



## Diyarbakır'ın Destinasyon Rekabetçiliğinin Turizm Paydaşları Tarafından Değerlendirilmesi

### Evaluation of Diyarbakır's Destination Competitiveness by Tourism Stakeholders

Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK<sup>1</sup> Doğan ATAMAN<sup>2</sup> Cüneyt ATEŞ<sup>3</sup>

#### öz

Destinasyonların daha büyük pazar payları elde etmesinde destinasyon rekabet gücü önemli bir unsurdur. Turizm yöneticileri ve uygulayıcıları, destinasyonun rekabet avantajlarını tespit etmeli ve rekabetçi konumunu analiz etmelidir. Ülkelerin veya destinasyonların turizm sektöründen ne ölçüde yararlanabileceği ulusal ve uluslararası pazardaki rekabetçi konumuna bağlıdır. Bu bilgiler ışığında bu araştırmanın amacı, Diyarbakır'ın destinasyon rekabet gücünün turizm paydaşları tarafından değerlendirilmesi ve katılımcıların destinasyon rekabet gücü algılamaları arasında farklılık olup olmadığının belirlenmesidir. Bu araştırmanın önemi, destinasyon politika yapıcılarına rehberlik etmektedir. Araştırmanın amacı doğrultusunda, Diyarbakır destinasyonunda yer alan turizm paydaşlarına yüz yüze görüşme yapılarak 403 adet anket formu elde edilmiştir. Anket formu vasıtasıyla elde edilen verilere tanımlayıcı istatistikler ve farklılık analizleri uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, Diyarbakır'ın destinasyon rekabetçiliği konusunda genel olarak güçlü unsurlara sahip olduğu görülmüştür. Destinasyon rekabetçiliğini oluşturan unsurlar içerisinde doğal kaynaklar Diyarbakır bölgesinin sahip olduğu en güçlü unsurlardır. Araştırmanın bir diğer sonucuna göre, destinasyon rekabetçiliği yapılarından doğal kaynaklar ile yapay kaynaklar, destek kaynaklar, destinasyon yönetimi, durumsal koşullar ve talep koşulları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Rekabetçilik, Destinasyon Rekabetçiliği, Turizm Destinasyonu, Turizm Paydaşları, Diyarbakır

#### ABSTRACT

Destination competitiveness is an important factor for destinations to gain larger market shares. Tourism managers and practitioners should identify the competitive advantages of the destination and analyse its competitive position. The extent to which countries or destinations can benefit from the tourism sector depends on their competitive position in national and international markets. In the light of this information, the purpose of this research is to evaluate the destination competitiveness of Diyarbakır by tourism stakeholders and to determine whether there is a difference between the participants' perceptions of destination competitiveness. The importance of this research is to provide guidance to destination policy makers. In line with the purpose of the research, 403 questionnaire forms were obtained through face-to-face interviews with tourism stakeholders in Diyarbakır destination. Descriptive statistics and difference analyses were applied to the data obtained through the questionnaire form. As a result of the analyses, it was found that Diyarbakır has strong elements of destination competitiveness in general. Among the elements that make up destination competitiveness, natural resources are the strongest elements that Diyarbakır region has. According to another result of the research, there is a statistically significant difference between natural resources and artificial resources, support resources, destination management, situational conditions and demand conditions.

**Keywords:** Competitiveness, Destination Competitiveness, Tourism Destination, Tourism Stakeholders, Diyarbakır

<sup>1</sup> (Doç. Dr.) Mardin Artuklu Üniversitesi, [gulserenozaltassercek@artuklu.edu.tr](mailto:gulserenozaltassercek@artuklu.edu.tr), 0000-0001-6552-4559

<sup>2</sup> **Corresponding Author:** (Öğr. Gör.) Mardin Artuklu Üniversitesi, [doganataman@artuklu.edu.tr](mailto:doganataman@artuklu.edu.tr), 0000-0001-8602-4529

<sup>3</sup> (Öğr. Gör.) Dicle Üniversitesi, [cuneyt.ates@dicle.edu.tr](mailto:cuneyt.ates@dicle.edu.tr), 0000-0002-8315-3701



## GİRİŞ:

Turizm endüstrisinin yılda %3,3 oranında büyümesi ile 2030 yılına kadar turist sayısının 1,8 milyara ulaşması beklenmektedir (UNWTO, 2017). Turizm sektörünün gelişmesi genellikle yerel sakinlerin ekonomik refahı üzerinde doğrudan ve dolaylı olumlu etkilere neden olmaktadır (Andrades ve Dimanche, 2017). Dünya çapında farklı destinasyonları ziyaret eden turist sayısında ve bu destinasyonların pazar payı, turizm harcamaları, istihdam olanakları, turizm endüstrisinin katma değeri, kültür ve miras değerleri ve turizm deneyiminde meydana gelen büyüme destinasyonlar arasındaki rekabeti artırmıştır (Crouch, 2007; Ritchie ve Crouch, 2010; Cronjé ve Plessis, 2020; Fernández, Azevedo, Martín ve Martín, 2020)

Turizm faaliyetleri yoluyla daha kaliteli tesis ve hizmetlerin sağlanması ile girdilerin artırılması için destinasyon rekabet gücünün neden hayati bir konu olduğunun nedeni olabilir (Bahar ve Kozak, 2007). Rekabet edebilirlik, bir destinasyonun başarısı ve refahının sağlanması için esastır. Destinasyonların diğer destinasyonlara göre daha rekabetçi olabilmesi için yapılması gerekenlerin farkında olması çok önemlidir (Cronjé ve Plessis, 2020). Bu nedenle, turizm araştırmacıları ve uygulayıcıları destinasyon rekabetçiliği konusuna yönelik ilgileri giderek artış göstermiştir. Başka bir deyişle turizm endüstrisine yönelik destinasyonların yerel ve küresel çaptaki önemine ek olarak turistlerin destinasyon tercihlerini etkileyen bir çekim unsuru olması destinasyon rekabetçiliğine yönelik olan ilginin daha da artmasına neden olmaktadır (Akın, Öztürk ve Karamustafa, 2021).

Bir turizm destinasyonunun rekabet gücü, destinasyonun turistlere iyi bir turizm deneyimi ve daha iyi performans gösteren mal ve hizmetler sunma yeteneğine bağlıdır. Bir destinasyonun rekabet avantajlarının belirlenmesi ve rekabetçiliğinin analiz edilmesi turizm paydaşları tarafından gerçekleştirilmektedir. Destinasyon rekabet gücünün turizm paydaşları tarafından belirlenmesine yönelik (Ekin, 2004; Armenski, Vladimir, Nemanja ve Tamara, 2011; Hallmann, Müller, Feiler ve Roth, 2012; Hallmann, Müller ve Feiler, 2014; Zhou, Deng ve Selin, 2015; Armenski, Dwyer ve Pavlukovič, 2018; Akkuş, 2018; Goffi, Cucculelli ve Masierovd, 2019; Akkuş ve Büyükyılmaz, 2020; Akın vd., 2021; Aylan ve Sezgin, 2021; Akın, Öztürk ve Karamustafa, 2022; Milutinovic, Musanovic ve Beric, 2022; Karaduman ve Yılmaz, 2024) çalışmalar yapılmıştır. Destinasyon rekabetçiliğine olan ilginin artması bir dizi araştırmanın yapılmasını teşvik etmiştir. Bu çalışmalar incelendiğinde deniz-kum-güneş (Heath, 2002; Hallmann vd., 2014; Andrades ve Dimanche, 2019) gibi daha yaygın kullanılan unsurlara sahip destinasyonların araştırıldığı görülmektedir. Bunun yanında, kültürel unsurlara sahip ve sınırlı sayıda ürün sunan destinasyonlara yönelik rekabetçilik araştırmalarının sınırlı sayıda olduğu anlaşılmaktadır (Akın vd., 2021). Buradan hareketle bu çalışmada, kültürel zenginliklerinin yanında birçok turizm ürünü barındıran Diyarbakır bölgesinin destinasyon rekabet gücünün belirlenmesi, bilgi birikimine yönelik daha kapsamlı ve güncel katkıların sunulması için birçok turizm paydaşının görüşünün ele alınması ve bu görüşlerin değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın bir diğer amacı ise, paydaşların destinasyon rekabet gücü algılamaları arasında farklılık olup olmadığının belirlenmesidir.

