

PAPER DETAILS

TITLE: MUĞLA TURİZMİNİN TÜRKİYE EKONOMİSİ AÇISINDAN YERİ VE ÖNEMİ

AUTHORS: OZAN BAHAR

PAGES: 61-80

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/217278>

MUĞLA TURİZMİNİN TÜRKİYE EKONOMİSİ AÇISINDAN YERİ VE ÖNEMİ

Ozan BAHAR*

ÖZET

Bu çalışma, Muğla turizmi hakkında bilgi vermek ve ilin turizm potansiyeline yönelik konuları, hem arz ve hem de talep cephesi açısından ayrıntılı olarak ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Ayrıca, Muğla turizminin Türkiye turizmi içerisindeki yeri ve öneminin de, bu çalışma kapsamında incelenmesi çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Elde edilen bulgulara göre, Muğla turizmi Türkiye açısından çok önemli bir gelir etkisi oluşturmaktadır. Ayrıca Muğla ili turizm ekonomisi anlamında, sahip olduğu arz kapasitesi ve kaynakları yönünden de ülkenin çok önemli bir potansiyelini tek başına oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Muğla ve Muğla turizmi, Muğla'nın turizm kapasitesi ve turizm göstergeleri.

The Importance and Place of Tourism in Muğla in terms of Turkish Economy

ABSTRACT

This study has been made in order to give information about tourism in Mugla and put forward issues about tourism potential of the province in terms of both supply and demand aspects in depth. Besides, examination of the place and importance of Mugla tourism in Turkish tourism sector within the scope of this study has composed the other aim of the study. According to the evidence, Mugla tourism generates an important income effect for Turkey. Beyond Mugla province in terms of the supply capacity and sources it is endowed with, constructs a considerably important potential of the country alone in the meaning of tourism economics.

Key Words: Mugla and Mugla tourism, tourism capacity of Mugla and tourism indicators.

1. GİRİŞ

Dünya genelinde ekonomik olayların seyrinin her geçen gün büyük bir hızla geliştiği ve değiştiği görülmektedir. Şöyle ki; bundan çok değil 200–250 yıl önce ülke ekonomileri için en önemli sektör ve sonuçta ekonomik faaliyet tarım iken, geride bırakılan 20. yüzyılda ise sanayi -imalat- sektörü kalkınma ve ekonomik büyümenin en önemli kaynağı olarak kabul edilmekteydi. Üçüncü Milenyuma girilen bu yıllarda ise artık gelir getiren en önemli sektör hizmetler ve en önemli üretim faktörü de beşeri sermaye olarak nitelendirilen insan zekâsıdır. Dolayısıyla ülkeler ulusal gelirlerini artırma noktasında bilgi teknolojilerinin de içinde yer aldığı hizmetler sektörüne daha fazla önem vermekte ve bu sektörün Gayri Safi Milli Hâsıla (GSMH) içindeki payını daha da yükseltmek açısından birbirleriyle rekabet halindedirler.

Buradan hareketle, hizmetler sektörünün geleneksel hizmetler alt kalemi içinde yer alan turizm sektörünün de son otuz yılda çok büyük bir hızla gelişme gösterdiği ortadadır. Tablo 1'e bakılacak olursa 1950 yılında 25.3 milyon kişi olan uluslararası turist sayısı 2007 yılı itibariyle %3469.16 artarak (yaklaşık 35

* Doç. Dr., Muğla Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat Bölümü.

Muğla Turizminin Türkiye Ekonomisi Açısından Yeri ve Önemi

kat) 903 milyon kişiye ulaşmıştır. Benzer şekilde 1950 yılında 2.1 milyar Dolar olan dünya turizm geliri toplamı 2007 yılında %40661.9 artarak (yaklaşık 406 kat) 856 milyar Dolara çıkmıştır. Söz konusu rakam ve oranlar sektördeki hızlı büyümenin en kesin kanıtı ve göstergesi olarak yorumlanabilir. Küresel ekonomik hareketlerin çok büyük bir ivme kazanmaya başladığı 1980 yılı göz önüne alınarak kısa bir değerlendirme yapılacak olursa: Turizm hareketlerinin 1980–2008 yılları arasında %213, turizm gelirlerinin de aynı yıllar için %736 artış gösterdiği anlaşılmaktadır.

Dünya Turizm Örgütü'ne (WTO) göre, bu rakamların 2020 yılında sırasıyla 1,6 milyar kişi ve 2 trilyon Dolar (Cho, 2003), 2050 yılında ise 2 milyar kişi ve 2,1 trilyon Dolar olması öngörülmektedir. 2050 yılında da, dünya genelindeki iç ve dış turizm gelirlerinin toplam olarak 24,2 trilyon Dolara ulaşacağı beklenmektedir (Pizam, 1999).

Tablo 1: Uluslararası Turizm Hareketlerinin Gelişimi (1950–2008)

Yıllar	Turist Sayısı (Milyon Kişi)	Artış Oranı (%)	Turizm Geliri (Milyar \$)	Artış Oranı (%)
1950	25.3	-	2.1	-
1960	69.3	173.9	6.8	223.8
1970	165.8	139.2	17.9	163.2
1980	287.8	73.5	102.3	471.5
1990	451.0	56.7	269	162.9
1993	517.9	14.8	321	19.3
1994	546.5	5.5	353	9.9
1995	563.6	3.1	401	13.5
1996	594.9	5.5	434	8.2
1997	613.5	3.1	444	2.3
1998	625.0	1.8	445	0.2
1999	650.0	4.0	455	2.2
2000	686.0	5.5	475	4.3
2001	684.0	-0.2	463	-2.5
2002	703.0	2.7	480	3.6
2003	691.0	-1.7	523	8.9
2004	763.0	10.4	623	19.1
2005	803.0	5.0	676	7.8
2006	846.0	5.4	733	7.7
2007	903.0	6.7	856	16.7

Kaynak: WTO (2008), Tourism Highlights 2007 Edition, Spain.

Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi'nin (WTTC) verilerine göre, 2009 yılında turizm sektörünün dünya GSMH'nin %9.4'ünü ve toplam ihracat gelirinin %10.9'unu gerçekleştireceği öngörülmektedir. Turizm sektörünün tüm bileşenleri göz önüne alındığında (tüketim, yatırım, hükümet harcamaları ve ihracat gibi) 2009 yılında sektörün bu %9.4'lük oran ile 5.4 trilyon Dolarlık bir

büyükliğe sahip olacağı ve toplam sermaye yatırımları açısından sektöre yapılacak olan 1.2 trilyon Dolar yatırımın dünya genelindeki toplam sermaye yatırımlarının %9.4'ünü oluşturacağı öngörülmektedir. Benzer şekilde, dünya genelinde sektörde çalışan toplam insan sayısının 219.810.000 kişi olacağı ve bunun da dünya toplam işgücünün %7.6'sını meydana getireceği tahmin edilmektedir (WTTC, 2009a).

