

COVID-19'UN TURİZME ETKİLERİ VE MUĞLA TURİZMİNİN GELECEĞİ

EKİM 2020

TÜRSAB

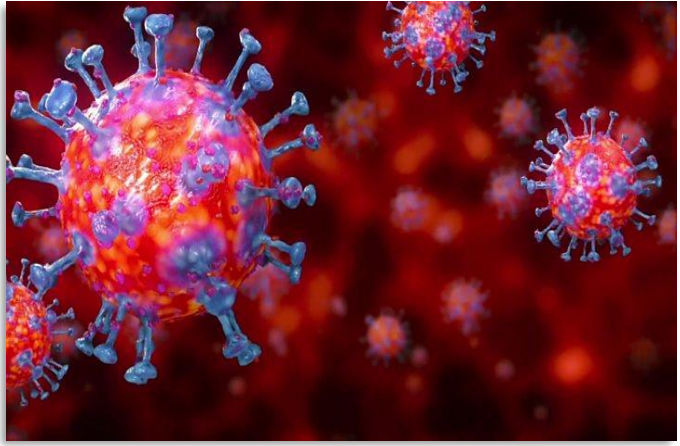
TÜRKİYE SEYAHAT AJENTALARI BİRLİĞİ
ASSOCIATION OF TURKISH TRAVEL AGENCIES

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 Turizminde 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. MUĞLA TURİZMİ	28
Muğla'daki Konaklama Tesis Altyapısı.....	29
Seyahat Acentaları Turizmdeki Yükselişte Büyük Rol Sahip.....	30
7. MUĞLA'NIN TURİZM DEĞERLERİ.....	31
8. COVID-19 SALGINI SONRASI MUĞLA TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİNE YÖNELİK ÖNERİLER.....	44

1. GİRİŞ

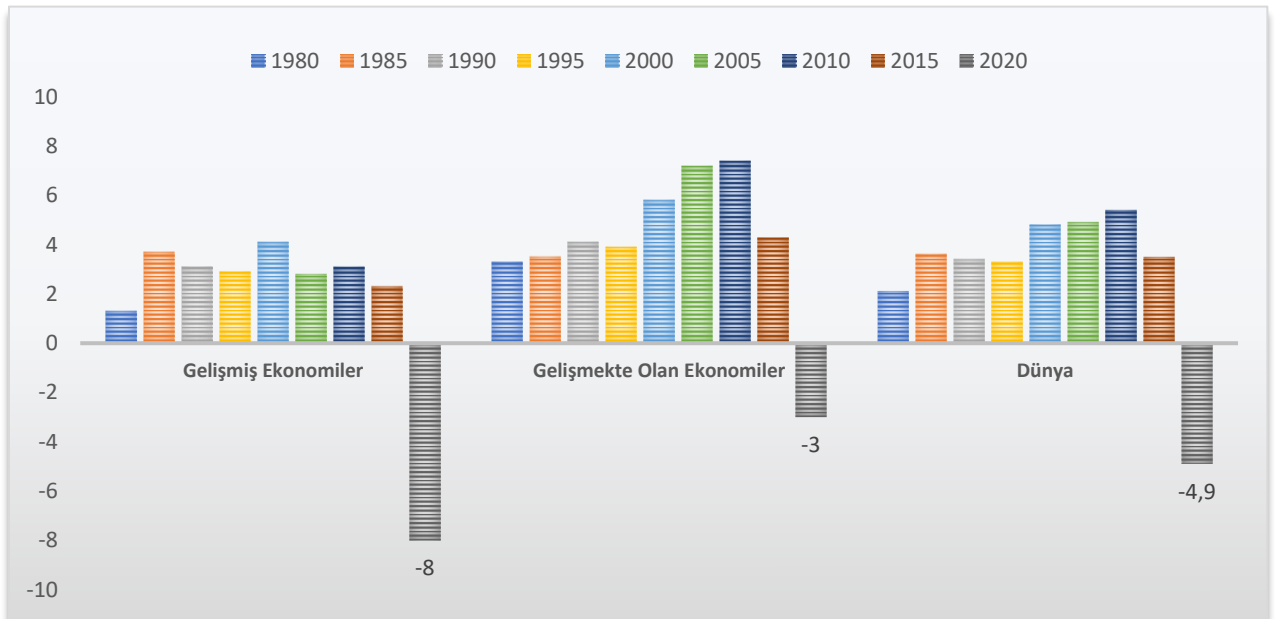
Dünya, 2020 yılını benzeri görülmemiş bir küresel sağlık pandemisiyle geçirmektedir. 2019 yılı sonunda Çin'in Hubei eyaletine bağlı Vuhan kentinde ortaya çıkan Koronavirüs (Covid-19), çok kısa bir sürede dünya çapına yayılan bir salgına dönüşerek, 213 ülkeye yayılmıştır. 7 Ekim 2020 itibariyle dünya



