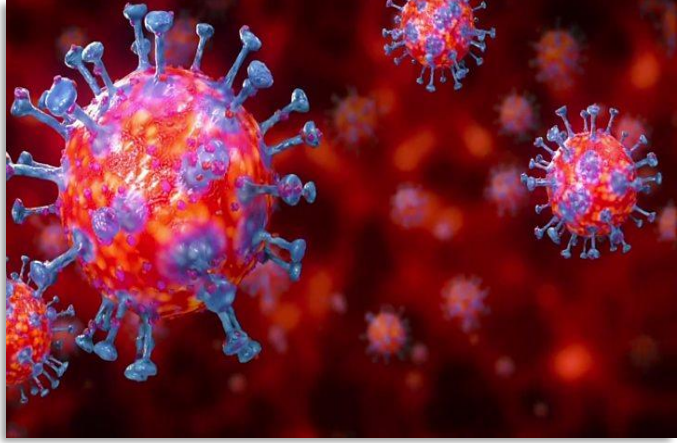


İÇİNDEKİLER

| | |
|--|-----------|
| 1. GİRİŞ..... | 2 |
| 2. KORONAVİRÜS SALGINININ DÜNYA EKONOMİSİNE ETKİLERİ..... | 2 |
| IMF'nin Bölgesel Büyüme Beklentileri..... | 3 |
| OECD Bölgesinde Gerileme Yüzde 9,8 | 4 |
| Dünya Bankası: Gelişmekte Olan Ülkelerde Tam Resesyon Olacak..... | 4 |
| Salgının Türkiye Ekonomisine Yansımaları..... | 5 |
| 3. PANDEMİNİN TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ..... | 5 |
| OECD: Turizmde %60 ila %80 Arasında Daralma Yaşanacak..... | 7 |
| “Pandemi, Turizm Sektörünün Yeniden Yapılandırılmasında Fırsat Olabilir” | 7 |
| WTTC: Dünya Turizmde 197,5 Milyon İstihdam Kaybı Yaşanabilir..... | 8 |
| Havayolu Sektöründe Son Durum..... | 9 |
| Konaklama Alanında Yaşanan Gelişmeler..... | 10 |
| Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlerinde Son Durum..... | 10 |
| Avrupa Ülkelerinin Turizm Sektörüne COVID-19 Destekleri..... | 11 |
| MICE Turizmi Alanındaki Gelişmeler..... | 15 |
| En Fazla Kongre Avrupa Kıtasında Düzenleniyor..... | 15 |
| COVID-19'un MICE Sektörüne Etkisi..... | 16 |
| ICCA'nın Sektörün Geleceğine Dair Değerlendirmesi..... | 16 |
| Normalleşme Süreci – Ülkelerin İzin Verdiği Etkinlikler..... | 17 |
| 4. TÜRKİYE'DE SON DURUM..... | 19 |
| İç Pazarda Son Durum..... | 20 |
| TÜRSAB – GENAR İç Pazar Araştırması..... | 20 |
| Turizm Geliri ve İstihdamdaki Kayıplar..... | 21 |
| 5. SALGIN SONRASI TURİZM TRENDLERİ..... | 22 |
| Yeni Normalde Seyahat Trendleri..... | 23 |
| Korona Virüsü Salgını Sonrası Tüketici Trendleri..... | 23 |
| 6. BALIKESİR TURİZMİ..... | 28 |
| Balıkesir'dek Konaklama Tesis Altyapısı..... | 30 |
| Seyahat Acentaları Turizmdeki Yükselişte Büyük Rol Sahip..... | 31 |
| 7. Balıkesir'in Turizm Değerleri..... | 31 |
| 8. COVID-19 SALGINI SONRASI BALIKESİR TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİNE YÖNELİK ÖNERİLER..... | 39 |

1. GİRİŞ

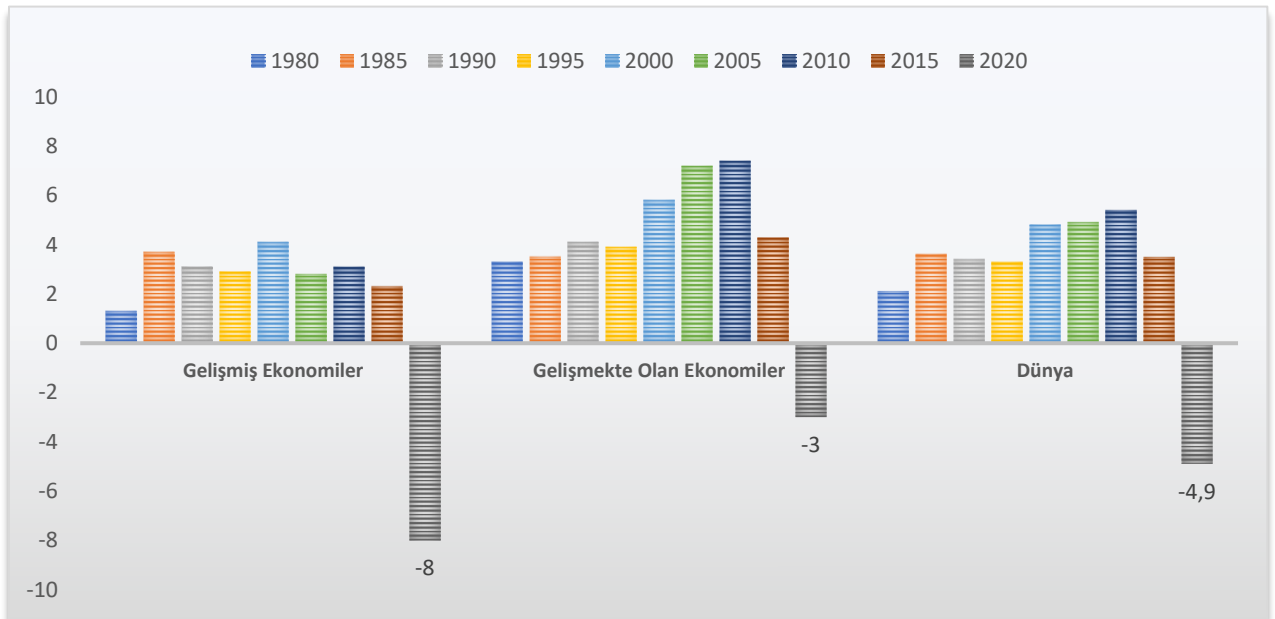
Dünya, 2020 yılını benzeri görülmemiş bir küresel sağlık pandemisiyle geçirmektedir. 2019 yılı sonunda Çin'in Hubei eyaletine bağlı Vuhan kentinde ortaya çıkan Koronavirüs (Covid-19), çok kısa bir sürede dünya çapına yayılan bir salgına dönüşerek, 213 ülkeye yayılmıştır. 28 Eylül 2020 itibariyle



dünya genelinde virüs nedeniyle enfekte olan kişi sayısı 33 milyonu, hayatını kaybedenlerin sayısı ise 1 milyonu aşmıştır. Salgının etkileri yayılarak devam etmektedir. Günlük, sosyal ve iş hayatını derinden etkileyen salgın nedeniyle dünya ekonomisi de çok ciddi zarara uğramaktadır. Covid-19 salgınına ilişkin aşı ve tedavi yöntemleri üzerine çalışmalar hız kazanırken, salgının ekonomiye yansımaları ve etkileri de araştırılmaktadır. Bu raporda genel olarak Korona virüsü salgınının dünya ekonomisine, tüketici eğilimlerine ve turizm sektörüne etkileri ile salgın sonrasında nasıl bir dünyanın bizi beklediğine ilişkin öngörüler yer almaktadır.

2. KORONAVİRÜS SALGINININ DÜNYA EKONOMİSİNE ETKİLERİ

Salgın öncesi süreçte dünya ekonomisi için 2020 yılında ortalama yüzde 3'ler düzeyinde büyüme beklentisi mevcut iken Covid-19 virüsünün uluslararası bir salgına dönüşmesi dünya ekonomisinin resesyona girmesine neden olmuştur.



Uzmanlar, dünya ekonomisinde tarihin en ciddi daralma dönemlerinden birinin yaşandığını kaydetmektedirler. Uluslararası Para Fonu (IMF) tahminlerine göre 2020 yılında, salgın nedeniyle küresel ekonomide yüzde 4,9 oranında daralma yaşanacak. Dünya ekonomisindeki bu daralma, 1930'larda yaşanan "Büyük Bunalım"dan bu yana görülmeyen bir daralma olarak değerlendirilmektedir.

IMF'nin Bölgesel Büyüme Beklentileri

IMF'nin açıkladığı verilere göre dünya ekonomisinde, 2020 yılı sonunda yüzde 4,9 oranında gerileme yaşanması beklenirken, gelişmiş ekonomilerdeki daralma yüzde 8 seviyesine ulaşacak. IMF'nin gelişmekte olan ekonomiler için 2020 yılsonu tahmini ise yüzde 3 gerileme olarak açıklanmış durumda.

Koronavirüs salgınının bölgesel etkilerine bakıldığında ise 2020 yılında Avrupa bölgesinde yüzde 10,2 oran ile en keskin düşüş yaşayacağı öngörülmektedir. IMF beklentilerine göre İtalya, Fransa ve İspanya'da yüzde 12'nin üzerinde gerileme beklenirken İngiltere'deki gerileme yüzde 10'un üzerinde olacak. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki gerilemenin yüzde 8 civarında olması

beklenirken Çin ekonomisinin yüzde 1 oranında büyümesi beklenmektedir. Latin Amerika ekonomilerinde ise yüzde 9,4 oranında daralma öngörülmektedir.

| IMF Dünya Ekonomik Görünüm Öngörülerine Genel Bakış | | |
|---|-------------|------------|
| | Projeksiyon | |
| | 2020 | 2021 |
| Dünya | -4,9 | 5,4 |
| Gelişmiş Ekonomiler | -8,0 | 4,8 |
| Amerika Birleşik Devletleri | -8,0 | 4,5 |
| Avrupa Bölgesi | -10,2 | 6,0 |
| Almanya | -7,8 | 5,4 |
| Fransa | -12,5 | 7,3 |
| İtalya | -12,8 | 6,3 |
| İspanya | -12,8 | 6,3 |
| Japonya | -5,8 | 2,4 |
| İngiltere | -10,2 | 6,3 |
| Kanada | -8,4 | 4,9 |
| Diğer Gelişmiş Ekonomiler | -4,8 | 4,2 |
| Gelişmekte Olan Pazarlar ve Gelişmekte Olan Ekonomiler | -3,0 | 5,9 |
| Yükselen ve Gelişen Asya | -0,8 | 7,4 |
| Çin | 1,0 | 8,2 |
| Rusya | -6,6 | 4,1 |
| Latin Amerika ve Karayipler | -9,4 | 3,7 |
| Brezilya | -9,1 | 3,6 |
| Meksika | -10,5 | 3,3 |

| TÜRKİYE'NİN TURİZMDEKİ RAKİPLERİ VE ANA PAZARLARINDA EKONOMİK GÖRÜNÜM (IMF 2020) | |
|---|-----------|
| ÜLKE | DEĞİŞİM % |
| Yunanistan | -10 |
| İtalya | -12,8 |
| İspanya | -12,8 |
| Fransa | -12,5 |
| Almanya | -7,8 |
| Birleşik Krallık (İngiltere) | -10,2 |
| Rusya | -6,6 |
| Türkiye | -5 |

Turizm sektöründe Türkiye'nin ana pazarı konumunda olan ülkeler ile Akdeniz çanağında rekabet ettiği ülkelerdeki ekonomik tablo salgının yarattığı tahribatı gözler önüne sermektedir. IMF verilerine göre Türkiye'nin rakiplerinden Yunanistan'ın 2020 yılında ekonomik açıdan yüzde 10 oranında daralması beklenirken, İtalya için öngörülen küçülme yüzde 9,1, İspanya'da yüzde 8, Fransa'da ise yüzde 7,2 seviyesindedir. Ana pazarlarımızda yaşanan

ekonomik gerileme Almanya'da yüzde 7, İngiltere'de yüzde 6,5, Rusya'da ise yüzde 5,5 oranındadır.

OECD Bölgesinde Gerileme Yüzde 9,8

2020 yılının ekonomik tablosu OECD verilerinde de pek parlak görünmemektedir. Dünya Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından 26 Ağustos 2020 tarihinde yapılan açıklamaya göre, OECD bölgesinde yılın ikinci çeyreğinde Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'da (GSYİH) yüzde 9,8 oranında bir gerileme yaşanmıştır. Söz konusu gerilemenin 2009'daki küresel ekonomik krizde yaşanan yüzde 2,3'lük gerilmenin çok üzerinde olduğuna dikkat çekilmektedir. Yılın ikinci yarısında GSYİH'da yaşanan gerilemenin, Birleşik Krallık'ta yüzde 20, Euro bölgesinde yüzde 12 civarında gerçekleştiği görülmektedir.