### 1. Literatür Taraması

Rekabet edebilirliğin turizmde oynadığı rolü anlamak için öncelikle bu kavramı tanımlamak gerekmektedir. Literatürde sunulan tanımlar rekabetçilik için hem makro hem de mikro düzeyde çarışimler sağlamaktadır. Makro bir perspektiften bakıldığında rekabet edebilirlik, bir ulusun küresel çaptaki varlığını etkileyen hem sosyokültürel hem de ekonomik faktörleri içerisine alan geniş bir yapıdır. Diğer yandan, mikro bir perspektiften işletme düzeyinde bir olgu olarak görülmesi ve işletmeye özgü davranışların rekabet gücünü belirlemesi şeklinde tanımlanmaktadır (Dwyer ve Kim, 2003).

Destinasyon rekabetçiliği kavramı, bir destinasyonun diğer rakip destinasyonlara karşı pazardaki mevcut durumunu korurken kaynakları koruyan katma değerli ürünler yaratma ve sunma yeteneği

olarak tanımlanmaktadır (Hassan, 2000). Diğer bir tanım ise, bir destinasyonun kendi pazar konumunu sürdürme ve bunu zaman içinde paylaşma veya geliştirme yeteneğidir (d'Hartserre, 2000). Bir çok değişken destinasyon rekabetçiliği kavramıyla ilişkilidir. Bunlar, ziyaretçi sayıları, pazar payı, turizm harcamaları, istihdam, turizm endüstrisinin katma değeri, zengin kültür ve miras ve turizm deneyiminin kalitesi gibi nesnel olarak ölçülen değişkenleri içerir (Dwyer ve Kim, 2003).

Destinasyon rekabetçiliği, bir destinasyonun turistlerin değer verdiği turizm deneyimi açısından rakip destinasyonlardan daha iyi performans gösteren mal ve hizmetler sunma yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Dwyer ve Kim, 2003). Destinasyonların oldukça rekabetçi bir pazarda nasıl başarılı olabileceğine yönelik akademik ilgi, 1990'ların sonlarına kadar çeşitli turizm araştırmacılarının bu konunun önemini vurgulamasıyla başlamıştır (Buhalis, 2000). Bununla birlikte, destinasyon rekabetçiliğini turizm literatürüne kazandıran Crouch ve Ritchie'nin (1999) çalışması olmuştur. Bu çalışmada, karşılaştırmalı olarak turizm destinasyonlarının destinasyon rekabetçiliği unsurlarına yönelik avantajları incelenmiştir.

Destinasyonlar arasındaki yoğun rekabet, sınırlı kaynaklar konusundaki endişeler ve rekabet edebilirliğin kritik bir başarı faktörü olarak kabul edilmesi, turizm destinasyonlarının rekabet edebilirliği üzerine genişleyen literatürüne katkıda bulunmuştur (Enright ve Newton, 2004). Dahası son yirmi yılda turizm araştırmacıları, şehirlerin, bölgelerin ve hatta ülkelerin turizm destinasyonları olarak rekabet edebilirliğini ölçmeye ve aynı zamanda onların geliştirilmiş ve sürdürülebilir rekabetçi konumlarına katkıda bulunabilecek faktörleri belirlemeye yönelik çok sayıda araştırma yapmıştır (Crouch ve Ritchie, 1999; Dwyer ve Kim, 2003; Novais, Ruhanen ve Arcodiavd, 2018; González-Rodríguez, Díaz-Fernández, Pulido-Pavón, 2023; Mior Shariffuddin, Azinuddin, Hanafiah ve Wan Mohd Zain, 2023).

Destinasyonların rekabet gücünü anlamak için, rekabet gücünü oluşturan tüm temel unsurlar dikkate alınmalıdır. Destinasyonların başarılı bir şekilde rekabet edebilmeleri için sadece sahip oldukları kaynakların zenginliği yeterli değildir. Rekabetçi ve sürdürülebilir bir turizm endüstrisi için elde edilen faydaların tüm paydaşlar arasında paylaşılması, herkes için uygun bir yönetim anlayışı ve pazarlama stratejisi geliştirilmesi, etkin bir turizm politikasının oluşturulması ve turizm endüstrisini destekleyen bir devlete sahip olmak gereklidir (Gomezalja ve Mihalic, 2008).

Araştırmacılar, destinasyon rekabetçiliğini yönlendiren güçleri tanımlamayı ve açıklamayı amaçlayan teorik modellerin geliştirilmesiyle de ilgilenmişlerdir. Destinasyon rekabetçiliği ile ilgili olarak önemli sayıda model farklı yazarlar tarafından önerilmiştir (Heath, 2002; Dwyer ve Kim, 2003; Ritchie ve Crouch, 2003; Bahar ve Kozak, 2007; Andrades, Sanchez-Rivero ve Pulido-Fernandez, 2014). Mevcut modeller arasında Ritchie ve Crouch'un (Crouch ve Ritchie, 1999; Ritchie ve Crouch, 2003) destinasyon rekabetçiliği modeli, destinasyon rekabetçiliği kavramının en kapsamlı teorik açıklaması olarak kabul edilmektedir. Bu model sonraki yıllarda farklı modellerin geliştirilmesine katkıda bulunmaktadır.

Destinasyon rekabetçiliğine yönelik olarak ortaya atılan bu modeller incelendiğinde, bu modellerin genel itibarıyla önceki modelleri esas alarak onların eksikliklerinin giderilmesine ve onları geliştirmeye yönelik olduğu görülmektedir. Dahası bu modellerin sunulduğu araştırmalarda, destinasyon rekabetçilik analizinin yapılması ve rekabetçi konumunun belirlenmesine yönelik göstergeler üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda belirtilen göstergeler bir bütün olarak incelendiğinde, destinasyonların sahip olduğu doğal ve yapay kaynaklarının yanı sıra devlet politikaları, turist algısı, turist deneyimi, turist motivasyonu, alt yapı olanaklarının yeterliliği, güvenlik algısı, destinasyon imajı ve sürdürülebilirlik gibi faktörler ön plana çıkmıştır (Akın vd., 2021).

## 1.1 Modelin Kavramsallaştırılması

Bu araştırmada Dwyer ve Kim'in 2003 yılında yaptıkları çalışmada geliştirdikleri bütünleştirilmiş rekabet modeli esas alınmıştır. Bütünleştirilmiş rekabet modeli, literatürde özellikle Crouch ve Ritchie (1999) ve diğer turizm araştırmacıları tarafından önerildiği gibi ulusal firma rekabet edebilirliğinin ana unsurlarını ve destinasyon rekabetçiliğinin ana unsurlarını bir araya getirmektedir.

Destinasyon rekabetçiliği çerçevesinde geliştirilen bu model, doğal, yapay ve destek kaynakları ile durumsal koşullar, destinasyon yönetimi ve talep koşulları başlıklarını içermektedir (Dwyer ve Kim, 2003). Doğal kaynaklar, yapay kaynaklar ve destek kaynaklar bir destinasyonu ziyaret etmeyi çekici kılan özellikleri kapsamaktadır. Destinasyon yönetimi, doğal ve yapay kaynakların çekiciliğini artıran, destek kaynakların kalitesini güçlendiren ve durumsal koşullara en iyi uyum sağlayan faktörleri kapsar. Bu kategori, destinasyon yönetimi organizasyonlarının, destinasyon pazarlama yönetiminin, destinasyon politika ve planlamasını geliştirmenin, insan kaynaklarının geliştirilmesinin ve çevre yönetiminin faaliyetlerini içermektedir (Crouch ve Ritchie, 1999). Model içerisinde yer alan talep koşulları turizm talebinin üç ana unsuru olan farkındalık, algı ve tercihleri kapsamaktadır. Durumsal koşullar ise, bir destinasyonun rekabetçiliğini hafifletebilir, değiştirebilir ve hatta azaltabilir. Bu tür faktörler; varış yerinin konumu, mikro ve makro çevre, güvenlik algısı ve fiyat rekabetçiliği gibi özellikleri barındırmaktadır (Gomezalja ve Mihalic, 2008). Destinasyon rekabetçiliğini oluşturan unsurlardan doğal kaynaklar DKAY, yapay kaynaklar YKAY, destek kaynaklar DESKAY destinasyon yönetimi DYÖN, durumsal koşullar DURK, talep koşulları TALK şeklinde kodlanmıştır.