genelinde virüs nedeniyle enfekte olan kişi sayısı 36 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 kırılma eğilimine 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

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>

kapsayan ilk yarısında uluslararası seyahat sayısında kaydedilen toplam düşüş ise yüzde 65 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.

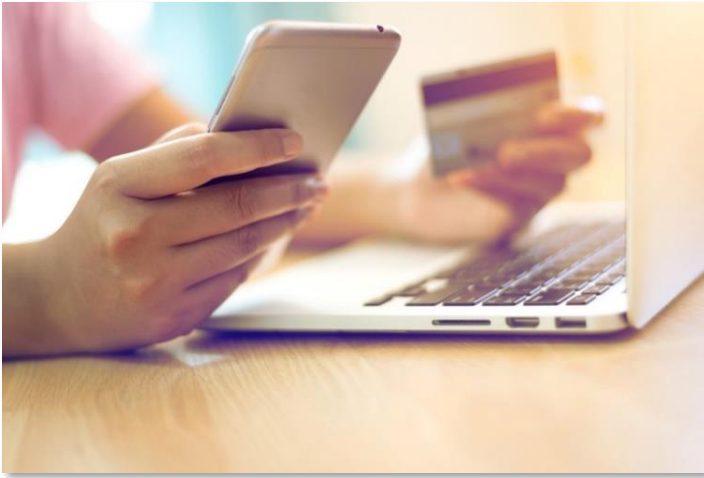
³ <https://www.unwto.org/more-than-50-of-global-destinations-are-easing-travel-restrictions-but-caution-remains>

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 hşkşmeti tşm kşşşk ۆlřekli şşletmeleri ve serbest meslek şalışanları için toplamda 50 Milyar Euro'luk hibe destek paketi açıkladı. Bu hibe paketinden seyahat acentaları da faydalanabiliyor. Bu çerçeve de;

- 5 kişiye kadar şalışanı olan seyahat acentaları 3 ay boyunca 9 bin Euro
- 10 kişiye kadar şalışanı 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 sektşrş 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 sşuresini 2020 yılı sonuna dek uzatmayı planlamaktadır.

Almanya'da ayrıca zor durumda olan Avrupa seyahat pazarının en bşyşk tur operatşrş konumundaki TUI'ye Almanya'da hşkşmeti tarafından iki parti halinde 3 milyar Euro'ya yakın mali destek ve kredi sağlanmıştır. Tşm bu desteklere karşın TUI'nin zor durumda oluşu tartışmalara yol aşarken, muhalefet Federal Hşkşmetin TUI'ye yşzde 9'a kadar ortak olma hakkı olduğundan yola ııkarak TUI'nin kısmen kamulaştırılmasını talep etmektedir.



Kupon Uygulaması: Tşketicilerin seyahat iptal talebine karşı seyahat acentaları ve tur operatşrşleri para iadesi yerine sonraki dۆnemde değerlendirmek ۆzere devlet garantili tatil kuponu verme ۆnerisi getirildi. Bu ۆneri Alman Hşkşmeti tarafında kabul gۆrse de Avrupa Birliği para iadesi isteyen tşketicilere

iade yapılması gerektiği yۆnřnde gۆrř açıkladı.