Yukarıda belirtilen söz konusu rakamlar sektörün ekonomik anlamda ne kadar önemli bir büyüklüğe sahip olduğunu göstermesi açısından dikkate değerdir. Bu bağlamda, turizm sektörü dünyadaki birçok ülke özellikle de az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için çok önemli bir sektör konumundadır. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından değerlendirildiğinde ise, ihracatın en temel kaynağını teşkil etmektedir. Öte yandan turizm sektörü, pek çok fakir ve yoksul durumda olan az gelişmiş ülkede istihdam yaratmada ve döviz geliri sağlanmasında en önemli kaynaklardan birisidir. WTO, günümüzün en önemli dinamik aktivitelerinden birinin turizm olduğunu vurgulayarak, bu sektörün gücüne ve yoksullukla ilgili mücadeledeki önemine dikkat çekmektedir (Bahar, 2008)

2. TURİZMİN İKTİSADİ ETKİLERİ

Dünya genelinde yaşanan ekonomik gelişmeler her geçen gün değişmekte ve turizmde yer aldığı hizmetler sektörünün önemi giderek daha da artmaktadır. Artık gelir getiren ve ülke ekonomilerinde zenginliğin kaynağı olan yegâne üretim faktörü beşeri sermaye yani insan beyni ve sonuçta sektörde hizmetler olarak görülmektedir. Dolayısıyla ülkeler arasındaki ekonomik yapıların değiştiği, krizlerin arttığı ve rekabetin çok yoğun bir şekilde uygulandığı bugünün küresel ortamında, turizmin ülke ekonomileri için taşıdığı önem tartışılmayacak kadar açıktır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, tasarrufların yetersiz oluşu, yeterli ihracat olanaklarının ve kaynaklarının olmaması, gerekli olan döviz gelirlerinin ucuz ve zahmetsiz elde edilmesi yönünde turizme önemli görevler yüklenmektedir. Nitekim az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde tasarruf ve döviz açığının giderek daha çok artması ve sonuçta dövize olan gereksinim, dış borçların miktarının her geçen gün artması ve bunların sürdürülebilirliği, kalkınma için gerekli olan yatırımların hızlı bir şekilde yapılması, yeni iş sahalarının açılması ve istihdam olanaklarının artırılması, turizmin bu gibi ülkelerdeki ekonomik önemini ifade etmek adına verilebilecek örneklerden bazılarıdır. Ancak turizmin iktisadi etkileri denildiği zaman akla hemen olumlu ekonomik etkileri gelmektedir. Oysaki turizmin olumlu olduğu kadar, bazı olumsuz etkileri de mevcuttur. Turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkisi, gelir yaratıcı etkisi, turizmin istihdam yaratıcı etkisi, bölgelerarası ekonomik gelişme üzerindeki etkisi, ekonominin diğer sektörleri üzerinde yarattığı etkilerin hepsi olumlu etkiler kapsamında değerlendirilmektedir. İthalat, enflasyon, fırsat maliyeti, mevsimsellik ve yabancı sermaye etkisi ise turizmin olumsuz iktisadi etkileri arasında yer

almaktadır (Bahar ve Kozak, 2008). Konunun sınırlandırılması amacıyla turizmin olumlu ve olumsuz iktisadi etkilerine bu çalışmada yer verilmeyecektir.¹

3. TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ VE KAMU POLİTİKALARI

1923–1963 döneminde o günün koşullarından kaynaklanan bir takım sınırlı gelişmeler olsa da, Türkiye’de turizm sektörünün gelişimi esas itibarıyla 1963 yılında planlı dönemle birlikte başlamıştır. Bu bağlamda 1963–1983 döneminde turizm politikasının temel hedefi, turizm yoluyla ödemeler dengesine katkıda bulunmak; döviz gelirlerini artırmak; yeni iş alanları oluşturmak ve Türk vatandaşlarına tatil olanakları sağlamaktır. Bu hedefleri gerçekleştirmek için organizasyonlar, yasal ve finansal düzenlemeler ve özel projeler olmak üzere birçok araç kullanılmıştır. Turizm Bakanlığı’nın kurulması bu dönem içerisinde atılan en önemli adımdır. Turizm Bankası ile 1972 yılında Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği’nin (TÜRSAB) kurulması ise söz konusu dönemin diğer önemli gelişmeleri arasında yer almaktadır (Yağcı, 2003: 202–203).

Türkiye’de de dünyadaki gelişimine paralel olarak, turizm sektörünün özellikle 1980 yılından sonra çok büyük ve hızlı bir gelişim gösterdiği bilinmektedir. Bunun en önemli nedenleri arasında, 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı “**Turizmi Teşvik Kanunu**” ile sektöre yapılan teşvik ve yatırımların çok büyük bir katkısının olması yatmaktadır. Nitekim 1987 ve 1991 yılları arasında devletin turizm sektörüne verdiği her 1 Dolar nakdi teşvik, 25 Dolar olarak geri dönmüştür (Turizm Bakanlığı, 2002: 7). Sonuç olarak, 1984–1990 yılları arasında turizm ortalama %12.1 büyüyen bir sektör olmuştur (Turizm Bakanlığı, 1998: 57). 2001 yılındaki Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ile 2007–2013 yıllarını kapsayan Dokuzuncu Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu’nda da Türkiye turizminin vizyonu, ana politikaları ve amaçları, Avrupa Birliği’ne katılım sürecinin etkileri, güçlü ve zayıf yanlar ile bu alana ait fırsat ve tehditler ayrıntılı bir şekilde belirtilmiştir (DPT, 2007).

Bununla birlikte 17 Haziran 2003 tarihinde uygulamaya konulan “**4875 Sayılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu**” ile Hazineden izin alma prensibi kaldırılarak, yabancı yatırımcı ile yerli yatırımcıya eşit şartlar getirilmiştir. Böylece, 50.000 ABD Doları sermaye koşulu da kaldırılmıştır (Ege ve Gürdoğan, 2005: 48). Dolayısıyla, ülkeye giren Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları (DYSY) ve sonuçta şirket sayısında 2002 yılından sonra önemli artışlar yaşanmıştır. Nitekim turizm sektörü 2004’de ülkeye 1 milyon

¹ Turizmin olumlu ve olumsuz iktisadi etkileri hakkında daha ayrıntılı bilgi için: Bahar, O. ve Kozak M. (2008), *Tourism Economics Concepts and Practices*, New York: Nova Science Publishers, Inc., ss. 115-133.

Dolar'lık yatırım çekerken, bu rakam 2008 yılında 27 milyon Dolara yükselmiştir (<http://www.hazine.gov.tr>).

Tablo 2: Türkiye'de Turizm Sektörüne İlişkin Temel Makro Ekonomik Büyüklükler (1980–2008)

Göstergeler	1980	1990	1995	2000	2005	2007	2008
Turist Sayısı (milyon kişi)	1.288	5.389	7.726	10.428	20.273	27.215	30 929
Turizm Geliri (milyon \$)	326.7	3.225,0	4.957,0	7.636,0	18.152	18.487	21.910
Turizm Geliri / İhracat Geliri (%)	11.2	24.9	22.9	27.8	24.7	17.3	16.6
Turizm Geliri / GSMH (%)	0.6	2.1	3.0	3.8	5.0	2.8	2.9
Yabancı Başına Ortalama Harcama (\$)	254	621	684	764	752	679	708
Dış Ticaret Açığını Kapatmadaki % Payı	6.5	28.6	30.8	27.0	54.1	41	31.4

Kaynak: www.turizm.gov.tr; www.tcmb.gov.tr'den yararlanılarak yazar tarafından düzenlenmiştir.

Tablo 2'ye bakılacak olursa, turizm sektörünün 1980 yılından 2009 yılına kadar olan hızlı gelişimini temel makro büyüklükler açısından incelemek mümkündür. Çünkü 1980 yılında sadece 326.7 milyon Dolar turizm geliri, çok büyük bir artış göstererek 21.9 milyar Dolara çıkmıştır. Benzer şekilde, aynı yıllar için turizm gelirlerinin GSMH'ya oranı %0.6 iken %2.9'a ulaşmıştır. Türkiye'nin Atatürk döneminden sonra 1947 yılından itibaren hiç kapanmayan ve sürekli açık veren dış ticaret açığının da %31.4'ünü 2008 yılı verileri ile turizm sektörünün kapatmakta olduğu görülmektedir. 1980'de %11.2 olan turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı, 2000 yılındaki %27.8'lik yükselişin ardından 2008 yılında belli bir düşüş göstererek %16.6 olmuştur.