## 1.2. Hipotez Geliştirme

Bir destinasyonun rekabet gücü, turizm kaynakları ve destinasyon yönetimi arasındaki uyuma bağlı olarak gelişmektedir. Dolayısıyla turizm, hangi turizm çekiciliklerinin turistlere nasıl değer kattığına ve destinasyon kaynaklarının ne kadar iyi yönetildiğine bağlı olarak turizm pazarında başarılı bir konumda yer almaktadır (Armenski, Gomezalja, Djurdjev, Ćurčić ve Dragin, 2012).

Turizm destinasyonu rekabetçiliği üzerine yapılan önceki çalışmalar, "doğal kaynakların" en rekabetçi, "Destinasyon yönetiminin" ise en az rekabetçi olduğunu doğrulamaktadır (Gomezalja ve Mihalic, 2008; Armenski vd., 2012; Popesku ve Pavlovic, 2013; Armenski vd., 2018; Milutinovic vd., 2022). "Doğal kaynaklar" ile "Destinasyon yönetiminin" bir turizm destinasyonunun temel güçlü ve zayıf yönleri olup olmadığını belirlemek için Gomezalja ve Mihalic, 2008; Armenski vd., 2012; Popesku ve Pavlovic, 2013; Armenski vd., 2018; Milutinovic vd., 2022 çalışmalarından yararlanılarak aşağıdaki hipotezler ve alt hipotezler oluşturulmuştur:

H1: Turizm destinasyonu rekabet gücü modelindeki en güçlü yapı "Doğal kaynaklar" dır.

H1<sub>1</sub>: "Doğal kaynaklar" ve "Yapay kaynaklar" ifadelerinin ortalama değerlerine ilişkin tutumlar arasında anlamlı bir fark vardır.

H1<sub>2</sub>: "Doğal kaynaklar" ve "Destekleyici kaynaklar" ifadelerinin ortalama değerlerine ilişkin tutumlar arasında anlamlı bir fark vardır.

H1<sub>3</sub>: "Doğal kaynaklar" ve "Destinasyon yönetimi" ifadelerinin ortalama değerlerine ilişkin tutumlar arasında anlamlı bir fark vardır.

H1<sub>4</sub>: "Doğal kaynaklar" ve "Durumsal koşullar" ifadelerinin ortalama değerlerine ilişkin tutumlar arasında anlamlı bir fark vardır.

H1<sub>5</sub>: “Doğal kaynaklar” ve “Talep koşulları” ifadelerinin ortalama değerlerine ilişkin tutumlar arasında anlamlı bir fark vardır.

H2: Turizm destinasyonu rekabet gücü modelindeki en zayıf yapı “Destinasyon yönetimi” dir.

H2<sub>1</sub>: “Destinasyon yönetimi” ve “Yapay kaynaklar” ifadelerinin ortalama değerlerine ilişkin tutumlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2<sub>2</sub>: “Destinasyon yönetimi” ve “Destekleyici kaynaklar” ifadelerinin ortalama değerlerine ilişkin tutumlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2<sub>3</sub>: “Destinasyon yönetimi” ve “Durumsal koşullar” ifadelerinin ortalama değerlerine ilişkin tutumlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2<sub>4</sub>: “Destinasyon yönetimi” ve “Talep koşulları” ifadelerinin ortalama değerlerine ilişkin tutumlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.

## 2. Yöntem

Diyarbakır bölgesinin destinasyon rekabet gücünün belirlenmesi kapsamında alan yazına birtakım katkıların ve önerilerin sunulmasını amaçlayan bu çalışma, destinasyon rekabetçiliği ölçeği vasıtasıyla verilerin toplanması ve analiz edilmesini içermektedir. Bütün destinasyonlara uygulanabilen bir destinasyon rekabetçiliği modeli bulunmamasından dolayı (Yüzbaşıoğlu, Çelik ve Topsakal, 2016) bu araştırmada, destinasyon rekabetçiliğine etki eden unsurların değerlendirilmesi yoluyla toplamda altı faktör olarak oluşturulan, Dwyer ve Kim'in (2003) Tourism Destination Competitiveness (Turizm Destinasyon Rekabetçiliği) ölçeğinin Akın vd., (2021) tarafından Kapadokya bölgesine uyarlanması esas alınarak oluşturulan ölçekten yararlanılmıştır. Destinasyon rekabetçiliğinin belirlenmesine yönelik olan ölçekte demografik özelliklerinin belirlenmesine yönelik 7 adet soru ve destinasyon rekabetçiliğinin gücünü belirlemeye yönelik 6 faktör ve bunlara ait 62 adet 5'li Likert yöntemine göre hazırlanmış olan ifadeler bulunmaktadır.

Alternatif turizm çeşitlerinden kültür turizm potansiyelinin yüksek olması (Değerliyurt, Recep, Aydoğmuş, Kaya ve Türkmen, 2013) ve şimdiye kadar destinasyon rekabetçiliği konusuna ilişkin bir araştırmaya rastlanmadığından dolayı bu araştırmanın evreni olarak Diyarbakır ili seçilmiştir. Bütün kişilere ulaşmanın zor olmasından dolayı araştırmanın örnekleme Diyarbakır ilinde yer alan turizm paydaşları (otel yöneticileri, seyahat acente yöneticileri, turizm ile ilişkili kamu görevlileri, Sosyal Bilimler MYO Otel, Lokanta ve İkrâm Hizmetleri Bölümü öğretim üyeleri, Sosyal Bilimler MYO Otel, Lokanta ve İkrâm Hizmetleri Bölümü öğrencileri, turizm lisesi öğretmenleri, turizm lisesi öğrencileri ve yerel halk) ve Diyarbakır ilini ziyaret eden turistler dahil edilmiştir. Araştırmanın evreninin 100.000 kişiden fazla olması durumunda, %95 güvenirlilik ve %5 hata payıyla 384 kişiden veri toplanılması gerektiği hesaplanmıştır (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2018). Araştırmanın örnekleme kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak ulaşılmaya çalışılmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi, örneklemin en ihtiyaç duyulandan başlanmak üzere oluşturulduğu ya da en kolay ulaşılabilen veya maksimum tasarruf sağlayacak örneklem üzerinde çalışılması durumudur (Cohen, Manion ve Morrison, 2002).

Araştırmanın verileri nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Araştırma verileri, 2022 yılı Eylül- Kasım ayları arasında turizm paydaşları ile yüz yüze görüşülerek elde edilmiştir. Bu veriler SPSS analiz programı ile analiz edilmiştir. Destinasyon rekabetçiliği ölçeğindeki olası anlaşılmayan ifadelerin belirlenmesi ve ortadan kaldırılmasına dönük 54 katılımcıya pilot test uygulaması yapılmıştır. Katılımcıların ölçeği yanıtlarken ve yanıtladıktan sonraki eğilimleri izlenmiş, katılımcılar genel olarak ölçeği anlaşılır kabul ettikleri ve ifadelerin kısa ve öz olması nedeniyle

destinasyon rekabetçiliği ölçeğini cevaplamaya hevesli ve istekli oldukları gözlemlenmiştir. Bu sebepten dolayı ölçeğin içerik geçerliği bu şekilde sağlanmış olduğu varsayılmıştır. Ölçeğin güvenilirliğini ölçmek amacıyla Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Bu değer 0,60 üzerinde bir değere sahip olması ölçeğin güvenilir bir ölçek olduğunu belirtmektedir. Bir ölçeğin güvenilir olabilmesi için bu katsayının yüksek olmasının tek başına yeterli olmadığı ancak birincil koşul olarak kabul edildiğini belirtmiştir (Karasar, 2020). Katılımcıların turizm paydaşı olmaları şartıyla veriler yüz yüze görüşülerek toplanmıştır. Toplamda 403 anket formu yanıtlanmış ve analize uygun olduğuna karar verilen 391 anket formu analizlere tabi tutulmuştur. Ölçekte yer alan 62 ifadeye uygulanan analizde bu katsayının ( $\alpha=0,968$ ) oldukça yüksek düzeyde güvenilir olduğu saptanmıştır.