Mevcut durumda 8 Mart 2020 tarihinden ۆnce gerçekteşirilmiş rezervasyonlarda kupon almayı kabul eden tşketicilere kupon verilebilirken para iadesi noktasındaki talepleri acentaların yerine getirmesi gerekmektedir. DRV yaz tatili iptali durumunda bu iptallere ilişkin para iadelerinin kesintili bir şekilde tşketicilere yapılacağı yۆnřnde de gۆrř bildirmektedir. 14 Haziran 2020 tarihinden sonraki seyahatler için tşketiciler iptal talebinde bulunduğu taktirde, Federal Almanya

Dışişleri Bakanlığının 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 milyon 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 metrekarelik 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.

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.

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)

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 aldırılmıştır. 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



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

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 medya ve e-spor gibi sanal dünyaya dayalı mecraların bireylere kazandırdığı statüden gözlemlemek 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 çalışmaları amaçlanmaktadır.

4. Ortam Sağlığı

Ŗu anda, insanlar günlük yaŖamlarını sürdürürken obsesif bir Ŗekilde 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 mŖterilerine sağlıklı ortam sunmak isteyen ve bunu sağlayacak önlemleri alan iŖletmelere büyük bir fırsat yaratacak.

5. M2P (Mentor To Protg)

Birçok insan online ortamda uzun sreler geçirirken bir kısmı ise internet ortamında geçirdikleri bu süreyi verimli hale getirme arayışındalar. Yeni beceriler öğrenme ve kendini geliŖtirmeyi 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 iŖ birliği oluŖturmaktadır. 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 yaŖamın artan önemi robotikteki geliŖmelerle birlikte otomatize ticaret olarak ifade edilen kavramı da yeniden gündeme getirdi. Önümüzdeki süreçte bu ve buna benzer uygulamalar ne 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 sürdürecektir 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. MUĞLA TURİZMİ

Eşsiz doğası, Akdeniz ve Ege'ye olan kıyıları, Bodrum ve Dalaman'da bulunan havalimanları, ulaşım ve konaklama altyapısıyla Türkiye'nin en önemli turizm destinasyonlarından biri olan Muğla, her yıl milyonlarca turist



ağırlamaktadır. Muğla topraklarının büyük kısmı Ege'de küçük bir kısmı ise Akdeniz Bölgesi'nde kalmaktadır. Her iki denize de kıyısı olan Muğla, toplamda 1.500 km'ye yaklaşan kıyı şeridi ile Türkiye'nin en uzun sahil şeridinde sahip ili konumundadır. Bu özellikleriyle Muğla, özellikle şehir geneline yayılan toplam 105 mavi bayraklı plajı ile deniz-kum-güneş turizminde öne çıkmaktadır. Bodrum, Turgutreis, Yalıkavak, Marmaris, Bozburun, Güllük, Mantarburnu, Fethiye, Göcek ve Datça limanları olmak üzere şehrin toplam 10 limanı ve deniz hudut kapısı bulunmaktadır.

Antik dönemden günümüze kadar her dönemde yerleşim izlerinin bulunduğu ve son derece zengin tarihi mirasa sahip olan Muğla, kültür turizminde de çok önemli bir destinasyon konumundadır. Ege'nin en güzel koylarını sınırlarında barındıran kent, yat turizminde de gelişmiştir. Coğrafi güzellikleriyle dünya çapında ünlene kentte, yamaç paraşütü ve dalış turizmi de yaygın bir şekilde yapılmaktadır. 2018 yılında 2,8 milyondan fazla ziyaretçi ağırlayan Muğla, 2019 yılında 3,2 milyonun üzerinde yabancı ziyaretçiye ev sahipliği yapmıştır. Pandemi döneminde ilginin daha da arttığı Türkiye'deki 17 "Slow City – Sakin Şehir" arasında Muğla'daki Akyaka ve Köyceğiz de yer almaktadır.

