

Coronavirüsün (Covid-19) turizm sektörü üzerindeki ekonomik etkileri

The economic effects of Coronavirus (COVID-19) in the tourism industry

Ozan Bahar¹ ve Nur Çelik İlal²

Gönderilme tarihi/Received date: 28 / 04 / 2020

Kabul tarihi/Accepted date: 10 / 05 / 2020

Öz

Günümüzde ekonomik bir olgu olarak her geçen gün önemi artan turizm sektörü, gelir, iş ve vergi gelirlerinin oluşturulmasında, ödemeler dengesi problemlerinin hafifletilmesinde önemli bir araçtır. Turizm sektörünün talep esnekliği ise oldukça yüksektir. Turizm sektörü diğer sektörlerle göre politik sorunlar, salgın hastalıklar, ekonomik krizler gibi olaylardan daha hızlı etkilenmektedir. Bu bağlamda Aralık 2019'da ortaya çıkan ve o tarihten bu yana küresel olarak yayılmaya devam eden Covid-19 virüsü, insan sağlığının yanı sıra turizm sektörünü de olumsuz olarak etkileyen bir olay olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Covid-19 salgınının turizm sektörü üzerindeki ekonomik etkilerini kavramsal olarak ortaya koymaktır. Çalışmada öncelikle daha önce yaşanmış olan krizlerin turizme etkileri üzerinde durulmuştur ve ekonomik verilerle Covid 19 virüsünün turizme yönelik olası etkileri değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında kontrollü ve sağlıklı turizm kavramı ortaya konmaktadır. Çalışma sonucuna göre, salgının yol açacağı talep şoklarının turizm sektöründe istihdam ve gelir kayıplarına yol açması kaçınılmaz görünmektedir.

Anahtar kelimeler: Coronavirus, Covid 19, Pandemi, turizm ekonomisi, turizm sektörü

Abstract

The tourism sector, which is becoming more and more important as an economic phenomenon today, is an important tool in generating income, business and tax revenues and alleviating the balance of payments problem. The demand elasticity of the tourism sector is quite high. Tourism sector is affected by events such as political problems, economic crises and epidemics faster than other sectors. In this context, the Covid-19 virus, which emerged in December 2019 and has been spreading globally since then, is an event that negatively affects the tourism sector as well as human health. The aim of this study is to conceptually demonstrate the economic effects of Covid-19 outbreak on the tourism sector. In the study, initially, the effects of previous crises on tourism will be examined and then the economic effects of Covid 19 virus on tourism will be evaluated using economic data. Also included within the scope of the study, the concept of controlled and healthy tourism is introduced. This study will show that as a result of the Covid-19 pandemic it will be inevitable that lack of demand caused by the outbreak will lead to unemployment and income losses in the tourism sector.

Keywords: Coronavirus, Covid 19, Pandemics, tourism economics, tourism industry

1. Giriş

Turizm sektörü, günümüzde hemen hemen bütün ülkeler için en önemli ekonomik alanlardan birisi olarak kabul edilmektedir (Bahar ve Kozak, 2006). Türkiye'de turizm gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) içindeki payı, 2018 yılında %3,8, ihracat gelirleri içindeki payı % 17,5, dış ticaret açığını kapatmadaki payı % 53 düzeyindedir. 1980 yılında, turizm işletme ve yatırım belgeli toplam 778 olan tesis, 42.011 olan oda ve 82.332 olan yatak sayısı; 2019 yılında sırasıyla

¹ Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İİBF İktisat Bölümü, Muğla, Türkiye, obahar@mu.edu.tr

² Araştırma Görevlisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Muğla, Türkiye nurcelik@mu.edu.tr

4.918, 569.886 ve 1.200.122 olarak gerçekleşmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020). Turizm, 54 sektörü doğrudan, 185 sektörü dolaylı olarak etkilemektedir. Bu yönüyle turizm, Türkiye'nin en rekabetçi ve en çok döviz geliri getiren sektörü konumundadır. Ülkedeki toplam istihdamın yaklaşık % 8'ini oluşturmaktadır. Turizmin makroekonomik olarak toplamda 96 milyar dolarlık hâsıla etkisi olup, ortalama % 2,5'lük katma değeri ile ülkenin gelişme potansiyeli en yüksek ve daha önce de ifade edildiği gibi dünya pazarındaki en rekabetçi sektördür. İthalat bağımlılığı % 10 ile en düşük sektörlerindedir. İşletmelerin %10'a yakını bu sektörde faaliyet göstermektedir. Türkiye'de yapılan ücret ödemelerinin %5'i, üretilen malların toplam cirosunun %2'si ve maddi yatırımların % 4'ü bu sektörde gerçekleşmektedir. En çok istihdam yaratan ve altyapı sektöründen sonra en yaygın ikinci sektör durumundadır. Buna ilave olarak, Türkiye'de cari açığın sürdürülebilirliğinde turizm gelirlerinin etkisi önemlidir (Dündar ve Bahar, 2020). 2001-2016 döneminde turizm gelirlerinin cari açığın sürdürülebilirliğine katkısı % 13 düzeyindedir. Bu dönemde turizm gelirleri 1 dolarlık ithalat karşılığı yapılan 0.40,7 dolarlık ihracata ortalama sadece 4,7 dolarlık bir katkı yapmaktadır (<https://www.muglayenigun.com/yerel-haberler/mugla-sitki-kocman-universitesi-iktisadi-ve-idari-bilimler-fakultesi-ogretim-uyesi-prof-dr-ozan-bahar-kontrollu-ve-saglikli-turizm/>). Tüm bu ekonomik etkilerine karşılık turizm talebi savaş, terörizm, yüksek suç oranı, salgın hastalıklar, krizler gibi olaylara son derece duyarlıdır. Aynı zamanda hükümetlerin uyguladığı tarifler ve diğer kısıtlamalar uluslararası turizmi önemli ölçüde etkilemektedir (Roney Akış, 2018: 31).

Turizm sektöründe kriz; turizmle ilgili işletmelerin olağan faaliyetlerini tehdit eden, turistik bölgenin güvenli olmadığı izlenimi yaratan, turistleri yörenin turistik çekicilikleri ve rahatlığı konusunda olumsuz etkileyen ve bölgeye yönelik turizm talebinin ve harcamalarının azalması nedeniyle yerel turizm işletmelerinin faaliyetlerini yerine getirememeleri ya da varlıklarını devam ettirememelerine ve turizm talebinin azalmasına neden olan olaylar şeklinde tanımlanmaktadır (Sönmez vd., 1994:2). Pandemi turizm ekonomisi için eşi görülmemiş bir kriz olarak nitelendirilmektedir. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD), 2020 yılında uluslararası turizmde COVID-19 sebebiyle, % 45 oranında bir düşüş yaşanacağını tahmin etmektedir. Eylül 2020 ayına kadar iyileşme ertelenirse bu oranın % 70'e yükselebileceği öngörülmektedir. İç turizm de sınırlama önlemlerinden büyük ölçüde etkilenmektedir, ancak iyileşme aşamasından sonra iç turizmde daha hızlı bir toparlanma beklenmektedir (OECD, 2020).

Bu çalışmada öncelikle krizlerin turizm sektörüne etkisi ile ilişkili literatüre yer verilmiştir. Covid-19 virüsünün turizm sektörüne yönelik küresel bağlamda ekonomik etkileri belirlenmeye çalışılmış ve turizm sektörünün bu salgın sonrası yeniden toparlanmasına yönelik öneriler geliştirilmiştir.

2. Krizlerin turizme etkisi ile ilişkili literatür

Turizm çok hassas bir endüstridir. Bir turizm destinasyonunun makro ve mikro çevresinde gerçekleşen olumsuz olaylar genellikle daha az ziyaretçi sayısı ile sonuçlanır. Özellikle insan sağlığı ya da güvenliği (hastalık, terörizm, vb.) ile ilgili hafif bir risk bile, turistik bir bölgenin tercih edilmemesi için yeterlidir (Lee ve Chen, 2011). Bu bağlamda, turizm başta terör, savaş ve doğal afetler olmak üzere siyasal, politik ve ekonomik istikrarsızlıklardan, hükümet bunalımlarından vb. olumsuz olaylardan çok çabuk etkilenen bir sektördür. Özellikle son yıllarda yaşanan bazı terör olaylarının, salgın hastalık ve doğal afetlerin bölge turizmi ve uluslararası turizm hareketleri üzerinde olumsuz etkiler yaptığı bilinmektedir (Bahar ve Kozak 2008).