### 3. Bulgular

Destinasyon rekabetçiliği konusunda ilgili literatür incelendiğinde (Enright ve Newton, 2004; Gomezelja ve Mihalic, 2008; Yüzbaşıoğlu vd., 2016; Akın vd., 2020), birçok araştırma destinasyonların rekabet gücünün belirlenmesine dönük olarak destinasyon rekabetçiliğinde ortaya çıkan faktörler ve bu faktörlere ait alt ifadelerin ortalama ve standart sapma değerlerinden yararlandığı görülmüştür. Dolayısıyla destinasyon rekabet gücü ifadelerin ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizine geçmeden önce verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin belirlenmesine dönük olarak Kolmagorov-Smirnov testi yapılmıştır. Bu testin sonucuna göre veriler normal dağılım göstermemiştir. Bu süreçten sonra analizlere parametrik olmayan testler ile devam edilmesi gerekmektedir (Coşkun vd., 2015). Ancak, çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ile +2 arasında olması verilerin normal dağıldığını kabul edip parametrik testler ile devam edilebileceği de ifade edilmektedir (Kunan, 1998; Ryu, 2011). Dolayısıyla, katılımcıların Diyarbakır turizminin destinasyon rekabetçiliğine ilişkin unsurlar arasında anlamı bir farklılık olup olmadığının belirlenmesi için bağımlı örneklem t testi (paired simple t testi) yapılmıştır.

Turizm rekabet gücü faktörleri arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla, rekabet gücünü oluşturan faktörlerin her biri için ortalama değerler hesaplanmıştır. Araştırmada kullanılan "Turizm Destinasyonu Rekabetçiliği" modeline göre faktörlerin ortalamaları incelendiğinde turizm kaynakları içerisinde doğal kaynaklar (3,87) en yüksek ortalamaya sahiptir. Daha sonra destek kaynaklar (3,69) ve yapay kaynaklar (3,62) gelmektedir. Destinasyon yönetimi 3,61 ortalamaya sahipken talep koşulları 3,67 ve son olarak durumsal koşullar 3,58 ortalamaya sahiptir.

Diyarbakır bölgesinin destinasyon rekabet gücünün ortaya çıkarılması için yapılan inceleme sonucunda, Diyarbakır ilinin destinasyon rekabetçiliği konusunda en güçlü olduğu yönler; tarihi ve kültürel alanlar, sanatsal ve mimari özellikler, mutfak çeşitliliği ve konaklama tesislerinin kalitesi olarak görülmektedir. En zayıf olduğu yönler ise; su aktiviteleri, macera aktiviteleri, çevresel temizlik ve eğlence parkları/tema parkları oluşturmaktadır. Tüm ifadeler değerlendirildiğinde ise, turizm paydaşlarının görüşlerine göre Diyarbakır bölgesinin sahip olduğu unsurlar bakımından genel anlamda güçlü bir yapıya sahip olduğu söylenebilir.

Diyarbakır destinasyonuna yönelik turizm paydaşlarının doğal kaynaklara yönelik ortalama değerleri incelendiğinde, bütün ifadelerin ortalamasının üzerinde bir değere sahip olduğu görülmektedir. Buna göre, doğal kaynaklar bakımından Diyarbakır bölgesinin destinasyon rekabetçiliğinde güçlü yönlere sahip olduğu söylenebilir. Doğal kaynaklar ifadelerinin ortalamasının üzerinde ve en yüksek değerlere sahip olması Diyarbakır bölgesinin doğal, tarihi ve kültürel güzellikleriyle bağdaştırılabilir. Yapay kaynaklar unsurlarına yönelik bütün ifadelerin de ortalamasının üzerinde değerleri oluşturduğu saptanmıştır. Ancak doğal kaynaklara göre daha düşük değerlere sahiptir. Özellikle, su aktiviteleri, kış aktiviteleri ve macera aktiviteleri daha düşük değerlere sahiptir. Bölgenin sahip olduğu su aktiviteleri ifadesine yönelik ortalamasının daha düşük seviyede olması genel itibarıyla bölgenin coğrafik



özelliklerinden ilişkilendirilebilirken diğer ifadelerin değerlerinin düşük olması bu doğrultuda Diyarbakır destinasyonunda turizme yönelik yatırımların az olduğu ile ilişkilendirilebilir. Genel olarak değerlendirildiğinde ise Diyarbakır bölgesinin yapay kaynaklar konusunda rekabetçi olduğu söylenebilir.

Turizm sektörüyle ilişkili aktivite ve faaliyetleri kapsayan destek kaynaklar altında yer alan bütün ifadelerin ortalama değerden daha büyük bir değere sahiptir. Destek kaynaklara yönelik ifadelerden “yerel halkın turistlere yönelik cana yakınlık derecesi”, “destinasyonundaki turist güvenliği ve emniyetinin yeterliliği” ile “destinasyonundaki ulaşım olanaklarının sıklığı” ifadeleri en yüksek ortalama sahiptir. Bölge insanının genel itibarıyla bütün yabancılara karşı sıcakkanlı olması ve bir bütün olarak bölge genelinde güven ortamının var olması böyle bir sonucu ortaya çıkarmıştır. Destek kaynaklara yönelik ifadeler içinde en düşük ortalama ise, gümrük bürosu görevlilerinin tutum/tavırları, vize maliyetlerinin yüksekliği ve turistlere yönelik iletişim sistemlerinin yeterliliği ifadeleri sahiptir. Bu ifadelerin düşük olması Türkiye içindeki yasal prosedürler ile ilişkilendirilebilir.

Demografik özelliklere yönelik tanımlayıcı istatistiklere göre, katılımcıların %47,3’ü kadın ve %52,7’sini de erkek oluşturmaktadır. Bu katılımcıların %41,4’ü 18-25 yaş aralığında olup geri kalanı diğer yaş gruplarına dağılmıştır. Eğitim durumlarına göre katılımcıların %30,4’ü ön lisans %29,7’si lisans, %5,6’sı yüksek lisans ve doktora, %4,3’ü ise ilk okul ve orta okul mezunlarıdır. Son olarak aylık gelirleri incelendiğinde ise, katılımcıların %35,8’inin 6000 TL üstü gelire sahip olduğu görülmektedir (Tablo:1).

**Tablo 1:** Demografik Bilgiler

Demografik Özellikler	Gruplar	N	%
Cinsiyet	Kadın	185	47,3
	Erkek	206	52,7
Yaş	18-25	162	41,4
	26-35	98	25,1
	36-45	68	17,4
	46-55	36	9,2
	56+	21	5,4
	Kayıp veri	6	1,5
Eğitim Durumu	İlkokul	17	4,3
	Ortaokul	17	4,3
	Lise	69	17,6
	Ön Lisans	119	30,4
	Lisans	116	29,7
	Yüksek Lisans-Doktora	22	5,6
	Kayıp veri	31	7,9
Aylık Gelir Durumu	3000 TL ve altı	146	37,6
	3001-4500 TL	24	6,1
	4501-6000 TL	54	13,8
	6000 + TL	140	35,8
	Kayıp Veri	27	6,9

Tablo 2’de araştırmaya katılan turizm paydaşlarının görevleri ve sektörde çalışma süreleri incelendiğinde bunların %33,8’i yerel halk, %16,6’sı kamu görevlisi, %13,8’i Sosyal Bilimler MYO Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü öğrencisi, %11,3’ü turist, %7,7’si turizm lisesi öğrencisi, %6,9’u otel yöneticisi, %4,1’i seyahat acentesi yöneticisi, %3,3’ü turizm lisesi öğretmeni ve %2,6’sı ise Sosyal Bilimler MYO Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü öğretim üyesinden oluşmaktadır. Bu

paydaşların sektörde çalışma sürelerine bakıldığında katılımcıların %60,9'unun 0-5 yıl arasında sektörde çalıştığı görülmektedir.

