

Doç. Dr. Lütfi ATAY

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Turizm Fakültesi

lutfiatay@yahoo.com

COVID-19 Salgını ve Turizme Etkileri

Yeni Koronavirüs (COVID-19), ilk olarak Çin'in Hubei Eyaletinin Vuhan şehrinde, 2019 yılı sonunda ateş, öksürük ve nefes darlığı gibi solunum yolu belirtileri ile ortaya çıkan bir virüstür (1). İlk defa 2020 yılı Ocak ayı başında tanımlanan COVID-19 virüsün, Vuhan şehrinde bulunan deniz ürünleri ve hayvan pazarından çoğaldığı, önce Çin'de daha sonra da Avrupa ve Amerika başta olmak üzere tüm dünyada etkili olduğu ve bir salgına dönüştüğü görülmektedir. COVID-19 virüsünü salgın (pandemi) olarak ilan eden Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO) son verilerine göre salgın 212 ülkede yaklaşık 1.9 milyon kişiyi enfekte etmiş ve 120.000 den fazla kişinin de ölümüne yol açmıştır(2). COVID-19 virüsünün etkisinin tam olarak ne olacağına ilişkin belirsizliğin bir süre daha devam edeceği öngörülmektedir. Küreselleşmenin bu kadar üst düzeyde olduğu günümüzde maalesef salgının yayılması çok hızlı olmaktadır.

Dünya Sağlık Örgütü'nün tavsiyeleri ve bilim insanlarının yönlendirmeleri ile ülkeler de kendi koşullarına uygun çeşitli önlemler alarak hastalığın yayılmasını azaltmaya çalışmaktadır. Bu kapsamda sosyal izolasyon başta olmak üzere birçok faaliyetin geçici olarak durdurulması veya kısıtlanması sağlanmıştır. Uluslararası ve ulusal uçuşlar iptal edilmiştir. Bazı yerleşimlerde kısmen veya tamamen sokağa çıkma yasağı ilan edilirken, bazı yerleşim bölgelerinde de karantina ilan edilmiştir. Tüm bu çabalar salgının yayılma hızını azaltıp, kontrol altına alarak ülkelerin sağlık sistemlerinin çökmesini engellemeye yöneliktir. Virüsten enfekte olan çok sayıda insan iyileşirken, maalesef kronik hastalığı olan ve özellikle ileri yaştaki insanların ölümüne neden olduğu görülmektedir.

Bu süreçte birçok işkolu olumsuz etkilenmiştir. Ayrıca, bazı işkolları için de fırsatlar doğmuştur. Özellikle internette alışveriş imkanı sunan işletmeler ve paket servis yapan yiyecek içecek işletmeleri ile kargo ve benzeri lojistik şirketleri için yeni fırsatlar oluşmuştur. COVID-19 salgını nedeniyle insanların hareketliliğini engelleyici tedbirlerin alınmasından hizmet sektörü çok üst düzeyde olumsuz etkilenmiştir. Özellikle turizm işletmeleri faaliyetlerini tamamen durdurma aşamasına gelmiştir. İnsanların sürekli yaşadığı yeri geçici olarak terk ederek bizzat fiziki katılımı ile gerçekleşen turizm sektörü belirsiz bir sürecin içine girmiştir. Salgınla birlikte turizm sektöründe çok sayıda işletme gelirini kaybetmiş ve çok sayıda çalışanında işini kaybettiği görülmüştür.

Kültür ve Turizm Bakanlığı 2019 yılı verilerine göre (3) Türkiye'yi 45.1 milyonu yabancı olmak üzere toplam 51.7 milyon kişi ziyaret etmiş ve bir önceki yıla göre %12.1'lik bir artış olmuştur. Aynı dönemde turizm geliri ise %16,9 luk artışla 34.5 milyar dolara ulaşmıştır. Turizm Bakanlığı belgeli 4761 adet konaklama tesisinde 2019 yılında 211.3 milyon geceleme yapılmıştır. Yine ülkemizden de 2019 yılında 9.6 milyon vatandaşımız yurtdışına ziyaret amaçlı seyahat etmiştir. Bu rakamlar turizmin hem ilke ekonomisi hem de istihdam açısından ülkemiz için ne kadar önemli olduğunu göstermektedir.