Literatür incelendiğinde, hem mali krizlerin hem de salgın hastalıkların turizme olan etkilerine yönelik çalışmalar bulmak mümkündür. Örneğin, Okumuş vd. (2003), Kuo vd. (2008), Styliadis ve Terzidou (2014), Hoque vd. (2020) bu çalışmalardan bir kaçıdır. Yıldız ve Durgun 2010 yılında yapmış oldukları çalışmada, 2008 yılında ABD mortgage kredileri ile patlak veren ve kısa bir süre sonra bütün dünyayı etkisi altına alan 2008 Dünya ekonomik krizinin turizm sektörü üzerindeki etkilerini belirlemeye çalışmışlardır. Benzer şekilde Bahar ve Balmumcu (2010) tarafından yapılan çalışmada, 2008 küresel mali krizinin Türkiye ve Dünya turizm sektörü üzerindeki etkileri incelenmiş ve turizm sektörünün krizden çıkışını sağlayacak politika önerileri getirilmesi amaçlanmıştır. Her iki çalışmada da hane halkının harcanabilir gelirinin azalmasıyla, uluslararası turizm hareketine katılan insan sayısı da ciddi şekilde etkilendiği ortaya konmuştur. Ancak Bahar ve Balmumcu (2010) küresel ekonominin diğer alanları ile karşılaştırıldığında, turizm sektöründeki olumsuz yansımaların nispeten daha az olduğunu ifade etmişlerdir. Krizin derinleştiği 2009 yılında ise sektörün hem turist sayısında hem de turizm gelirlerinde bir düşüş olduğu ortaya konmuştur (Bahar ve Balmumcu, 2010).

Pine ve McKercher (2004) yapmış oldukları çalışmada, 2002 yılının Kasım ayında Çin'de ortaya çıkan, Asya'nın büyük bölümünde görülen ardından da Kuzey Amerika ve Avrupa'da etkili olan Sars virüsünün Hong Kong turizm sektörü üzerindeki etkilerini araştırmışlardır. Yapmış oldukları çalışmada, SARS virüsünün hem konaklama hem havayolu şirketlerini vakaların artması ile birlikte ciddi oranda etkilediğini ancak hastalık kontrol altına alındığında turizm faaliyetlerine hızlı bir geri dönüş olduğunu ortaya koymuşlardır. SARS gibi bir virüsten kaynaklanan ciddi etkiler, bazı havayolları için hava yolcu sayısının % 80'e kadar azalmasına neden olmuş ve otel dolulukları da % 90'dan % 10'a düşmüştür. Bunun yanı sıra Hong Kong'da 27.000 kişi, Çin'de 2,8 milyon kişi, Singapur'da 17.500 ve Vietnam'da 62.000 kişi işini kaybetmiştir. Hong Kong'da Haziran ayında işsizlik % 8,6'ya yükselmiş, iş kayıplarının en fazla olduğu sektörler catering, oteller, ulaşım ve eğlence hizmetleri olarak gerçekleşmiştir (Pine ve McKercher, 2020).

Dünya Sağlık Örgütü (WHO), Asya'da ortaya çıkan H5N1 virüsü diğer adıyla kuş gribinin insanlara kolaylıkla bulaşabilen bir virüs olduğunu bildirmiş ve insanların dikkatli olmaları gerektiğini belirtmiştir. Bazı ülkeler bu süreçte etkilenen bölgelere zorunlu olmayan seyahatlerden kaçınmak için vatandaşlarına seyahat uyarıları yayınlamıştır. Lee ve Chen 2011 yılında yapmış oldukları çalışmada 2004-2006 kuş gribi salgınının Asya'daki yaşlı turistler üzerindeki etkisini araştırmaktadır. Yapılan çalışmada bu turist grubunun Asya'yı ziyaret eden yaşlı turistleri etkilemediği ve planladıkları ziyaretlerinden vazgeçemediklerini ortaya koymuşlardır. Bunun nedeninin de bu salgındaki düşük ölüm oranı olduğunu ifade etmişlerdir.

Turizm sektörü küresel jeopolitik belirsizlik, pandemi, ekonomik dalgalanma, salgın hastalıklara karşı oldukça duyarlı bir sektör olsa da yapılan çalışmalar sektörün hızlı toparlandığını, bazı durumlarda küresel krizlere rağmen iyi performans gösterdiğini ortaya koymaktadır. Buna karşılık Covid 19 virüsü ise daha önce eşi görülmemiş bir salgın hastalık olarak ifade edilmektedir. Dolayısıyla şu an karşılaştırma yapılacak verilere henüz ulaşılmamış olsa da seyahat kısıtlamalarından dolayı diğer krizlere göre etkisinin daha yüksek oranda seyredeceği muhtemeldir.

3. Ekonomik verilerle Covid 19 virüsünün turizme olası etkileri

Covid 19 adlı virüs, ilk olarak Çin'in Hubei eyaleti Wuhan kentinde Aralık 2019'da ortaya çıkmıştır. O tarihten bu yana ise hızla küresel olarak yayılmaya devam etmektedir. Hala ciddi bir sağlık problemi olarak etkisini sürdüren Covid-19 pandemisi, küresel ekonomik etkileri de

beraberinde getirmiştir. Sadece insan sağlığını değil, ekonomileri de tehdit eden bu virüsün evrimi ve ekonomik etkileri henüz belirsizlik içerisinde (McKibbin ve Fernando, 2019).

Johns Hopkins Üniversitesi'nin derlediği verilere göre, 18 Nisan 2020 itibarıyla, 185 ülkede 2.261.631 vaka ve 154.789 ölüm bulunmaktadır. Türkiye'de ise vaka sayısı 78.546 ve ölüm 1769 olarak gerçekleşmiştir (Johns Hopkins Üniversitesi, 2020). Devam eden Covid-19 ile birlikte uluslararası ticaret ve seyahat askıya alınmış, okullar kapatılmış, birçok büyük çaplı organizasyonlar, kongreler, festivaller iptal edilmiş, bazı işyerleri kapatılmıştır. Beyaz yakalılar daha çok evden çalışmaya başlarken, mavi yakalılar işini kaybetme riski ile karşı karşıya kalmışlardır. Covid 19 pandemisinin ülke ekonomilerini derinden sarması, üretim, istihdam ve gelir kayıplarına yol açması kaçınılmaz görünmektedir.

Salgının yayıldığı tüm ekonomilerde ulaşım, turizm ve ticaret başta olmak üzere önemli hizmet sektörlerinde patlak veren harcama çöküşü (talep şoku) giderek derinleşmekte ve hızla tüm ekonomilere yayılmaktadır. Bununla birlikte talep şokları gecikmeli olarak da (üretim) arz şoklarına yol açmaya başlayacaktır. Tüm bunların üzerine finansal şokların yaşanması ile birlikte reel ekonomilerin talep ve arz şokları ile birlikte küçülmeye başlaması muhtemeldir (Aydoğuş, 2020). Covid 19 salgınından etkilenen sektörlerin başında ise hizmet sektörü gelmektedir. Çünkü seyahat kısıtlamaları ile birlikte talepteki en büyük düşüş özellikle turizm sektörüne yönelik hane halkının harcamalarında ortaya çıkmıştır. Hava ulaşımı başta olmak üzere ulaşım, otel ve lokantalar, eğlence, spor ve kültürel etkinlikler gibi hizmet sektörleri salgından en fazla etkilenen sektörlerin başında gelmektedir. Covid-19 sonrası dünyanın birçok ülkesi ve sektöründe iş modellerinin değişeceği aşikârdır. Dünya Turizm Örgütü tarafından 21. yüzyılın en önemli sektörü olarak kabul edilen ve bir hizmet sektörü olan turizm de bundan en fazla etkilenecek sektördür.