Tablo 3'de ise ülkedeki turizm işletme ve yatırım belgeli tesislerin yıllar itibarıyla gelişimi verilmektedir. 1980 yılında turizm işletme ve yatırım belgeli toplam 778 olan tesis, 42.011 olan oda ve 82.332 olan yatak sayısı; 2007 yılına gelindiğinde sırasıyla %322.9, %767.7, %855.2 artışla 3.290, 364.528 ve 786.453 olarak gerçekleşmiştir. Bu rakamlar, turizm sektöründeki konaklama arzı açısından kapasitenin 1980 yılından sonra çok büyük bir gelişim gösterdiğinin de kanıtıdır. Daha önce de belirtildiği üzere, bu büyük gelişimin en önemli nedeni sektöre yapılan yatırım, teşvik ve DYSY uygulamasıdır. Sektöre yurt içi ve dışından yapılan yatırım miktarlarının giderek artması, sektörün bugünkü noktaya gelmesinde önemli ve etkili bir faktör olmuştur.

Muğla Turizminin Türkiye Ekonomisi Açısından Yeri ve Önemi

Tablo 3: Türkiye’de İşletme ve Yatırım Belgeli Tesislerin Yıllar İtibariyle Gelişimi (1980–2007)

Turizm İşletme Belgeli Tesisler				Turizm Yatırım Belgeli Tesisler		
YILLAR	TESİS	ODA	YATAK	TESİS	ODA	YATAK
1980	511	28992	56044	267	13019	26288
1981	529	30050	58242	278	15159	30291
1982	569	32011	62372	339	18172	36332
1983	611	33694	65934	376	21410	43425
1984	642	34666	68266	412	26372	53615
1985	689	41351	85995	501	34251	71521
1986	731	44342	92129	638	48615	101383
1987	834	51040	106214	892	73537	153786
1988	957	58914	122306	1268	105736	218445
1989	1102	70603	146086	1662	139497	288896
1990	1260	83953	173227	1921	156702	325515
1991	1404	97260	200678	1987	158372	331711
1992	1498	105476	219940	1938	148017	309139
1993	1581	113995	235238	1788	132395	276037
1994	1729	128065	265136	1578	114913	240392
1995	1793	135436	286463	1334	96517	202483
1996	1866	145493	301524	1309	96592	202631
1997	1933	151055	313298	1402	110866	236632
1998	1954	151397	314215	1365	116286	249125
1999	1907	153749	319313	1311	114840	245543
2000	1824	156367	325168	1300	113452	243794
2001	1980	175499	364779	1240	107262	230248
2002	2124	190327	396148	1138	102972	222876
2003	2240	202339	420697	1130	111894	242603
2004	2357	217664	454290	1151	118883	259424
2005	2412	231123	483330	1039	128005	278255
2006	2475	241702	508632	869	123326	274687
2007	2514	251987	532262	776	112541	254191

Kaynak:<http://www.kultur.gov.tr/TR/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF2B81939FD5B60AFAA85B8E20CBC69487>, (Erişim Tarihi: 24.06.2009).

Nitekim iktisat literatürüne bakıldığında, üretimin iki önemli faktöründen biri olan sermayenin arttırılması, ekonomik büyümenin temel kaynaklarından biri olarak kabul edilmektedir (Gaines ve Theodore, 2004; Yıldırım, Karaman ve Taşdemir, 2008: 486–491). Dolayısıyla, yatırımlar turizm sektörünün daha fazla gelişmesi noktasında önemli bir faktördür. Bu bağlamda, yatırımları etkileyen faktörlerin ya da yatırım ortamının çok iyi bir şekilde analiz edilmesi şarttır. Yatırım yapılacak ülkelerdeki güven ve şeffaflık ortamı her zaman için riskleri azaltmaktadır (Velde ve Nair, 2005). Zaten yapılan bilimsel araştırmalar, turizmin ekonomik anlamda Türkiye’nin ekonomik büyümesine olumlu yönde katkı bir sağladığını ortaya koymaktadır (Kasman ve Kasman, 2004; Yıldırım ve Öcal, 2004; Bahar, 2006; Gökova ve Bahar, 2006).

WTTC'nin 2009 yılı Türkiye raporunda, turizmin oluşturduğu GSMH'nin 2009 yılında %1.3'lük büyüme ile 27 milyar Dolara ulaşacağı ifade edilirken, turizmde doğrudan istihdam edilen kişi sayısının da %1.5'lik artışla 443 bine ulaşacağı öngörülmektedir. Türkiye'de turizmin dolaylı olarak oluşturacağı ekonomik büyüklüğün 64 milyar Dolar olacağına dikkat çekilen raporda, turizmin dolaylı olarak istihdam sağladığı kişi sayısının da 1 milyon 375 bin olacağına işaret edilmektedir (WTTC, 2009b). Bu veriler, turizmin ekonomik büyüme ve kalkınma ile ülkedeki istihdam potansiyeline önemli katkılar sağladığının başka bir kanıtıdır.

4. MUĞLA TURİZMİNİN TÜRKİYE EKONOMİSİ AÇISINDAN YERİ VE ÖNEMİ

4.1. Muğla İlinin Turistik Tarihçesi

Antik Karya bölgesinin en eski yerleşim alanlarından olan Muğla, sırasıyla Kayra, Mısır, İskit, Asur, Dor, Met, Pers, Makedon, Roma, Bizans egemenliğinde kalmıştır. 1284 tarihinde Türk egemenliğine girmiş olan Muğla ilinin antik adı çeşitli bulgu ve kaynaklara göre “Mobella, Mobolia, Moğola olarak geçmektedir. M.Ö. 3400 tarihinde bölgeye gelen kavmin başında “Kar” adında bir önder bulunmakta idi. Bu nedenle bölge Karya olarak anılmaya başlanmıştır. Karya kuzeyden Lidya, batıdan Frigya ve güneyden Likya ile çevrilidir. Bu sınırlar kuzeyde Söke, Aydın ve Nazilli'nin üstünden başlamakta, güneyde Dalaman Çayı'nın döküldüğü yerde bitmektedir. Bu sınırlar bölgenin bugünkü sınırlarına çok yakındır. Karya'nın toplu yerleşim merkezleri Muğla ve Milas'tır. Bu çağda Karya bölgesi, Ege Denizi'nden gelen Yunan sömürge dalgalarına sahne olmuştur (Muğla Valiliği, 2003: 16).

1260 yıllarından itibaren Menteşe'nin eski sahibi Bizanslılar, Karya ülkesine yeni gelmeye başlayan İslam-Türk unsurlarla tanışmaya başladılar. Özellikle Denizli-Fethiye arasında uzayan geniş yaylak ve otlaklar, Menteşe Bey'den önce gelip, yöreyi yurt edinen gezgin Türkmen obaları ile doldu taşı. Menteşe Bey 1284 yılında Aydın Güzelhisar'da Taralleis Savaşı olarak bilinen gaza olayı ile Karya topraklarına girdi. Menteşe Bey, Karya'nın içlerine kadar uzandıkça, Bizans nüfusunun önemli bölümünün kıyılara ya da adalara kaçtığını gördü. Karşılaştığı Bizans nüfusunu Türkleştirip İslamlaştırdıktan sonra, Batı Anadolu'nun en büyük oymak reisi Germiyan Bey'e mektup yazdı. Yeni fethedilen ve nüfustan büyük ölçüde eksilen Karya topraklarına Germiyan Boylarından cemaat istedi. Bu isteği uygun bulan Germiyan Bey yeni fethedilen Karya topraklarına çok sayıda tirlir ve cemaatler göndermeye başladı (Muğla Valiliği, 2003: 19). Böylece yörenin ilk nüfusu Germiyan Türklerinden oluştu. Karya adı bırakıldı, yöreye “Menteşe” adı verildi. Menteşe Beyliği Osmanlılar tarafından ilk zapt tarihi olan 1290'lara kadar sakin ve müreffeh yaşadı. Kuzey limanı Balat'tan ve güney limanı Gökova'dan Menteşe dışına buğday, safran, susam, bal, balmumu, palamut, zibeb, şap, maroken, deri, halı, köle ve cariyeye ihraç edildi. Buna karşılık aynı limanlardan Menteşe'ye devrin en önemli ithalat