**Tablo 2:** Paydaşların Görevleri ve Sektörde Çalışma Süreleri

Demografik Özellikler	Gruplar	N	%
Katılımcıların Meslekleri/çalıştıkları pozisyon veya Görevine ait bilgiler	Kamu Görevlisi	65	16,6
	Otel Yöneticisi	27	6,9
	Seyahat Acentesi Yöneticisi	16	4,1
	Sosyal Bilimler MYO Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü Öğretim Üyesi	10	2,6
	Sosyal Bilimler MYO Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü Öğrencisi	54	13,8
	Turizm Lisesi Öğretmeni	13	3,3
	Turizm Lisesi Öğrencisi	30	7,7
	Yerel Halk	132	33,8
	Turist	44	11,3
Katılımcıların turizm sektörüyle bağlantılı olarak çalıştıkları sürelerle ait bilgiler	0-5	238	60,9
	6-10	58	14,8
	11-15	50	12,8
	16-20	25	6,4
	21+	12	3,1
	Kayıp veri	8	2,0

Katılımcıların destinasyonun sahip olduğu doğal kaynaklarına yönelik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3'te gösterilmektedir. Buna göre bütün ifadelerin ortalamasının üzerinde olduğu anlaşılmıştır. Tarihi ve kültürel alanlar (4,32), Mutfak çeşitliliği (4,31) ile Sanatsal ve mimari özellikler (4,29) en yüksek ortalamaya sahip ifadelerdir. Dolayısıyla destinasyonun daha çok bu açılarından güçlü yönleri sahip olduğunu söylemek mümkündür.

**Tablo 3:** Doğal Kaynaklar Unsurlarına Yönelik Değerler

	İfadeler	Ortalama	Std. Sapma
1	DKAY1	3,37	1,14
2	DKAY2	3,67	1,01
3	DKAY3	3,70	,952
4	DKAY4	3,92	,930
5	DKAY5	3,61	1,08
6	DKAY6	3,58	,948
7	DKAY7	3,97	,832
8	DKAY8	4,29	,928
9	DKAY9	4,32	,933
10	DKAY10	4,31	,931
<b>Genel Ortalama</b>		<b>3,87</b>	<b>,685</b>

Katılımcıların yapay kaynaklar ifadelerine yönelik değerleri Tablo 4'te gösterilmektedir. Tabloya göre bütün ifadeler ortalamasının üzerinde bir değere sahiptir. Ortalama değeri en düşük olan ifadeler destinasyonda yer alan su aktiviteleri (3,14) ve macera aktiviteleri (3,17) 'dir. Destinasyon rekabetçiliğinde bu ifadeler bölgenin en zayıf olduğu yönlerini göstermektedir.

**Tablo 4:** Yapay Kaynaklar Unsurlarına Yönelik Değerler

	İfadeler	Ortalama	Std. Sapma
11	YKAY1	3,14	1,17
12	YKAY2	3,26	1,04



13	YKAY3	3,34	1,01
14	YKAY4	3,17	1,15
15	YKAY5	3,36	1,08
16	YKAY6	3,76	1,13
17	YKAY7	3,86	1,06
18	YKAY8	3,67	,928
19	YKAY9	4,07	1,32
20	YKAY10	3,75	,949
21	YKAY11	3,71	,944
22	YKAY12	3,69	,941
23	YKAY13	3,71	,957
24	YKAY14	3,63	,970
25	YKAY15	3,69	,931
26	YKAY16	3,84	,889
27	YKAY17	3,59	,958
28	YKAY18	3,59	,956
29	YKAY19	3,91	1,04
30	YKAY20	3,92	1,04
31	YKAY21	3,76	,950
<b>Genel Ortalama</b>		<b>3,62</b>	<b>,686</b>

Destinasyon rekabetçiliğinde Diyarbakır bölgesinin sahip olduğu destek kaynaklara yönelik ifadelerin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 5'te yer almaktadır. Destek kaynaklara yönelik bütün ifadeler ortalamanın üzerindedir. Dolayısıyla destek kaynaklar destinasyon rekabetçiliğinde Diyarbakır bölgesinin güçlü yönlerini oluşturmaktadır. Bu ifadelerden “yerel halkın turistlere yönelik cana yakınlığı” (4,14) ifadesi ortalamalara göre en yüksek değere sahiptir.

**Tablo 5:** Destek Kaynakları Unsurlarına Yönelik Değerler

	<b>İfadeler</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Std. Sapma</b>
32	DESKAY1	3,74	,958
33	DESKAY2	3,62	1,00
34	DESKAY3	3,56	1,04
35	DESKAY4	3,84	1,09
36	DESKAY5	3,67	,990
37	DESKAY6	3,65	,930
38	DESKAY7	3,64	,969
39	DESKAY8	3,92	1,14
40	DESKAY9	3,61	,973
41	DESKAY10	3,50	1,05
42	DESKAY11	3,55	1,30
43	DESKAY12	3,62	1,26
44	DESKAY13	4,14	1,14
<b>Genel Ortalama</b>		<b>3,69</b>	<b>,824</b>

Tablo 6'da Diyarbakır bölgesinin turizm paydaşlarının destinasyon yönetimi ifadelerine yönelik değerlerin ortalamaları gösterilmektedir. Tablo incelendiğinde destinasyon yönetimine ait bütün ifadelerin ortalamanın üzerinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Diyarbakır bölgesinin destinasyon rekabetçiliğinde destinasyon yönetimi açısından güçlü yönleri sahip olduğunu söylemek mümkündür.

**Tablo 6:** Destinasyon Yönetimi Unsurlarına Yönelik Değerler

	<b>İfadeler</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Std. Sapma</b>
45	DYÖN1	3,65	1,09
46	DYÖN2	3,58	1,02
47	DYÖN3	3,69	,973

48	DYÖN4	3,68	,966
49	DYÖN5	3,44	,961
50	DYÖN6	3,47	,949
51	DYÖN7	3,67	,936
52	DYÖN8	3,71	,941
<b>Genel Ortalama</b>		<b>3,61</b>	<b>,795</b>

Tablo 7 incelendiğinde sadece “Destinasyonda turistlere yönelik işlenen suçların görülme sıklığı” (2,92) ifadesi destinasyonun zayıf yönünü gösterirken geriye kalan ifadelerin tamamı ortalamanın üzerinde olduğu için destinasyonun güçlü yönünü ortaya koymaktadır.

**Tablo 7: Durumsal Koşullar Unsurlarına Yönelik Değerler**

	<b>İfadeler</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Std. Sapma</b>
53	DURK1	3,77	,902
54	DURK2	3,57	1,05
55	DURK3	3,62	,980
56	DURK4	3,78	,926
57	DURK5	3,77	,909
58	DURK6	3,53	,988
59	DURK7	2,92	1,37
60	DURK8	3,74	,869
<b>Genel Ortalama</b>		<b>3,58</b>	<b>,713</b>

Tablo 8’de yer alan katılımcıların talep koşullarına yönelik ortalamaları incelendiğinde bütün ifadelerin ortalamasının üzerinde olduğu görülmüştür. Bu durum, destinasyonun talep koşulları açısından güçlü yönlerini belirtmektedir. Ancak bu ifadelerle yönelik değerlerin yeteri kadar yüksek olmadığı görülmektedir. Destinasyonun ulusal ve uluslararası bilinirliğinin ve rekabetçiliğinin artması için politika yapıcıların ve yerel yönetimlerin, talep koşullarına yönelik ifadelerin olabildiğince yüksek seviyelere getirilmesi konusunda yoğun çaba sarfetmeleri gerekmektedir.

**Tablo 8: Talep Koşulları Unsurlarına Yönelik Değerler**

	<b>İfadeler</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Std. Sapma</b>
61	TAL1	3,67	,943
62	TAL2	3,67	1,00
<b>Genel Ortalama</b>		<b>3,67</b>	<b>,913</b>

Destinasyon rekabetçiliği ölçeğinde yer alan bütün ifadelerin genel ortalamalarının bir bütün olarak incelenmesi, faktörlerin birbirleriyle kıyaslanabilmeleri açısından önem taşımaktadır. Destinasyon rekabetçiliği ölçeğinde yer alan altı faktörün genel ortalamaları hesaplanmış ve bu ortalamalara göre sıralanmıştır. Buna göre, sırasıyla doğal kaynaklar ( $\alpha = 3,87$ ), destek kaynaklar ( $\alpha = 3,69$ ), talep koşulları ( $\alpha = 3,67$ ), yapay kaynaklar ( $\alpha = 3,62$ ), destinasyon yönetimi ( $\alpha = 3,61$ ), ve durumsal koşullar ( $\alpha = 3,58$ ) faktörü gelmektedir. Bu sonuca göre, ölçekte yer alan bütün faktörlerin genel olarak ortalamasının üzerinde bir değere sahip olduğu saptanmıştır. Doğal kaynakların destinasyon rekabetçiliği bakımından bölgenin güçlü yönünü oluştururken durumsal koşullar zayıf yönünü oluşturmaktadır.