Özellikle tüketim harcamaları içerisinde Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) TÜFE hesaplamalarında kullandığı ana harcama grupları içerisinde ulaşım %15,6, eğlence ve kültür %3,3, lokanta ve oteller %8,7 paya sahiptir. Bu durumda tüketim harcamalarının beşte birinden fazlası söz konusu hizmetlere gitmektedir (Aydoğuş, 2020: 12). Bununla birlikte turizm sektörü, 54 sektörü doğrudan, 185 sektörü dolaylı olarak etkilemektedir. ABD genelinde e-ticaret satışlarını incelemeye yönelik yapılan bir çalışma, turizm sektörünün diğer sektörleri ne denli etkilediğini açıkça ortaya koymaktadır. ABD genelinde yapılan bu çalışma ile 2019-2020 karşılaştırması ile Mart ayında e-ticaret tüketiminde en çok artış ve azalış gösteren ilk 100 ürünü kategorileştirilmiştir. Aşağıdaki Tablo 1'de ilk 100 ürün içerisinde turizm sektörü ile bağlantılı ürünlerin tüketimindeki azalış dikkat çekmektedir.

Tablo 1. E-ticarette en hızlı azalış görülen ürünlerden örnekler

Sıra	Ürün kategorisi	Azalış oranı
1	Bavul	-%77
3	Kamera	-%64
4	Mayo	-%64
7	Bikini	-%59
12	Şnorkel ekipmanları	-%56
13	Kız çocuğu mayoları	-%55
45	Güneş gözlüğü	-%43
58	Kamp ekipmanları	-%39
63	Yüzme ekipmanları	-%37

Kaynak: Styrk (2020).

Pandemi ile birlikte turizm ile ilişkili tüketim harcamalarında keskin bir düşüş olduğu ortadadır (bkz. Tablo 1). Özellikle seyahatlerin durdurulması bavul, evrak çantası ve kamera gibi tüketim harcamalarında ciddi düşüslere neden olmuştur. Buna ek olarak, birçok rezervasyon iptal edilmiş ve sandalet, mayo, kamp malzemeleri gibi kategorilerde de düşüş yaşanmıştır.

Covid-19 virüsünden başka daha önce Dünya'da hiçbir olay bu denli büyük çapta seyahat kısıtlamasına sebep olmamıştır. Nisan 2020 itibarıyla, tüm dünya destinasyonlarının % 96'sı Covid-19 salgınına önlemeye yönelik seyahat etmeyi kısıtlayan önlemler uygulamıştır (UNWTOa, 2020:3). Dolayısıyla seyahat kısıtlamaları ile birlikte uçuşlar, otel rezervasyonları, festivaller iptal edilmiş ve bu durum küresel turizmi oldukça etkilemiştir. Covid-19 her şeyden önce insanların yaşamlarını etkileyen ve küresel bir ekonomik krizi tetikleyen insani bir krizdir. Bu pandeminin turizm sektörü için çok somut etkileri vardır ve bu durumun birçok kişi, işletme, destinasyon ve sektörü etkilemesi kaçınılmazdır.

Turizm sektörü dünya GSMH'sinin %10'undan fazlasını üretmekte ve bu da ortalama 8,8 trilyon dolara denk gelmektedir. Taymaz, 2020 yılında yaptığı çalışmada, Covid-19 salgınına karşı alınan önlemlerin yol açacağı talep şoklarının GSYH ve istihdamda yaratacağı toplam etkileri Girdi Çıktı modeliyle hesaplamış ve ulaşım, otel, lokanta, eğlence ve kültür gibi hizmet sektöründe meydana gelecek talep düşüşlerinin toplam GSYH'de %7,8 oranında düşüşe yol açacağını belirlemiştir. Toplam istihdamda ise % 10 üzerinde bir daralma olabileceğini ortaya koymuştur (Taymaz, 2020). Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO) göre bu yıl salgın nedeniyle turist sayısının %20-30 arasında düşebileceği tahmin edilmektedir. Bu düşüş uluslararası ziyaretçilerin yaptığı harcamalarda yani turizm gelirlerinde 30 ile 50 milyon dolar arasında bir azalış anlamına gelmektedir (UNWTOb, 2020). Turizm sektörü OECD ülkelerinde GSYH'nin ortalama % 4,4'üne ve hizmet ihracatının % 21,5'ine doğrudan katkıda bulunmaktadır. Bu paylar birçok OECD ülkesi için çok daha yüksektir. Örneğin, İspanya'da turizm, GSYH'nin %11,8'ine katkıda bulunurken, toplam hizmet ihracatının % 52,3'ünü temsil etmekte, Meksika'da bu rakamlar % 8,7 ve % 78,3, İzlanda'da % 8,6 ve % 47,7, Portekiz'de % 8,0 ve % 51,1 ve Fransa % 7,4 ve % 22,2 olarak gerçekleşmektedir. Türkiye'de ise turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı %3,8 olarak gerçekleşmektedir (OECD, 2020).

Turizm döviz girdisi sağlar, bölgesel kalkınmayı güçlendirir, çok sayıda iş ve işletmeyi doğrudan destekler ve birçok yerel topluluğun temelini oluşturur. Emek yoğun bir sektör olarak, OECD ülkelerinde ortalama olarak istihdamın % 6,9'una doğrudan katkıda bulunmaktadır. Dünya'da ise turizm sektörü, istihdamın ortalama % 7,4'üne doğrudan katkı sağlarken, toplam istihdamın ortalama % 10'una katkı sağlamaktadır. Turizm istihdam yaratan önemli bir sektördür ve normal şartlarda düşük vasıflı kişiler, göçmenler, kadınlar, öğrenciler ve yaş almış çalışanlar için çeşitli istihdam fırsatları sağlamaya yardımcı olabilir niteliktedir. Turizm istihdamının payı, İzlanda'daki toplam istihdamın % 15,7'sini, İspanya'da % 13,5'ini, İrlanda'da % 10,3'ünü, Yunanistan'da %10,0'ünü ve Portekiz'de % 9,8'ini temsil etmektedir. Türkiye'de ise bu oran ortalama % 7,7'dir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'ne (WTTC) göre ise, Covid-19 pandemisi nedeniyle küresel Seyahat ve Turizm'de 75 milyona kadar kişinin işini kaybetme riski altında olduğu tahmin edilmektedir. Dolayısıyla turizm sektörü, istihdamı, vergi gelirlerini, döviz girişini ve kendisi ile ilişkili diğer sektörleri etkilemektedir. WTTC'nin araştırmasına dayanan endişe verici rakam, 2020'de dünya turizm ekonomisinde kaybin 2,1 trilyon dolara kadar olacağını göstermektedir.

Diğer yandan, Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA), küresel hava taşımacılığı gelirlerinin bu yıl % 5 azalacağını tahmin etmekte, bu da 29,3 milyar dolar daha az gelir anlamına

gelmektedir. Virüsün seyahat talebi üzerindeki mevcut etkisi göz önüne alındığında, otel endüstrisi her hafta 1,4 milyar dolar gelir kaybetmektedir. Bu nedenle turizm sektörünün etkilenmesi dünya ekonomisine de çok yönlü etkileyecektir. Böylece seyahat kısıtlamaları, uçuş yasakları ve tüm ülkelerde yaşanan iptaller, sektörü ve çalışanları ciddi anlamda tehdit etmektedir. Martın son haftası itibarıyla hava yolculuğu % 34,02, konaklama ve otellere talebin % 39, araç kiralamanın da % 33 düştüğü görülüyor. Bunun yanında haber ve medya sektörü % 2,07, teslimat sektörü ise % 7,8 artmıştır. Nitekim seyahat ve turizm sektörünün yavaş toparlanma gösterecek sektörlerin başında olduğu da ifade edilmektedir. Bunlara ilave olarak, Türk Hava Yolları (THY) ve Pegasus hisse senetleri % 5,6 ile % 4,9 düşmüş durumdadır. Herhangi bir gelir akışı olmazsa, THY'nin iki aydan biraz fazla, Lufthansa'nın 51 gün ve dünyanın pek çok havayolu şirketinin ise faaliyetlerini en fazla beş ay sürdürebileceği ifade edilmektedir. Turizm uzmanları tarafından, dünya genelindeki toplam 20.000 civarındaki uçağın sadece 1.000'e yakınının havada olduğu, onlarında genellikle kargo amaçlı uçtuğu belirtilmektedir. Diğer bir deyişle, seyahat sektörünün % 90'ndan fazlası durmuştur. Bu, havayollarının işletme gelirlerinde 88 ila 116 milyar dolar arasında potansiyel bir kayıp yaratacaktır (<https://www.muglayenigun.com/yerel-haberler/mugla-sitki-kocman-universitesi-iktisadi-ve-idari-bilimler-fakultesi-ogretim-uyesi-prof-dr-ozan-bahar-kontrollu-ve-saglikli-turizm/>).