Muğla Turizminin Türkiye Ekonomisi Açısından Yeri ve Önemi

maddelerinden kumaş, sabun, kalay, kurşun ve bunun gibi mallar getirilerek hem Menteşe'nin ihtiyaçları karşılandı hem de daha iç bölgelere giden deve kervanları ile ticaretin alanı Anadolu'nun diğer illerine taşdı. Menteşe diğer Türk beylikleri içerisinde birden gelişen Osmanlı Beyliği karşısında fazla dayanamazdı. Bütün Türk beyliklerini tek çatı altında toplama politikası güden ve giderek cihan imparatorluğuna yönelen Osmanlı Devleti, Yıldırım Beyazıt zamanında, Menteşe Beyliğini Osmanlı topraklarına kattı.

1424'te, Menteşe'nin Osmanlı sancağı oluşunu izleyen yıllarda, Muğla'yı Osmanlı Sultanı Kanuni Sultan Süleyman ziyaret etti. Rodos adasını almak üzere 16 Haziran 1522 tarihinde İstanbul'dan 100.000 kişilik ordu ile Menteşe iline hareket eden Kanuni, 23 Temmuz 1522 günü Muğla'ya geldi. Karabağ'da otağını kurdu. 28 Temmuz 1522'de Rodos'a ulaşan Kanuni, aynı yılın ekim ayında Rodos'u aldı. Dönüş yolunda da aynı güzergâhı takip etti ve 8 Kasım 1522 günü Muğla'ya geldi, o gün mola verip otağını kurdu. O güne kadar alınamayan Bodrum Kalesi'nin fethi için Palas Mustafa Paşa'yı görevlendirdi. Tamamlanan bu fetih ile ilin bugünkü sınırları çizilmiş oldu (Muğla Valiliği, 2003: 20).

4.2. Muğla İlinin Coğrafi Konumu

Ege Bölgesinin güneyinde yer alan Muğla, Asar (Hisar) dağı eteklerinde ovaya doğru yayılmış, kendine has mimarisi, daracık sokakları ve her biri turizm merkezi ilçeleri ile tam bir turizm cennetidir. Muğla ili 1124 km. uzunluğunda sahil bandı, Dünyaca ünlü körfez ve koyları, yüzölçümünün %67'sini oluşturan ormanlık alanları, Anadolu Medeniyetlerinin mirası zengin kültür varlıkları ile turizm sektöründe Türkiye'nin en gözde illerinin başında gelmektedir. Antalya ve İstanbul bölgelerinden sonra en çok turist ağırlayan ildir. Turizm sektöründeki gelişmişliğin yanı sıra tarım, hayvancılık ve sanayi sektöründe de ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır.



Şekil 1: Muğla İl Haritası

Muğla ili 3620 ve 3731 kuzey enlemleri ile 2714 ve 2915 doğu boylamları arasında yer almaktadır. Anadolu'nun kuzeybatısında bulunan, Fethiye'den Mandayla Körfezi'ne kadar uzanan kıyıları kapsayan, deniz kıyı

Ozan BAHAR

uzunluğu, kara uzunluğundan fazla olan bir ildir. Doğusunda Antalya, kuzeydoğusunda Burdur, kuzeyinde Denizli ve Aydın illeri ile komşudur. Güneyinde Akdeniz, batısında da Ege Denizi bulunmaktadır (Örücü ve Ceylan, 1995:2).

İl alanı, Türkiye'nin en engebeli yörelerinden birisidir. Dağ sınırları arasında yayla alanları yer almaktadır. Akarsular tarafından parçalanmış olan bu yaylalar üzerinde karstik şekillere çok rastlanmaktadır. Muğla ilinin kıyıları Türkiye'nin en girintili çıkıntılı kıyılarıdır. Kıyıda çeşitli büyüklüklerde yarımadalar, koylar, körfezler ve adacıklar birbirini izlemektedir. İl sınırları içerisinde büyük bir akarsuya rastlanmamaktadır (Örücü ve Ceylan, 1995: 2).

İlde kıyılara inildikçe, tipik Akdeniz iklimi ile karasal iklimin karıştığı görülmektedir. Bu anlamda ilin karakteristik özelliklerinden birisi de bol yağış almasıdır. Rize ilinden sonra en çok yağış alan il konumundadır. Bundan dolayı gür bitki örtüsü bulunmaktadır. Bodur ağaçlardan oluşan bu bitki örtüsü üzerinde ormanlar yer almaktadır. Ormanlık alan, il yüz ölçümünün yaklaşık %65'ini kaplamaktadır. Çoğu meşe, ardıç ve kızılçamdan oluşan ormanlar 2000 m yüksekliğe kadar çıkmaktadır. Alçak alanlar kültür bitkilerine ayrılmıştır. Maki bitkileri sınırında, zeytin ve turuncgil bahçeleri önemli yer tutmaktadır. Bitki örtüsü içinde yer alan "günlük" ağacının önemi büyüktür. Muğla dışında Türkiye'nin başka bölgesinde bulunmayan bu ağaçlara, dünyada yalnızca Formoza ve Güney Amerika'da rastlanmaktadır. Sığla ya da ansar ağacı da denilen günlük ağacından, sanayide kullanılan sığla yağı elde edilmektedir. Köyceğiz, Marmaris, Fethiye ve Milas yörelerinde deniz kıyısına yakın sulak yerlerde, koruluklar halinde bulunmaktadır. Sığla yağı üretiminin yöreye ekonomik yönden büyük katkısı olmaktadır (Örücü ve Ceylan, 1995:3).

Daha öncede ifade edildiği gibi Muğla, 1124 km olan kıyı uzunluğu ile en uzun sahil şeridine sahip olan ildir (deniz kıyısı 840 km, adalar çevresi 213.4 km, göl kıyısı 52.6 km). İl yüzölçümünün yaklaşık %20'si tarım arazisi olup geri kalan alanlar dağlık ve engebeliktir. Genç oluşumlu kırılma ve çöküntülere bağlı sayısız koylar, bükler ve küçük adalar (toplam ada sayısı 61 ve kapsadığı alan 40.41 km²) ile yalıyarlar (falez), yarımadalar, kumsallar ve kıyı okları oluşmuştur. Dağlar, ormanlar, süngerciliğe ve balıkçılığa son derece elverişli koylar, turistik potansiyeli yüksek ve görülmeye değer tarihsel eserleri olmasına rağmen, kara ve deniz ulaşımı yetersizliğinden sahil ilçeler dışında kırsal karakterde bir il görünümündedir (Muğla Valiliği, 2003: 2). Tablo 4'de, Muğla ilinin genel durumuna ilişkin veriler gösterilmektedir.

Tablo 4: Muğla İli Genel Durumu

ALANI	13.247 km ²
KIYI UZUNLUĞU	1124 km
ORMANLIK ALAN	% 68
SİT ALANI	% 14
NÜFUSU	715.328 kişi
İLÇE SAYISI	11
BELEDİYE SAYISI	61
KÖY SAYISI	395
DEVLET HASTANESİ	12
ÖZEL HASTAHANE	7
ÜNİVERSİTE	1

Kaynak: Muğla İl Turizm Müdürlüğü Verileri, 2009.