Diyarbakır turizminin güçlü ve zayıf yönlerini belirlemek için Tablo 9 ve Tablo 10’da Bağımlı Örneklem T Testi kullanılmıştır. Yapıların aritmetik ortalamaları arasındaki farkların test edilmesine ilişkin sunulan sonuçlara dayanarak, “Doğal kaynaklar”ın rekabet gücü modelinin en güçlü yapısı olduğu sonucuna varılabilir. Yukarıdakilere dayanarak, H1 hipotezi kabul edilmiştir. Analiz, “Doğal kaynaklar” yapısının ve modeldeki diğer yapıların değerlendirilmesinde istatistiksel olarak anlamlı bir farkın varlığını belirlemiş ve bu da birinci hipotezin alt hipotezlerini doğrulamıştır.

**Tablo 9:** Bağımlı Örneklem t Testi

		Ortalama	Std. Sapma	t	df	Sig.
1	DKAY- YKAY	,24846	,64880	7,573	390	,000
2	DKAY - DESKAY	,17846	,72063	4,897	390	,000
3	DKAY - DYÖN	,26051	,75668	6,808	390	,000
4	DKAY - DURK	,28725	,75223	7,551	390	,000
5	DKAY - TALK	,19902	,85333	4,612	390	,000

Bu çalışmadaki turizm paydaşlarına göre, “Destinasyon yönetimi” yapısı rekabet gücü modelindeki en zayıf yapı konumunda değildir ve buna dayanarak H2 kabul edilmemiştir. Analize göre, Diyarbakır'ın rekabet gücünün azalmasına “Durumsal koşullar” önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır. “Destinasyon yönetimi” yapısının ve modeldeki diğer yapıların değerlendirilmesinde, destinasyon yönetimi ile destek kaynaklar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu belirlenmiş ve bu da ikinci hipotezin ikinci alt hipotezini doğrulamıştır. Ancak, destinasyon yönetimi ile yapay kaynaklar, durumsal koşullar ve talep koşulları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık oluşmamış bu da ikinci hipotezin birinci, üçüncü ve dördüncü alt hipotezleri reddedilmiştir.

**Tablo 10:** Bağımlı Örneklem t Testi

		Ortalama	Std. Sapma	t	df	Sig.
1	DYÖN- YKAY	-,01205	,65694	-,363	390	,717
2	DYÖN - DESKAY	-,08204	,65923	-2,461	390	,014
3	DYÖN - DURK	,02675	,64220	,824	390	,411
4	DYÖN - TALK	-,06149	,87669	-1,387	390	,166

## SONUÇ:

Bu araştırmada, kültürel ve tarihi zenginliklerinin yanında birçok turizm ürünü barındıran Diyarbakır bölgesinin destinasyon rekabet gücünün belirlenmesi ve bilgi birikimine yönelik daha kapsamlı ve güncel katkıların sunulması için birçok turizm paydaşının görüşlerinin ele alınması amaçlanmaktadır.

Diyarbakır bölgesinin destinasyon rekabet gücünün belirlenmesi için yapılan ortalama ve standart sapma değerlerine yönelik yapılan analizlerden şu sonuçlar ortaya çıkmıştır: Bölgenin sahip olduğu zengin tarihi, kültürel, sanatsal ve mimari değerler ile gastronomik ürünler açısından güçlü kaynaklar barındırdığı anlaşılmaktadır. Ayrıca, doğal kaynaklar ve yapay kaynaklar unsurları altında bulunan ifadelerin tümünde ortalama değerden daha yüksek bir değere sahip olduğu belirlenmiştir. Özellikle, doğal güzellikleri, geleneksel sanatları, sanatsal ve mimari özellikler, tarihi ve kültürel zenginlikleri ifadelerine yönelik standart sapma değerlerinin genel olarak düşük olması turizm paydaşları arasında görüş birliği olduğunu ifade etmektedir.

Diyarbakır bölgesinin destinasyon rekabetçiliğini oluşturan destek kaynaklar ifadeleri içerisinde “yerel halkın turistlere yönelik olumlu tavırları”, “destinasyonundaki ulaşım olanaklarının sıklığı” ve “destinasyonundaki turist güvenliği ve emniyetinin yeterliliği” ifadeleri bölgenin sahip olduğu en rekabetçi yönlerini oluşturmaktadır. Turist ihtiyaçları sürekli olarak değişkenlik göstermektedir. Buna rağmen Diyarbakır bölgesinin bu ihtiyaçlara cevap verebilme ve bunları karşılayabilme yeteneğinin güçlü olduğu görülmüştür. Destinasyon yönetimi unsurlarının genel olarak ortalamanın üstünde bir değere sahip olduğu anlaşılmıştır. Bu konuda Diyarbakır bölgesinin oldukça rekabetçi bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Durumsal koşullara yönelik unsurlar içerisinde sadece Diyarbakır destinasyonunda

“turistlere yönelik işlenen suçların görülme sıklığı” ifadesi ortalamanın altında bir değere sahiptir. Bu da Diyarbakır bölgesinde turistlere genel olarak olumlu yaklaşıldığını göstermektedir. “Yerel halkın turistlere yönelik cana yakınlık seviyesi” ifadesine yönelik yüksek ortalama bu durumu doğrulamaktadır. Geriye kalan tüm ifadeler ortalamanın üzerinde bir değere sahip olup destinasyonun güçlü yönünü ortaya çıkarmaktadır. Son olarak talep koşulları incelendiğinde, burada yer alan ifadelerin tamamında ortalama üzerinde bir değer saptanmıştır. Bu da Diyarbakır bölgesinin talep koşulları unsurları bakımından oldukça rekabetçi bir yapıya sahip olduğu söylenebilir.

Destinasyon rekabetçiliğini oluşturan bütün unsurlar ve bu unsurlara yönelik ifadeler genel bir yaklaşım ile değerlendirildiğinde, doğal kaynaklar, yapay kaynaklar, destinasyon yönetimi, destek kaynaklar, durumsal koşullar ve talep koşulları unsurlarına yönelik ifadelerin destinasyon rekabetçiliği açısından Diyarbakır bölgesinin güçlü yönlerini oluşturduğu söylenebilir. Benzer çalışmalarda da bu durum gözlemlenmiştir (Omerzel 2006; Armenski vd. 2011; Fernando ve Long 2012; Mulec ve Wise 2013; Hallmann vd. 2014; Komppula, 2014; Pansiri, 2014; Vujko vd., 2016; Armenski vd., 2018; Yüzbaşıoğlu vd. 2016; Akın vd., 2020; Milutinovic vd., 2022). Bu açıdan, destinasyonları ön plana çıkaran ve çekici kılan unsurların, turizm paydaşlarının destinasyona yönelik sahip olduğu algıları olumlu veya olumsuz yönde etkileyebilen önemli faktörler oldukları söylenebilir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, destinasyon rekabetçiliğini oluşturan unsurlara yönelik değerlerin düşük olması Diyarbakır'daki turizm plan ve politika uygulayıcılarının üstlendiği rollerin yeterli sonuçlar göstermediğinin ve bu unsurların yeniden incelenmesi gerektiğinin bir göstergesidir. Bu yapıdaki bütün boyutlar kontrole tabidir ve turizm destinasyonunun rekabet gücünü önemli ölçüde etkiledikleri için bu boyutların durumu iyileştirilmelidir. Diyarbakır, “doğal kaynaklar” ve “destek kaynaklar” yapıları açısından orta derecede rekabetçi bir turizm destinasyonudur. Bunlar, Diyarbakır'ın rekabet gücünün azalmaması için özel dikkat gösterilmesi gereken yapılardır.