Daha önce de ifade edildiği üzere Sars virüsü, kuş gribi gibi salgın hastalıklar otellerin, havayolu şirketlerinin, acentelerin kayıplar yaşamasına neden olmaktadır. Covid-19 pandemisinde de küresel olarak, oteller virüs yayılma seviyesine bağlı olarak daha düşük doluluk oranları yaşayacaktır. Örneğin büyük otel zincirleri 2020'de hisse senedi fiyatlarındaki düşüşü görmeye başlamıştır. 18 Mart tarihi itibarıyla Marriott hisse senetleri % 62 oranında düşmüş, MGM tatil köyleri hisse senedi fiyatları ise % 75 oranında düşüş yaşamıştır (OECD, 2020). Hilton CEO'su Chris Nassetta, koronavirüs nedeniyle şirketin büyük bir kayıp yaşadığını ifade etmiştir. Chris Nassetta'ya göre, gerçekleşebilecek tahmini zarar 25 milyon dolar ile 50 milyon dolar arasındadır (Houqua vd., 2020).

Türkiye'de Covid-19 sürecine yönelik bir değerlendirme yapıldığında, 10 Mart'ı 11 Mart'a bağlayan gecenin ilk saatlerinde Sağlık Bakanı Fahrettin Koca, koronavirüs (Covid-19) salgını ile ilgili olarak bir vatandaşın sonuçlarının pozitif çıktığını belirtmişti. Daha sonra Türkiye, 13 Mart 2020 itibarıyla 9 Avrupa ülkesine yönelik uçuşları askıya alma kararı aldı. 21 Mart 2020 itibarıyla da Türkiye'den uçuşların yasaklandığı ülke sayısı 68 oldu (Bişkin, 2020). Dolayısıyla Covid-19 nedeniyle Türkiye'de Mart 2020 tarihi itibarıyla seyahat kısıtlamalarının başladığı görülmektedir. 2019 yılında Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı, 45.058.286 kişi olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'de Covid19 vakasının görüldüğü ay olan Mart 2019'da gelen ziyaretçi sayısı 2.232.358 kişi olarak gerçekleşirken, Nisan ayında 3.293.176 kişi olarak gerçekleşmiştir. 2019 yılında ortalama kişi başı harcama ise 666 Dolar olarak gerçekleşmiştir (TÜRSAB, 2020). Dolayısıyla kısıtlamanın olduğu Mart ve Nisan ayı içinde ortalama kayıp 3,7 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Mart ve Nisan ayında ziyaretçi sayısı Mayıs, Haziran, Temmuz aylarına göre daha düşük düzeyde seyretse de salgının kontrol altına alınmaması durumunda bu kayıp artarak devam edecek ve Türkiye'de ortalama 30 milyar dolarlık bir kayıp yaşanmış olacaktır.

Çoğu ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de işsizlik önemli ekonomik sorunların başında gelmektedir. Hizmetler sektörü içinde yer alan turizm emek yoğun bir sektördür ve bu sektör tüm ülkeler için işsizlik sorununa bir çözüm olarak algılanmıştır. Türkiye ekonomisinde turizmin istihdama katkısı incelendiğinde turizm sektörünün toplam istihdam içerisinde aldığı payın genelde

% 8 civarında gerçekleştiği görülmektedir (Şit, 2016). Tablo 2, turizm sektöründe sigortalı çalışan sayısını göstermektedir. Yayınlanan son verilere göre, 2018 yılı itibarıyla konaklama, yiyecek ve içecek hizmetleri, seyahat acentesi, tur operatörü hizmetleri, spor, eğlence ve dinlence faaliyetleri ile havayolu taşımacılığında çalışan toplam sigortalı sayısı 1.021.438 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 2. Turizm sektöründe sigortalı çalışan sayısı

Faaliyet kodu	Faaliyet grubu	İşyeri sayısı	Zorunlu sigortalı sayısı	Ortalama günlük kazanç
55	Konaklama	18.660	226.760	105,87 TL
56	Yiyecek Ve İçecek Hizmeti Faal.	122.194	668.387	79,93 TL
79	Seyahat Acentesi, Tur Oper.Rez.Hiz	8.526	47.727	120,04 TL
93	Spor, Eğlence ve Dinlence Faal.	8.747	51.022	115,66 TL
51	Havayolu Taşımacılığı	292	27.542	363,77 TL
Toplam		158.419	1.021.438	113,41 TL

Kaynak: SGK (2018) İstatistik Yılları incelenerek yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye’de turizm sektöründe çalışanların belirli bir oranı 12 ay süreyle sigortalı olarak çalışmaktadır. Bu durum sektörün mevsimsellik özelliğinden kaynaklanmaktadır. Bu kişiler de genellikle üst düzey departman yöneticileri ile rezervasyon, muhasebe gibi belli başlı departmanlardaki sınırlı sayıdaki personellerden oluşmaktadır. Özellikle Türkiye’nin önemli turizm destinasyonlarından biri olan Antalya’da sektörde çalışan personel ortalama 4,5 ay gibi süreyle sigortalı olarak çalıştırılmaktadır. Dolayısıyla turizm sektöründe çalışan personelin ortalama %70’i işsizlik sigortasından da faydalanamamaktadır.

Avrupa, %51’lik payı ile dünyada en çok turist alan bölge durumundadır. Diğer bir deyişle, turizmin merkezi olan bir kıta ve ülkedir. 2018 yılında dünyada en çok turizm harcaması yapan ülke verileri incelendiğinde, önde gelen ilk üç ülkenin Çin, ABD ve Almanya olduğu görülmektedir. Bu ülkeleri sırasıyla, İngiltere, Fransa, Avustralya, Rusya Federasyonu, Kanada, Güney Kore ve İtalya izlemektedir (UNWTO, 2018). İlk onda yer alan söz konusu ülkeler, dünya nüfusunun yaklaşık dörtte birine karşılık gelmekte ve turizm harcamaları açısından piyasa payının toplam %55,9’unu meydana getirmektedir. ABD dünya GSYH’nın %23’ünü, Çin ise %16’sını oluşturmaktadır. Bu bağlamda, dünya GSYH’nın %2, ABD’nin %2,3, Çin’in % 0,1, İngiltere’nin % 1,5, AB’nin % 6,5 ve Türkiye’nin % 3 küçüleceği öngörülmektedir. Bu ülkelerin hemen hemen hepsi şu anda pandemi ile mücadele etmektedir. Bu da dünya genelinde turizm talebinin daralması ve hatta tamamen durması anlamına gelmektedir. Türkiye’de turizm talebinde bu ülkelere bağımlı olduğundan, toparlanmanın zaman alacağı muhtemeldir.