Dünya Bankası: Gelişmekte Olan Ülkelerde Tam Resesyon Olacak



Merkezi Washington'da bulunan Dünya Bankası'nın Haziran ayında yayınladığı raporunda ise 2020 yılında dünya ekonomisi, 19. yüzyıldan bu yana görülen en büyük çöküşü yaşamaktadır. Küresel Ekonomik Görünüm Raporu'nda dünya ekonomisinin

2020'de yüzde 5,2 küçüleceğini kişi başı GSYİH'nin de yüzde 6,2 azalacağı öngörülmektedir.

Raporda ayrıca çok sayıda ülkede kişi başına gelirin, 1870'den bu yana görülmedik ölçüde azalacağına, bunun da en az 70 milyon kişiyi aşırı yoksullaştıracığına dikkat çekilmektedir.¹

Salgının Türkiye Ekonomisine Yansımaları

Salgın nedeniyle birçok ülke gibi Türkiye de zorlu bir süreçten geçmektedir. IMF tahminlerine göre 2020 yılında Türkiye'nin GSYİH'nın yüzde 5 seviyesinde düşüş göstermesi beklenmektedir. Dünya Bankası'nın 2020 yılı için hazırladığı senaryoda ise Türkiye ekonomisi yüzde 3,8 daralacak. Dünya Bankası, Covid-19 salgını kaynaklı olarak Türkiye ekonomisindeki yüksek derecedeki kırılganlığa işaret ederek, bu durumun istihdamı daha da düşürebileceği, işgücüne katılımı azaltabileceği ve 2020 yılında yoksul nüfusu 1,2 milyon kişi daha arttırabileceğine dikkat çekmektedir.²

3. PANDEMİNİN TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ

Korona virüsü salgını birçok sektörü önemli ölçüde etkilemiştir. Ancak bu krizden en çok etkilenen sektör turizm olmuştur. Salgının başladığı Aralık 2019'dan itibaren seyahat hareketleri aşama aşama durdurulmuştur. İlk etapta salgının etkilediği ülkelerde seyahat hareketlerine kısıtlama getirilirken



salgının yayılmasıyla birlikte uluslararası uçuşların tamamına yakını askıya alınmıştır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından Haziran ayı verileri çerçevesinde yapılan değerlendirmeye göre; Covid-19'un turizm sektörüne verdiği zarar 2009 yılındaki küresel ekonomik krizin 3 katına çıkmıştır.

UNWTO Dünya Turizm Barometresi verilerine göre; seyahat kısıtlamaları nedeniyle Haziran ayında uluslararası seyahat sayısı bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 93 oranında gerileme göstermiştir. UNWTO'nun açıkladığı verilere göre 2020 yılının Ocak-Haziran dönemini kapsayan ilk yarısında uluslararası seyahat sayısında kaydedilen toplam düşüş ise yüzde 65

¹ <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-52971265>, <https://www.sozcu.com.tr/2020/ekonomi/dunya-bankasina-gore-son-150-yilin-en-kotu-dorduncu-krizi-yasaniyor-5918171/>

² <https://www.worldbank.org/tr/country/turkey/publication/economic-monitor>

olmuştur. Buna göre altı aylık dönemde uluslararası seyahat sayısı 440 milyon azalırken, uluslararası turizm gelirlerindeki kayıp 460 milyar \$ seviyesine ulaşmıştır.

2020 YILI İLK 6 AYLIK DÖNEMDE BÖLGELERE GÖRE DÜNYA TURİZMİNDEKİ KAYIP ORANLARI (UNWTO)

| Bölgeler | Ocak | Şubat | Mart | Nisan | Mayıs | Haz. | 6 Aylık |
|-------------------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|-------------|----------------|
| Avrupa | 5 | 2 | -61 | -98 | -96 | -90 | -66 |
| Asya Pasifik | -5 | -51 | -82 | -99 | -99 | -99 | -72 |
| K. ve G. Amerika | 0 | 3 | -49 | -94 | -93 | -92 | -55 |
| Afrika | 2 | 1 | -43 | -99 | -99 | -99 | -57 |
| Orta Doğu | 5 | -25 | -45 | -94 | -94 | -94 | -57 |
| Dünya | 1 | -16 | -64 | -97 | -96 | -93 | -65 |

Haziran ayından itibaren uluslararası seyahat yasakları kademeli olarak kaldırılrsa da dünya genelinde bir seyahat serbestisinden bahsetmek henüz mümkün değildir.

UNWTO tarafından 10 Eylül 2020 tarihinde yapılan açıklamada dünya genelindeki destinasyonların yüzde 53'ünün seyahat kısıtlamalarını gevşettiği ifade edilirken yüzde 47'si halihazırda kapalı durumda bulunmaktadır.³

UNWTO Genel Sekreteri Zurab Pololikashvili konuyla ilgili olarak "Son veriler turizmi güvenli bir şekilde yeniden başlatmanın önemini gösteriyor. Uluslararası turizmdeki dramatik düşüş aralarında gelişmekte olan ülkelerin de olduğu birçok ülkede milyonlarca insanın geçim kaynağı için risk oluşturuyor. Hükümetlerin iki sorumlulukları var. Halk sağlığıyla birlikte iş ve istihdamı da korumak. Bununla birlikte yaşadığımız zorlu sürecin iş birliği ve dayanışma ruhuyla aşılması için çalışmalı ve inşa etmek için çok çalıştığımız güveni koruyarak bu güveni zayıflatabilecek tek taraflı kararlar vermekten kaçınmaları gerekir" değerlendirmesinde bulunmuştur.

Pandemi öncesi dönemde global turizm hareketleri, istikrarlı olarak yüzde 4 civarında büyüme gösteriyordu. UNWTO verilerine göre 2019 yılında dünya turizmi yüzde 3,8 oranında büyürken, gerçekleştirilen uluslararası seyahat sayısı 1 milyar 461 milyona uluslararası turizm kaynaklı gelirler ise 1.5 trilyon dolar seviyesine yükselmişti.

³ <https://www.unwto.org/more-than-50-of-global-destinations-are-easing-travel-restrictions-but-caution-remains>

OECD: Turizmde %60 ila %80 Arasında Daralma Yaşanacak

Turizmde yaşanan gerileme, Dünya Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından da incelenmiştir. OECD'nin 2 Haziran 2020 tarihinde güncellenen "Turizm Politikalarının Koronavirüse Yanıtı"⁴ başlıklı raporunda Koronavirüs



salgınının dünya turizmde çok daha büyük kayıplara yol açacağı belirtilmektedir. Söz konusu OECD raporunda Covid-19 salgınının 2020 yılı genelinde dünya turizmde yüzde 60 ile yüzde 80 arasında bir daralmaya yol açacağı öngörülmüştür. Koronavirüs salgınının "Eşi benzeri görülmeyen bir kriz" olarak tanımlandığı OECD raporunda pandeminin Aralık 2020 tarihine kadar kontrol altına alınamaması durumunda turizmdeki daralmanın yüzde 80 civarında olabileceğine işaret edilmektedir.



Pandemi sonrası süreçte ise dünya turizmde başta Avrupa olmak üzere belirli bölgelerden başlayarak toparlanma yaşanacağı belirtilen OECD raporunda, yurt içi turizm pazarının turizm ekonomisi içindeki payının yüzde 75'leri bulunduğu OECD ülkelerinde toparlanmanın daha hızlı olacağı ifade edilmektedir. Raporda, özellikle

sektörün işletme ve istihdam sayısı yüksek olan bölgelerde toparlanma şansının daha yüksek olacağı belirtilmektedir.

"Pandemi, Turizm Sektörünün Yeniden Yapılandırılmasında Fırsat Olabilir"

Covid-19 salgını sürecinde ülke yönetimlerinin ve turizm sektörünün aldıkları önlemlere ve krizin aşılması noktasında atılan adımlara işaret edilen OECD raporunda, turizm sektörü ve kamu yönetiminin iş birliği mekanizmalarını bundan sonra da güçlendirerek devam

⁴ https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19_Tourism_Policy_Responses

ettirmelerinin önemine değinilmektedir. Özellikle de pandemiden büyük oranlarda etkilenen bölgelerde toparlanma sürecinde iş birliğinin önemine vurgu yapılan raporda, kamu yönetimi makamlarının, Covid-19 salgını krizinin turizm sektörü üzerindeki uzun vadeli etkilerini dikkate almaları, bu anlamda destek programlarını sürdürmeleri gerektiği ifade edilmektedir. OECD raporunda pandemi süreci sonrasındaki yapısal değişime yönelik kamu desteğinin önemine de işaret edilerek, bunun güçlü, sürdürülebilir ve dayanıklı bir turizm sektörünün inşasında önem arz ettiği belirtilmektedir. Raporda, pandemi nedeniyle ortaya çıkan krizin turizm sektörü için bu anlamda bir fırsata da dönüştürülebileceğine dikkat çekilmektedir.

WTTC: Dünya Turizminde 197,5 Milyon İstihdam Kaybı Yaşanabilir

Koronavirüs turizm endüstrisindeki istihdamı da son derece olumsuz etkilenmiştir. Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (The World Travel & Tourism Council) WTTC tarafından yapılan araştırmaya göre, pandemi nedeniyle küresel ölçekte işini kaybedecek turizm çalışanlarının sayısının 98 ila 197,5



milyon aralığında olacağı öngörülmektedir. Söz konusu araştırmada turizm endüstrilerinin dünya genelinde ülkelerin gayri safi yurtiçi hasıllarına sağladıkları katkıda 5,5 trilyon \$'a kadar kayıp yaşanması ihtimali bulunduğu ifade edilmektedir.⁵

WTTC'nin Covid-19 salgını çerçevesindeki turizm sektörüne yönelik analizini içeren araştırmada, en iyi senaryoya göre turizm sektöründe dünya genelinde yüzde 30'luk bir istihdam gerilemesi ile 98,2 milyon kişinin işsiz kalabileceğine işaret edilmektedir. WTTC araştırmasında temel senaryoya göre turizm istihdamı alanındaki düşüş yüzde 37 ile 121 milyon kişinin işini kaybetmesine yol açacak, en kötü senaryoya göre ise dünya genelinde turizm istihdamı alanında yüzde 60'lık bir azalma ile 197.5 milyon kişi işsiz kalacaktır.

WTTC'nin öngörüsüne göre uluslararası turizmin yanında ülkelerin iç turizm hareketlerinde pandemi nedeniyle yaşanan duraksamanın oluşturacağı kayıp çok yüksek olacak. WTTC'nin

⁵ <https://wttc.org/Research/Economic-Impact/Recovery-Scenarios-2020-Economic-Impact-from-COVID-19>

analizinde dünya genelinde turizm GSYİH'sında en iyi senaryoya göre yüzde 30'luk azalma ile 2,6 trilyon Dolar'lık bir kayıp gerçekleşebilecektir. Temel senaryoya göre turizm GSYİH'sında yüzde 39'luk bir düşüşle 3,4 trilyon Dolar seviyesinde bir kayıp yaşanması söz konusu olabilecektir. En kötü senaryoya göre ise turizm GSYİH'sında yüzde 62'lik bir gerileme ile 5,5 trilyon Dolar civarında bir düşüş yaşanabileceği öngörülmektedir.

Havayolu Sektöründe Son Durum

Seyahat endüstrisinin en önemli ayaklarından biri olan havayolu şirketleri Korona virüsü salgınından büyük darbe almıştır. Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA) tarafından yapılan açıklamada, hava yolu seyahatlerine talebin hala düşük olduğuna işaret edilerek, sektörde yaşanan derin krizin devam ettiğine dikkat çekilmektedir.



IATA verilerine göre Haziran 2020 döneminde havayolu seyahatlerine olan talebin 2019 yılı seviyesinden yüzde 86,5 daha düşük olduğu kaydedilmektedir. Temmuz 2020 döneminde ise havayolu seyahatlerine olan talepte geçen yılın aynı ayına göre yüzde 79,8 oranında bir gerileme

olduğu görülmektedir.

IATA tahminlerine göre, 2020'de Covid-19 salgını nedeniyle hava yolu şirketlerinin 84,3 milyar Dolar zarar edebileceği öngörülmektedir. 2021 yılına ilişkin zarar tahmini ise 15,8 milyar Dolar civarındadır.

Hava taşımacılığındaki şirketlerin gelirlerinin, bu yıl 2019'a göre yüzde 50 düşüşle 419 milyar Dolar'a gerileyebileceğini açıklayan IATA, 2021'de gelirlerin 598 milyar Dolar seviyesinde gerçekleşeceğini öngörmektedir.

IATA'nın yaptığı açıklamada, uluslararası seyahatlerde havayollarına olan talebin yüzde 95'in üzerinde düşüş gösterdiği ifade edilirken, iç piyasalarda iyileşme yaşandığı kaydedilmiştir. Sektördeki iyileşme hızının yavaş olduğu, havacılık sektörünün 2019 yılı seviyesine 2024 yılında dönebileceğine vurgusu yapılmaktadır.