4.3. Muğla İlinin Turizm Arzı Açısından Değerlendirilmesi

Turizmin arz koşulları ile bir destinasyonun doğal varlıkları, sosyo-kültürel varlıkları, altyapısı ve ulaşım durumu ifade edilmektedir (McIntosh vd., 1995: 269; Kozak ve Rimmington, 1998: 184). Doğal ve sosyo-kültürel varlıklar, destinasyonun üstyapısını oluşturan faktörlerdir. Ulaşım durumu ve altyapı ise turizm altyapısı kapsamında değerlendirilmektedir. Hiç kuşkusuz ki, turizm destinasyonları eşit imkân ve kaynaklara sahip değildir. Bazıları, doğal varlıklar açısından diğerlerine göre daha avantajlı bir konumdadır. Çünkü doğal varlıklar diğer üretim faktörlerinden farklı olarak, kendiliklerinden oluşan, insanların herhangi bir katkısı ve emeği olmadan meydana gelmiş varlıklardır. Dolayısıyla, başka hiçbir destinasyonda bulunması mümkün olamayacak olan doğal varlıklara sahip olmak, turizm rekabet gücü açısından çok büyük bir avantaj yakalamak demektir (Bahar ve Kozak, 2005: 131). Bu açıdan bakıldığında, Muğla'nın sadece Türkiye'de değil dünya genelindeki diğer bölgelerle de kıyaslandığında çok önemli bir avantaja sahip olduğu görülmektedir.

Muğla ili kültür ve tabiat varlıkları ile turizm sektörüne arz edilebilir kaynak zenginliği itibarıyla yalnız Türkiye'nin değil dünyanın nadir bölgelerinden birisidir. Bu nedenle ilin ekonomisinin temelini turizm sektörü oluşturmaktadır. Turizm sektörünün yanı sıra tarım (narenciye, seracılık, kesme çiçek, arıcılık, su ürünleri), madencilik (mermer, kömür) ve ulaşım (deniz, kara) sektöründe ilin önemli bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir. İnsanlık tarihinin ilk günlerinden itibaren yüzlerce medeniyete beşiklik yapmış Anadolu'nun Güneybatı Ege bölgesinde, 1100 Km'yi aşan kıyı şeridinde yer alan irili ufaklı yüzlerce koyu, zengin orman varlığı Nisan ayından Ekim ayı sonuna kadar uzanan bol güneşli enfes havası, tertemiz ve pırıl pırıl denizi, insanlık tarihinin geçirdiği her devrin adım başı izlerinin görülebileceği muhteşem tarih ve kültür mirası ile Türk ve Dünya turizminin en önemli merkezlerinden birisidir.

Doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel zenginlikleriyle ülke turizminin lokomotifi konumundaki Muğla, "Mavi Yolculuğu" ile ünlü olmakla birlikte,

ülke yat turizminin de merkezi durumundadır. Bu karakteristik özellikleriyle il, yerli ve yabancı turistler nezdinde “Yeryüzü Cenneti” ve “Güzelliklerin Buluştuğu Yer” olarak tanımlanmaktadır. İklim yapısı ve sahip olduğu turizm varlıkları sayesinde, dünyadaki ve Türkiye’deki birçok bölgenin aksine Muğla’da on iki ay turizm yapma imkânı mevcuttur. Bu nedenle, turizm faaliyetlerinin planlı bir şekilde gelişmesi ve yürütülmesi için, ilin bazı bölgeleri Bakanlar Kurulu kararıyla “Turizm Alanı, Turizm Merkezi, Özel Çevre Koruma Bölgesi” olarak ilan edilmiştir. Sürdürülebilirlik olgusu, ekonominin bir alt sektörü olan turizm içinde geçerli olmakla birlikte, her sektör için taşıdığından daha fazla bir önem arz etmektedir (Bahar ve Kozak, 2005: 137). Çünkü turizmin var olabilmesi için ‘çevre’nin varlığı şarttır. Turizm, her kaynak gibi dikkatle ve sürdürülebilir bir yaklaşımla yönetilmesi gereken bir alandır (Gür, 2001: 215).

Kara ve deniz ulaşımının yanı sıra, Dalaman ve Milas-Bodrum Havalimanlarıyla turizm ulaşımı kolaylaştırılmıştır. İl genelinde kültür, kıyı ve deniz, yat, su altı dalış, termal, yayla, mağara, akarsu, dağ ve doğa yürüyüşü, yamaç paraşütü, jeep safari, binicilik, kış ve kongre olmak üzere on dört ayrı turizm dalıyla hizmet veren çok çeşitli, önemli ve detaylı bir hizmet sunumu ve bunların yapıldığı mekân ve tesisler mevcuttur². Turizmde ürün çeşitlendirmesi yapabilmek, rekabet gücü elde edebilmek içinde çok önemli bir faktör durumundadır (Bahar ve Kozak, 2005: 143-145). Ürün çeşitlendirmesi yaklaşımı ile piyasaya sunulan ürüne rakiplerinde olmayan bir özellik eklenir. Bu yeni özellik diğer ürünlerde olmadığı için, farklılıktan dolayı ek bir kâr marjı elde etmek mümkün olur (CAT, 2003). Dolayısıyla Muğla ili ürün çeşitliliği açısından da diğer bölgelere göre önemli bir avantaja sahiptir.

Buradan hareketle kısaca Muğla ilindeki doğal varlıkları şu şekilde sıralamak mümkündür³: Muğla’da Doğu ve Batı Menteşe, İlbir, Yaran, Gölge, Balaban ve Boncuk olmak üzere 7 tane dağ; Dalaman, Eşen, Yatağan, Ören, Bitez, Akçaalan, Karaova, Kızılyaka, Gökova ve Kargın olmak üzere 10 ova; Sarıçay, Dalaman, Eşen ve Dipsiz Çayı olarak 4 vadi; Köyceğiz, Hacat, Denizcik ve Akarcadere olmak üzere de 4 göl bulunmaktadır.

Muğla ilinde Akdeniz iklimi egemendir. İlde yazlar sıcak ve kurak, kışlar ılık ve yağışlıdır. Ancak denizden itibaren değişen yüksekliklere göre iklim biraz karasallaşmaktadır. Yılın en sıcak günü 41.2° C, en soğuk günü 12.6° C’dir. Yıllık ortalama sıcaklık 15° C’dir. Yıllık ortalama yağış miktarı 1196.9 mm³’dir (Muğla Valiliği İl Çevre Müdürlüğü, 1998: 28–29). Bölge

² Muğla ilindeki turizmin çeşitleri hakkında çok daha ayrıntılı bilgi için: Muğla Valiliği (2003), Cumhuriyetimizin 80. Yılında Muğla, Muğla: Muğla Valiliği Yayını, ss. 174-194’e bakınız.

³ Konu hakkında daha ayrıntılı bilgi için: Bahar, O. (2000), “Turizm Talebini Etkileyen Faktörler ve Bu Faktörlerin Güney Ege Turizmi Açısından İncelenmesi”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Muğla Turizminin Türkiye Ekonomisi Açısından Yeri ve Önemi

ikliminin yumuşak olması, turizm mevsiminin de uzamasına neden olarak; hem turistik ürün çeşitliliğinin artırılmasına sebep olur, hem de dinlenme, eğlenme, gezi ve sportif amaçlı faaliyetlere katılacak yabancı ve yerli turistlerin yılın hemen hemen her ayında bu bölgeye seyahat etmesine olanak sağlamaktadır.