Şu anda Covid-19’un ekonomik etkisini net bir şekilde tahmin etmek mümkün değildir. Ancak pandeminin turizm sektörünü olumsuz yönde etkileyeceği hem önceki çalışmalar hem de şu an yayınlanan veriler ışığında ortadadır. Ali ve Çobanoğlu (2020) Mart ayının üçüncü haftasında 28 ülkeden 2.000’den fazla yolcu ile bir çalışma yapmışlardır. Çalışmanın amacı, katılımcıların pandemi sırasında seyahat davranışlarını ortaya koymaktır. Çalışma, gezginlerin % 63,8’inin gelecek 12 ay içinde seyahat planlarını azaltacağını ortaya koymuştur. Buna ilaveten yarısından fazlasının, koronavirüs nedeniyle iş seyahatlerini hemen iptal ettiği yönündedir. Çalışma sonuçları, 2019 yılına göre havayolu, otel ve restoran gibi işletmeleri içeren seyahat endüstrisinin 2020 yılında %50 oranında küçüleceğini ve bu da önemli bir iş ve gelir kaybı anlamına geleceğini

öngörmektedir. Dolayısıyla yapılan bu çalışma da göstermektedir ki sektör pandemiden etkilenecektir. Burada önemli olan nokta pandeminin kontrol altına alınmasından sonraki süreci doğru yönetmektir. Bu bağlamda öne çıkan nokta kontrollü ve sağlıklı turizmi geliştirmektir.

4. Kriz yönetimine yönelik bir öneri: Kontrollü ve sağlıklı turizm

Kriz yönetimi, büyük bir krizi hem öngörmek hem de bunlarla başa çıkmak için stratejik bir planlama çerçevesi sunar. Kriz gelişiminin doğasına göre, kriz yönetimi dört aşamaya ayrılabilir (Yu vd., 2006)

- (1) kriz öncesi aşama;
- (2) akut kriz aşaması yani krizin ortaya çıktığı ilk aşama;
- (3) kronik kriz aşaması ve
- (4) inceleme aşaması.

Kriz öncesi aşama, potansiyel krizlerin etkilerini önlemek veya azaltmak için önlem alınabildiği zamandır. Her otel, büyüklüğüne, konumuna ve kaynağına bakılmaksızın, spesifik krizlerin genel olarak turizm endüstrisini ve özellikle kendi kuruluşlarını nasıl etkileyebileceğine dair sağlam bir anlayış geliştirmelidir. Akut kriz aşaması, krizin etkilerinin hissedildiği ve geri döndürülemediği andaki noktayı ifade eder. Bu aşamada, kriz yönetimi komuta merkezi kurulması ve tesislerin güvenliğini içeren yönetim müdahaleleri, mobilizasyon ve eylem üzerinde durulur. Kronik kriz aşaması, kendi kendini analiz ve iyileşme dönemidir. Bu aşamada vurgu kurtarma ve yeniden yapılanma üzerinedir. Kronik evre sırasındaki bir hasar denetimi yapılmalı, çeşitli sistemleri izlenmeli, çalışanlar da dâhil olmak üzere mağdurlara danışmanlık yapılmalı, tüketici güvenini geri kazanma ve yatırım planları geliştirilmelidir. İnceleme aşaması ise kuruluşun planlama konusunda neyin doğru gittiğini ve nerelerde iyileştirmeler yapılabileceğini de içeren bir bütün olarak krize genel bir bakışı ifade eder. İnceleme aşaması, rutin geri yükleninceye kadar gerçekleşmez (Tew vd., 2018).

Krizi yönetmek konunun sadece ekonomik etkileri üzerine odaklanmanın da ötesindedir. Geçmiş pandemilerden öğrenilen dersler aslında Covid-19 virüsü için de geçerlidir ve şöyle sıralanmaktadır (Jamal ve Budge, 2020):

- Olası / gerçek bir salgının kaotik başlangıç aşamasında, sakinler ve yerel topluluklar için sorumluluk ve özen gereklidir.
- Ağırlama endüstrisindeki hizmet sağlayıcılar ve çalışanlar, yeni koronavirüsü taşıyacaklarından korktukları için misafirlerin uygunsuz bir şekilde geri çevrilmeyecek şekilde bilgili ve hazır olmalıdır.
- Proaktif stratejik müdahale planının bir parçası olarak kilit turizm ve konaklama paydaşları ile yerel ve bölgesel halk sağlığı yetkilileri arasındaki iletişim kanalları açık kalmalıdır.

Bu noktada kontrollü ve sağlıklı turizmin geliştirilmesi hem kriz aşamasında hem de krizden sonraki süreçte turizmin sürdürülebilirliği ve krizin en az hasarla üstesinden gelinmesi açısından gereklidir. Kontrollü ve sağlıklı turizm, özellikle konaklama ve ulaşım hizmetlerinde konukların ve sektörde çalışanların sağlığını ve hijyenini ön plana çıkaran, çalışanların sektöre güvenmeleri için istihdam edilebilirliğini devam ettiren hem çevreye hem de yerel halkı dikkate alan bir turizm modelidir diyebiliriz. Şöyle ki; Avrupa Birliğinin (AB) nüfusu yaklaşık 520 milyondur. Bunun da 125 milyonunu yaşlı nüfustur ve bu sayı sürekli artmaktadır. Bu yaşlı nüfusun %1'inin

Türkiye'ye gelmesi ise 1 milyon 250 bin kişinin tatil amaçlı ülkemizi tercih etmesi anlamına gelmektedir. Yaşlı nüfus aylık 4 bin Euro'nun biraz üzerinde sağlık harcaması yapmaktadır. Bu harcamayı 5-6 ay boyunca ve tatillerini sıcak bölgelerde geçirerek yapmaktadır. Dolayısıyla Türkiye'nin yaş almış bir turistten yıllık 20-25 bin Euro gelir elde etme potansiyeli vardır. Önümüzdeki 6 yıllık süreçte Dış İşleri Bakanlığı'nın altındaki AB Başkanlığı, 20 milyar doları medikal turizmden, 25 milyar doları da 55 plus denilen ziyaretçiden olmak üzere toplam 45 milyar dolar sağlık turizminden gelir elde etmeyi amaçlıyor. Dolayısıyla sağlık turizmi bu süreçte iyi değerlendirilirse, hastaneleri, çalışanları, yatakları, turistik tesisleri dinamik hale getirerek, kadrolarını güçlendirerek, sadece sağlık turizminden 45-50 bin dolar gelir elde edilebilir. Gerçekten ciddi bir yapılanmayla ziyaretçileri kış aylarında da Türkiye'ye çekip, bu hastanelerin olduğu destinasyondaki oteller aktif hale getirilebilir. Türkiye'ye bir saat uçuş mesafesinde olan 12; 4 saat uçuş mesafesinde olan 57 ülke vardır. Bu 57 ülke nüfusunun toplamı ise 1,5 milyar dolaylarındadır. Bu insanların kaliteli ve ucuz sağlık hizmeti alması noktasında Türkiye oldukça önemli bir arza sahiptir. Türk hekimleri artık sağlık hizmeti konusunda çok iyi eğitilmiştir. Eskiden Türk hekimleri yurt dışına giderek eğitim alırken, şimdi Türk hekimler yabancı hekimlere eğitim vermektedir. Öte yandan, ülkelerdeki sağlık harcaması her geçen gün artmaktadır. Günümüzde sağlık turizmi kapsamında tüm dünya genelinde 30 milyonluk bir hasta trafiği bulunmaktadır. Şu an ki pazarın büyüklüğü ise 500 milyar dolardır. Böylesi bir pazardan Türkiye'nin aldığı pay %1 ile 5-6 milyar dolar civarındadır. İlerleyen süreçte bu payın %1'den, %10'a çıkması 50 milyar doların ülkeye döviz girdisi olarak girmesi demektir. 2023 yılında, bu pazarın 1 trilyon dolara çıkması beklenmektedir. 1 trilyon doların %10'u, 100 milyar dolar etmektedir. Türkiye'nin sağlık turizminde kazanacağı bu gelir, Türkiye'nin dış ticaret ile cari açığının otomatik olarak kapanması anlamına gelmektedir. Nitekim İstanbul, Antalya, Muğla gibi sağlık hizmeti veren üniversite hastanelerinin olduğu yerlere çekilecek turistler oldukça önemlidir. Türkiye'nin sağlık hizmetini ve kalitesini, pandemi sürecinde, Avrupa'da çok da iyi sağlık hizmeti alamayan Avrupalı vatandaşlara rahatlıkla pazarlamak mümkündür. Bundan sonra değişecek olan tatil anlayışında, sağlık hizmeti ile turizm hizmetini birleştirerek ürün sunmak Türkiye'nin turizmden elde edeceği geliri de arttıracaktır (<https://www.muglayenigun.com/yerel-haberler/mugla-sitki-kocman-universitesi-iktisadi-ve-idari-bilimler-fakultesi-ogretim-uyesi-prof-dr-ozan-bahar-kontrollu-ve-saglikli-turizm/>).