MUĞLA ZİYARETÇİ SAYILARI 2018-2020 KARŞILAŞTIRMASI					
YILLAR				% DEĞİŞİM ORANI	
2017	2018	2019	2020 Ocak- Ağustos Dönemi	2018/2019	2019/2020 Ocak Ağustos
2.089.503	2.805.115	3.266.650	322.728	16,4	-86,7

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Muğla Konaklama Tesis Altyapısı

Muğla'nın her ilçesi bir turizm destinasyonuna dönüşmüş durumdadır. Bodrum, Dalaman, Datça, Fethiye, Kavaklıdere, Köyceğiz, Marmaris, Menteşe, Milas, Ortaca, Seydikemer, Ula ve Yatağan olmak üzere toplam 13 ilçesi bulunan Muğla, yurtdışı ülkelerinden gelen turistlerin yanı sıra iç pazarda da en çok tercih edilen destinasyonlar arasındadır. Muğla'ya en çok turist gönderen ülke İngiltere'dir. İngiltere'yi Rusya, Almanya, Hollanda, Ukrayna, Polonya, Belçika gibi ülkeler izlemektedir.

Milliyetlerine Göre Muğla'yı En Çok Tesise Giriş Yapan Ziyaretçi Sayısı (2019 Yılı)		
	Tesise Giriş	Geceleme
İngiltere	654 380	2 786 818
Rusya Fed.	301 208	1 297 605
Almanya	160 357	723863
Hollanda	126 946	472 379
Ukrayna	113 433	436 739
Polonya	111 730	449 994
Belçika	60 020	258 579
Fransa	38 326	128 495
Bulgaristan	35 092	131 954
İsrail	35 031	113 431
Danimarka	26 210	98 526
İsveç	24 645	109 945
Lübnan	24 163	75 969
İran	22 225	68 598
Romanya	18 998	70 214

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Muğla'da tesise giriş rakamları da yüksek seyretmektedir. 2019 yılında Muğla'daki konaklama tesislerine giriş sayısı 4,5 milyonu aşmıştır. Ancak dünyayı etkisi altına alan Koronavirüs salgını 2020 yılında Muğla turizmini de derinden etkilemiştir. Muğla'da 2020 yılında Ocak-Temmuz aylarını kapsayan 7 aylık dönemde tesislere giriş sayısı bir önceki yıla göre yüzde 73 oranında düşüşle de 838 bin olmuştur.

MUĞLA TESİSE GİRİŞ SAYILARI				
	YABANCI	YERLİ	TOPLAM	DEĞİŞİM %
2019	2.797.528	1.722.516	4.520.044	14,46
Ocak-Temmuz 2020	85 226	752 848	838 074	-73,1

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı



Muğla'nın konaklama açısından altyapısı son derece güçlüdür. Ağırlıklı olarak küçük ölçekli tesislerin bulunduğu Muğla'da kitle turizmine uygun büyük ölçekli tesisler de bulunmaktadır. Muğla'da işletme ve belediye belgeli 1308 tesis, 173 bin 594 yatak bulunmaktadır. Bakanlıktan

yatırım belgesi alan tesisler de bu rakama eklendiğinde toplam tesis sayısı 1390'a, yatak sayısı ise 194 bin 435'e yükselecektir.

Muğla'da İşletme Belgeli tesislerin 62'si beş yıldızlıdır. Şehirdeki dört yıldızlı otel sayısı 88, üç yıldızlı otel sayısı ise 102'dir. Özel belgeli ve butik otellerin de ağırlıklı olduğu Muğla'da; 26'sı butik, 28'i de özel belgeli olmak üzere toplam 104 adet butik, pansiyon, özel tesis ve apart statüsünde konaklama tesisi bulunmaktadır.

