

Dr.Binhan OĞUZ  
STRATEKO Economic Research & Consulting  
Istanbul/Turkey  
[www.strateko.com](http://www.strateko.com)

Godfrey Gordon  
Kurucu  
Ajupa Associates  
[www.ajupa.com](http://www.ajupa.com)

Henry H. Cruz  
Kıdemli Ortak  
The CrossBrook Organization  
LLC [www.CrossBrook.org](http://www.CrossBrook.org)



# COVID-19 PANDEMİSİNİN KÜRESEL TURİZME ETKİLERİ

## 1- Turizm&Gezi Sektörüne Genel Bakış: 1950 - 2020

Dünya Bölgeleri ve seçilmiş ülkeler

Kısa Çerçeve / Arka Plan

Kısa bir süre içinde, bir pazar ve bir şehir tüm dünyada tanınır olacak ve dünya 1918 Grip salgını kadar şiddetli, hatta daha kötü bir krizle karşı karşıya kalacaktı.

Muhtemelen Wuhan'daki bir köylü pazarından yayılan Covid-19 virüsü şehrin ötesine, bölgeye, ülkeye ve Çin sınırlarının ötesine yayıldı.

Sinsi virüs, tüm dünyada çoğu kasvet, ölüm, pandemi ile başa çıkmak için stratejileri olmayan ülke ve bölgeyi gafil avladı ve virüsün yayılmasına farklı hızlarda cevap arayan uluslararası ve yerel sağlık örgütü ve hükümeti, ulusal veya uluslararası koordinasyon olmaksızın, geçici stratejilere yönlendirdi.

Makro düzeyde, ekonomiler ve hane halkları üzerindeki etkisi ciddi bir felakete uğradı ve uğrayacaktır; ABD işsizlik sigortası talepleri ilk haftalarda 6 milyonun üzerinde artış göstermiştir.

Nispeten büyük kayıt dışı ekonomileri olan ülkelerin uygulamak durumunda kaldığı işletmelerin kapanması, sosyal mesafeyi koruma ve izolasyona dair yaptırımlar kaçınılmaz olarak krizi şiddetlendirmektedir.

Covid-19 virüsünün etkisi, özellikle Gezi ve Turizm Sektörü için felaket olmuştur.

Uluslararası hava yolculuğu ve yolcu gemisi alt sektörü, verilerle de kanıtlandığı üzere, çok iyi bir ivme kazanmıştı. Birçok ülke için, Turizm&Gezi ekonomilerde önemli ve kritik bir rol oynamaktaydı ancak Ruby Princess, Zaandam ve Rotterdam'da yaşanan travma ve insanlık trajedisi bugün ortadadır.

.Bu kısa çerçevede Gezi ve Turizm sektöründe pandeminin ekonomi ve istihdam üzerindeki yıkıcı etkilerininin şiddet ve süresini azaltmak için hangi stratejilerin daha akılcı olacağına göz atmak istedik.