Konaklama Alanında Yaşanan Gelişmeler



Haziran ayı itibariyle havayolu ulaşımının kademeli olarak açılmasıyla birlikte konaklama sektöründe de kısmi bir hareketlilik yaşanmaya başlanmıştır. Türkiye Otelciler Birliği'nin (TÜROB) uluslararası veri ve analiz şirketi STR Global iş birliği ile hazırladığı otel doluluk verilerine göre Ocak-Ağustos

2020 döneminde Avrupa destinasyonları doluluk ortalaması, yüzde 60,5 düşüşle yüzde 28,3 olurken, ortalama oda fiyatı yüzde 13,7 düşüşle 97 Euro, oda geliri yüzde 65,9 düşüşle 27,4 Euro olarak tespit edilmiştir.

Pandemi nedeniyle 2020'de Türkiye'de şehir otellerinin yarısından fazlası, kıyı otellerinin ise büyük bir bölümü kapalı tutulmuştur. STR Global verilerine göre Türkiye genelinde Ocak-Ağustos dönemi doluluk oranları geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 57,4 azalarak, yüzde 28,5 olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'de en çok konaklama gerçekleştirilen İstanbul ve Antalya'da doluluk oranları beklenen seviyelere ulaşmamıştır. İstanbul'da ilk 8 ayda doluluk oranı yüzde 61,8 düşüşle yüzde 28 olmuştur. Antalya'da ilk 8 ayda doluluk oranları geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 43,9 düşüşle yüzde 37 olarak gerçekleşmiştir.

Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlerinde Son Durum

Turizm sektörünün lokomotifi konumunda olan tur operatörleri ve seyahat acentaları, sektörün en çok zarar eden kesimi olmuştur. Sezon planlamaları dahilinde 2019 yılı sonunda otellerin oda ve uçakların koltuk bedellerini önceden ödeyen tur operatörleri ve seyahat acentalarının, erken rezervasyon döneminde gerçekleştirdikleri satışların büyük kısmı ya iptal edilmiş ya da ileri bir tarihe ertelenmiştir.

Korona virüsü salgını kaynaklı kriz önceki yıllarda yaşadığımız birçok krizden çok daha derin ve geniş kapsamlı bir yapıda olduğu giderek daha net anlaşılmıştır. Özellikle tatil seyahatlerinin sağlıklı ve güvenli biçimde gerçekleştirilmesi için organize biçimde yapılabilmesi gerektiği bu süreçte daha iyi



anlaşılmıştır. Bu sektörün lokomotifi seyahat acentalarının bu süreçte ayakta kalabilmesi için desteğe ihtiyacı bulunmaktadır. Bu kapsamda, Almanya, Fransa, İspanya, Rusya gibi ülkelerde hükümetler seyahat acentalarına yönelik özel destek paketleri açıklamışlardır.

Tatilleri iptal edilen tüketiciler ise ödemelerini almak için tur operatörlerine veya seyahat acentalarına başvuruda bulunmuşlardır. Dolayısıyla seyahat acentaları, ciddi bir finansman kriziyle baş başa kalmıştır. Turizmin önemli kaynak pazarı olan Avrupa'da tur operatörleri krizle başa çıkabilmek için devlet desteğine başvururken, tüketicilerin seyahatlerini ileri tarihlere ertelemelerini telkin eden kampanyalar ile kupon uygulamaları gündeme gelmiştir.

Bazı Avrupa ülkelerinde tur operatörleri başta olmak üzere turizm sektörüne verilen destekler şu şekildedir:

Avrupa Ülkelerinin Turizm Sektörüne COVID-19 Destekleri

ALMANYA



Kredi Desteği: Almanya'daki seyahat acentaları için yüzde 100'ü devlet garantili olarak Kalkınma Bankası'ndan 10 yıl vadeli kredi desteği sağlanmaktadır. 50'den az çalışana sahip olan şirketler için sağlanan kredi üst sınırı 500 bin Euro iken 50'den fazla çalışana

sahip şirketler için 800 bin Euro'dur.

Hibe Desteği: Alman hükümeti tüm küçük ölçekli işletmeleri ve serbest meslek çalışanları için toplamda 50 Milyar Euro'luk hibe destek paketi açıkladı. Bu hibe paketinden seyahat acentaları da faydalanabiliyor. Bu çerçevede;

- 5 kişiye kadar çalışanı olan seyahat acentaları 3 ay boyunca 9 bin Euro
- 10 kişiye kadar çalışanı olan seyahat acentaları ise 3 ay boyunca 15 bin Euro hibe desteği sağlandı.

Federal Almanya Cumhuriyeti Ekonomi ve Enerji Bakanlığı Temmuz 2020 başlarında ise turizm sektörü için 25 milyar Euro'luk bir destek paketi hazırladığını açıkladı. Ağustos ayı sonlarına dek destekten yararlanmak için 40 bin başvurunun alındığı ve 700 milyon Euro yardım verildiği ifade edilmektedir. Ekonomi ve Enerji Bakanlığı yardımın süresini 2020 yılı sonuna dek uzatmayı planlamaktadır.

Almanya'da ayrıca zor durumda olan Avrupa seyahat pazarının en büyük tur operatörü konumundaki TUI'ye Almanya'da hükümeti tarafından iki parti halinde 3 milyar Euro'ya yakın mali destek ve kredi sağlanmıştır. Tüm bu desteklere karşın TUI'nin zor durumda oluşu tartışmalara yol açarken, muhalefet Federal Hükümetin TUI'ye yüzde 9'a kadar ortak olma hakkı olduğundan yola çıkarak TUI'nin kısmen kamulaştırılmasını talep etmektedir.

Kupon Uygulaması: Tüketicilerin seyahat iptal talebine karşı seyahat acentaları ve tur operatörleri para iadesi yerine sonraki dönemde değerlendirmek üzere devlet garantili tatil kuponu verme önerisi getirildi. Bu öneri Alman Hükümeti tarafında kabul görse de Avrupa Birliği para iadesi isteyen tüketicilere iade yapılması gerektiği yönünde görüş açıkladı.



Mevcut durumda 8 Mart 2020 tarihinden önce gerçekleştirilmiş rezervasyonlarda kupon almayı kabul eden tüketicilere kupon verilebilirken para iadesi noktasındaki talepleri acentaların yerine getirmesi gerekmektedir. DRV yaz tatili iptali durumunda bu iptallere ilişkin para iadelerinin kesintili bir şekilde tüketicilere yapılacağı yönünde de görüş bildirmektedir. 14 Haziran 2020

tarihinden sonraki seyahatler için tüketici iptal talebinde bulunduğu takdirde, Federal Almanya Dışişleri Bakanlığı'nın Covid-19 salgını nedeniyle açıkladığı seyahat uyarısı bu tarihe kadar geçerli olduğundan mevcut prosedür gereği iptal için öngörülen bedeli ödemek zorundadır.

İTALYA

Hükümetin açıkladığı tedbirler kapsamında tüm sektör çalışanlarının maaşının yüzde 80'inin ödenmesine ilişkin istihdam paketi desteği oluşturuldu. Bununla birlikte serbest meslek sahibi çalışanlarla mevsimlik olarak çalışanlara Mart ayında 600 Euro'luk ödeme yapıldı. Mayıs ayında açıklanan ve turizm sektörünü de kapsayan istihdam destek paketinin toplam büyüklüğü ise 25,6 milyar Euro oldu.



Turizm sektörüne sağlanan destekler arasında iç turizmin canlandırılması amacıyla düşük gelirli ailelere ülke içindeki seyahatlerde kullanılmak üzere 500 Euro'luk tatil çeki verilmesi de bulunuyor. Ayrıca otellere vergi indirimi yapılması ve sosyal mesafe kuralına uygun düzenleme yapan işletmelere 2 milyar Euro'luk yardım

sağlanması da sağlanan destekler arasında yer alıyor. Bununla birlikte havacılık endüstrisinin ve Alitalia'nın uğradığı zarar için 500 milyon Euro'luk bir fon oluşturuldu.

FRANSA

Fransa şirketler ve çalışanlar için sınırsız bütçe desteği vaadinde bulunurken seyahat ve turizm şirketleri için ilk etapta 2 milyar Euro'luk dayanışma fonu kuruldu. Hükümet, Korona virüsü nedeniyle kapalı olan işletmeler için 45 milyar Euro'luk paket oluştururken bu paketin 8,5 milyar Euro'luk kısmı kısa çalışma ödeneğine ayrılmıştır. Kısa çalışma ödeneği kapsamında çalışanlara brüt maaşlarının yüzde 70'i ödenmektedir. Asgari ücret veya daha düşük ücretli çalışanlar ise maaşlarının tamamını alması sağlanmıştır. Fransız Hükümeti, finansal sistemi korumak için bankaları kapsayan 300 milyar Euro'ya varan bir garanti sistemi getirilmiştir.

Fransa 15 Mayıs 2020 tarihinde 18 Milyar Euro büyüklüğünde bir "Turizm Destek Paketi" açıklamıştır. Fransız Hükümeti söz konusu desteklerin yanı sıra kamu ve özel sektör temsilcileri ile Atout France yetkililerinden oluşan bir turizm komisyonu da oluşturmuştur.

İSPANYA

İspanya hükümeti 17 Mart 2020'de korona virüsün ekonomik etkilerine karşı 200 milyar Euro'luk paket açıklamıştır. Bu paketin 117 milyar Euro'luk kısmı kamuya ayrılırken 83 milyar Euro'luk bölümü krizden etkilenen şirketler ve işçiler için ayrılmıştır. 18 Haziran tarihinde açıklanan turizm sektörüne ilişkin



destek paketinin boyutu ise 4,2 milyar Euro olmuştur. Bu destek paketinin 2,5 milyar Euro'luk kısmını sektöre sağlanacak olan krediler oluştururken dijitalleşme ve sürdürülebilirlikle rekabeti teşvik için 850 Milyon Euro, İspanya Havalimanları İşletmeleri'ne (AENA) 756 milyar Euro'luk teşvik verilmiştir.

PORTEKİZ

Portekiz hükümeti, pandeminin ilk döneminde işverenlerin sigorta yükünün yüzde 70'ini karşılarken, çalışanların maaşının 3'te 2'sini karşılayan istihdam destekleri uygulamıştır.

Turizm sektörüne özel olarak restoran işletmelerine yönelik toplam büyüklüğü 600 milyon Euro'luk kredi paketi oluşturulurken seyahat acentaları ve etkinlik organizasyonu yapan şirketlere yönelik 200 milyon Euro toplam büyüklüğe sahip kredi paketi sağlanmıştır. Otellere açılan kredi kanalının büyüklüğü ise 900 milyon Euro olmuştur. Turismo de Portugal çatısı altında ise zor durumdaki küçük ölçekli işletmeler için 60 milyon Euro'luk kredi paketi açıklanmıştır.

AVUSTURYA

Avusturya'da Tarım, Bölgeler ve Turizm Bakanlığı, Covid-19 salgını dolayısıyla turizm sektörüne yönelik ilk destek paketini, 6 Mart 2020 tarihinde açıklamıştır. Bu paket daha çok Avusturya Otel ve Turizm Bankası üzerinden kredi desteğini içermektedir. Buna göre yaklaşık 1,6 milyar

Euro'luk bir destek bütçesi ayrıldığı açıklanmıştır. Avusturya hükümeti ayrıca tüm ticari işletmelere yönelik olarak Covid-19 krizini aşmak amacıyla 2 milyar Euro'luk bir destek fonu oluşturmuştur.



RUSYA

Rus Hükümeti, "Nakit İadesi" olarak nitelendirilen bir programla iç turizmi destekleme kararı almıştır. Alınan karar çerçevesinde ülke içinde 25 bin Ruble'nin (2 bin 477 TL) üzerinde tur satın alan vatandaşlara, 5 Bin Ruble nakit iadesi verilmektedir.

MICE Turizmi Alanındaki Gelişmeler

MICE turizmi, son yıllarda önemli bir alternatif turizm çeşidi olarak öne çıkmaktadır. Covid-19 salgınından en çok etkilenen segmentlerden olan MICE turizmi, yeni teknolojik trendlere en hızlı uyum sağlayan yanı ile gelecek vadetmektedir.

En Fazla Kongre Avrupa Kıtasında Düzenleniyor

Modern kongrelerin başladığı Avrupa kıtası, uluslararası kongre turizmi açısından en önemli bölge olma özelliğini geçtiğimiz yıl da sürdürdü. Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Birliği ICCA verilerine göre; dünya genelinde 2019 yılında toplam 13 bin 269 uluslararası toplantı veya kongre gerçekleşirken bunların yüzde 52,8'i (7.045 toplantı) Avrupa'da düzenlendi.



Avrupa'yı 3.019 toplantı ve yüzde 22,7'lik pay ile Asya-Pasifik Bölgesi, 2.633 toplantı ve yüzde 19,8'lik pay ile Kuzey Amerika ve Latin Amerika izledi. Afrika ülkelerinin payı yüzde 3,1 olurken, 2018 yılında Ortadoğu ülkelerinde gerçekleştirilen uluslararası kongre toplantı sayısı 157 oldu.

Böylelikle Ortadoğu'nun uluslararası kongre pazarındaki payı yüzde 1,2 seviyesinde gerçekleşti.