MUĞLA'DAKİ KONAKLAMA TESİSİ İSTATİSTİKLERİ			
Şehir	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Belediye Belgeli	900	28 606	64 793
İşletme Belgeli	408	51 057	108 801
Yatırım Belgeli	82	9 304	20 841
TOPLAM	1 390	88 967	194 435

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Seyahat Acentaları Turizmdeki Yükselişte Büyük Rol Sahibi

Seyahat acentaları, Muğla'nın bir destinasyon olarak dünya genelinde tanıtımı ve pazarlanması noktasında önemli rol üstlenmektedir. Acentalar, gerek yurt dışından gelen misafirlere gerekse de iç pazarda hizmet verdikleri vatandaşlarımıza sundukları kaliteli hizmetlerle misafir memnuniyetini artırmakta ve turizmin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Muğla'da Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'ne (TÜRSAB) bağlı olarak faaliyet yürüten 807 seyahat acentası hizmet vermektedir. Muğla Turist Rehberler Odası'na (MURO) bağlı rehber sayısı ise toplamda 430'dur.

Yabancıların Muğla'daki Konut Talebi

Muğla, yurt dışından konut satın alma talebinde de öne çıkan bir bölgedir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre 2019 yılı itibariyle yabancılar Muğla'da yüzde 3,4'lük artışla 957 adet konut satın almışlardır. 2020 yılının Ocak-Ağustos ayları arasındaki 8 aylık dönemde ise pandeminin de etkisiyle yabancıları bölgedeki konut alımları 2019 yılının aynı dönemine göre yüzde 27,8 azalmış ve bu dönemde yabancı ülke vatandaşlarına toplam 399 konut satışı gerçekleştirilmiştir.

YILLARA GÖRE YABANCILARIN MUĞLA'DAN ALDIKLARI KONUT SAYISI		
Yıl	Konut Sayısı	Değişim Oranı
2018	925	% 3,4
2019	957	
2020 Ocak-Ağustos	399	-%27,8 (2019'un Aynı Dönemine Göre)

Kaynak: TÜİK

7. MUĞLA'NIN TURİZM DEĞERLERİ

Tarihinde birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Muğla'da ilk yerleşimin Karyalılar'a kadar uzandığı bilinmektedir. Antik Karya bölgesinin en eski yerleşimlerinden biri olan Muğla, Anadolu'nun yerli halkı Karyalıların ardından



Mısır, Asur ve İskit işgallerini yaşamış, özellikle kıyılarda Helenistik kolonizasyon hareketinin egemenliği altında kalmıştır. Ardından önce Medler, daha sonra Perslerin hakimiyetine geçen Muğla, daha sonra Büyük İskender, Bergama Krallığı, Roma, Bizans ve Osmanlı İmparatorluğu hakimiyetine girmiştir.

Muğla'nın Turizm Destinasyonları

Günümüzde her ilçesi, marka konumunda olan ve ayrı bir destinasyona dönüşen Muğla'da turizmde öne çıkan ilçe ve bölgeler ise şunlardır:

Bodrum: Tarihte Halikarnas ismiyle öne çıkan Bodrum, Muğla'nın diğer ilçelerinden daha fazla nüfusa sahip olmasından dolayı en büyük ilçesi konumundadır. M.Ö. 650'li yıllarda ismi



"Halikarnassos" olarak bilinen Bodrum, Cumhuriyetin ilanıyla bugünkü ismine sahip olmuştur. Dünyanın yedi harikasından biri olan "Halikarnos Mozolesi" M.Ö. 4. yüzyılda yaptırılmış bir anıt olup bölgede dikkat çeken yerlerin başında gelmektedir. Doğu Akdeniz'de ayakta kalan en sağlam kalesi olarak bilinen Bodrum Kalesi bugün dünyanın en büyük 2. Sualtı Arkeoloji Müzesi'ne ev sahipliği yapmaktadır.

Yurt dışından ağırladığı ziyaretçilerinin yanı sıra yurt içinde de öne çıkan Bodrum, deniz-kum-güneşin yanı sıra turizmde; yat, dalış, su sporları, kültür, gezi, eğlence gibi farklı turizm etkinliklerine olanak tanıyan bir destinasyon konumundadır.