Ülkemizde 2020 yılının ilk iki ayında ziyaretçi sayıları, önceki yılın aynı dönemlerine göre Ocak ayında (%16.11) ve Şubat ayında (%3.78) artış göstermiştir (3). Bu eğilim 2020 sezonunun geçmiş yıllara göre daha yoğun geçeceği şeklinde beklenti oluşturmuştur. Ancak beklenmeyen küresel salgın COVID-19'un ilk vakası ülkemizde 10 Mart 2020 tarihinde tespit edilmiştir. Hem ülkemizde hem de diğer ülkelerde vaka sayısının her

geçen gün artmasına paralel olarak dünya genelinde seyahat yasakları birbiri ardına yürürlüğe girmiştir.

Gelinen aşamada salgının ne zaman kontrol altına alınabileceği ve nasıl tedavisinin yapılabileceği hala belirsizliğini korumaktadır. Mevcut bilgi kaynaklarına bakıldığında virüsün tedavisine ilişkin çabaların en erken Eylül ayında sonuç verebileceği beklenmektedir. Her ne kadar havaların ısınması ile virüs yayılımının azalacağı iddiaları olsa da, Ekvator gibi sıcak ülkelerde salgının durumu dikkate alındığında bu öngörünün gerçeği yansıtmadığı söylenebilir (4). Dolayısıyla, ülkemizdeki yurtdışı ve yurtiçi kaynaklı turizm talebinin en yoğun yaz aylarında olduğu dikkate alındığında, 2020 yaz sezonu için çok iyimser olunmaması gerekir. Dolayısıyla, 2020 yılının tüm dünyada ve ülkemizde turizm sektörü açısından kaybedilmiş bir yıl ve kriz yılı olacağı söylenebilir. Özellikle turist gönderen batı ülkelerinde ciddi ölümlerin olması insanların kısa sürede seyahate yönelmelerini olumsuz etkileyebilecektir.

Ülkemize gelen ilk iki ülkenin sırasıyla; Rusya (7.017.657 kişi) ve Almanya (5.027.472 kişi) olduğu da dikkate alındığında, bu ülkelerde salgından ölen insan sayılarının çok yüksek olmaması olumlu bir durumdur. Yazın normalleşme olması durumunda özellikle Rus ve Alman turistlerin ağırlıklı ziyaret ettikleri Antalya destinasyonun salgından daha az etkilenmesi ve bu pazarlardan talep görebilmesi söz konusu olabilir. Ancak, bu olasılık çok düşük gözükmektedir. Çünkü, turist sağlığı dikkate alınarak normalleşmenin 2021 yılına kalacağı öngörüsü medyada çıkan haberlerden anlaşılmaktadır (5,6,7).

Klasik Anadolu turlarına bakıldığında da ülkemizde belirli bir seyahat acentası grubunun hakimiyetinde tek denilebilecek nitelikte Uzakdoğulu turistlerin katıldığı turların ağırlıklı olduğu görülmüştür. Daha çok İstanbul, Çanakkale, Denizli, Konya, Nevşehir, Ankara illerini kapsayan Çinli turistlerin ağırlıklı olduğu bu gruplar da salgın ile beraber bitmiştir. Uzakdoğu grupları yıl boyu devam etmesi nedeniyle rehberler ve söz konusu destinasyonlardaki turizm sektörü için çok önemli talep ve gelir kaynağını oluşturmuştur. Türkiye için önemli olan Çin pazarında tekrar taleplerin oluşması ve ülkemize yönelmesi başka bir paradoksu da beraberinde getirebilecektir. COVID-19 ve önceki salgınlarda virüslerin Çin kaynaklı olmasından dolayı, Çinli turistlerin yoğun seyahat ettiği destinasyonların, özellikle Avrupalılar başta olmak üzere potansiyel turistler nezdinde riskli destinasyonlar olarak algılanması ihtimali çok yüksektir. Bu olası algıyı ortadan kaldırmak için bölgelerde belirli destinasyonlar belirli pazarlara tahsis edilebilir. Özellikle Uzakdoğu ve Hindistan gruplarının yeme alışkanlıkları ve aşırı baharatlı yemek tercihleri nedeniyle otel odalarında zaten var olan şikayetler de bir ölçüde ortadan kalkabilecektir.