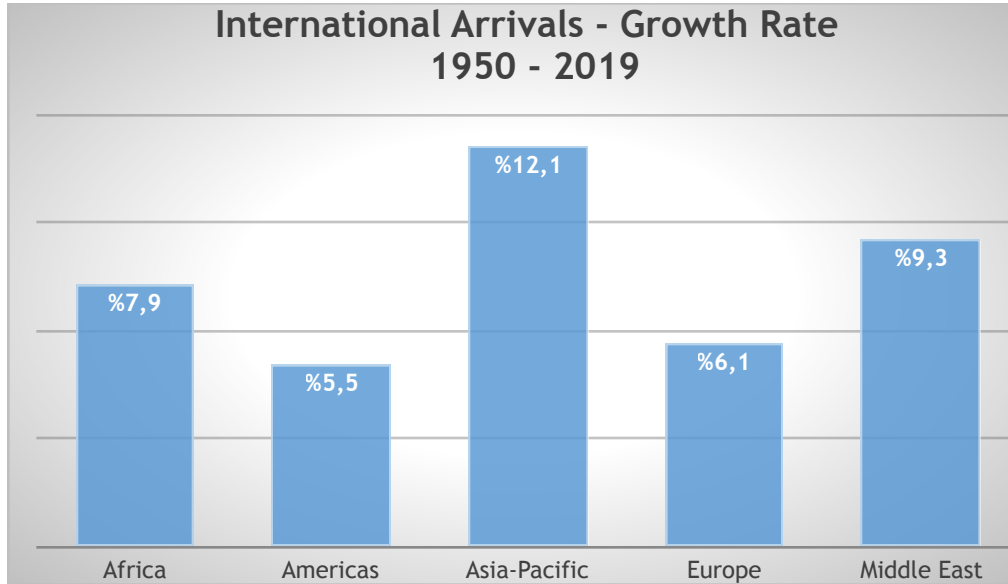
## 2-COVID-19'un Gezi ve Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisi

1.Covid-19 virüsü geldi ve yaşama şeklerimizden, seyahat şeklimize bir çok şeyi değiştirdi; kısa vadede dünyadaki ekonomik durgunluğu tetiklemesi muhtemeldir. Covid-19, geleceğe dair ön plana çıkan bir takım ön sezilerin gelişmesine yol açtı. En azından yakın gelecekte, Gezi ve Turizm sektörünün farklı olacağı aşikar.

Bir zamanlar gelen veya giden binlerce yolcunun olduğu havaalanları şimdi ıssız koridorlar, boş otoparklar ve çoğunlukla geliş ve gidişleri gösteren boş ekranları ile olan hayalet şehirlere dönüştü

1950 ve 2019 arasındaki dönemde, uluslararası varışlarda Amerika'da% 5.5 ile Asya pasifik'te% 12.1 arasında yıllık bir büyüme kaydedildiği görülmektedir, (bkz. Grafik 1)

Şekil 1



Dünya GSYİH'sı1961 ile 2019 arasında karşılaştırılabilir bir dönemde (bkz. Grafik 2,), daha yavaş bir hızda büyüdü (1964, 1968, 1969 ve 1973 hariç% 6'dan az) ) ve hatta bir yıllık negatif büyüme kaydetti (2008 ekonomik krizinin bir sonucu olarak).

T & Gezi sektörünün, GSYİH'den daha hızlı büyümesi, turizm gelirlerine artan bir bağımlılığa işaret ediyor.

Dünya ekonomisi büyümesine rağmen, Turizm&Gezi Dünya GSYİH büyümesini geride bıraktı. Ancak, Covid-19 virüsü her ikisini de tehdit eder konumdadır. Maalesef, önümüzdeki tablo, Virüsün Turizm&Gezi sektörünün ekonomik olarak gerilemesine ve dünya çapında çöküşüne işaret etmektedir.