Ayrıca Bodrum'da Karaada ılıcası ve Bodrum içmesi, Marmaris'te Gölenye içmesi, Milas'ta Sepetçiler, Asın içmesi, Bahçeburun Maden Suyu içmesi, Köyceğiz'de ise Çavuş ılıcası, Sultaniye ve Veli Bey kaplıcası olmak üzere il genelinde 9 adet kaplıca ve içme bulunmaktadır. Tablo 5'de de, Muğla bölgesindeki tarihi ve arkeolojik değerler gösterilmektedir. Bunun yanı sıra Muğla ve ilçelerinde toplam 39 adet kumsal bulunmaktadır. Yine Muğla merkezde Orman, Bodrum'da Betaş, Datça'da Kumluk, Milas'ta Güllük, Ula'da Azmak plajları vardır. Muğla'da Muğla ve ilçelerden de Bodrum, Fethiye, Marmaris, Milas ve Yatağan'da Açık hava müzeleri mevcuttur (Soğancı, 1993: 20). Bunlar bölgede güçlü bir çekim etkisi oluşturarak, kültür turizminin gelişmesini sağlamakta ve turizm talebine olumlu bir katkıda bulunmaktadır. Tablo 6'da ise ildeki kültür-turizm koruma ve gelişim bölgeleri ile turizm merkezleri gösterilmektedir.

Tablo 5: Muğla Bölgesindeki Tarihi ve Arkeolojik Değerler

Yer	Adı	Devri	Özelliği
MUĞLA	Şeyh Camii	Menteşeoğulları	
Merkez	Ulucamii Üç Erenler Mescidi Kurşunlu Camii	Menteşeoğulları Osmanlı Osmanlı	
Bodrum	Müskebi Mindos St. Petrum Şatosu Kale Halikarnas Antik Tiyatro	Miken Karia Rodos Şövalyeleri Rodas Şövalyeleri Karia M.Ö. 335.yıl	Ören yeri Ören yeri Ören yeri Dünyanın 7 harikasından
Datça	Knidos Hızırşah Camii	Yunan-Helen-Roma Selçuk	Ören Yeri
Milas	Gümüş Kesen Baltalıkapı Zeus Mabedi Firuzbey Camii Heraclea Adlatmas Labranda İassos Ağa Camii	Roma Karia Yunan 1394 Karia-Roma Arkaik Hellenistik Osmanlı	Mezar Ören yeri Ören yeri
Yatağan	Stratonicica Hekata Mabedi	Yunan-Roma Roma	
Köyceğiz	Kaunos	M.Ö. IV. yy	Antik liman
Marmaris	Hydas Erine Loryma, Amos	Hellenistik Hellenistik	Antik kent Antik kent
Fethiye	Kaya köyü	M.Ö. 3-4.yy	

Kaynak: Olalı, H. (1968), Ege Bölgesi Turizmi ve Turizmin Mevsimlik Karakteri, İzmir: Ege Üniversitesi Yayını, ss. 29-30.

Ozan BAHAR

Deniz suyunun kalitesini ve insan sağığı açısından önemini belirten Mavi Bayraklı plaj sayısı il genelinde toplam 57 adettir. Ayrıca, Fethiye’de üç, Marmaris’te yedi ve Bodrum’da dört olmak üzere il genelinde toplam on dört adet marina bulunmaktadır. Benzer şekilde Fethiye’de üç ve Marmaris’te bir olmak üzere il genelinde toplam dört adet belediye belgeli marina bulunmaktadır.

Tablo 6: Muğla İlindeki Kültür -Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ile Turizm Merkezleri

Yeri	Bakanlar Kurulu Tarihi	Sayısı
Marmaris ve Çevresi Turizm Alanı	30.08.1989	89/14499
Sarıgerme Turizm Alanı	06.09.1982	T.İ.Y.KK
Milas Çam Limanı Turizm Merkezi	11.09.1987	87/12106
Milas Güvercinlik Koyu Turizm Merkezi	11.09.1987	87/12106
Milas Kazıklı Koyu Turizm Merkezi	11.09.1987	87/12106
Milas Akbük-Kazıklı Koyu Kıyı Bandı Turizm Merkezi	30.08.1989	89/14499
Milas Çökertme Turizm Merkezi	23.09.1997	97/9985
Bodrum Karaada Turizm Merkezi	07.11.1985	85/10036
Bodrum Marina Turizm Merkezi	07.11.1985	85/10036
Bodrum Yalıkavak Turizm Merkezi	11.09.1987	87/12106
Bodrum Yalçıftlığı Turizm Merkezi	11.09.1987	87/12106
Bodrum Türkbükü Doğusu Turizm Merkezi	11.09.1987	87/12106

Kaynak: Muğla Valiliğı (2003), Cumhuriyetimizin 80. Yılında Muğla, Muğla Valiliğı Yayını, Muğla, s. 198.

5. MUĞLA’NIN TURİZM KAPASİTESİ VE TURİZM GÖSTERGELERİ

Tablo 7’de Muğla ilinde bulunan işletme ve yatırım belgeli tesis sayısı görülmektedir. Buna göre, ilde toplam 32 adet 5 yıldızlı ve 19 adet 4 yıldızlı tatil köyü, 39 adet 5 yıldızlı otel olmak üzere diğer belirtilenlerle birlikte toplamda 666 adet tesis vardır. Bu tesislerin ise 66.422 oda ve 149.604 bin yatak kapasitesi mevcuttur. Muğla ili oda ve yatak sayısı olarak Türkiye’nin sırasıyla %18.2 ile %19’luk kısmını tek başına karşılamaktadır ki, bu oran Türkiye’deki diğer iller için ortalamanın çok üzerinde bir rakamı işaret etmekle beraber, Antalya’dan sonra Muğla’nın ikinci sırada yer almasını sağlamaktadır. Bununla birlikte, Muğla’da 472 lokanta, 101 kafeterya, 32 eğlence yeri, 79 adet yat işletmesi, 1.360 adet yat ve bu yatlarla ait olan 14.299 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Ayrıca, AG sınıfı 50, A sınıfı 503, B 15 ve C 10 olmak üzere toplamda 578 turizm seyahat acentesi mevcuttur. Günübirlik tekne sayısı 80, turistlerin ortalama kalış süresi 10 gündür. Bu on günün yedisi konaklama ve üçü turdur (Muğla İl Turizm Müdürlüğü, 2009).

Muğla Turizminin Türkiye Ekonomisi Açısından Yeri ve Önemi

Tablo 7: Muğla İlinde Bulunan İşletme ve Yatırım Belgeli Tesis Sayısı (2008)

İşletme Türü	İşletme Belgeli Tesis Sayısı	Yatırım Belgeli Tesis Sayısı	GENEL TOPLAM
5 Yıldızlı T.K.	15	17	32
4 Yıldızlı T.K.	6	13	19
5 Yıldızlı Otel	23	16	39
4 Yıldızlı Otel	61	23	84
3 Yıldızlı Otel	97	42	139
2 Yıldızlı Otel	99	49	148
1 Yıldızlı Otel	15	9	24
Apart Otel	41	19	60
Pansiyon	19	25	44
Diğer	36	41	77
TOPLAM	412	254	666
Toplam Oda	37.723	28.699	66.422
Toplam Yatak	81.806	67.798	149.604

Kaynak: Muğla İl Turizm Müdürlüğü Verilerinden Yararlanılarak Yazar Tarafından Düzenlenmiştir (söz konusu veriler 31.12.2008 tarihi itibarıyla).

Tablo 8’de Muğla iline deniz ve hava gümrük kapılarından giriş yapan turistlerin yıllara göre dağılımı verilmektedir. 1998 yılında 1.768.777 milyon kişi olan turist sayısı, 2008 yılına gelindiğinde %67.8 artarak 2.967.374 kişiye ulaşmıştır. İle en fazla turist girişinin havalimanlarının bulunduğu Dalaman ile Milas-Bodrum’dan olduğu anlaşılmaktadır. Daha önce Tablo 2’de gösterildiği üzere Türkiye’ye gelen yabancı turistlerin kişi başına ortalama 708 Dolar harcadıkları göz önüne alındığında, Muğla’ya gelen turist sayısı ile bu rakam çarpılacak olursa Muğla’nın turizm geliri elde edilmiş olacaktır. Buradan çıkan sonuç ise 2.1 milyar Dolardır. 2008 yılında Türkiye’nin turizm sektöründen sağlamış olduğu gelir 21.910 milyar Dolar olduğu için Muğla tek başına bu gelirin %10’luk kısmını oluşturmaktadır ki, bu da ülke ekonomisi açısından oldukça önemli bir gelir etkisi anlamına gelmektedir.