İşletmeler satış, pazarlama, hizmetin sunumu ve dizaynı, hijyen, sağlık ve pek çok alanda artık daha dinamik olmak zorundadır. Bu süreçten sonra hijyen ve temizlik başta olmak üzere insanların tatilde aradığı şeyler değişecektir. Örneğin otellerdeki ortak kullanım alanları, havuzlar, asansör düğmeleri, oda kapı kolları, odalardaki kumandalar, tuvalet ve banyolar, açık büfe restoranlar vb. birçok şeyin temizliği oldukça önemlidir. Her ne kadar sektörde otellerin tercih edilebilirliğinde hijyen ön planda olsa da artık konuklar hijyen konusunda daha fazlasını talep edeceklerdir. Temizlik, hijyen ve sağlık açısından tasarlanacak görsel ve yazılı mesajlar değişik reklam mecraları ile sosyal medya hesaplarında sürekli paylaşılmalıdır.

Pandemiden sonraki süreçte algıyı iyi yönetmek de gereklidir. Otel içerisindeki temizlik görevlileri günün her saati ellerinde temizlik malzemeleri sürekli temizlik yapmalı ve turistler bunları görmelidir. Otellerdeki sağlık personeli sayısı artırılmalıdır. Gün içerisinde turistlerin ateşi belirli kontrol noktalarında ölçülmelidir. Hem havayolu firmaları hem de konaklama işletmeleri konuklardan hastanelerden alacakları bir sağlık raporunu virüs tamamen ortadan kalkana kadar talep etmelidir. Yöresel tarımsal ürünlerin öne çıkartıldığı taze meyve suları ve detoks tarzı ürünlerin sunulacağı büfeler otelin birçok noktasına konulmalıdır. Algı yönetimi, daha sağlıklı yaşam ve tatil yapmak düşünce ile entegre edilerek iyi kullanılmalıdır.

Bunlara ilave olarak, kişiye özel seyahatler, ekolojik seyahatler, sağlık yaşam-spa seyahatler, gurme seyahatler, yavaş (slow-city) seyahatler, sosyal sorumluluk seyahatler daha fazla tercih edilebilir olacaktır. Kitle turizminin yerini alacak olan yeni seyahat eğilimleri aynı zamanda sürdürülebilirliği de destekler niteliktedir.

Otellerin, havayolu firmalarının ve restoranların hijyen konusunda alacakları birçok önlemin yanı sıra turizm işletmeleri personel desteğini de hem kriz sürecinde hem de kriz sonrasında göz ardı etmemelidir. Bu konu en az, yeniden talebi artırtma kadar önem arz etmektedir. Çünkü personel bu süreçte sektörden gerekli desteği alamazsa kendine farklı alternatif iş olanakları arayacak ve sektöre olan güvenini yitirecektir. Marriott, SARS salgını sırasında operasyonları gözden geçirme şansını yakalamış. Otel, personelinin hiçbirine izin vermemiş, ücretsiz izin teşvik edilmiştir. Bu süreçte bazı personeller yeniden eğitilmiş ve görevlendirilmiş, birçoğu ekstra temizlik önlemlerine katılmıştır (Pine ve McKercher, 2004). Dolayısıyla sektör şu an elinde bulundurduğu personeli ücretsiz izne göndermek yerine bu sürecin sonsuza kadar sürmeyeceğini dikkate alıp, personel desteğini de göz ardı etmemelidir.

5. Sonuç

Turizm sektörüne yönelik talep şokunun boyutu ve ekonomik olarak sektörün ne düzeyde etkileneceği salgının ne kadar süreceğine bağlıdır. Hatta salgın bittikten sonra veya etkili bir aşu bulunduktan sonraki süreçte insanların tatile çıkma eğilimlerinin ne düzeyde seyredeceği henüz net değildir. Turizm sektöründeki kayıpların tümüyle önlenmesi mümkün değildir. Bunun nedeni de üretilen hizmetin depolanamaması ve tüketicinin yani turistin ürünün üretildiği yere gelmesinden kaynaklanmaktadır. Tarım dâhil diğer tüm sektörlerde üretilen her çeşit ürünü bir şekilde muhafaza ya da stok etme şansı varken, seyahat ve turizm sektöründe ne yazık ki bu mümkün değildir. Bir otel odasını veya bir uçak koltuğunu, yaşanan herhangi bir ekonomik vb. kriz ortamında depolamak veya stok etmek imkânsızdır. Yatırımların geri dönüş süresinin 7 ila 10 yıl olduğu bu sektör -ki imalat ve diğer sektörlerde 1 ila 3 yıldır- en riskli sektör konumundadır. Ürün hizmet olduğu için, depolama ve stok edilemediğinden ikamesi söz konusu değildir ve riski dağıtma şansı da yoktur. Diğer bir deyişle, pandemi sürecinden geçilen bu dönemde işletmelerin satamadığı ve iptal edilen çok sayıdaki otel odası ya da uçak koltuğu zarar olarak işletmelere geri dönmektedir. Bu durumda iyi tasarlanmış politika önlemleriyle bile yaşanan bu kayıpların önlenmesi olanaklı değildir ancak en aza indirilebilir. Genişlemeci iktisat politikalarına bu dönemde gereksinim duyulmaktadır. Türkiye’de ekonomi yönetimi pandeminin ortaya çıktığı yıl olan 2020 yılında bu dönemde 100 milyar liralık bir paket açıklamıştır. Bu paketin turizmle ilgili olan başlıkları şöyledir:

- Konaklama, yiyecek içecek sektörleri için muhtasar ve KDV tevkifatı ile SGK primlerinin 2020 yılının Nisan, Mayıs, Haziran ödemelerinin altışar ay süre ile ertelenmesi,
- Konaklama vergisinin Kasım ayına kadar uygulanmaması,
- Otel kiralamalarına ilişkin irtifak hakkı bedelleri ve hasılat payı ödemelerini Nisan, Mayıs ve Haziran ayları için 6 ay süre ile ertelenmesi,
- İç hava yolu taşımacılığında üç ay süre ile KDV oranının %18’den %1’e düşürülmesi.

GSYH’nin sadece %2,3’ü olan 100 milyar liralık bu ilk paketin sektör için son derece yetersiz olduğu ortadadır. Çünkü açıklanan ilk pakette ne yazık ki turizm sektöründe istihdam eden kişilere yönelik herhangi bir destek bulunmamaktadır. Kore’de ise seyahat ve turizm endüstrisi bu süreçte 'özel istihdam destek sektörü' olarak belirlendiğinden, turizm şirketleri işçilerine ücretli

izin verebilmektedir. İtalya’da ise Covid-19 nedeniyle işini kaybeden mevsimlik turizm işçilerine Mart ayı için 600 Euro tutarında özel bir tazminat ödeneceği bildirilmiştir (OECD, 2020).

Turizm sektörü Türkiye ekonomisi için oldukça önemli bir sektördür. Çünkü Türkiye’de 2018 yılı içerisinde turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payı %3,8’dir. Turizmde istihdam eden kayıtlı kişi sayısı ise 2018 yılında 1 milyonun üzerindedir (TUİK, 2020). Dolayısıyla turizm sektörüne yönelik ek bir ekonomi paketine ihtiyaç bulunmaktadır. Özellikle istihdama yönelik alınacak önlemler ve devletin turizm sektörüne müdahalesi turizmde istihdam eden kişilerin de sektöre olan güvenini olumlu yönde etkileyecektir.