Yaz sezonunda pek çok kültürel etkinliğe ev sahipliği yapan Bodrum, konser, festival, sanat ve kültürel etkinlikleriyle öne çıkmaktadır. Türkiye'nin ilk ve tek bale festivali olma özelliğini taşıyan, Uluslararası Bodrum Bale Festivali 2003 yılından beri her yıl yaz aylarında Bodrum'da düzenlenmektedir. Ayrıca 2014 yılından beri Uluslararası Bodrum Bienali ve 2010 yılından beri Bodrum Barok Müzik Festivali düzenlenmektedir.

Bodrum'da 71 Adet mavi bayraklı plaj, 8 mavi bayraklı marina, 4 adet de mavi bayraklı yat bulunmaktadır.



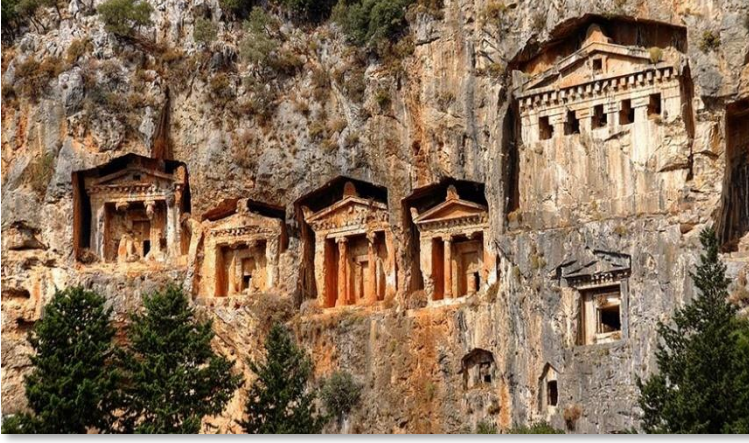
Marmaris: Türkiye'nin en önemli tatil beldelerinden biri olan Marmaris, Rodos ve Ege adalarına açılan bir kapı konumundadır. Bilinen tarihi MÖ 900'lere kadar uzanan Marmaris'in Helenistik Dönem'de belli bir süre için Seleukos egemenliğine, sonra sırasıyla Roma, Bizans, 13.

yüzyılda Menteşoğulları egemenliğine girmiştir. 1522'de Osmanlı hakimiyetine giren ilçe, tarihinde Rodos ve Mısır arasındaki ticari yolun bağlantı noktası olması nedeniyle bir deniz üssü konumundaydı. Turizm alanında son derece gelişmiş bir destinasyon olan bölgede, kıyı turizminin yanı sıra kanyon ve mağara ziyaretleri, kaya tırmanışı, bisiklet ve at turları, orman kampları gerçekleştirilmektedir. Marmaris ilçe sınırları içinde yer alan antik kentler ise şunlardır: Physkos (Beldibi, Asartepe), Amos (Hisarönü, Turunç), Bybassos (Hisarönü), Kastabos (Hisarönü), Syrna (Bayır köyü), Larymna (Bozburun), Thyssanos (Söğüt), Phoenix (Taşlıca), Loryma (Bozukkale), Kasara (Serçe limanı), Kedrai (Sedir adası), Euthena ve Amnistos (Karacasöğüt).

Selimiye: Milas ilçesine bağlı bir mahalle olan Selimiye'nin antik dönemdeki ismi Hydas'tır. Plajları ve doğasıyla bilinen Selimiye, yat turizminde de öne çıkmaktadır. Selimiye'nin en yüksek konumunda bulunan Aşarkaya ve Sarıkaya'da Antik Dönemden tarihi kalıntılar



bulunmaktadır. İçlerinden surlar, gözetleme kuleleri, Antik tiyatro ve deniz feneri günümüze kadar ulaşmış önemli tarihi miraslardır.