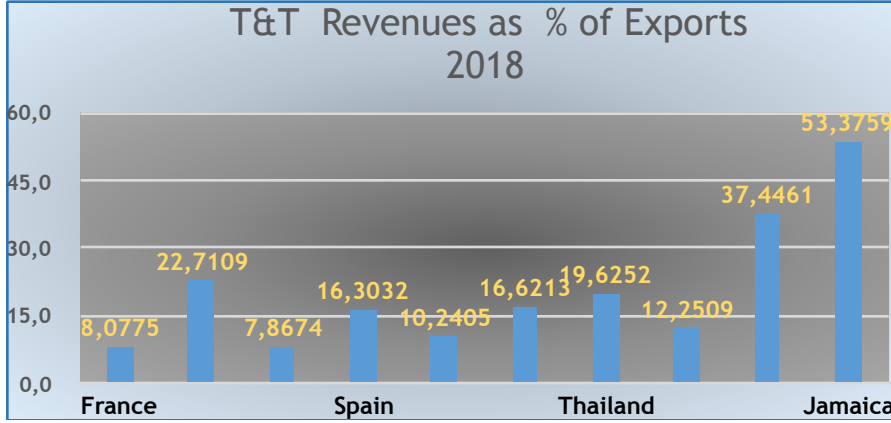
Şekil 2



Turizm & Gezi'den elde edilen gelirin ihracatın% 7'sini veya daha yüksek bir kısmını oluşturduğu ülkelerin, Turizm & Gezinin daha az önemli olduğu ülkelere kıyasla sektörle ilgili çok daha olumsuz iflas ve işsizlik yaşayacağı ortadadır.

Turizm & Gezi sektörü ihracatından GSYİH'nın% 16 ila% 50'sini sağladığı Tayland, Portekiz, Jamaika, İspanya, Türkiye ve Dominik Cumhuriyeti (bkz. Grafik 3) varışlardaki düşüşlere karşı daha savunmasız gözükmektedir. Bu altı ülkenin, Turizm & Gezi sektörünün ekonomideki göreceli önemi nedeniyle daha şiddetli ekonomik darbe yaşaması bekleniyor ve kısa-orta vadede toparlanmasının oldukça güç olacağı görülüyor.

Şekil 3

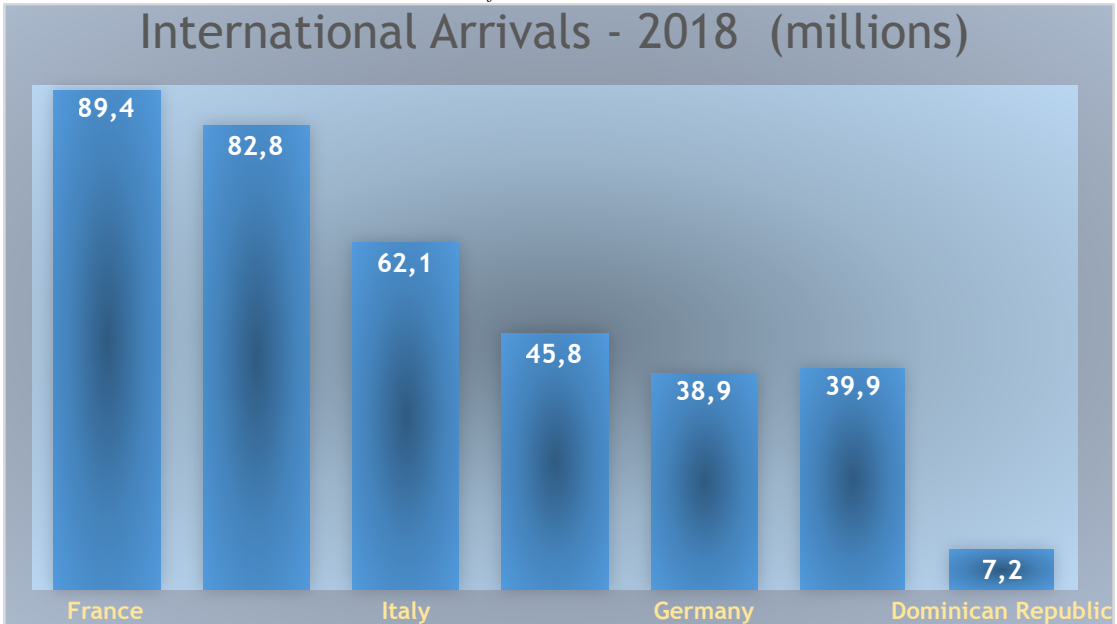


Uluslararası ziyaretçilerin varlığı makro ve mikro düzeyde özel ve kamu sektörlerine gelir sağlamıştır.

Mallar ve hizmetler uluslararası mağaza ve otel zincirlerinden ve ayrıca her ülkedeki küçük aile şirketlerinden satın alınır, bkz. Grafik 4.