Türkiye açısından bir değerlendirme yapılacak olursa, turizm çeşitlendirilmeli, agro, eko, çiftlik turizmi ile organik tarım turizmle entegre edilerek ürün pazarlanmalı ve sunulmalıdır. Ülkenin Akdeniz bölgesindeki en yeni tesislere sahip olduğu, misafirlerin temizlik, hijyen, sağlık gibi konularda rahatlıkla ve güven içerisinde tatilini geçirebileceği tüm reklam mecraları ile sosyal medyada sürekli vurgulanmalıdır. Böylece, ülkedeki tarihi eserler ile zengin ve benzersiz tarımsal ürün çeşitliliği iyi kullanılmalı ve çok iyi bir stratejiyle de pazarlanmalıdır. “Medikal turizm, termal turizm, 55 plus denilen ileri yaş, bakıma muhtaç yaşlı turizmi ve engelli turizmi” olarak ifade edilen sağlık turizmini, pandemi krizi açısından Türkiye olarak iyi değerlendirilmesi son derece önemlidir.

Turizm, birçok ulusal ekonominin önemli bir parçasıdır. OECD ülkelerinde GSYİH’nın ortalama %4,4’üne ve istihdamın ortalama %6,9’una doğrudan katkı sağlamaktadır. UNWTO’ne göre, Dünya GSYİH’nın %10 ile istihdamın %10,1’ini oluşturmaktadır. Dünyada her 10 kişiden biri turizmde istihdam etmektedir. Bu durum özellikle turizm sektörüne bağımlı ülkelerde, şehirlerde ve bölgelerde önemli makroekonomik etkilere dönüşecektir. Birçok hükümet, sektördeki bu olumsuz durumu bertaraf etmek ve toparlanmayı kolaylaştırmak için turizme özgü tedbirler almaktadır. Ancak bu tedbirlerin daha fazla ve daha koordineli bir şekilde yapılması gerekmektedir. Covid 19 pandemisi ile ilişkili üzerinde durulması gereken üç konu vardır (OECD, 2020: 3):

1. İnsanları korumak: Ziyaretçileri (örneğin; bilgi, ülkesine geri dönüş yardımı, tüketicinin korunması) ve turizm çalışanlarını (örneğin, gelir desteği sağlanması) korumak,
2. İş dünyasının hayatta kalmasını sağlamak: Turizm tedarik zinciri boyunca ve özellikle nakit akışı destekleri de dâhil olmak üzere KOBİ’leri desteklemek,
3. Koordinasyon mekanizmalarının devreye sokulması (örneğin; özel sektör, hükümet ve akademisyen işbirliği, verilerin zamanında ve doğru olarak sağlanması, kısa, orta ve uzun vadeli koordineli politika).

Hükümetler ve turizm endüstrisi paydaşlarının eskisinden daha fazla olarak krizlerin seyahat ve turizm üzerindeki maliyet, risk ve etkilerini göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Zaman zaman yaşanan salgın hastalıklar aslında turizm sektöründeki değişimin de habercisi durumundadır. Bu bağlamda turizm paydaşları proaktif yaklaşımlar sergilemeli ve küresel yaşanabilecek krizlere yönelik eylem planlarını hazırlamak durumundadırlar. Bununla birlikte bundan sonraki süreçte kontrollü ve sağlıklı turizme yönelik aksiyonların alınması hem gelecekte hem de şu anda turizmin daha sürdürülebilir olması açısından önemlidir.

Özetle, ziyaretçi beklentilerinde çok büyük/radikal değişimler olacağı herkes açısından hem fikir olunan önemli bir konudur. Ziyaretçi beklentilerindeki büyük değişimlere hızlı, güçlü ve etkili yanıt verebilen, yenilikçi deneyimler üretebilen destinasyonlar bu iş bittiğinde ayakta

kalacaktır. Bundan sonra otellerin ya da seyahat acentelerinin web sayfalarına Covid-19 ile yapılan mücadele de ne kadar başarılı olduklarına ilişkin, insanların gönül rahatlığıyla sorunsuz bir şekilde tatillerini güvenle geçirebilecekleri bir yer olduğunu gösteren materyaller koymaları önemli olacaktır. Ziyaretçinin destinasyon seçiminde Covid-19 ile ilgili yetkili bir STK, kurum ya da kuruluştan alınmış sertifika, otelin temizlik ve hijyene verdiği önemi gösteren video, fotoğraf vb. materyaller oldukça önem arz edecek konular arasındadır.

Dolayısıyla Türkiye’de turizm yatırımları her zaman için özel önem taşıyan yatırımlar olarak değerlendirilmektedir. Böylece, turizm ve seyahat sektörünü ilgilendiren tüm kanuni düzenlemelerin Turizm Bakanlığı altında ve tek çatı altında toplanması gerekmektedir. İç turizm pazarına gereken önem verilmeli ve fiyatlar ülke insanının yararlanabileceği şekilde revize edilmelidir. OECD ülkelerinde iç pazarın büyüklüğü %77, Fransa ve İtalya’da ise %65’ler düzeyindedir (Turizm Bakanlığı, 2017). İç pazar, sadece kriz dönemlerinde bir kurtuluş olarak değil, her zaman değer verilen bir pazar olmalıdır. En büyük tur operatörü olan TUI, 2021 satışlarını açmıştır. Yerli ve yabancı turistlere yönelik aynı konut sektöründe ki gibi şimdiden ön ödemeli tatil paketi almaya teşvik edici politikalar geliştirilebilir. Gelecek yılın hizmetinin, tanıtım ve reklam kampanyalarıyla bu yıldan ekonomik paketlerle satılması sağlanabilir.

Küresel ekonomik ve politik sistemin değişmemesi artık mümkün değildir. Bakış açıları hem üretici ve hem de tüketici için tamamen değişecektir. Temizlik, hijyen, dijitalleşme ve dijital (sanal) ekonomi yeni trendler olacaktır. Kısacası artık yüksek ihracat geliri elde etmek için yeni ürün ve pazarlar geliştirmek gerekmektedir. İş modellerini, organizasyonel yönetim ve inovasyon metotlarını yeniden gözden geçirmek; dezavantajlı gibi görünen mevcut durumu avantajlı hale getirmesi açısından önemlidir.

Kaynakça

- Akış Roney, S. (2018). *Turizm Bir Sistemin Analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ali, F. ve Çobanoğlu, C. (2020). “Global tourism industry may shrink by more than 50% due to the pandemic”, <https://theconversation.com/global-tourism-industry-may-shrink-by-more-than-50-due-to-the-pandemic-134306>, (Erişim Tarihi: 24.04.2020).
- Aydoğuş, O. (2020). Salgın ve Ekonomik Kriz. *İktisat ve Toplum Dergisi*, 114, s. 11-17.
- Bahar, O. (2020). “Kontrollü ve Sağlıklı Turizm”, <https://www.muglayenigun.com/yerel-haberler/mugla-sitki-kocman-universitesi-iktisadi-ve-idari-bilimler-fakultesi-ogretim-uyesi-prof-dr-ozan-bahar-kontrollu-ve-saglikli-turizm/>, (Erişim Tarihi: 16.04.2020).
- Bahar, O. ve Balmumcu Ö. (2010), “2008 Küresel Mali Krizinin Turizm Sektörüne Yansımaları”, I. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, Nevşehir, 27-30 Mayıs 2010: 894-909.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2008). *Tourism Economics Concepts and Practices*. New York: Nova Science Publishers, Inc.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2012). *Turizm ve Rekabet*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bişkin, C. (2020). Gün Gün Coronavirüs salgınının turizme yansımaları. <https://www.turizmgunlugu.com/2020/03/21/coronavirus-ve-turizm/>. (Erişim tarihi: 23.04.2020).
- Dündar, Y. ve Bahar, O. (2020), *Turizm Güvenliği*, Ankara: Gazi Kitabevi, 2020.
- Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M. W., Arif, I. ve Abdul Hamid, A.B. (2020). The Effect of Coronavirus (COVID-19) in the Tourism Industry in China, *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1).
- Jamal, T. ve Budke, C. (2020). Tourism in a world with pandemics: local-global responsibility and action. *Journal of Tourism Futures, ahead-of-print*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/jtf-02-2020-0014>