Bu bulgular ışığında, Diyarbakır destinasyonunun sahip olduğu destinasyon rekabetçiliği durumunun daha da yükseltilmesi için önem arz eden ve turizm planlamacılarına, Diyarbakır'daki turizm temsilcilerine ve yerel yönetimlere önerilen konular şunlardır; Bölgede doğal ve yapay kaynakların yetersiz olduğu özellikle su sporları ve macera aktiviteleri gibi alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi, Diyarbakır destinasyonunun sahip olduğu sıcak su kaynaklarının sağlık turizmi açısından değerlendirilmesi ve geliştirilmesi, eğlence ve tema parklarının yapılması, turistlerin destinasyonu tercih etme niyetlerini bölgeye yönlendirecek, ortalama kalış sürelerini ve seyahatleri sırasında harcamalarını artıracak alternatif faaliyetlerin oluşturulması ve artırılması, ulaşım imkanlarının kolaylaştırılması adına seferlerin artırılması ve havaalanı koşullarının iyileştirilmesi, bölgenin turizm açısından güvenli hale gelmesi için gerekli tanıtımların yapılması, festival konser gibi aktivitelerin artırılması önerilebilir. Alan yazına katkı sunulması açısından ise, bölgenin ulusal ve uluslararası rekabetçi konumunun tam olarak belirlenmesi için destinasyonun benzer özelliklere sahip olan destinasyonlar ile karşılaştırması yapılabilir ve araştırma sonuçlarının bütün evrene genellenebilirliğini arttırmak için nitel yöntem veya karma yöntemlerden yararlanılabilir.

### ***Etik Standart ile Uyumluluk***

***Çıkar Çatışması:*** Yazarlar, kendileri ve/veya diğer üçüncü kişi ve kurumlarla çıkar çatışmasının olmadığını veya varsa bu çıkar çatışmasının nasıl oluştuğuna ve çözüleceğine ilişkin beyanlar ile yazar katkısı beyan formları makale süreç dosyalarına ıslak imzalı olarak eklenmiştir.

***Etik Kurul İzni:*** Mardin Artuklu Üniversitesi, Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 08.06.2022 tarihli ve 2022/6-7 sayılı kararı ile alınmıştır.

***Finansal Destek:*** Finansal destek alınmamıştır.

**Teşekkür:-**

**KAYNAKÇA:**

- Akın, M. H., Karamustafa, K., & Öztürk, Y. (2021). Kapadokya bölgesinin destinasyon rekabetçiliğinin paydaşlar perspektifinden değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 443-458.
- Akın, M. H., Öztürk, Y., & Karamustafa, K. (2020). Destinasyon rekabetçilik analizi: Kapadokya Bölgesi Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31(2), 161-171.
- Akın, M. H., Öztürk, Y., & Karamustafa, K. (2022). A comparative perspective on destination competitiveness through visitors' and stakeholders' perceptions in the region of Cappadocia. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(5), 966-986.
- Akkuş, G. (2018). Kamu ve özel sektör turizm paydaşlarının destinasyon yönetimine bakış açısı: Erzurum örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(2), 557-573.
- Akkuş, G., & Büyükyılmaz, S. (2020). Temel kaynaklar ve çekicilikler yönünden Kastamonu ili rekabetçiliğinin konaklama sektörü paydaşları bakış açısından değerlendirilmesi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(2), 1131-1166.
- Andrades, L., & Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism Management*, 62, 360-376.
- Andrades, L., and Dimanche, F. (2019). Destination competitiveness in Russia: tourism professionals' skills and competences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(2), 910-930.
- Andrades, L., Sánchez-Rivero, M., & Pulido-Fernández, J. I. (2014). Tourism destination competitiveness from a demand point of view: *An empirical analysis for Andalusia*. *Tourism Analysis*, 19(4), 425-440.
- Armenski, T., Dwyer, L. and Pavluković, V., (2018). Destination competitiveness: public and private sector tourism management in Serbia. *Journal of Travel Research*, 57 (3) 384– 398.
- Armenski, T., Gomezelj, D. O., Djurdjev, B., Ćurčić, N., & Dragin, A. (2012). Tourism destination competitiveness-between two flags. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 25(2), 485-502.
- Armenski, T., Marković, V., Davidović, N., & Jovanović, T. (2011). Integrated model of destination competitiveness. *Geographica Pannonica*, 15(2), 58-69.
- Aylan, F. K., & Sezgin, M. (2021). Sorumlu turizmin destinasyon rekabetçiliği ve yerel halkın yaşam kalitesi ile ilişkisinin incelenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(2), 207-227.
- Bahar, O., & Kozak, M. (2007). Advancing destination competitiveness research: Comparison between tourists and service providers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 22(2), 61-71.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97e116.

- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2018). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. PegemA Yayınları, Ankara.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2002). *Research Methods In Education*. Routledge. London.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri – SPSS Uygulamalı (Sekizinci Baskı). İstanbul: Sakarya Yayıncılık.
- Cronjé, D. F., & du Plessis, E. (2020). A review on tourism destination competitiveness. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 256-265.
- Crouch, G. I. (2007). Modelling destination competitiveness: A survey and analysis of the impact of competitiveness attributes. *Sustainable Tourism CRC*.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152.
- Değerliyurt, M., Recep, A. K. S. U., Aydoğmuş, M. Y., Kaya, M. F., & Türkmen, E. (2013). Diyarbakır kültür turizmine ilişkin coğrafya öğretmen adaylarının bakış açılarının belirlenmesi. *Electronic Turkish Studies*, 8(9), 1045-1057.
- d'Hautesserre, A. M. (2000). Lessons in managed destination competitiveness: The Case of Foxwoods Casino Resort. *Tourism Management*, 21(1), 23-32.
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.
- Ekin, Y. (2004). *Turizm paydaşları perspektifinden turizm gelişimi ve destinasyon rekabetçiliği: Antalya örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi.
- Enright, M. J., & Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. *Tourism Management*, 25(6), 777-788.
- Fernández, J. A. S., Azevedo, P. S., Martín, J. M. M., & Martín, J. A. R. (2020). Determinants of tourism destination competitiveness in the countries most visited by international tourists: Proposal of a synthetic index. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100582.
- Fernando, I. N., & Long, W. (2012). New conceptual model on cluster competitiveness: A new paradigm for tourism?. *International Journal of Business and Management*, 7(9), 75.
- Goffi, G., Cucculelli, M., & Masiero, L. (2019). Fostering tourism destination competitiveness in developing countries: The role of sustainability. *Journal Of Cleaner Production*, 209, 101-115.
- Gomezelj, D. O., & Mihalič, T. (2008). Destination competitiveness—Applying different models, the case of Slovenia. *Tourism Management*, 29(2), 294-307.
- González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C., & Pulido-Pavón, N. (2023). Tourist destination competitiveness: An international approach through the travel and tourism competitiveness index. *Tourism Management Perspectives*, 47, 101127.
- Hallmann, K., Müller, S., Feiler, S., Breuer, C., & Roth, R. (2012). Suppliers' perception of destination competitiveness in a winter sport resort. *Tourism Review*, 67(2), 13-21.