Tablo 9’da ise Muğla ili hudut kapılarından ülkeye giriş yapan yabancı turistlerin milliyetlerine göre dağılımı verilmektedir. Buna göre, %43’lük pay ve 1.298.565 milyon kişi ile İngiltere Muğla’ya en fazla turist gönderen ülke konumundadır. Bunu %8’lik pay ve 225.940 kişi ile Hollanda ve %7’lik payı ve göndermiş olduğu 206.688 kişi sayısı ile Almanya takip etmektedir. Tablo 10’da ise Türkiye’ye gelen yabancı ziyaretçilerin başlıca turistik merkezlere göre dağılımı verilmektedir. Muğla %11’lik payı ile Antalya ve İstanbul’dan sonra ülkede en fazla turist çeken üçüncü il konumundadır.

Ozan BAHAR

Tablo 8: Muğla İline Deniz ve Hava Gümrük Kapılarından Giriş Yapan Turistlerin Yıllara Göre Da

HUDUTKAPISI	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
DALAMAN	1.089.688	657.499	815.135	1.088.581	1.111.690	1.048.406	1.295.460	1.461.718	1.210.86
HAVALİMANI									
MİLAS-BODRUM	459.741	313.826	423.036	562.555	688.904	662.375	831.472	961.290	814.638
H.LİMANI									
MARMARIS	84.598	68.797	109.112	100.066	123.948	168.024	224.844	242.413	165.332
LİMANI									
FETHİYE	10.717	7.387	4.142	6.911	4.289	8.931	233.434	213.370	187.762
LİMANI									
BODRUM	115.545	124.920	167.342	179.724	169.371	171.595	7.258	8.044	9.870
LİMANI									
DATÇA	6.968	4.499	3.778	9.190	9.588	8.666	10.312	11.256	8.958
LİMANI									
TURGUT REİS	1.520	1.808	1.475	2.142	2.715	2.619	2.847	24.537	3.194
LİMANI									
GÜLLÜK	0	0	0	0	0	2.303	18.872	2.812	28.036
LİMANI									
YALIKAVAK	0	0	0	0	0	0	0	0	366
LİMANI									
TOPLAM	1.768.777	1.178.736	1.524.020	1.949.169	2.110.505	2.072.919	2.624.499	2.925.440	2.429.02
ARTIŞLAR: %	20,64%	-33,36%	29,29%	27,90%	8,28%	-1,78%	26,61%	11,47%	-16,97%

Kaynak: Muğla İl Turizm Müdürlüğü Verileri, 2009.

Tablo 9: 2008 Yılında Muğla İli Hudut Kapılarından Ülkeye Giriş Yapan Yabancı Turistlerin Milliye

Ülkeler	İNGİLTERE	HOLLANDA	ALMANYA	RUSYA FED.	BELC
Toplam	1.298.565	225.940	206.688	165.683	141.

Kaynak: Muğla İl Turizm Müdürlüğü Verileri, 2009.

Muğla Turizminin Türkiye Ekonomisi Açısından Yeri ve Önemi

Tablo 10: Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Başlıca Turistik Merkezlerle Göre Dağılımı (2006–2008)

	2006	%	2007	%	2008	%
ANTALYA	6.011.183	30,3	7.291.734	31,2	8.564.595	32,5
İSTANBUL	5.346.681	27,0	6.453.598	27,7	7.050.748	26,8
MUĞLA	2.345.485	11,8	2.571.920	11,0	2.967.374	11,0
İZMİR	776.689	3,9	966.693	4,1	1.034.064	3,9
AYDIN	404.631	2,0	509.872	2,2	594.240	2,3
DİĞER	4.935.164	24,9	5.547.094	23,8	6.216.829	23,5
TOPLAM	19.819.833	100,0	23.340.911	100,0	26.336.677	100,0

Kaynak: www. turizm.gov.tr, (Erişim Tarihi: 26.06.2009).

Son olarak ise Tablo 11’de 2008 yılı verilerine göre, Muğla’daki ören yeri ve müzelerin ziyaretçi sayısı ve elde edilen turizm gelirleri gösterilmektedir. Muğla genelinde müzeleri toplam 322.429 kişi ziyaret etmiş ve bundan da 1.670.675 TL’lik gelir elde edilmiştir. Benzer şekilde ören yerlerini 2008 yılı itibariyle 320.095 kişi ziyaret etmiş ve bundan 1.459.389 TL’lik gelir elde edilmiştir. Toplamda ise Muğla’daki tüm ören ve müzeleri 624.524 kişi ziyaret ederek ile 3.130.064 TL’lik turizm geliri bırakmışlardır.

Tablo 11: Muğla’daki Ören Yeri ve Müzelerin Ziyaretçi Sayısı ve Elde Edilen Gelirler

Müzeler	Ziyaretçi Sayısı	Elde Edilen Gelir
Muğla Müzesi	5.123	3.053
Marmaris Müzesi	52.522	78.684
Fethiye Müzesi	525	1.000
Milas Müzesi	3.341	2.318
Bodrum Sualtı ve Arkeoloji Müzesi	222.580	1.557.270
Zeki Müren Müzesi	38.338	28.350
Müzeler Toplamı	322.429	1.670.675
Ören Yerleri	Ziyaretçi Sayısı	Elde Edilen Gelir
Amythas	3.826	22.912
Kadyanda	1.393	8.886
Gemile	8.744	45.900
Kayaköy	45.773	196.520
Kaunos	50.771	208.365
Tlos	11.598	68.355
Pınara	3.624	21.010
Letoon	7.524	32.721
Sedir Adası	87.403	418.370
Lagina	694	581
Stratonikeia	2.423	2.906
Knidos	23.382	123.778
Mavsoleion	39.746	227.512

Ozan BAHAR

Antik Tiyatro	2.489	11.778
Hereklia	5.958	29.600
Euromos	3.992	13.376
Gümüşkesen	320	2.620
Labranda	2.854	12.160
Beçin	14.458	6.066
İasos	2.438	4.720
Balıkpazarı	585	1.179
Damlıboğaz	50	74
Ören Yerleri Toplamı	320.095	1.459.389
GENEL TOPLAM	624.524	3.130.064

Kaynak: Muğla İl Turizm Müdürlüğü Verileri, 2009.

5. SONUÇ

Bu çalışma, Muğla turizmi hakkında bilgi vermek ve ilin turizm potansiyeline yönelik konuları, hem arz ve hem de talep cephesi açısından ayrıntılı olarak ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Ayrıca, Muğla turizminin Türkiye turizmi içerisindeki yeri ve öneminin de, bu çalışma kapsamında incelenmesi çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır.

Buradan hareketle, ikincil verilere dayandırılarak yapılan araştırmada elde edilen bulgulara göre kısaca şunu söylemek mümkündür. Muğla ili sahip olduğu arz kaynakları açısından Türkiye’de çok önemli bir yere sahiptir. Şöyle ki; Muğla 1124 km olan kıyı uzunluğu ile en uzun sahil şeridine sahip olan ildir. Ayrıca Muğla ili oda ve yatak sayısı olarak Türkiye’nin sırasıyla %18.2 ile %19’luk kısmını tek başına karşılamaktadır ki, bu oran Türkiye’deki diğer iller için ortalamanın çok üzerinde bir rakamı işaret etmekle beraber, Antalya’dan sonra Muğla’nın ikinci sırada yer almasını sağlamaktadır. Gelen yabancı turist sayısı açısından ise Muğla ülke genelindeki %11’lik payı ile Antalya ve İstanbul’dan sonra ülkede en fazla turist çeken üçüncü il konumundadır.