Ekonomisi turizme bağlı olan ülkeler ve destinasyonlar için salgın, çok ciddi ekonomik ve sosyal etkilere neden olmaktadır. Dolaylı olarak turizme bağımlı birçok sektörün de var olduğu dikkate alındığında, salgının çarpan etkisi turizme bağımlı destinasyonlarda diğerlerinden çok daha şiddetli hissedilebilmektedir. Ülkemizde Antalya, Muğla ve Nevşehir gibi ekonomisi büyük ölçüde turizme bağlı olan illerde salgının etkisi, diğer illerimize göre çok fazla olumsuz olacaktır. Turizm Bakanlığı 2019 yılı verilerine göre (2) Antalya 14.650.481 kişi (% 32,51) ve Muğla 3.221.738 kişi (% 7,15) ile ülkemize gelen turistlerin yaklaşık %40'ını ağırlamıştır. Bu illerimizdeki turizm işletmelerinin ve istihdam edilenlerin çok olumsuz etkileneceği açıktır. Antalya ve Muğla illerimize gelen turistlerin büyük çoğunluğu her şey dahil konseptinde bir konaklama tesisinde kalmakta ve kalabalık ortamları paylaşmaktadır. Eğer insanların sosyal mesafeyi koruma algısı devam ederse, bu illerimizdeki işletmelerin mevcut ürün yapısı ile talebi karşılamaları kolay olmayacaktır. Bu nedenle, sosyal mesafeyi koruyabilecek ürün geliştirme sürecine bir an önce adapte olmaları gerekecektir.

Hiç şüphesiz Antalya ve Muğla illerimiz gibi turizm sektörüne bağımlı diğer illerimizde de farklı sosyal sorunların ortaya çıkma potansiyeli vardır. Bu nedenle, ekonomisi turizme bağılı destinasyonlar başta olmak üzere, salgın sonrası sürecin kamu ve özel sektör tarafından çok iyi yönetilmesi gerekmektedir. Vize ve benzeri seyahat engellerinin en aza indirilmesi, seyahat imkanlarının kolaylaştırılması ve ülkemize yönelik seyahatin teşvik edilmesine yönelik adımların atılmasına ihtiyaç duyulacaktır.

Mevcut durum dikkate alındığında ve hayatın normalleşmesi durumunda öncelikle 2020 yılının kalan aylarında turizm sektörünü neler beklediğine baktığımızda, ciddi bir belirsizliğin olduğu çok açıktır. COVID-19'a ilişkin aşı ve kesin tedavi bulunmadan insanların ne derece sosyalleşmeye açık olacağı ve kalabalık ortamlara gireceği ciddi bir sorundur. Özellikle salgın nedeniyle ölenlerle bağı olan, kronik hastalığı olan ve ileri yaştaki insanların da yakın tarihte tatil yapma konusunda istekli olmayacakları öngörülebilir. Dolayısıyla, kısa dönemde talebin oluşması ve yönlendirilmesi turizm sektörünün önündeki en önemli sorunlardan birisidir. Bu sorunun aşılması için tüm paydaşların işbirliği içerisinde çözüme yönelik ortak hareket etmeleri kaçınılmazdır. Akademisyenlerin bu süreçteki rolü ise sorun çözmeye odaklı, sektör ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikli araştırmalar yapma ve sonuçları sektördeki ilgili paydaşlar ve kamu ile paylaşmaktır.