COVID-19'un MICE Sektörüne Etkisi

Küresel ölçekte kongre ve etkinliklerle ilgili stratejileri belirleyen kurumlar arasındaki Profesyonel Kongre Yönetimi Birliği tarafından yapılan bir araştırma Covid-19 sürecinin MICE endüstrisine verdiği zararın boyutunu net biçimde ortaya koydu. Söz konusu araştırmada öne çıkan başlıklar şunlar oldu:

- Küresel ölçekte kongre, toplantı ve etkinlik sektöründe çalışan 26 milyon kişi mesleki anlamda pandemi sürecinden olumsuz etkilendi.
- Etkinlik planlayıcılarının yüzde 87'si düzenleyecekleri organizasyonları iptal ettiklerini açıkladı.
- Etkinliklerin yüzde 66'sı ileri bir tarihe ertelendi.
- Yüzde 61'lik kesim belirsizlik nedeniyle etkinlikleri iptal yoluna mı gitmeleri yoksa ertelemeleri mi gerektiği yönünde kararsız durumda bulunuyor.
- Yüzde 70'i yüz yüze etkinliklerini sanal platformlara taşıdı.
- Yüzde 63'ü online platformlarda başarı sağlayacak yöndeki yeterliliklerini geliştirme arayışında,
- Yüzde 43'lük kesim işten çıkarma, maaş kesintisi ve diğer önlemleri alma gibi konularla karşı karşıya kaldı.
- Küresel Fuar Endüstrisi Birliği tarafından yapılan değerlendirmede ise iptal edilen veya ertelenen ticari fuarlar nedeniyle 2020 yılının ikinci çeyreğinde sektörün uğradığı zararın 144,9 Milyar Dolar seviyesine ulaştığı öngörüldü.

ICCA'nın Sektörün Geleceğine Dair Değerlendirmesi

Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Birliği'nin (ICCA) pandemi döneminde kongre ve etkinlik sektörü temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirdiği araştırma, küresel MICE endüstrisini nasıl bir geleceğin beklediğine ilişkin dikkat çekici bir çalışma olarak öne çıktı. Sektör temsilcilerinin geleceğe dair öngörülerini ana başlıklar halinde şunlar oldu:

- Yüzde 66'sı gelecekte iş yapış biçimlerinde köklü değişimler yaşanacağını öngörüyor.
- Yüzde 84'ü gelecekte katılımcı sayısını artıracak biçimde toplantı ve etkinliklere dijital unsurları içeren hibrit yapılanmaları dahil etmeyi planlıyor.
- Araştırmaya katılanların yüzde 60'ı sanal toplantıların yüz yüze toplantılara nazaran sağlayacağı katkının daha düşük olduğuna inanıyor.
- Yüzde 28'i MICE etkinliklerine ilişkin coğrafi rotasyonların gelecekte gözden geçirileceğini ve büyük ihtimalle de değişeceğini düşünüyor.



Normalleşme Süreci – Ülkelerin İzin Verdiği Etkinlikler

Türkiye’de Haziran ayı başından itibaren başlayan normalleşme sürecinin benzeri farklı ülkelerin attığı adımlarla küresel ölçekte uygulanmaya başlandı. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü tarafından 30 Temmuz 2020 tarihinde yapılan değerlendirmeye göre dünya genelinde normalleşme süreci kapsamında uluslararası seyahat sınırlandırmasının kaldırıldığı destinasyonların yüzde 40 seviyesine ulaştığı açıklandı.

Bu çerçevede kongre, toplantı ve etkinliklerle ilgili sınırlamalar da kişi sınırlaması ülkeden ülkeye farklılık göstermekle birlikte gevşetilmiş durumda. Etkinlik planlamacıları için referans kabul edilen EventMB tarafından yapılan araştırmaya göre; kongre, toplantı ve etkinlikler için bazı ülkelerin verdikleri izinler özetle şu şekilde:

Avusturya: Temmuz’da kapalı alanda 250 açık alanda 500 kişilik kongre ve fuar etkinliklerine izin verilirken bu izin Ağustos ayında kapalı alanda 500, açık alanda 750 kişiye kadar olan etkinlikler için sağlandı.



Belçika: Festival dışındaki etkinlikler için Temmuz'da kapalı mekân için 200 açık alan için 400 kişi sınırlaması ile izin verilirken Ağustos'ta bu izinler kapalı alan için 400, açık alan için 800 kişi olacak biçimde genişletildi.

İngiltere: Ekim ayı başında etkinlikler için izin verilmesi

planlanıyor. Kişi sınırlaması ile ilgili bir detay henüz paylaşılmamış durumda.

Fransa: Eylül ayında 5000 kişilik büyük spor etkinlikleri, kültürel etkinlikler ve festivaller için izin verilmesi planlanıyor. 1500 kişi ve üzeri katılımcılı etkinlikler için izin alma ve maske takma gibi zorunluluklar bulunacak.

Almanya: Haziran ayından itibaren eyalet bazında değişmekle birlikte ticari fuar ve etkinliklere izin veriliyor. Bazı eyaletler etkinliklerin düzenlenmesine ilişkin izinleri eylül ayı itibariyle vereceğini açıklamış vaziyette. Katılımcı sayısına ilişkin sınırlandırmalar eyalet veya şehirlere göre değişiyor. Etkinliklerde 10 metrekarelik alana 1 kişi gelecek şekilde sosyal mesafe kuralı uygulanıyor, girişte kayıt alma zorunluluğu bulunuyor.

Yunanistan: Kongre, konser ve fuar etkinlikleri için kişi sınırlaması olmaksızın Haziran 2020'den bu yana izin veriliyor. Ancak belirli sağlık ve güvenlik kuralları uygulanıyor.

İtalya: Konferans, kongre ve fuar etkinliklerine kişi sınırlaması olmaksızın Temmuz 2020'den bu yana izin veriliyor. Kapalı mekân etkinliklerinde maske takma zorunluluğu bulunuyor.

Hollanda: Fuar ve iş toplantılarına Temmuz 2020'den itibaren izin veriliyor. Etkinlik öncesi rezervasyon, sağlık kontrolü ve sosyal mesafe gibi önlemler alınıyor.

İspanya: İş toplantıları ve konferanslar için 22 Haziran'dan itibaren izin veriliyor. Ancak etkinlikler için 50 kişilik katılımcı sayısı sınırlaması bulunuyor.

İsviçre: Haziran 2020 itibariyle 1000 kişiye kadar olan kamu ve özel toplantı etkinliklerine izin veriliyor. Eylül ayından itibaren 1000 kişilik sınırlandırma kaldırılacak.

Birleşik Arap Emirlikleri: Temmuz ayı ortasından itibaren Dubai'deki iş etkinliklerine kişi sayısına ilişkin bir sınırlandırma belirtilmeden ancak hijyen ve güvenlik protokolleri çerçevesinde izin verildi.

Avustralya: Kapalı ve açık mekânda kişi sınırlaması olmadan tüm etkinliklere 1 Temmuz 2020 tarihinden itibaren izin verildi. Ancak 4 metrekaarelik sosyal mesafe kuralı bulunuyor.

4. TÜRKİYE'DE SON DURUM

Dünya çapında en çok ziyaretçi ağırlayan 6. ülke konumunda yer alan Türkiye, 2019 yılını 45 milyonu yabancı olmak üzere toplamda, bir önceki yıla göre yüzde 12,22 oranında artışla 51,7 milyon ziyaretçi ile kapatmıştır. 2020 yılının Ocak-Ağustos aylarını kapsayan ilk sekiz aylık dönemde ülkemize gelen toplam yabancı ziyaretçi sayısında, 2019 yılının aynı dönemine göre yüzde 76,6 oranında düşüş göstermiştir. Buna göre 2019 yılının ilk sekiz aylık döneminde ülkemize gelen yabancı ziyaretçi sayısı 31 milyonun üzerinde iken 2020 yılında yaşanan düşüşle birlikte 7,2 milyon kişiye gerilemiştir. Yurtdışından gelen vatandaşlarımız da ilk 8 ayda gelen ziyaretçi sayısına eklendiğinde toplam ziyaretçi sayısı geçen yılın aynı dönemine göre -73,9 düşüşle 9.2 milyon olmuştur. Türkiye en çok ziyaretçi ağırladığı pazarlarda önemli kayıplar yaşamıştır.

2020 yılının Ocak-Ağustos döneminde önemli pazarlardaki grafik şöyle olmuştur:

- Almanya'dan gelen ziyaretçi sayısı 2019 yılına göre yaklaşık %,76 düşüş (789.602 ziyaretçi)
- Rusya'dan gelen ziyaretçi sayısı 2019 yılına göre %84 düşüş (772.686 ziyaretçi)
- İngiltere'den gelen ziyaretçi sayısı 2019 yılına göre %74 düşüş (465.180 ziyaretçi)
- Hollanda'dan gelen ziyaretçi sayısı 2019 yılına göre %76 düşüş (195.360 ziyaretçi)
- Ukrayna'dan gelen ziyaretçi sayısı 2019 yılına göre %52 düşüş (520.833 ziyaretçi)

Türkiye 2019 yılında 34,5 milyar Dolar turizm geliri elde etmişti. Türkiye İstatistik Kurumu tarafından açıklanan veriye göre 2019 yılında Türkiye'nin turizm geliri bir önceki yıla göre %17 artarak, **34 Milyar 520 Milyon 332 Bin Dolar'a** çıkmıştır. 2019 yılında kişi başı turizm geliri ise bir önceki yıla göre yaklaşık %3 oranında artarak, **666 Dolar** olmuştur.

İç Pazarda Son Durum



2020 yılında turizm sektörüne az da olsa hareketlilik kazandıran iç turizm hareketleri olmuştur. Salgın nedeniyle durma noktasına gelen iç turizm hareketleri, Temmuz ayının başından itibaren hareketlenmeye başlamış, bu hareketlenme Kurban Bayramı'nda sürerek sektöre bir nebze olsun

nefes aldirmiştir. Ulaştırma Bakanlığı'nın açıklamasına göre dört günlük Kurban Bayramı döneminde havayolu aracılığıyla 1.2 milyonun üzerinde, hızlı trenle yaklaşık 28 bin kişi seyahat ederken, karayollarında 3.1 milyonun üzerinde araçla seyahat gerçekleşmiştir. Ancak bayramdan sonraki satışlarda bir duraklama söz konusu oldu. Korona virüsü vaka sayılarındaki artış haberlerinin ve kalabalık plaj görüntülerinin getirdiği kaygının bunda etkili olduğu düşünülmektedir. Sezonun uzamasıyla birlikte özellikle izin kullanamayan insanların hafta sonları ya da haftada üç-dört günlük konaklamalı tatilleri tercih ettiği iç pazarda sonbahar ve kış döneminde artış gösteren termal otel gibi kapalı mekanlara yönelik tatiller için talepler sınırlıdır. İç turizmde ağırlıklı olarak kıyı turizmi talepler öne çıkmaktadır. İkinci olarak da İstanbul'a yakın bölgelerdeki otellere de talep olduğu gözlenmiştir. Kuzey Ege ve Ege kıyıları ilgi gören yerlerden biri olmuştur. İnsanlar kendi araçlarıyla seyahat ettikleri için yakın bölgeleri tercih etmektedirler.

TÜRSAB – GENAR İç Pazar Araştırması

TÜRSAB olarak pandemi sürecinde Türkiye'deki tüketicilerin tatil algısı ve alışkanlıklarında nasıl bir değişim yaşandığını mercek altına almak için GENAR Araştırma Şirketi ile bir kamuoyu araştırması gerçekleştirdik. Araştırmaya yansıyan tüketici beklenti ve tercihleri şöyle oldu:

- Önceki yıllarda tatil tercihlerinde "uygun fiyat" hep ilk tercih nedenini oluştururken pandemi ile birlikte uygun fiyatın yerini hijyen ve güvenlik aldı. Tüketicilerin yüzde 50'si için bu iki konu en önemli belirleyici oldu.
- Covid-19 öncesi tatil planlayanların, tatillerini iptal etme oranlarında 55 yaş üstü grupta diğerlerine göre yüzde 55 daha fazla oldu.

- Tüketicilerin mayıs ayında yüzde 30 olan tatile gitme isteği, haziran ayında yüzde 20'lerin altına indi.
- Hayat normale döndüğünde tatile gitmeyi planlayanların yüzde 94'ü yurt içinde, yüzde 6'sı ise yurt dışında tatil planlamaktadır.
- Tatile giden vatandaşlarımızın yüzde 65'i deniz tatili, yüzde 15'i memleket ziyareti, yüzde 5'i kültür turizmi, yüzde 5'i ise doğa turizmi tercih ediyor.
- Salgın sonrası yeni normal diye adlandırılan süreçte, kendi aracı ile seyahat etme oranı yüzde 48 oranında artış gösterdi.
- İç pazarda tercih edilen bölgelerin başında yüzde 33 ile Ege Bölgesi geliyor. Sonra sırası ile yüzde 30 Akdeniz, yüzde 20 Karadeniz, yüzde 15 Marmara, yüzde 6 İç Anadolu, yüzde 4 Doğu Anadolu, yüzde 4 Güney Doğu Anadolu geliyor.
- Seyahat acentalarının en önemli tercih edilme nedenleri arasında yüzde 30,7 ile uygun fiyat imkânı sunmaları ilk sırada yer alıyor.