Sınır ötesi trafik verileri bozduğundan, ABD verileri, Kanada'dan (37 milyon nüfusa sahip, 22 milyon ABD ziyaretçisi olan bir ülke) ve Meksika'dan gelenleri kapsamıyor.

Şekil 4



\*US overseas visitors

Türkiye ve Kolombiya örneğindeki gibi muhtemelen, Turizm & Gezi ihracatının ülke ekonomisi üzerinde benzer bir GSYİH payına sahip diğer sektörlerden daha fazla etkisi olabilir.

2018 yılında Türkiye'den yapılan toplam ihracat yaklaşık 168 milyar ABD doları, ihracat da Turizm & Gezi payı% 16,6 olmuştur. (yaklaşık 28 milyar dolar). Makine ve Demir-çelik, 26.4 milyar ABD Doları ile ihracatın % 15.4'ünü buldu. Yerel ulaşım, hediyelik eşya esnafı, turist rehberleri, restoranlar vb. gelirlerinin demir-çelik ve makine ihracatından çok daha fazla girişimci ve kişiye fayda sağlaması sebebiyle Turizm & Gezi'nin ekonomi üzerinde daha büyük bir etkisi olduğu iddia edilebilir. Başka bir deyişle, Turizm & Gezi'de madencilik ve makine sektörlerine göre daha fazla insan istihdam edilmektedir.

Kolombiya'dan 2018 yılında yapılan toplam ihracat 41,8 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiş olup, Turizm & Gezi payı% 12,3 v( 41,8 milyar ABD doları) olmuştur. Kahve, çay ve baharat, değerli taşlar, Demir / çelik ve şeker ihracatı da yaklaşık 41 milyar ABD doları (veya ihracatın yaklaşık% 12'si) olmuştur. Ancak, Turizm & Gezi'den kahve, mücevher ve demirden daha fazla gelir elde edildiği de ortadadır.

**2.**Covid-19'un Turizm & Gezi üzerindeki genel etkisi en azından kısa vadede yıkıcı olacaktır. Turizm & Gezi'de istihdam edilen işgücünün büyük bir kısmının işsiz kalacağı net görülmektedir.

İlk işsizlik dalgalarının çok küçük veya sıfır marjinal tasarruf oranına grupları derin etkilediği düşünüldüğünde, toplam tüketimin azalarak daha yüksek işsizlik seviyelerine yol açacağı tahmin edilebilir.

Ayrıca, Okun kurallarına göre işsizlikteki her % 1'lik düşüş, GSYİH'da % 2'lik bir düşüşe neden olacaktır.

Devlet yönetim kadroları ve finans uzmanları, bir ülkeyi ekonomik bunalımdan kurtarmak için politika üretmek ve devlet müdahalesi gerektiğinin mutlak farkındalar.

Ancak başarı, hükümetlerin tüketimi ve büyümeyi teşvik etme becerisine sıkı bağlı olacaktır.

FM Küresel Dayanıklılık Endeksi'ndeki son araştırmalara göre, bazı ekonomilerin, iyileşme süreci diğerlerine göre çok daha zor olacak, tedarik zincirlerinin gücü ve güvenilirliği önemli katkı sunacaktır.

Birçok ülkenin istihdam, ekonomik kalkınma ve büyüme için Gezi ve Turizm'e bağımlılığı, bu zorlukların azaltılması ve hatta aşılması için seçenekler ve stratejiler arayışını zorunlu kılmaktadır.