Sosyal mesafenin korunması salgınla mücadelede en önemli tedbirlerden bir tanesi olarak herkesin bilinçaltında yerini almıştır. Dolayısıyla, insanların seyahatlerinde sağlık faktörüne öncelik vereceği dikkate alındığında, turist sağlığı konusu turizm sektörünün gelecekteki ana gündemlerinden birisi olacaktır. Turist sağlığı ile ilgili konulara öncelik veren uygulamaların öne çıkacağını ve turizm işletmelerinin de stratejilerinde bu konunun çok önemli olacağını söylemek mümkündür. Hatta medyadaki gelecekte bu gibi salgınların olacağına ilişkin görüşler dikkate alındığında (8), turist sağlığının geleceğin ana konusu olacağı ve tüm kurguların bu konu üzerine odaklanacağı öngörülebilir.

Yaşanan salgın krizi sonrası normalleşme sürecinde birçok şeyin eskisi gibi olmayacağı öngörülmektedir. 21. yüzyılın en ciddi krizlerinden birisi olarak nitelenebilecek COVID-19 salgını sonrasında turizm sektöründe de ciddi bazı değişimlerin olacağı söylenebilir. Turist sağlığını önceliğine alan ve teması en aza indirecek akıllı uygulamaların kullanımının hızla yaygınlaşacağı söylenebilir. Özellikle seyahate katılan her bireyin akıllı telefon sahibi olduğu ve kolay internete erişebildiği dikkate alındığında, mobil akıllı uygulamalara yönelik talepte artış olacağı öngörülebilir. Dolayısıyla, turizm sektöründe faaliyet gösteren tüm tarafların da rekabet edebilirliğini korumak veya rekabet üstünlüğü sağlamak için akıllı mobil uygulamaları en kısa sürede etkin ve verimli kullanmayı tercih etmeleri kaçınılmazdır.

Rekabetçi seyahat acentalarının ve tur operatörlerinin kendi markaları ve bünyesindeki alt markalar üzerinden online rezervasyon sistemlerini ve akıllı uygulamaları kullandıkları bilinmektedir. Salgın sonrası bireylerin seyahat taleplerini acentalara gitmek yerine akıllı uygulamalar üzerinden karşılamaya yönelmesi ile klasik acenta hizmeti anlayışının daha da zayıflayacağı ve teknolojiyi etkin kullanamayan çalışanlar için istihdam sorunu oluşacağı gözden kaçırılmamalıdır. Ülkemizde 2019 yılı sonu itibari ile 11410 adet belgeli seyahat acentası olduğu dikkate alındığında (2), seyahat organizasyonu alanında yaşanabilecek istihdam sorununun boyutu da daha iyi görülebilir. Diğer yandan, 1618 Sayılı Kanunun ülkemizde yapılan tüm turlarda seyahat acentasını kullanılmasını zorunlu kılması, olası normalleşme sürecinde seyahat acentalarının talep alması ve faaliyetine devam etmesi açısından çok değerli bir kazanımdır.

Özellikle seyahat acentalarının teknolojiyi ve sosyal medyayı çok iyi kullanan kişileri istihdama yönelmesi ve teknolojiyi iyi kullanabilen genç işgücüne istihdam fırsatı sunması kaçınılmazdır. Akıllı uygulamaların kullanılması ile dil sorunu da rahatça aşılabilecek ve özellikle küçük işletmelere daha düşük maliyete küresel pazarlara açılma fırsatı sunulabilecektir. Ayrıca, rekabet gücü olmayan küçük ve yerel acentalar için kurumsal ana tedarikçilerin online iştirakçisi olup (afiliye), daha risksiz ve kolay tedarik kaynaklarına ulaşım imkanı da artacaktır.

Havayollarının büyük çoğunluğu zaten akıllı uygulamaları kullanmakta, bilet satışları ve diğer rezervasyon hizmetlerini sosyal mesafeyi koruyan online sistemler veya çağrı merkezleri üzerinden yapmaktadır. Havayollarının bireysel check-in banketlerinin (kiosk) de artacağını ve hatta check-in işlemlerinde havayolu personelinden hizmet alımının ekstra ücrete tabi olacağını öngörmek mümkündür. Bu kapsamda havayolları, çalışanın yüz yüze verdiği hizmetleri azaltarak maliyetleri kontrol alma imkanına da kavuşabilecektir. Böylece havayolu şirketi hem rekabetçi fiyat sunmayı isteyecek ve müşteri sayısını artırmaya çalışacak hem de sosyal mesafeyi koruyarak turist sağlığına önem verdiğini gösterebilecektir.