Turizm Geliri ve İstihdamdaki Kayıplar



Yurt dışı sınırlarının kapalı olması nedeniyle yılın ilk yarısına ait turizm geliri verileri de açıklanamamıştır.

Koronavirüs salgını turizm sektöründeki istihdamı da olumsuz etkilemiştir. Yüksek sezon olarak nitelendirilecek olan 2019 yılı Eylül ayı itibariyle Sosyal Güvenlik Kurumu 4/A kapsamında istihdam

edilen sigortalı turizm çalışanı sayısı, 1 milyon 268 bin 478 kişi idi. Eylül ayı verilerine göre turizm alanındaki istihdam, toplam istihdamın %8,7'sini oluşturmaktaydı.

Haziran 2020 döneminde ise turizm alanında istihdam edilen sigortalı personel sayısı, 1 milyon 28 bin 344 kişi olmuştur. Bu dönemde turizmin toplam istihdam içindeki payı %7,12 seviyesine inmiştir.

Koronavirüs salgını Türkiye’de turizm sektörünü durma noktasına getirmiştir. Türk turizmi, tarihinde olmadığı kadar zor bir dönemden geçmektedir. Turizm sektörünün 2020 yılı sonunda yüzde 70-75 arası bir düşüş yaşayacağı tahmin edilmektedir. 2020 yılında 12-15 milyon ziyaretçi, 8-9 milyar Dolar turizm geliri elde edilmesi beklenmektedir.

5. SALGIN SONRASI TURİZM TRENDLERİ

Dünyada 2020 yılına ilişkin planlamaları, beklentileri, alışkanlıkları ve trendleri ciddi biçimde değiştiren Koronavirüs salgını, hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağını göstermiş ve dünya literatürüne “yeni normal” kavramını sokmuştur. Koronavirüs salgını sonrasında “yeni normal” olarak



adlandırılan dönemin kendine özgü kuralları ve talep şekillenmesi ve iş yapış modelleri oluşturacağı görülmektedir. Bu dönemde insanlar zorunlu olmayan tatil vb. seyahatlerinde çok daha temkinli hareket etmektedirler.

Salgın nedeniyle insanlarda hijyen, sağlık ve güvenlik hassasiyeti fazlasıyla gelişmiş, seyahat sektörünü bu alanlara yatırım yapmaya zorlamıştır. Seyahat severler, çok kalabalık olmayan daha sakin tatilleri tercih ettiği bir sürece girmiştir. Tüketicilerin uluslararası seyahatlere eğilimi düşmüş, uçak veya toplu taşımayla gidilecek seyahatler yerini, kendi aracıyla gidebileceği daha yakın destinasyonlara bırakmıştır. Akraba ve eş dost ziyaretleri, kısa süreli seyahatlere yönelimde artış söz konusu olmuştur. Turistlerin hem alan olarak hem de servis sürecinde birbirleriyle daha az temas edeceği otellere yönelim gözlenmektedir. Kitle turizmi yerine; daha butik tatiller ve doğayla baş başa kalınabilecek destinasyonlar öne çıkmaktadır. Küçük gruplarla yapılan mavi turlar, kamp ve karavan tatilleri, butik oteller de bu yaz döneminde talep gören segmentler olmuştur. Sosyal izolasyon sürecinin uzadığı 2020 yılında bisiklet, trekking ve yürüyüş gibi açık hava etkinliklere ve doğa turizmine yönelik talebin arttığı ifade edilmektedir.

Yeni Normalde Seyahat Trendleri

Londra merkezli trend araştırmaları şirketi Globetrender, Koronavirüs nedeniyle ortaya çıktığı gözlemlenen on seyahat trendini mercek altına alırken özellikle 2021 yılı ile birlikte;



- İndirimli tatiller
- Kısa süreli geziler
- Sanal seyahat
- Lüks kaçış noktaları
- Güvenli destinasyonlar
- Rezervasyon esnekliği
- Kış tatillerine olan talepte artış gibi trendlerin öne çıkacağını öngörmektedir.

Korona Virüsü Salgını Sonrası Tüketici Trendleri

Tüketici davranışları ve eğilimleri konusunda 2002 yılından bu yana faaliyet gösteren ve değişen trendleri mercek altına alan Hollanda merkezli "Trendwatching"⁶ şirketince yapılan değerlendirmeye göre korona virüsü salgını sonrası dönemde öne çıkacak tüketici trendleri şunlar olacak:

1. Sanal Deneyim Ekonomisi

Korona virüsü tüm dünyada insanları evlerine kapatırken sosyal izolasyon kavramı çok yaygın bir hal almıştır. Tüm dünyada, konser, sanat, eğlence ve aktivite organizasyonlarından spor müsabakalarına kadar birçok etkinlik sosyal mesafe yaklaşımı nedeniyle askıya alınmıştır. Bu nedenle insanların



yaşamlarında büyük bir boşluk oluşmuştur. Eski dönemde ön plana çıkan "deneyim ekonomisi"nin yerini kapsamlı yeni teknolojilerle gelişen "sanal deneyim ekonomisi" alması beklenmektedir. Sanal deneyim giderek önem kazanmaktadır. Bu duruma en iyi örneği sosyal

⁶ <https://info.trendwatching.com/10-trends-for-a-post-coronavirus-world>

medya ve e-spor gibi sanal dünyaya dayalı mecraların bireylere kazandırdığı statüden gözlemlenmek mümkün.

2. Shopstreaming



Online ticaret ve canlı yayın deneyimi dijital dünyada özellikle de Asya bölgesinde öne çıkan iki önemli alandır. E-ticaret ve canlı yayın deneyiminin birleşimi olan "Shopstream" eğilimi de 2017 yılının sonundan itibaren Çin başta olmak üzere Asya'da öne çıkan bir

akımdır. Korona virüsü salgını sürecinde "Shopstream" trendi, Çin'de geçtiğimiz yıllara nazaran çok daha hızlı bir sıçrama kaydederken bu trendin insanların evlerine kapanması nedeniyle dünya genelinde yaygınlık kazanması beklenmektedir.

3. Sanal Arkadaşlar

Son yılların tartışmalı trendlerinden biri olan "sanal arkadaşlar"ın önümüzdeki süreçte önemini artırması beklenmektedir. İnsanlar dijital asistanlara ve chatbot'lara alıştıkça beklentileri gelişecek ve bazı insanlar (hepsi değil!) eğlendirme, eğitim, arkadaşlık yapma ve iyileştirme gücüne sahip sanal kişilikler aramaya başlayacaktır. Kriz sürecinde, insanların bu sanal arkadaşlara daha fazla yöneldiği görülmektedir ve bu süreç kriz sonrasında da devam edecektir.

Ocak 2020'de Samsung; insanlar gibi görünen ve davranan, duygu ve zeka gösterebilen sanal varlık olan Neon'u tanıttı. CES'te (Consumer Electronics Show) tanıtılan avatarların, sadece veri ve bilgi sağlamaktan ziyade, deneyimlerle ve öğretim becerilerini paylaşarak insanlarla birlikte çalışmalarını amaçlanmaktadır.

4. Ortam Sağlığı

Şu anda, insanlar günlük yaşamlarını sürdürürken obsesif bir şekilde el dezenfektanı kullanmakta ve hijyenlerine dikkat etmektedirler. Korona virüsü süreci geride kaldığında hijyen konusundaki bu takıntılı durum devam etmeyecek ve insanlar eski alışkanlıklarına geri

dönecekler. Bununla birlikte daha bir süre bu sürecin getirdiği güvende hissetme ve iyi olma arzusu her zamankinden daha güçlü olarak kalacak. Bu durum müşterilerine sağlıklı ortam sunmak isteyen ve bunu sağlayacak önlemleri alan işletmelere büyük bir fırsat yaratacak.

5. M2P (Mentor To Protégé)

Birçok insan online ortamda uzun süreler geçirirken bir kısmı ise internet ortamında geçirdikleri bu süreyi verimli hale getirme arayışındalar. Yeni beceriler öğrenme ve kendini geliştirmeyi hedefleyen bu insanlar, online ortamda öğretmenler, uzmanlar ve bir nevi akıl hocaları arıyor. Bu yönde arayışı olan insanların ihtiyaçlarına yanıt veren dijital platformlar önümüzdeki süreçte daha da ön plana çıkacak.



Bu duruma en iyi örneklerden birini dil öğrenme programı Duolingo'nun online mecradaki oyuncuların yayın yapmalarına olanak sağlayan Twitch platformu ile girdiği iş birliği oluşturmaktadır. Duolingo Elçileri Programına dahil olan 12 farklı dildeki yayıncılar, Twitch chat sistemi üzerinden farklı konularda yayınlar yaparak katılımcıların tercih ettikleri dilde pratik yapmalarına olanak sağlamaktadır.

6. A-Ticaret (Otomatize Ticaret)

Birkaç yıl öncesinin bir diğer trendi olan A-Ticaret (otomatize ticaret) de son dönemde yeniden canlanma gösterdi. 2017/18 yıllarında, yapay zekanın artan gücü ve benimsenmesi bu eğilimin ana itici gücü olurken korona virüsü salgını sürecinde temassız yaşamın artan önemi robotikteki gelişmelerle birlikte otomatize ticaret olarak ifade edilen kavramı da yeniden gündeme getirdi. Önümüzdeki süreçte bu ve buna benzer uygulamalar öne çıkacak. Bu konuda atılan örnek adımlardan biri de 2019 yılında pizza şirketi Domino's tarafından hayata geçirilen uygulama olmuştur. Domino's Pizza ve robot şirketi Nuro, sürücüsüz robot otomobil filosunun Houston, Teksas'taki müşterilere pizza teslim edeceği bir pilot girişimin başlatıldığını duyurmuştur. Teslimatlar, Nuro'nun kompakt bir sedanın genişliğinin yarısı kadar olan ve sürücüsüz R1 aracı

tarafından gerçekleştirilmektedir. Araçlar, takip araçları içindeki uzak teknoloji ve insan sürücüler tarafından izlenmektedir.

7. Tükenmişlik



İçinden geçtiğimiz korona virüsü salgını süreci, insanları zihinsel ve duygusal olarak yorsa da bu süreçte insanlara acı veren tek şey değil. Korona virüsü dünya genelinde bir halk sağlığı krizini tetiklemeden ve derin bir ekonomik çöküş korkusu yaşatmadan önce de

insanlar yaygın bir şekilde eşitsizlikle, sosyal rekabetle, iklim krizinin yaklaşan varoluşsal tehdidi ve çok daha fazlası ile karşı karşıyaydı. Bu nedenle, insanların zihinsel olarak rahatlamasını sağlayacak kuruluşların çalışmaları bundan sonra da büyük önem taşıyor olacak ve takdir kazanacak.

Bu bağlamda insanların endişelerini geride bırakmasına yardımcı olacak ve bir nevi "zihinsel masaj" şeklindeki uygulamalara örnek olarak Marriott'un sahibi olduğu Moxy Hotels'in hayata geçirdiği ASMR (Otonom Duyusal Yanıt) videoları gösterilebilir. Whisperlodge şirketi ile birlikte Nisan 2019'da hayata geçirilen bu uygulama, konukların zihinsel olarak rahatlamasını sağlayarak uyumalarına yardımcı olacak tiyatro performans videoları sunmaktadır.

8. Açık Kaynak Çözümleri

Sürdürülebilirlik için cesur yeni bir sınır olan açık kaynak çözümleri, en zorlu ortak sorunlarımıza dair yenilikçi çözümlerin paylaşılmasına olanak sağlıyor. Korona virüsü salgını ise yakın tarihin en acil uluslar ötesi, demografik sorunlarından biri olarak insanlara en iyi organizasyonların başkalarıyla cömertçe iş birliği yapan kişiler olduğunu hatırlatmış durumda.

Açık kaynak paylaşımına örnek olarak Ford, Uber ve Lyft'in de katılım sağladığı "SharedStreets -Paylaşılan Sokaklar" veri platformu gösterilebilir. Kentsel ulaşım sorunlarını azaltmaya yardımcı olmak için tasarlanmış bir kamu-özel veri platformu olan SharedStreets, kaldırım kullanımı ve

trafik hızları gibi verilerin paylaşımını ve bu sayede şehirlerin daha iyi yatırım ve yönetim kararları almasını sağlamayı amaçlamaktadır.

9. Destekli Gelişim

Korona virüsü salgını nedeniyle evde daha fazla zaman geçiren birçok kişi, yemek pişirmek gibi uzun zamandır ihmal edilen geleneksel yaşam becerilerini öğrenmeye zorlanacaktır. Artan talep üzerine ekonominin son zamanlardaki büyümesiyle; sayıları artan varlıklı şehirlilerin basit ev



işleri hizmetlerini geçici çalışanlardan aldığı görülmüştü. Kriz sona erdiğinde bu şehirli grubun bir kısmı bu hizmetleri geçici çalışanlardan hizmet olarak sürdürecekti fakat bir diğer kısmı ise bu işleri kendi başlarına yapmaktan hoşlandıklarını keşfedecekler.