- Johns Hopkins University CSSE <https://github.com/CSSEFISandData/COVID-19>, Erişim Tarihi: 18.04.2020, 15.19 Türkiye saati).
- Kuo, H. I., Chen, C. C., Tseng, W. C., Ju, L. F., & Huang, B. W. (2008). Assessing impacts of SARS and Avian Flu on international tourism demand to Asia. *Tourism Management*, 29(5), 917–928.
- Lee, C. C., ve Chen, C. J. (2011). The reaction of elderly Asian tourists to avian influenza and SARS. *Tourism Management*, 32(6), 1421–1422.
- McKibbin, Warwick J. and Fernando, Roshen, The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios (March 2, 2020). CAMA Working Paper No. 19/2020. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3547729> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3547729>.
- OECD (2020). Tourism Policy Responses, https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19_Tourism_Policy_Responses, (Erişim Tarihi: 19.04.2020).
- Okumuş, Fevzi, Altınay, M. ve Arasli, H. (2005). The impact of Turkey's economic crisis of February 2001 on the tourism industry in Northern Cyprus, *Tourism Management* 26, 95–104.
- Pine, R., ve McKercher, B. (2004). The impact of SARS on Hong Kong's tourism industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 139–143.
- SGK (2018). SGK İstatistik Yıllıkları. http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/kurumsal/istatistik/sgk_istatistik_yilliklari, Erişim Tarihi: 19.04.2010.
- Sönmez, Sevil, Heila J. Backman ve Lavrence R. Ailen, (1994), Managing Tourism Crisis: A Guidebook, Clemson Sc: Clemson University.
- Styrk, J. (2020, Mart). Top 100 Fastest Growing&Declining Categories in E- Commerce, <https://www.stackline.com/news/top-100-gaining-top-100-declining-e-commerce-categories-march-2020>, (Erişim Tarihi: 18.04.2020).
- Şit, M. (2016). Türkiye'de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7(1): 101-117.
- Taymaz, E. (2020). Covid 19 Tedbirlerinin Ekonomik Etkileri ve Politika Önerileri, <https://sarkac.org/2020/03/covid-19-tedbirlerinin-ekonomik-etkileri-ve-politika-onerileri>, (Erişim Tarihi: 19.04.2020).
- Tapiki, S. T. (2012). The Impact of Economic Crisis on Tourism and Hospitality: Results from a Study in Greece. *Central European Review of Economics and Finance*, 2(1):19-30
- Tew, P. J., Lu, Z., Tolomiczenko, G., & Gellatly, J. (2008). SARS: Lessons in strategic planning for hoteliers and destination marketers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(3): 332-345.
- Turizm Bakanlığı, (2017). 3. Turizm Şurası Tam Zamanı Şura Kitabı, Ankara: Turizm Bakanlığı Özel Matbaası.
- TÜRSAB (2020). Turizm İstatistikleri. <https://www.tursab.org.tr/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri>, Erişim Tarihi: 23.04.2020.
- UNWTO (2018), *UNWTO Tourism Highlights, 2018 Edition*, UNWTO, Madrid.
- UNWTOa (2020, Nisan). Covid - 19 Related Travel Restrictions A Global Review For Tourism, https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/TravelRestrictions_0.pdf, (Erişim Tarihi: 19.04.2020).
- UNWTOb (2020, Mart). Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism, <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-03/24-03Coronavirus.pdf>, (Erişim Tarihi: 19.04.2020).
- WTTC (2020). The Domino Effect of Covid-19, <https://wttc.org/en-gb/>, (Erişim Tarihi: 19.04.2020).
- Yu, L., Stafford, G. and Armoo, A.K. (2006), "A study of crisis management strategies of hotel managers in the Washington, DC metro area", *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 19(2/3): 91-105.

Extended abstract in English

Tourism is widely regarded as the world's largest industry. For decades tourism sector growth has been a major contributor to increased economic activity throughout the world. It has created job, taxes and generating foreign currency earnings, in both large and small communities. Tourism increases employment opportunities. Additional jobs, ranging from low-wage entry-level to high-paying professional positions in management and technical fields, generate income and raise standards of living. Tourism improves local economy, tax revenues, public utilities infrastructure, transport infrastructure. It is also creating new business opportunities (Bahar & Kozak, 2012).

Crisis in the tourism sector is defined as threatening the ordinary activities of tourism-related businesses, creating the impression that the tourist area is not safe, local tourism enterprises are not able to perform their activities or continue their existence due to the decrease in tourism demand (Sönmez et al., 1994:2). Crisis in tourism includes three element: a triggering event causing significant change or having the potential to cause significant change; the perceived inability to cope with this change; and a threat to the existence of organizations, as well as of tourists and members of the tourism industry (Kapiki, 2012:19). The tourism industry is one of the most susceptible and vulnerable industries to crises.

Pandemic is described as an unprecedented crisis for the tourism economy. The COVID-19 pandemic, also known as the coronavirus pandemic was caused by the SARS-CoV-2 virus. This outbreak was triggered in December 2019 in Wuhan city of China. COVID19 continues to spread across the world and affect many sectors adversely. According to the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), in 2020, COVID-19 is required in international tourism; we predict a decrease of 45%. It predicts that if the recovery is postponed until September, this rate may increase to 70%. A faster recovery is expected in domestic tourism after the restriction measures, but after the improvement phase (OECD, 2020).

The tourism sector, which is becoming more and more important as an economic phenomenon today, is an important tool in generating income, business and tax revenues and alleviating the balance of payments problem. The demand elasticity of the tourism sector is quite high. Tourism sector is affected by events such as political problems, economic crises and epidemics faster than other sectors. In this context, the Covid-19 virus, which emerged in December 2019 and has been spreading globally since then, is an event that negatively affects the tourism sector as well as human health. The aim of this study is to conceptually demonstrate the economic effects of Covid-19 outbreak on the tourism sector. In the study, initially, the effects of previous crises on tourism will be examined and then the economic effects of Covid 19 virus on tourism will be evaluated using economic data. Also included within the scope of the study, the concept of controlled and healthy tourism is introduced.

Although the tourism sector is a sector sensitive to global geopolitical uncertainty, pandemic, economic fluctuation, and epidemic diseases, studies show that the sector has recovered rapidly and in some cases performed well despite the global crises. In contrast, Covid 19 virus is expressed as an unprecedented epidemic. Therefore, even though the data to be compared are not yet available, it is likely that the impact will be higher than other crises due to travel restrictions. The extent of the demand shock for the tourism sector and how much the sector will affect economically depends on how long the epidemic will last. In fact, it is not yet clear how much people

tend to go on vacation after the outbreak ends or after an effective vaccine has been found. It is not possible to completely prevent losses in the tourism sector.

Turkey has announced its first confirmed case of Covid-19 on 11 March. Firstly, Turkey decided to suspend flights from nine European countries due to the Covid-19 on 13 March 2020. And later, in accordance with decisions taken by the official authorities of the Republic of Turkey, all domestic and international flights have been suspended in order to protect public health against the novel coronavirus (COVID-19) pandemic. Consequently, it is seen that Turkey started travel restrictions due to Covid-19 as of March 2020. According to Turkish Travel Agencies Association (TÜRSAB) data, 45 million foreign visitors arrived in Turkey in 2019 and *the average tourist expenditure per capita was \$ 666*. 2,232,358 foreign visitors arrived in Turkey on March 2019 and 3,293,176 visitors on April 2019. Due to the travel restrictions, the average loss in March and April was 3.7 billion dollars. The number of visitors in March and April is at a lower level compared to May, June and July. If the outbreak is not controlled, These losses will continue to grow and will be experienced an average loss of \$ 30 billion in Turkey. So, this study will show that as a result of the Covid-19 pandemic it will be inevitable that lack of demand caused by the outbreak will lead to unemployment and income losses in the tourism sector.