Turizmden elde edilen gelir açısından bir değerlendirme yapılacak olursa: İlin 2008 yılında elde ettiği gelirin 2.1 milyar Dolar olduğu göz önüne alındığında, Muğla turizminin tek başına Türkiye’nin bu sektörden elde ettiği gelirin %10’luk kısmını oluşturduğu görülmektedir. Bu da ülke ekonomisi açısından oldukça önemli bir gelir etkisi anlamına gelmektedir.

Türkiye’de ve sonuç olarak Muğla’da turizm sektörü, özellikle 1980 yılından sonra büyük bir gelişme göstermiş ve ülkenin ekonomik sıkıntılar yaşadığı dönemlerde büyük bir döviz girdisi sağlayarak dış açıkların giderilmesinde, işsizliğin azaltılmasında, ödemeler bilançosunun iyileştirilmesinde önemli bir paya sahip olmuştur. Dolayısıyla turizm sektörü ile ilgili politika yapımcılar (hem kamu ve hem de özel sektör temsilcileri) ilin zayıf ve kuvvetli yönlerinin detaylı bir analizini yaparak, bu sektörden daha fazla gelirin elde edilmesi noktasında çalışma yapabilirler. 2020 yılında 2 trilyon Dolara çıkacağı öngörülen uluslararası turizm gelirlerinden ilin ve sonuçta da ülkenin daha çok gelir elde etmesi, bu sektörden beklentisi olan ülke insanının

Muğla Turizminin Türkiye Ekonomisi Açısından Yeri ve Önemi

daha refah bir hayat sürmesine de yardımcı olacaktır. Sonuç olarak ilin turizm envanterinin çok çeşitli olması, ona turizm sektöründe rekabet gücü yönünden önemli ayrıcalıklar sunmaktadır. Yapılması gereken bu arz kaynaklarının sürdürülebilir politikalarla ve ileriye dönük projelerle korunarak mevcut rakiplerine göre rekabet gücü avantajını sürdürmesi ve koruyabilmesidir.

6. KAYNAKÇA

- Bahar, O. (2000), “Turizm Talebini Etkileyen Faktörler ve Bu Faktörlerin Güney Ege Turizmi Açısından İncelenmesi”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bahar, O. (2006), “Turizm Sektörünün Türkiye’nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: Var Analizi Yaklaşımı”, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt 13, Sayı 2: 137–150.
- Bahar, O. (2008), “Turizmin Yoksulluğu Önlemedeki Etkisi ve Mikro Kredi Sistemi”, Finans Politik & Ekonomik Yorumlar, Cilt 45, Sayı 523: 79–93.
- Bahar, O. ve Kozak M. (2005), Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik, Ankara: Detay Yayıncılık, Birinci Baskı.
- Bahar, O. ve Kozak M. (2008), Tourism Economics Concepts and Practices, New York: Nova Science Publishers, Inc.
- CAT, “Türkiye’nin Umudu Turizm”, <http://www.activefinans.com/activeline/sayi16/turizm.html>, s. 1., 15.03.2003.
- Cho, V. (2003), “A Comparison of Three Different Approaches to Tourist Arrival Forecasting”, Tourism Management, 24 (3): 323–330.
- DPT, (2007), Dokuzuncu Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu 2007–2013, Ankara: DPT Yayın No: 2727-ÖİK:679.
- Ege, Z. ve Gürdoğan, A. (2006), “Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Türk Turizm Sektörü Açısından Değerlendirilmesi”, Balıkesir Üniversitesi Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Akademik Fener Dergisi, Cilt 3, Sayı 5: 43–59.
- Gökovalı, U. ve Bahar, O. (2006), “Contribution of Tourism to Economic Growth in Mediterranean Countries: A Panel Data Approach”, Anatolia An International Journal of Tourism And Hospitality Research, 17 (2): 155–168.
- Kasman, K. S. ve Kasman, A. (2004), “Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Eşbütünleşme ve Nedensellik İlişkisi”, İktisat, İşletme ve Finans Dergisi, Sayı 220: 122–131.
- Pizam, A. (1999), “Life and Tourism in the Year 2050”, International Journal of Hospitality Management, 18 (4): 331–343.

- Gaines, N. ve Theodore, K. (2004), “The Impact of Health Investment on Foreign Direct Investment and Tourism in the Caribbean”, Department of Economics The University of the West Indies St. Augustine.
- Gür, T. H. (2001), “Turizm Sektörü”, Ahmet Şahinöz (Ed.), Türkiye Ekonomisi, Ankara: İmaj Yayınevi.
- Kozak, M. ve Rimmington, M. (1998), “Benchmarking: Destination Attractiveness and Small Hospitality Business Performance”, International Journal of Contemporary Hospitality, 10 (5): 184–188.
- McIntosh, R. W., Goeldner, C.R. ve Ritchie, J. (1995), Tourism Principles, Practices, Philosophies, New York: John Wiley & Sons, Inc., Seventh Edition, 1995.
- Muğla Valiliği (2003), Cumhuriyetimizin 80. Yılında Muğla, Muğla Valiliği Yayını, Muğla.
- Muğla Valiliği İl Çevre Müdürlüğü (1998), Muğla İli Çevre Durum Raporu, Muğla: Hamle Matbaacılık.
- Muğla İl Turizm Müdürlüğü Verileri, 2009.
- Olalı, H. (1968), Ege Bölgesi Turizmi ve Turizmin Mevsimlik Karakteri, İzmir: Ege Üniversitesi Yayını.
- Örücü, E. ve Ceylan, T. (1995), Muğla İlinin Sosyo-Ekonomik Yapısı (Muğla Organize Turizm Bölgesi Projesi Ön Araştırması), Muğla Üniversitesi Yayını.
- Soğancı, U. (1993), Muğla’da Turizm 93, Muğla: Muğla Valiliği İl Turizm Müdürlüğü Yayını.
- Turizm Bakanlığı (1998), Turizm 98, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara.
- Turizm Bakanlığı (2002), Turizmde Altın Dönem, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara.
- Velde, D.W. ve Nair, S. (2005), “Foreign Direct Investment, Services Trade Negotiations and Development the Case of Tourism in the Caribbean”, http://www.yesweb.org/2006/Publications_Papers%20_august%203_2006/Agenda%20Links/Second%20Session/FDI_In_CaribbeanTourism.pdf. (Erişim Tarihi: 09.06.2009)
- Yağcı, Ö. (2003), Turizm Ekonomisi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldırım, K., Karaman, D. ve Taşdemir, M. (2008), Makroekonomi, 7. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, J. ve Öcal, N. (2004), “Tourism and Economic Growth in Turkey”, Ekonomik Yaklaşım, 15 (52–53): 131–141.
- WTO (2008), Tourism Highlights 2007 Edition, Spain.
- WTTC (2009a), The 2009 Travel & Tourism Economic Research, London, United Kingdom.

Muğla Turizminin Türkiye Ekonomisi Açısından Yeri ve Önemi

WTTC (2009b), Travel & Tourism Economic Impact Turkey 2009, London, United Kingdom.

<http://www.kultur.gov.tr/TR/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF2B81939FD5B60AFAA85B8E20CBC69487>, (Erişim Tarihi: 24.06.2009).

<http://www.hazine.gov.tr>. (Erişim Tarihi: 10.05.2009)

www.turizm.gov.tr

www.tcmb.gov.tr