10. Sanal Durum Sembolleri

İnsanlar genel olarak statüleri konusunda takıntılıdır. Hatta öyle ki insanların önemli kısmının kendilerini tanımlama biçimlerini, davranışlarını toplumdan ve akranlarından gördükleri saygıyla birlikte anlamlandırabilirsiniz. Statü sembolünü oluşturan unsurların başında ise uzun zamandan bu yana maddi varlıklar geliyordu.



Diğer taraftan genç tüketiciler ve video oyuncularını için maddi varlıklar yerine sanal varlıklar (artırılmış gerçeklik ve Blockchain sistemleri) ön planda yer alıyordu. Korona krizi süreci ise sürdürülebilir

tüketim arzusuyla birlikte sanal varlıkların gerçekten statü sembolü olabileceğinin farklı endüstriler ve yaş grubundan insanlar tarafından kabul edilmesini sağlayabilir.

6. BALIKESİR TURİZMİ

Ege ve Marmara bölgesi arasında önemli bir geçiş noktası konumunda olan Balıkesir; tarih, turizm, doğal ve folklorik değerler bakımından zengin bir şehirdir. Bu konumu ile Balıkesir, Anadolu'daki medeniyetlerin pek çoğunun izlerini barındırmaktadır. Hitit



döneminde bilinen ilk ismi "Assuva" olmuş, Balkanlardan gelen göçler sonrası bölge "Mysia" olarak anılmıştır. Yöredeki kalıntılar, Balıkesir'in antik çağdan bu yana, Kyzikos, Daskyleion, Adramytteion, ve Antandros gibi önemli yerleşimlere ev sahipliği yaptığı görülmektedir.

Kültür turizmi bakımından önemli destinasyon olan Balıkesir, kıyı turizmi, eko turizm, termal turizmi, dağcılık, sualtı dalış turizmi, yamaç paraşütü gibi farklı turizm alanlarında zengin bir potansiyele sahiptir. Kentin önemli ilçelerinden Ayvalık, tarihi ve kültürel dokusu itibariyle açık hava müze kent kimliğine sahip olmasının yanında, 22 adası ile birlikte sualtı dalış turizmi ile de ziyaretçilere alternatif bir spor faaliyeti sunmaktadır.

Kültürel değerlerle doğal değerlerin birleştiği Edremit'de bulunan Kazdağı Milli Parkı, fauna ve flora açısından önemli zenginlikleri barındırmaktadır. Kendine özgü endemik bitki türleri ve şifalı otları ile tanınan Kazdağları, bölgeye ayrı bir değer katmaktadır.

Marmara ve Ege Denizi'ndeki adaları ile kıyı bandında deniz turizmi de bölgenin önemli turizm ürünleri arasındadır. Bu bağlamda, Türkiye'de ilk turizm hareketlerinin başladığı Erdek ve Akçay'ın yanı sıra Altınoluk, Ayvalık-Sarımsaklı, Alibey Adası, Altınova, Burhaniye- Ören, Gömeç-

Artur, Marmara, Saraylar Köyü ve Avşa Adaları gibi özellikle yurt içi kıyı turizminde öne çıkan destinasyonlar mevcuttur.

Bölgede ayrıca Ayı deresi, Sutüven Şelalesi, Şahinderesi Kanyonu, Sarıkız, Tozluhurt, Manastır Mevkii, Pınarbaşı, Hasan Boğuldu' da trekking, dağcılık ve jeep safari yapabilme imkanları mevcut olup, planör uçuşu, yamaç paraşütü, rafting, kaya tırmanışı gibi spor dallarında da değerlendirilmeyi bekleyen bir potansiyel oluşturmaktadır.

Kapıdağ Yarımadası ve Alaçam Dağları av turizmi ile eko turizm branşlarının yapılabileceği önemli kaynakların bulunduğu Balıkesir'deki Bandırma Kuş cenneti Milli Parkı da 260 'a yakın kuş türünü barındırmaktadır.

| BALIKESİR TESİSE GİRİŞ SAYILARI | | | | | |
|---------------------------------|---------|-----------|-----------|-------------|------------|
| YIL | YABANCI | YERLİ | TOPLAM | DEĞİŞİM (%) | |
| 2018 | 177.981 | 1.129.276 | 1.307.257 | 2018/2019 | 2019/2020* |
| 2019 | 236.400 | 1.220.784 | 1.457.184 | 11,4 | -47,7 |
| Ocak-Temmuz 2020 | 28.396 | 399.876 | 428.272 | | |

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı- *2019 Ocak-Temmuz dönemine göre toplam girişteki değişim

Balıkesir, özellikle yurt içi turizmde çok tercih edilen destinasyonlar arasında yer almaktadır. Yabancı ziyaretçi sayısında da son yıllarda yukarı doğru bir tırmanış olduğu görülmektedir. Özellikle Çin, Güney Kore, Japonya gibi Uzak Doğu ülkelerinden bölgeye önemli bir talep oluştuğu dikkat çekmektedir.

2020 yılında Koronavirüs salgını nedeniyle dünyadaki diğer tüm destinasyonlarda olduğu gibi Balıkesir'in ziyaretçi sayısında da

| Milliyetlerine Göre Balıkesir'de En Çok Tesise Giriş Yapan Ziyaretçi Sayısı (2019 Yılı) | | |
|---|--------------|----------|
| ÜLKE | TESİSE GİRİŞ | GECELEME |
| Çin Halk Cum. | 88.846 | 108.636 |
| Güney Kore | 26.261 | 35.040 |
| Japonya | 7.080 | 10.408 |
| Bulgaristan | 5.270 | 14.029 |
| Almanya | 5.154 | 10.646 |
| Yunanistan | 4.233 | 8.642 |
| Sırbistan | 2.585 | 10.475 |
| K. Makedonya Cum. | 1.812 | 5.363 |
| Romanya | 844 | 1370 |
| ABD | 551 | 1145 |
| İtalya | 505 | 1539 |
| Fransa | 474 | 804 |
| Tayvan | 467 | 553 |
| Hollanda | 451 | 835 |
| Rusya Fed. | 446 | 725 |

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

önemli oranda düşüş yaşanmıştır. Ocak-Temmuz 2020 döneminde Balıkesir’de işletme ve belediye belgeli tesislere giriş yapan yerli ve yabancı ziyaretçi sayısı, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 47,7 oranında düşüş göstermiş ve 428 bin 272 kişi olmuştur. Bu dönemde pek çok destinasyonda yüzde 60’ların üzerinde düşüş yaşanırken Balıkesir’deki düşüşün yüzde 50’nin altında gerçekleşmiş olması ise yurt içi pazardaki konumundan kaynaklanmaktadır. Özellikle yaz aylarında iç pazardaki canlanmanın bunda etkisi olduğu gözlenmektedir.

| 2019-2020 YILLARI OCAK-TEMMUZ DÖNEMİ BALIKESİR’DEKİ KONAKLAMA TESİSLERİNE GİRİŞ VE GECELEME SAYILARI | | | | | | |
|---|----------------------------|--------------|---------------|-----------------|--------------|---------------|
| YIL | TESİSE GELİŞ SAYISI | | | GECELEME | | |
| | YABANCI | YERLİ | TOPLAM | YABANCI | YERLİ | TOPLAM |
| 2019 | 131.539 | 687.450 | 818.989 | 243.877 | 1.419.901 | 1.663.778 |
| 2020 | 28.396 | 399.876 | 428.272 | 38.625 | 837.591 | 876.216 |
| DEĞİŞİM % | -78,4 | -41,8 | -47,7 | -84,2 | -41,0 | -47,3 |

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Balıkesir’deki Konaklama Tesis Altyapısı

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre, Balıkesir’in Bakanlık İşletme ve Belediye Belgeli olarak 544 tesis, 39 bin 36 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Bakanlıktan yatırım belgesi alan 18 tesis hizmete girdiğinde 2 bin 92 yatak daha mevcut kapasiteye eklenmiş olacak ve toplam tesis sayısı 562’ye, yatak kapasitesi ise 41 bin 127’ye ulaşacaktır.



Balıkesir’de İşletme Belgeli tesislerin 5’i beş yıldızlıdır. Şehirdeki dört yıldızlı otel sayısı 12, üç yıldızlı otel sayısı ise 29’dur. Balıkesir’de özel belgeli tesis sayısının ise 14 olduğu görülmektedir.

| BALIKESİR’DEKİ KONAKLAMA TESİSİ İSTATİSTİKLERİ | | | |
|---|---------------------|-------------------|---------------------|
| Şehir | Tesis Sayısı | Oda Sayısı | Yatak Sayısı |
| Belediye Belgeli | 452 | 11.283 | 28.568 |
| İşletme Belgeli | 92 | 5.193 | 10.467 |
| Yatırım Belgeli | 18 | 1.013 | 2.092 |
| TOPLAM | 562 | 17.489 | 41.127 |

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Balıkesir'deki Seyahat Acentaları Sayısı

Balıkesir'de, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'ne (TÜRSAB) bağlı olarak faaliyet yürüten 95 seyahat acentası hizmet vermektedir. Ayrıca, Balıkesir'in de bağlı olduğu Çanakkale Bölgesel Turist Rehberleri Odası'nda (ÇARO) hizmet veren toplam rehber sayısı ise 201'dir.

7. BALIKESİR'İN TURİZM DEĞERLERİ



Zengin tarihsel, doğal ve folklorik değerleri bünyesinde barındıran Balıkesir, turizm bakımından çok önemli bir potansiyele sahiptir. Yurt içi turizmin önemli bir destinasyonu konumundaki Balıkesir, yurt dışı turizmde de gelişmeye açıktır. Erdek, Akçay, Altınoluk, Sarımsaklı, Ören gibi sahilleri ve Alibey (Cunda)

ve Avşa gibi adalarıyla kıyı turizmde önemli bir yere sahip olan Balıkesir; cami ve kiliseleri, müze ve ören yerleri, Balıkesir Kuş Cenneti Milli Parkı (Manyas) başta olmak üzere doğal güzellikleri ve mesire alanları ile de kültür ve doğa turizmde ağırlığı olan bir destinasyondur. Kazdağı Milli Parkı ise fauna ve flora açısından önemli zenginlikleri bölgeye özgü endemik bitki türleri ve şifalı otları ile bölgenin önemli değerleri arasındadır.

Kültür Turizmi

Sahip olduğu kültürel mirası, tarihi eserleri, müzeleri, ören yerleri ile Balıkesir, kültür turizmde öne çıkan bir ildir. Bölgede Antandros (Edremit-Altınoluk), Daskyleion (Bandırma/Ergili), Kyzikos (Erdek) antik kentleri gibi kültür turizmi açısından önemli tarihi miraslar bulunmaktadır. Kuva-yı Milliye Müzesi ve Bandırma-Arkeoloji Müzesi gibi müzelerinde bölgenin önemli eserleri sergilenmektedir.

Antandros Antik Kenti (Edremit-

Altınoluk): Mysia'da İda Dağı eteğinde çok eski bir şehirdir. Adramytteion'un denize bakan çıkıntısının kuzey kenarında yer alan Antandros bölgesinde, sikkelere göre Astria'nın doğusundaki Asponeus'da, İda dağlarından elde edilen ve özellikle gemi yapımında kullanılan



ağaç (Odun-Kereste) ticareti ileri düzeydeydi. Pers yönetimi sırasında Dareios tarafından ele geçirilmiştir. Pelopponnes savaşları sırasında birçok kez olayın içine çekilmiştir. Atinalılara tribut(vergi) ödemek zorunda idi. Sicilyalıların hareketi yüzünden tekrar Perslerin eline düşmüştür. Sonra Persler tarafından kovulmuşlardır. 4. Yüzyılın ikinci yanı sıra özgür bir şehir olarak sikke basmıştır. Geç dönemlerde Titus'dan Elagabal 'a kadar sikke basmıştır. Hristiyanlık döneminde bir psikoposluk merkezi idi. H.Kiepert tarafından bugünkü Avcılar yakınında, sahile doğru, iki yüz on beş metre yükseklikteki bir dağ üzerinde lokalize edilmektedir. Burada bulunmuş bir yazıt yayınlanmıştır.

Daskyleion Antik Kenti (Bandırma/Ergili): Dünyada kazı çalışmaları yürütülen tek Pers satraplık (valilik) merkezi olan ve bilinen en eski Zerdüşt tapınağına da ev sahipliği yapan Daskyleion, antik çağın en önemli yerleşim merkezlerinden biridir. En parlak çağını Perslerin satraplık merkezi olduğu dönemde yaşayan kent, Antik Çağda Mysia olarak anılan Balıkesir'in, Bandırma ilçesinde, Aksakal beldesi Ergili Köyü sınırları içerisinde yer almaktadır.