Covid-19 salgınının yıkıcılığı sonrasında çıkarılabilecek ve kullanılabilecek fırsatları görmek istedik

### 3. Turizm için Potansiyel Fırsatlar kısa-orta vadede staycation ve yavaş turizm (slow turizm)

Covid-19 virüsü salgını, dünyada insan sağlığı ve yaşamı için büyük bir tehdit oluşturmaktadır. Süresinin belirsizliği, ABD örneğinde olduğu gibi istihdam ve GSYİH'da çarpıcı düşümlere sebep olmaktadır. Böyle bir senaryoda, mevcut turizm sektörü için kısa ve orta vadeli görünüm korkunç karışık olup ve olası, etkili çözümlerin incelenmesini gerektirmektedir

Başlangıçta kriz, Amerikalılardan çok dünyanın en önemli turizm harcamalarını gerçekleştiren Çinli turistlerini etkiledi; 2018'de 277,6 milyar dolar olan bu harcamaların 4.4 milyar doları Fransa'ya yönelikti. Dolayısıyla, virüs, dünyanın en iyi turistik bölgesi olan Avrupa'yı vurdu.

2018 yılında kıta, dünyadaki uluslararası gelişlerin yarısı olan 672 milyon turiste ev sahipliği yapmıştı. Avrupalı turistlerin üçte biri İtalya, Fransa ve İspanya'ya seyahat ediyordu ; dolayısıyla, üç ülkenin Covid-19 virüsünden en çok etkilenen ülkelerin başında geliyor olması bir tesadüf değildir.

Avrupa, Ocak ayından makalenin hazırlandığı Nisan 2020 başına kadar en az iki milyon otel gecesini kayıp ve havayolları faaliyetlerinde ciddi bir gerileme yaşanıyor, uçuşlar boş ve sonuç olarak, potansiyel iflasla başa çıkmak için acil durum planları bekleniyor.

Ancak, bu eşi görülmemiş salgın, küresel turizm için yeni bir başlangıç aramak için, küreselleşmiş turizmin anlamını sorgulamak için fırsatlar sunabilir ve covid-19 eski durum ile virüs sonrası kirlilik seviyelerini analiz etmemize ve karşılaştırmamıza imkan sağlayabilir.

Salgın geçici de olsa, yerel nüfusu olumsuz etkileyen ziyaretçi seviyesi olarak tanımlanan aşırı - turizmi durdurdu; aşırı turizm (over-turizm) kirlilik, aşırı kalabalıklaşma, altyapının hızlı bozulması, kültürel ikonların yok edilmesi ve ekosistem bozulması gibi olumsuzlukları içerebilir. Kuşkusuz, aşırı kalabalık nedenleri çeşitlidir; daha ilgili olan leblerin başında düşük maliyetli hava yolculuğu, dampingli konaklamaların çoğalması, araçların ortadan kaldırılması, mevsim turizmi, Dünya genelinde yaşam standartlarının yükselmesi ve "mutlak görülmeli" sloganı ile ucuz pazarlama fenomeni (Instagram, Seyahat Danışmanları, Turist Forumları vb.) sayılabilir. Koronavirüs sağlık krizi, dünyayı sorumlu, sürdürülebilir ve sosyal açıdan yenilikçi turizme taşıyabilecek mi? Sürdürülebilir ve sosyal açıdan yenilikçi turizm ihtiyacına yanıt olarak "**staycation**" ve "**slow tourism-yavaş turizm**" eğilimi büyümektedir; artan sayıda destinasyon yerel turizmi destekliyor, örneğin Fransa zaten #ExploreParis, Loire à Vélo, An air of Bordeaux gibi ziyaretçi programlarının oluşturulmasında öncülük ediyor. Ayrıca, Paris'teki üst düzey oteller sadece yerel, Parisli nüfusa gecelik konaklamalar için büyük indirimler sunuyor. Bu tür bir staycation, bölge sakinlerine uzun seyahat süreleri olmaksızın, tatil süreçlerini uzatmaya yö-