Konaklama işletmelerinin de turist sağlığının korunmasına yönelik akıllı uygulamalara yönelmeleri söz konusudur. Öncelikle satış ve rezervasyon işlemlerini akıllı uygulamalara uyarlamaya yönelecektir. Misafirin otele girişinden itibaren odasına ulaşana kadarki süreçte akıllı ve temassız sistemlerle hizmetleri sunmak isteyeceklerdir. Akıllı uygulamalar veya akıllı banketler (kiosk) üzerinden giriş kayıt işlemi yapılarak, misafirin cep telefonuna gönderilen barkod ile aktif olan asansör, kapı anahtarı, oda içi cihazların ve elektriğin kullanımı sağlanacaktır. Restoranlarda online menüden restoran içi ve dışı sipariş verilebilecek ve ödeme kabul edilebilecektir.

Restoran ve kafelerde de online sipariş ve kendin al (self- servis) uygulamalarının yaygınlaşmaya başlayacağı öngörülebilir. Servislerde kullanımlık malzemelerin tercihi artabilir. Günümüzde de olduğu gibi tek kullanımlık malzeme tercihinin artması, çevreci anlayış ve hijyen anlayışı arasında tartışmalı bir konu olmaya devam edecektir.

Tek gelir kaynağı tur ücretleri olan ve sayıları 11 bini aşan (9) profesyonel turist rehberleri, salgın sürecinden en çok etkilenen meslek gruplarından bir tanesidir. Normalleşme sürecinin gecikmesi ile rehberler sezonda gelir elde edemeyeceklerinden, yılın kalan kısmında da ciddi ekonomik sorun yaşayabileceklerdir. Sosyal mesafeyi koruma algısının normalleşme sürecinde de devam etmesi durumunda, dijital rehberlik hizmetlerine olan ilgi de artabilecektir. Rehber meslek örgütlerinin dijital rehberlik hizmetine yönelik ürün geliştirme konusunda da girişimci olması gerekmektedir. Geliştirilecek dijital ürünlerde rehberlerin hizmetlerini kullanarak telif haklarından rehberlerin gelir elde etmelerine imkan sağlanabilir.

Turizm sektörü destinasyonlarda farklı ülkelerden insanları bir araya getirdiği için turist sağlığı açısından potansiyel riski bünyesinde barındırmaktadır. Bu nedenle de destinasyonlarda da kişisel teması en aza indirgeyecek temassız akıllı uygulamaların da yaygınlaşması kaçınılmazdır. Bu kapsamda akıllı destinasyon uygulamalarının ön plana çıkma potansiyeli çok yüksektir. Hem turist sağlığının korunması hem de seyahatin kolaylaştırılması için akıllı destinasyon ve akıllı şehir uygulamalarının hızla hayata geçirilmesi önemlidir. Bilindiği gibi ülkemizde bu konuda bir yasal düzenleme de yapılmıştır.

Kaynakça

- 1- <https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/covid-19-yeni-koronavirus-hastaligi-nedir>
- 2- <https://covid19.who.int/>
- 3- <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/69320,turizmistatistikleri2019-4pdf.pdf?0>
- 4- <https://tr.euronews.com/2020/04/06/ekvador-da-covid-19-dan-olenlerin-cans-z-bedenleri-sokaklara-tast>
- 5- <https://turizmgazetesi.com/news.aspx?id=90195>
- 6- <https://turizmgazetesi.com/news.aspx?id=90204>
- 7- <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/coronavirus-lockdown-how-long-when-end-bill-gates-shut-down-a9446966.html>
- 8- <https://www.businessinsider.com/bill-gates-warns-the-next-pandemic-disease-is-coming-2018-4>
- 9- <http://tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/>