Kyzikos Antik Kenti (Erdek): Marmara Denizi'nin güneyindeki Kapıdağ Yarımadası'nın (Antik Arkontnesos) Erdek ve Bandırma Körfezleri arasındaki bataklıkta hemen kuzeyinde geniş bir alana yayılmış olan Kyzikos, bugün "Belkıs" ve "Balkız" olarak anılmaktadır. Yöredeki yerleşimin Neolitik Dönemle (M.Ö. 6000) başlayıp Kalkolitik Dönemle (M.Ö. 5000) devam ettiği belirtilmektedir. Antik Çağ yazarlarına göre Marmara kıyılarında kurulan ilk koloni kenti olan Kyzikos limanları, tapınağı, tiyatrosu, şarabı, zeytinyağı, mermeri, sikkeleri ve parfümleri ile ünlüdür.



Zağnos Paşa Camisi (Paşa Camisi) ve Külliyesi (Merkez): Kentin merkezinde, Mustafa Fakih Mahallesi'nde, çarşı içerisinde yer alır. Cami, türbe ve hahamdan oluşan bir külliye durumundadır. Fatih Sultan Mehmet'in vezirlerinden Zağnos Mehmed Paşa tarafından 1461'de yaptırılmıştır. Külliyyeden sadece hamam orijinal durumunda günümüze gelebilmiştir. 1897 yılında yıkılan cami ve türbe 1908'de Balıkesir mutasarrıfı Ömer Ali Bey

tarafından yeniden yaptırılmıştır.

Yıldırım Camisi (Eski Cami) ve Külliyesi (Merkez): Yıldırım Mahallesi'nde yer alan Cami, Balıkesir'in en eski Osmanlı yapıtıdır. Yapım kitabesi bulunmamaktadır. Ancak çeşitli kaynaklardan ve vakfiyesinden 1388'de Yıldırım Beyazıt tarafından yaptırıldığı anlaşılmaktadır. Oldukça büyük bir avlu içerisinde Medrese ve imaret ile birlikte külliye durumundadır. 1818'de ve 1897 depreminden sonra onarım görmüştür.

Taksiyaris Kilisesi (Aya Nikola Kilisesi) (Ayvalık): Ayvalık ilçesinin en eski yerleşim merkezlerinden olan ve Alibey olarak da bilinen Cunda Adasındaki tarihi Kilise Cunda'nın en önemli yapılarındandır. Kilise restorasyondan sonra müze olarak ziyarete açılmıştır.

Ayazma Kilisesi (Ayvalık): Günümüzde zeytinyağı fabrikası olarak kullanılan İon sütunlu Fenoremeni Kilisesi, ortadokslarca içindeki kutsal su nedeniyle "Ayazma" olarak anılmaktadır. Ayvalık merkezde sokak arasında evlerle ve dar sokaklarla çevrili durumda bulunan taştan yapılmış kilise binası 19. yy. da inşa edilmiştir.

Ayışığı Manastırı (Ayvalık): Ayışığı Manastırı diye türkçeleştirilen Pateriça'daki (Alibey Adasının kuzeye doğru uzantısı) Manastıra Birinci ve İkinci Köyü geçtikten sonra ulaşılır. Restore edilen Manastır Müze-Ev olarak kullanılmaktadır.

Kuva-yı Milliye Müzesi: Milli Mücadele çalışmalarına karargâhlık etmiş eski belediye binasıdır. Binanın müze olarak açılması için Belediye 1985 ve 1986 yılında harekete geçmiş ve iki meclis kararı çıkarmıştır. Daha sonra bu binanın süresiz kullanım hakkı Kültür ve Turizm Bakanlığı Eski Eserler Genel



Müdürlüğü'ne devredilmiş ve bu konuda Balıkesir Valiliği ve Belediye Başkanlığı arasında protokol imzalanmıştır. 1987 yılında Müze Müdürlüğü'nün kurulmasından sonra, restorasyon çalışmalarına hız verilmiş ve eser toplama çalışmaları bitirildikten sonra, müze 6 Eylül 1996 tarihinde hizmete açılmıştır. Kuva-yı Milliye Müzesi'nde 4.573 adet envanterlik, 20.000 adet etütlük eser bulunmaktadır.

Bandırma-Arkeoloji Müzesi: Kyzikos antik kenti ve Daskyleion ören yeri buluntularının sergilenmesi amacıyla Bandırma Müze Yaptırma ve Yaşatma Derneği tarafından kurulan ve Kültür Bakanlığı'na devredilerek yeniden inşa edilen müzede iki teşhir salonu, bir laboratuvar, kütüphane ve konferans salonu bulunmaktadır. Müzede, Daskyleion'a özgü Anadolu Pers sanatının özelliklerini taşıyan antemionlu ve frig yazıtlı mezar stelleri, kazılarda çıkarılan Pers etkili pişmiş toprak kaplar ile Kyzikos antik kendinden ve civardan elde edilen mezar stelleri sergilenmektedir.

Ayvalık Taksiyarhis Anıt Müzesi: 1847 yılında inşa edilen kilise akmayan, işlemeli sarımsak taşlarıyla dikkati çeker. Bulunduğu yer Hristiyanlar ile Müslümanların birlikte yaşadığı kentin ilk mahallesidir. Çevresindeki sokak dokusu ve neo-klasik özellik taşıyan sivil mimari dokusu , tipik evleriyle bir bütünlük içindedir. Kilise mimari özellikleri, içteki mermer işçiliği, dini konuları içeren tavan süslemeleri, İsa'nın doğumundan ölümüne yaşamını anlatan resimleri, balık derisi üzerine yapılmış azize portreleri ile görülmeye değerdir. Kilisenin restorasyonu 2013 yılı itibariyle Bakanlığımız tarafından tamamlanmış olup Anıt Müze olarak ziyarete açılmıştır.

Kıyı Turizmi

Balıkesir hem Marmara hem de Ege Denizi'ne kıyısı bulunan bir şehirdir. Marmara ve Ege Denizi'ndeki adaları ve farklı ilçelerinde çok sayıdaki plajları ile Balıkesir, kıyı turizminde de iç pazar ağırlıklı olmak üzere önde gelen bir destinasyon konumundadır. Bölgede mevsimsel olarak yaz dönemi içerisinde deniz turizmi yaşanmaktadır. Balıkesir İli sınırları içerisinde 31 Mavi Bayraklı plaj bulunmaktadır.

Altınoluk: Edremit'e 28 km. mesafedeki Altınoluk, oksijen deposu özelliğini taşımaktadır. Yörede çok sayıda konaklama tesisi ve eğlence mekânı bulunmaktadır.



Ören: Temiz suyu ve ince kumu ile ünlenen Ören Plajı, 2000 yılında bu ününü Avrupa Çevre Eğitim Vakfı (FEE) tarafından verilen ve artık tüm dünyada "Denize Girilebilirlik Ölçütü" olan Mavi Bayrak ile tescil ettirmiştir. Ören, 1,5 km. boyunca yay gibi kıvrılan, Altın Kumlu Ören Plajı genişliği ile de Türkiye'nin en dikkat çekici

plajlarından biridir. Önemli tarihi değerlere sahip olmanın yanı sıra Doğal Sit Alanı konumundaki Ören'de asırlık palamut ağaçları, Kültür ve Tabiat Varlıkları Koruma Kurulu tarafından tek tek numaralandırılarak koruma altına alınmıştır.

Edremit/Akçay: Edremit'e 10 km uzaklıktadır. Sahil şeridi olup, kısmen çakıllıdır. Tatlı, soğuk suları ve artezyenleri ile ünlüdür.

Alibey Adası (Cunda): Ayvalık ilçe merkezine karayolu ile bağlantısı bulunmaktadır. Çevresi doğal plajdır.



Erdek: Uzun bir kıyıya sahip olan Erdek'in sahilleri genelde kumsal ve doğal plajdır. Çakılsız, altın renkli, uzun sahilleriyle Türkiye'nin en özel tabii plajlarına sahiptir.

Sarımsaklı: Sarımsaklı Ayvalık bölgesinde Küçükköy Belediyesi'ne bağlı bir yerleşim yeridir. Ayvalık ilçe merkezine 8 km uzaklıktadır. 7 km uzunluğunda 100 m eninde bir kumsala sahip plajı sığ ve kumsalı ince kumdan oluşur. Beş yıldızlı otellerden, pansiyona kadar her sınıftan konaklama tesisi, orta kalitedeki lokantalarından küçük büfelerine kadar Ayvalık'ın en önemli turistik yöresidir.

Avşa Adası: Marmara ilçesine bağlı ada doğal plaj olup adanın etrafını çevreleyen altın rengi kumsallar ve koylar bulunmaktadır.

Doğa Turizmi



Kazdağı (İda Dağı) Milli Parkı:

Edremit Körfezi'nin Kuzeyinde bulunan Kaz dağları 21.300 hektarlık alanıyla deniz ve yeşilin tarihi dengeler ile doğanın kucaklaştığı zengin fauna ve florası ile aynı zamanda önemli bir turizm değeridir. Kazdağlarına Zeytinli, Kızılkeçili Köyü, Güre Köyü ve Altınoluk istikametinden çıkan orman yolları

olmak üzere ilçenin dört noktasından ulaşılabilir. Kazdağı tarih öncesi yıllarda da çeşitli medeniyetleri barındırmış muhtelif tarihlerde kentler, kasabalar kurulmuş ve yıkılmıştır. Bilinen tarihi MÖ 2000 yıllarında başlar. Bu tarihlerde Thebe şehri, Lyrnessos şehri, Khrysa şehri, Killa Şehri, Anderia şehri, Antandros şehri, Adramytteion şehri, Astrya şehri, Gargara şehri gibi şehirler kurulmuş bunlardan bir çoğuda Truva savaşları sırasında yok edilmişlerdir. Milli Parkın bitki zenginliği ve doğal peyzaj değerlerini sunduğu vadilerde düzenlenen günübirlik kullanım alanlarında, günübirlik rekreasyonel hizmetler sunmaktadır. Milli Park mahalli yetkilerinin göstereceği kontrollü noktalarda çadır ve karavanla konaklama yapılabilir.

Balıkesir-Kuşcenneti Milli Parkı: Balıkesir İli Bandırma İlçesi Marmara Bölgesinde, Balıkesir ili Bandırma ilçesi sınırları içinde Kuş Gölü (Manyas Gölü)'nün kuzeydoğusunda yer alan Milli Parka Balıkesir-Bandırma karayolunun 15 km' sinde güneye sapan 3 km'lik bir yolla ulaşılmaktadır. Kuş Cenneti Milli Parkı, doğa turizmi açısından önemli bir olanak sunmaktadır.

Göl suları, söğüt korusu ve sazlıkların sağladığı beslenme, güvenlik ve barınma olanakları ile elverişli iklim şartları, Avrupa-Asya kıtaları arasında büyük kuş göçlerini bu küçük (64 Hektar) yurt köşesine yönelterek, yörenin uluslararası ün kazanmasına neden olmaktadır.

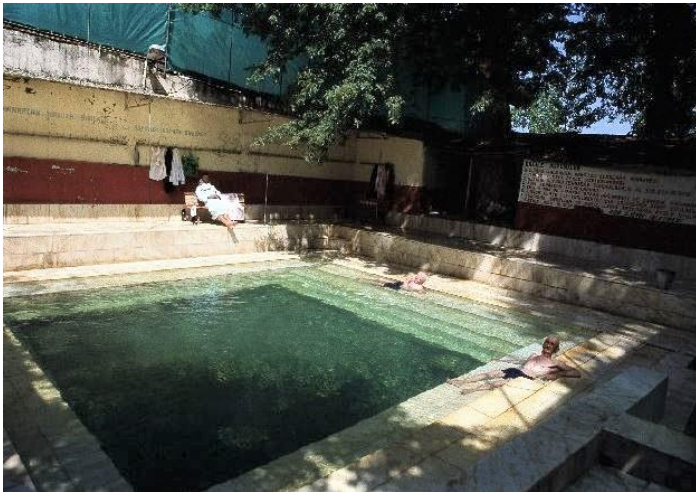


Kaşıkçıdan balıkçılara, çeltikçiden karabataklara, saz bülbülünden pelikanlara, kuğudan kazlara, ördeklere kadar kuluçka yapan, kışlayan ve göç sırasında uğrayan 239 kuş türünden 2-3 milyon kuş her yıl buraya uğramaktadır.

Uluslararası düzeyde öneme sahip Milli Parktaki kuş zenginliği ve Milli Park tanımı içindeki başarılı koruma uygulaması nedeniyle 1976 yılında Avrupa Konseyince A sınıfı Avrupa diploması verilmiştir. 1981-1986-1991 ve 1996 yıllarında bu diploma yenilenmiştir. Ayrıca 15.4.1998 tarih ve 23314 sayılı Resmi Gazete’de Yayımlanan kararla Kuşcenneti, Romsen Sözleşmesi (Özellikle Su Kuşları Yaşama Ortamı Olarak Uluslararası Öneme Sahip Sulak Alan Hakkında Sözleşme) kapsamına alınmıştır. Kuş cennetinde kuş yaşamının ilgi çekici dönemlerini izleme imkanı, Mart-Temmuz ve Eylül-Ekim ayları arasındadır.