nelik hizmet ve etkinlikler sunan yeni ve yerel bir deneyim imkanı vermektedir. **Staycation** ve **slow tourism**-yavaş turizm için Hükümetlerin, gerekli altyapıyı sağlaması ve özel sektörün yerel turizm bölgelerine yatırım yapma taahhüdünü desteklemesi beklenmektedir. **Slow tourism**, Yavaş turizm, hem aceleci gezginlere hem de Akdeniz'de 1960'larda başlayan "Güneş, Kum ve Deniz" kitle turizmine bir alternatif sunuyor gibi görünüyor. Bu tür turizmin savunucuları daha otantik bir gezi anlayışını, daha fazla yerel ürün tüketimi, mirasın korunması, temiz enerji kullanımı, turizmin etik vizyonu ve ekoloji ve yerel halkın yaşam kalitesini ön planda tutmaktadırlar. Buna ek olarak, **slow tourism**-yavaş turizm, kırsal ve kentsel alanlarda yerel ve otokton kültürünü güçlendirebilir. Turizmde bu yeni yaklaşım, yerel sanatçılar ve yerel yepyeni pazarlar; yeni mikro müzeler ...yaratabilir.

#### **4. Orta ve uzun vadede Covid-19 Salgını'nın Turizm & Gezi üzerindeki etkisi: dijital miras, dijital turizm ve etkinlikler**

Bilgisayar ve dijital dünyası turizmin kalbinde devrim yarattı. Turist yoğun ölçüde dijitalleşti ve turizm sektöründe yeni iş fırsatları ortaya çıktı. 2020'de, örneğin on yıl önce uyguladığımız, boş zaman aktivitelerine artık geçerliliğini yitirdi...Dijital dünya sayesinde, tüketiciler artık evlerinin konforunu bırakmadan yeni ve egzotik yerleri ziyaret edebilirler - bu tür destinasyonlardaki tatil köyleri, oteller ve istihdam üzerindeki ekonomik etkiyi göz ardı etmemek gerekir.

Gerçekten de, Web-mobile'ın hızlı büyümesi (beklendiği gibi) devam ederse, tüketiciler web'de gezinmek, seyahat bilgilerini bulmak, tatilleri planlamak, rezervasyon yapmak ve gezi ürün ve hizmetleri için ödeme yapmak için cep telefonları ve tabletleri kullanabilirler.

Mobil Web, e-turizmi destekleyen ve destekleyen temel direk olacaktır. Orta vadede, dijital dünyanın, sektörün tüm yönlerine egemen olan Gezi ve Turizm sektörünün büyümesinin lokomotif olması bekleniyor. Bu nedenle, dijital değişimi kucaklamak ve büyümek için turizm sektörü sosyal, (SO), yerel (LO) ve mobil (MO) olmak durumundadır. SoLoMo'nun akıllı telefonların büyümesi ve sağladıkları yerel hassasiyetin bir sonucu olarak ortaya çıktığı savunulabilir.

#### **Özetle**

Covid-19 Gezi ve Turizm sektörünün deneyimlediği en kötü tehdit olmasına rağmen, iyimser kalmak için önemli sebepler mevcuttur. Uluslararası turizm sağlamdır ve 'Staycation' turisti gibi yeni alternatifler, "dijital" ve "sanal" turist, Gezi&Turizm yatırımcılarının ve hükümetlerin kaygılarını ortadan kaldırmayı başaracaktır.

Elbette, başarılı bir Gezi&Turizm sektörü gelecekte mutlak yeni gezgin türlerini görecek.

Ancak, bununla birlikte, hükümet ve özel sektör arasında artan proaktif politikalara gereksinim olacağı net ortadadır.

Aşırı turizmin sebebi, yolcu hacmini dahi karşılamayacak kadar küçük olan havaalanlarına ve tren istasyonlarına inen turistler neden olmayabilir.

Yeterli altyapı için gereken Gezi & Turizm sektörü kaynaklı devlet gelirlerinin eksilmesi, Gezi ve Turizm'in istenmeyen ilan ekonomik oyuncu ilan edilmesine yol açabilir dolayısıyla bazı durumlarda ekonomik büyümenin en iyi kaynaklarından birini öldürebilir