- Hallmann, K., Müller, S., & Feiler, S. (2014). Destination competitiveness of winter sport resorts in the Alps: how sport tourists perceive destinations? *Current Issues in Tourism*, 17(4), 327-349.
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38, 239-245.
- Heath, E., (2002). Towards a model to enhance Africa's sustainable tourism competitiveness. *Journal of Public Administration*, 37(3.1), 327-353.
- Karaduman, E., & Yılmaz, İ. (2024). Turizm Paydaşları Perspektifinden Destinasyon Rekabetçiliği Analizi. *Journal of Tourism Research Institute*, 5(1), 55-73.
- Karasar, N. (2020). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Nobel Yayınevi, Ankara.
- Komppula, R. (2014). The role of individual entrepreneurs in the development of competitiveness for a rural tourism destination: A case study. *Tourism Management*, 40: 361-371.
- Kunan, J. A. (1998). *An Introduction to Structural Equation Modelling for Language Assessment Research*. *Language Testing*, 15 (3), 295-332.
- Mior Shariffuddin, N. S., Azinuddin, M., Hanafiah, M. H., & Wan Mohd Zain, W. M. A. (2023). A comprehensive review on tourism destination competitiveness (TDC) literature. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 33(4), 787-819.
- Milutinovic, V., Musanovic, J. ve Beric, D. (2022). Paydaşların rekabetçi turizm destinasyonuna ilişkin algıları: Sırbistan'dan ampirik kanıtlar. *Turizm incelemesi*, 77 (2), 413-426.
- Mulec, I. ve Wise, N. (2013). Indicating the competitiveness of Serbia's vojvodina region as an emerging tourism destination. *Tourism Management Perspectives*, 8: 68–79.
- Novais, M. A., Ruhanen, L., & Arcodia, C. (2018). Destination competitiveness: A phenomenographic study. *Tourism Management*, 64, 324-334.
- Omerzel, D. G. (2006). Competitiveness of Slovenia as a tourist destination. *Managing Global Transitions*, 4 (2): 167- 189.
- Pansiri, J. (2014). Tourist Motives and Destination Competitiveness: A Gap Analysis Perspective. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 15: 217-247.
- Popesku, J., & Pavlović, D. (2013). Competitiveness of Serbia as a tourist destination: Analysis of selected key indicators. *Marketing*, 44(3), 199-210.
- Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Destination*. Cabi Publishing, London.
- Ritchie, J. R., & Crouch, G. I. (2010). A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives. *Revista de Administração Pública*, 44(5), 1049-1066.
- Ryu, E. (2011). Effects of Skewness and Kurtosis on Normal-Theory Based Maximum Likelihood Test Statistic in Multilevel Structural Equation Modeling. *Behavior Research Methods*, 43 (4), 1066-1074.

United Nations World Tourism Organisation (2017). Tourism highlights. <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> adresinden 9 Ekim 2023.

Vujko, A., Petrovic, M. D., Dragosavac, M. ve Gajic, T. (2016). Differences and Similarities Among Rural Tourism in Slovenia and Serbia – Perceptions of the Local Tourism Workers. *Economics of Agriculture*, 4 (63): 1459-1469.

Yüzbaşıoğlu, N., Çelik, P. ve Topsakal, Y. (2016). Antalya destinasyonunun turizm rekabetçiliğinin belirlenmesine yönelik ampirik bir çalışma. *VIII. Lisansüstü Turizm Araştırmaları Kongresi* (ss. 172-183). Türkiye: Nevşehir.

Zhou, Y., Maumbe, K., Deng, J., & Selin, S. W. (2015). Resource-based destination competitiveness evaluation using a hybrid analytic hierarchy process (AHP): The case study of West Virginia. *Tourism Management Perspectives*, 15, 72-80.

## EXTENDED SUMMARY

### Introduction:

The success of tourism destinations in world markets is affected by their relative competitiveness. A competitive advantage can be achieved if the overall attractiveness of the destination is superior to the alternative destination for potential visitors. However, it should be emphasized that the competitiveness of a tourism destination is not defined by natural, cultural, artistic or environmental resources, but is seen as the general attractiveness of the destination. As a result, if destination resources are managed appropriately and a destination can gain and maintain a competitive advantage, it will achieve a positive position in the tourism market (Dwyer, Kim, 2003).

Destination competitiveness is important for destinations to gain larger market shares. Tourism managers and practitioners should identify the competitive advantages of the destination and analyse the competitive position of the destination based on these findings. The extent to which countries or destinations can benefit from the tourism sector depends on their competitive position in national and international markets.

In the light of this information, the purpose of this research is to evaluate the destination competitiveness of Diyarbakır by tourism stakeholders and to determine whether there is a difference between the participants' perceptions of destination competitiveness. The importance of this research is to provide guidance to destination policy makers. In line with the purpose of the research, descriptive statistics were applied to the data obtained through 403 questionnaire forms applied face-to-face to tourism stakeholders in Diyarbakır destination. It was concluded that Diyarbakır has a strong structure in terms of destination competitiveness, that it has strong elements in general, and that the primary important elements in destination competitiveness are based on natural resources and the Second-degree important elements are based on support resources. A significant difference has emerged between natural resources and other constructs of destination competitiveness.

### Literature Review:

Intense competition between destinations, concerns over limited resources, and the recognition of competitiveness as a critical success factor have contributed to the expanding literature on the competitiveness of tourism destinations (Enright and Newton, 2004). Moreover, the last two decades have witnessed numerous efforts by tourism researchers, destination managers and international organizations alike to measure the competitiveness of cities, regions and even countries as tourism

destinations, as well as to identify factors that can contribute to their improved and sustainable competitive position (Crouch & Ritchie, 1999; Dwyer & Kim, 2003; Novais, Ruhanen & Arcodiavd, 2018; González-Rodríguez vd., 2023; Mior Shariffuddin vd., 2023).

Researchers have also been interested in the development of theoretical models that aim to identify and explain the forces that drive destination competitiveness. A significant number of models have been proposed regarding destination competitiveness (Heath, 2002; Dwyer and Kim, 2003; Ritchie and Crouch, 2003; Bahar and Kozak, 2007; Andrades, Sanchez-Rivero and Pulido-Fernandez, 2014). Among existing frameworks, Ritchie and Crouch's (Crouch and Ritchie, 1999; Ritchie and Crouch, 2003) destination competitiveness model is considered the most comprehensive theoretical explanation of the concept. This model contributes to the development of subsequent models.

When these models put forward for destination competitiveness are examined, it is seen that these models are generally based on previous models and aim to eliminate their shortcomings and improve them. Moreover, the research in which these models are presented focuses on indicators for conducting destination competitiveness analysis and determining its competitive position. In this context, when the mentioned indicators are examined as a whole, factors such as state policies, tourist perception, tourist experience, tourist motivation, adequacy of infrastructure facilities, security perception, destination image and sustainability, as well as the natural and artificial resources of destinations, come to the fore (Akın et al., 2021).

#### **Method:**

In this study, which aims to determine the competitiveness of Diyarbakır destination based on the perceptions of tourism stakeholders, quantitative research method was used and the data was obtained by survey technique. For the purpose of the research, the scale based on the integrated competition model developed by Dwyer and Kim (2003) and adapted to the Cappadocia region by Akın et al., (2021) was used.

Diyarbakır province has been selected as the population of this research due to its high cultural tourism potential among alternative tourism types (Değerliyurt et al., 2013) and the fact that no research on destination competitiveness has been found so far. Since it is difficult to reach all people, the sample of the research included tourism stakeholders (hotel managers, travel agency managers, public officials related to tourism, faculty members of the Department of Hotel, Restaurant and Catering Services of the Vocational School of Social Sciences, students of the Department of Hotel, Restaurant and Catering Services of the Vocational School of Social Sciences, tourism high school teachers, tourism high school students and local people) visiting Diyarbakır province. If the population of the research is more than 100,000 people, it is calculated that data should be collected from 384 people with 95% reliability and 5% margin of error (Büyükoztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz and Demirel, 2018). The sample of the research was tried to be reached by using convenience sampling method. Convenience sampling method is the formation of the sample starting from the most accessible respondent until a group of the required size is reached, or working on the most accessible sample that will provide maximum savings (Cohen, Manion and Morrison, 2002).

#### **Results and Conclusions:**

As a result of the mean and standard deviation analyses conducted to determine the destination competitiveness of the Diyarbakır region, the following results were obtained: It is understood that the region has strong elements such as rich historical, cultural, artistic and architectural values and culinary diversity. In addition, all of the statements under the natural and artificial resources factors were found to have a higher value than the average value. In particular, the low level of standard

deviations for the statements of natural beauties, traditional arts, artistic and architectural features, historical and cultural richness shows that there is a consensus among the participants on this issue.

In the light of the findings obtained, the following issues are suggested to tourism planners, tourism sector representatives and local administrations in the region, which are important for further increasing the destination competitiveness of Diyarbakır destination; Developing alternative tourism types such as water sports and adventure activities in the region where natural and artificial resources are insufficient, evaluating and developing the hot water resources of Diyarbakır destination in terms of health tourism, building entertainment and theme parks, increasing alternative tourism activities that will direct tourists' preferences to the region and increase their stay and expenditures, increasing flights and improving airport conditions in order to facilitate transportation facilities, making necessary promotions to make the region safe for tourism, increasing activities such as festivals and concerts. In terms of contributing to the literature, it is suggested that the destination should be compared with destinations with similar characteristics in order to fully determine the national and international competitive position of the region and different sampling methods and techniques should be used to increase the generalizability of the research results.