Termal Turizmi

Kaynak zenginliği ve termal turizm potansiyeli yüksek olan Balıkesir, halkın yaygın ve köklü bir termal kültürü ve alışkanlığı olan bir bölgedir. Balıkesir, termal kaynakları bakımından Türkiye’nin ilk 5 ili arasında yer almaktadır. Nitelikli (otel+balneoterapi+kür merkezi+kür parkı)



şeklinde işletilen modern termal turizmi tesisleri Gönen Kaplıcaları bölgede önemli bir termal potansiyele sahiptir. Tarihsel ve çağdaş nitelikleri Gönen Kaplıcalarını ilginç kılmış ve bugün modern tesisleriyle, tıbbi donanımı ve cihazlarıyla, rekreatif amaçlı

alanlarıyla, Gönen Kaplıcaları bir kaplıca-kür merkezi niteliğine kavuşmuştur.

Balıkesir'i, termal turizm merkezi haline getirecek Pamukçu-Balpaş, Ekşidere Kaplıcaları, Güre Kaplıcaları ve Edremit-Entur kaplıcaları gibi tesisler de gelişme potansiyeli barındırmaktadır.

Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi; deniz-kum-güneş, kültür, termal, ekoturizm gibi birçok turizm çeşidinin yanında Balıkesir'in rekabet gücünü arttırmaktadır. Balıkesir, doğal ve organik ürün çeşitliliği ile günümüz insanının aradığı doğal ve sağlıklı beslenme beklentilerinin tümünü karşılayacak kapasiteye sahiptir. Tarihsel, sosyal, kültürel ve tabiat zenginliklerinin yanında doğal gıda ürünleriyle de önemli bir merkez özelliği taşıyan Balıkesir'in 1 milyon 452 bin 814 hektarlık yüzölçümü alanının 515 bin 589 hektarı ekilebilir arazidir. Balıkesir, Sındırgı, Bigadiç, Gönen ve Edremit en verimli başlıca gıda üretim alanlarıdır. Balıkesir, bu yönüyle kendine yetebilen ve çevresini besleyebilen, tarımın etkili olduğu ekonomiye sahip bir ildir. Ayrıca coğrafi konumundan dolayı, bir gıda toplama ve dağıtım merkezi durumundadır.



Zeytin Riviera'sı olarak görülen Balıkesir sınırlarındaki kıyı bandında önemli bir zeytin ağacı kapasitesine sahiptir. Balıkesir, gerek zeytin gerekse zeytinyağı üretiminde ülkemizin önde gelen illerindedir. 81.291 hektar alanda yaklaşık 11 milyon zeytin ağacı bulunmaktadır ve bu alanda yıllık ortalama 100-125 bin ton zeytin üretimi gerçekleştirilmektedir.

Kırmızı ve beyaz et üretiminde de önde gelen illerden biri olan Balıkesir, tarımsal üretim anlamında da geniş bir yelpazeye sahiptir. Balıkesir ayrıca bal üretiminde de önemli bir konumdadır.

Balıkesir, hem Marmara hem Ege, hem de iç kesimlerin iklim özelliklerinden ve verimli topraklarından dolayı zengin tarımsal ürünlere sahiptir. Kültürel birikimin de etkisiyle yöre mutfağı oldukça zengin bir özellik taşımaktadır. Özellikle ilin kuzeyinde ve doğusunda tahıl

üretimini bol olması, 'Keşkek' gibi temelini tahılın oluşturduğu yemeklerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Düğün Çorbası, Tirit, Höşmerim, Kazanda Keşkek Dövme, Balıkesir Köftesi, Kabak Çiçeği Dolması, Yöresel Balıkesir Böreği yörenin önemli tatlarını oluşturmaktadır.

Balıkesir merkez ve ilçelerinde yöresel yemekleriyle ünlü lokantaları çok yaygındır. Bu lokantalarda günün her saatinde Balıkesir'in kendine özgü yemeklerini de tatmak mümkündür.

Festival Turizmi



Festivaller ve festival turizmi Balıkesir'in turizm potansiyelini oluşturan değerleri arasındadır. Özellikle tarımsal ürünlerin hasatları ile ilişkilendirilmiş Zeytinli Rock Festivali benzeri festivaller bölge turizminde önemli bir yere sahiptir. Kazdağı Ekofest, Balıkesir Turizm Festivali, Edremit Kitap Fuarı, Ayvalık

Doğa Festivali, Burhaniye Uluslararası Zeytin ve Zeytinyağı Festivali, Ayvalık Uluslararası Zeytin Hasat Festivali, Marmara Adası Kamplı Bisiklet Festivali, Uluslararası Balıkesir Motosiklet Festivali, Edremit Kitap Fuarı gibi pek çok festivale ev sahipliği yapan Balıkesir, festival bakımından zengin bir il konumundadır.

8. COVID-19 SALGINI SONRASI BALIKESİR TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİNE YÖNELİK ÖNERİLER

Doğa, kültür, termal ve gastronomi turizmi gibi birçok farklı alanda turist ağırlama potansiyeline sahip olan Balıkesir'in Covid-19 salgını sonrası oluşan krizden en az hasarla çıkabilmesi ve salgın sonrası duruma hazırlıklı olabilmesi için kamu, özel iş birliği içinde ortak akılla adım atılması önem arz etmektedir. Türkiye Seyahat Acentaları



Birliği olarak Balıkesir turizminin geliştirilmesine yönelik önerilerimiz şunlardır:

- Dünyada marka şehirler turizmde gelişim hedeflenen alanları ve pazarları belirlemede, bu çerçevede **kısa, orta ve uzun vadeli tanıtım ve pazarlama stratejileri** oluşturmaktadır. Balıkesir'in de dünyadaki örneklere benzer bir yaklaşım geliştirmesi büyük önem taşımaktadır. Bu bakımdan Balıkesir Valiliği, Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, Balıkesir Ticaret Odası ile turizm sektör temsilcileri ve turizm fakültelerinden ğretim görevlilerinin katılımıyla "Balıkesir Turizminin Geleceği" başlıklı bir alıştay düzenlenmesi önemli katkı sağlayacaktır.
- Balıkesir'in tanıtımına yeni bir soluk getirecek nitelikte birçok farklı dilde yayın yapan Web sitesi tasarlanması ve tanıtım sloganı oluşturulması kentin turizm potansiyelinin geliştirilmesine önemli katkı sağlayabilir. Bu konuda Berlin, Londra gibi önemli turizm potansiyeli taşıyan kentlerin web siteleri ve tanıtım stratejileri örnek alınabilir.
- **TÜRSAB-BATO olarak** tanıtım ve pazarlama alanında ortak bir **iş birliği protokolü** imzalamamız Balıkesir turizmine g katacaktır.
- **Akıllı şehir** uygulamalarının geliştirilmesi turistlerin otel dışı aktivitelere katılımını teşvik edecektir.
- Pandemi döneminde tüketiciler beklenenleri açısından hijyen, güvenlik ve sağlık büyük önem kazandı. Bu süreçte pandemiyle mücadele konusunda Türkiye'nin dünyada örnek gösterilen başarılı çalışmalarını anlatan bir tanıtım videosu çekilebilir. Bu videoda hem sağlık altyapımızdaki gelişmişliği hem de turizm tesislerinde hijyen konusunda alınan önlemlerin sergilenmesi faydalı olacaktır.
- Balıkesir'e gelen misafirlerin beklentilerini ve memnuniyetlerini ölçmek amacıyla



bir anket çalışması gerçekleştirilebilir.

gerçekleştirilecek bir **anket çalışması**, müşteri sadakatini geliştirmek ve geleceğe yönelik planlama yapmak açısından önemli katkı sağlayacaktır. Bu çerçevede Balıkesir Ticaret Odası, oteller ve üniversitelerin turizm fakültelerinin ortak çalışması ile

➤ Büyüme hedeflenen pazarlarda **workshop ve tanıtım etkinlikleri** düzenlenmesi önem arz etmektedir. Bu çerçevede sektör paydaşlarıyla ortak bir tanıtım stratejisi benimsenmesi ve bu tarz etkinliklerin yanı sıra uluslararası fuarlarda ortak hareket edilmesi sağlanmalıdır.

➤ Dünyanın demografik yapısı değişiyor. **X, Y, Z kuşağının** ardından teknolojiyle bütünleşen Alfa kuşağı geliyor. Dolayısıyla tanıtım ve pazarlama stratejilerinde dijital pazarlamanın önemi hiç olmadığı kadar



artmaktadır. Bu bakımdan dijital mecralara uygun tanıtım çalışmalarında kullanılmak üzere sanal gerçeklik VR uygulamalarının geliştirilmesi, sosyal medya mecralarında ilgi çekecek tanıtım filmi içerikleri oluşturulması katkı sağlayacaktır.

➤ Yeni kuşağın satın alma tercihleri üzerinde etkisi olan "instagrammer", "blogger" ve sosyal medya fenomenlerinin eş zamanlı olarak ülkemize ve Balıkesir'e davet edilmesi,

➤ Turizmde gelişim hedeflenen pazarlarda etkili basın-yayın organlarında görev yapan medya mensuplarının ağırlanması,

➤ Turizmde **büyük veri izleme** ve teknoloji merkezinin kurulması fayda sağlayacaktır.

➤ Mevcut festival ve etkinliklerin içeriklerinin zenginleştirilerek uluslararası tanıtım çalışmalarıyla desteklenmesi ve Balıkesir'in ismini dünya genelinde gündeme taşıyacak ve markalaşması noktasında katkı sağlayacak festivallere dönüştürülmesi büyük önem arz etmektedir.

➤ Bölgede; doğa, macera turizmi ve trekking açısından çok önemli bir turizm potansiyeli bulunmaktadır. Bu potansiyeli geliştirecek biçimde mevcut yürüyüş ve bisiklet rotalarının zengileştirilmesi ve tanıtılması önemlidir.

➤ Covid-19 süreci insanları sağlık konusuna daha çok önem vermeye yönlendirirken Kazdağları'nın Alpler'den sonra en yüksek oksijen oranına sahip ikinci bölge olduğu tanıtım faaliyetlerinde daha çok vurgulanabilir.

- Pandemi döneminde öne çıkan bir diğer turizm konsepti kamp-karavan turizmi oldu. Balıkesir sahip olduğu doğal güzelliklerle bu alanda gelişim potansiyeline sahip bulunuyor. Kamp karavan turizmindeki gelişim için belirlenen alanların artırılması, düzenlenmesi ve turizm rotalarına girmesi için özel tanıtımların yapılması fayda sağlayacaktır.
- Pandemi aynı zamanda büyük ve kalabalık oteller yerine butik otel tercihinin öne çıkartmış durumda. Balıkesir ise birçok bölgesinde butik otelleriyle dikkat çeken bir destinasyon konumunda bulunuyor. Dolayısıyla pazarlama süreçlerinde Balıkesir'in bu yöndeki potansiyeline dikkat çekilebilir.
- Dünya genelinde artık hikayesi olan destinasyonlar ilgi görüyor. İda Dağı (Kazdağı), dünyada mitoloji ve efsaneler dağı olarak bilmektedir. Turizm pazarlamasında bu mitolojik değerlerin ön plana çıkartılması sağlanabilir.
- Sinema ve televizyon endüstrisi tanıtım için çok önemli mecralardır. Özellikle son yıllarda öne çıkan dijital platformlar üzerinden yayınlanan dizi ve filmler çekildikleri kentlere ve bölgelere turizm açısından ciddi talep doğurmaktadır. Bölgenin bu potansiyelini tanıtmak için film ve dizi yapımcıları bölgeye davet edilebilir.
- Film ve dizi yapımcılarının yasal ve bürokratik engellerle vakit kaybetmemesi için şehirde dizi ve film komisyonunun kurulması önem arz etmektedir.



- Avrupa'da 2050 yılında 60 yaş ve üzeri insan sayısı 2,1 milyar seviyesine ulaşacak. Türkiye nitelikli turizm tesisleri, güçlü sağlık altyapısı ve zengin termal kaynaklarıyla **3. Yaş Turizmi** olarak adlandırılan turizm segmentinde ciddi

bir potansiyele sahip bulunuyor. Hizmet kalitesinin yüksekliği bu alandaki rekabet gücümüzü artırıyor. Özellikle Balıkesir'in sahip olduğu termal turizm potansiyeli bu alanda kullanılabilir.

- Balıkesir gastronomi alanında zeytin, zeytinyağı başta olmak üzere önemli ürünlere sahiptir. Bu alandaki potansiyelin daha da görünür kılınması için mevcut festivallerin ötesinde etkinlikler düzenlenmesi önemlidir.
- Bölgenin gastronomi potansiyeline dikkat çekilmesi için dünyaca ünlü gurmelerin davet edilmesi, gastronomi üzerine TV programı ve belgesel çekilmesi sağlanabilir.
- Workshoplar, tanıtım çalışmaları, info gezileri ve yeni iş birlikleri bölge turizmine güç katacaktır.