Datça: Datça Yarımadası'nın üzerinde bulunan Datça'da 9 kasaba yer almaktadır. Bölgedeki buluntuların tarihi MÖ 2000'lere dayanmaktadır. Afrodit heykeli ile ünlene n Datça'da geç Roma ve erken Bizans dönemine ait tapınaklar, zamanla yerlerini

kiliselere bırakmıştır. Datça'da görülmesi gereken yerler arasında Knidos Antik Kenti yer almaktadır. Datça'ya 33 km mesafede bulunan Knidos Antik Kenti yarımada nın en uç noktasında, Akdeniz ile Ege'nin birleştiği Tekir Burnu'nda yer almaktadır. Apollon Tapınağı, Dionysos Tapınağı, Bolukrates Çeşmesi, Yuvarlak Tapınak ve tiyatrosunu içinde barındırmaktadır.

Nüfusu 70 binlere ulaşan ve bazı haritalarda "Reşadiye Yarımadası" olarak geçen Datça Yarımadası, eko turizminin merkezi olarak belirlenmiştir. 253 km'lik sahil şeridine ve 52 koya sahip olan Datça'da, 85 bitki çeşidi ve 19 kuş türü bulunmaktadır.

Datça'nın 9 mavi bayraklı plajı, 8 marinası ve 4 Mavi bayraklı yatı bulunmaktadır.

Fethiye: Muğla'nın en geniş yüzölçümüne sahip ilçesi Fethiye'nin tarihi MÖ 5. Yüzyıla kadar uzanmaktadır. Bölge; Çalış Plajı, Ölü Deniz, Kelebekler Vadisi ve Kabak Koyu, Cennet ve Katrancı Koyu, Katrancı Tabiat Parkı, Saklıkent Kanyonu, Fethiye



Balık Pazarı gibi yerleri ve turkuaz koyları ile öne çıkmaktadır. Eşsiz doğal güzelliklere sahip Fethiye'nin Babadağ bölgesi de yamaç paraşütü açısından en çok tercih edilen yerler arasındadır.

Fethiye'de 10 tane mavi bayraklı plaj, 8 mavi bayraklı marina, 4 tane mavi bayraklı yat bulunmaktadır.

- **Ölüdeniz:** Fethiye'nin dünyaca tanınmasına vesile olan en güzel koyu olan Ölüdeniz, turkuaz rengi ile öne çıkmaktadır. Belcekız Koyu'nda yer alan ve eşsiz bir güzelliğe sahip olan Ölüdeniz, turkuaz renkli dingin ve berrak denize sahiptir. Adını Belcekız efsanesinden aldığı bilinen Ölüdeniz'in 950 hektarlık alanı Kıdrak Tabiat Parkı ilan edilerek koruma altına alınmıştır. Ölüdeniz Lagünü ve Kıdrak Plajını kapsayan bu alan aynı zamanda SIT bölgesi ve özel çevre koruma alanı içinde kalmaktadır. Türkiye'nin en iyi yamaç paraşütü alanı olan Babadağ'dan yapılan yamaç paraşütü sporunun iniş durağı da Ölüdeniz bölgesidir.



- **Kelebekler Vadisi:** Muğla kültürel mirasının yanı sıra doğal güzellikleriyle de oldukça öne çıkan bir ildir. Fethiye'de yer alan Kelebekler Vadisi de doğal güzellik denince ilk



akla gelen yerlerdendir. Kelebekler Vadisi, 1995 yılında 1. derece doğal SIT alanı ilan edilmiş ve her türlü yapılaşmaya kapatılmıştır. Kayalık ve çamlık bir vadide yer alan vadide, milyarlarca kelebek kayaları, ağaçların gövdelerini ve yapraklarını

sarmaktadır. Babadağ'ın eteklerinde yer alan Kelebekler Vadisi'nin içinde iki patika bulunmaktadır. Bir patika şelalelere, diğeri ise Faralya köyüne çıkmaktadır. Kelebekler Vadisi'ni kumsalı doğal güzelliğiyle öne çıkmış ve bu nedenle koruma altına alınmıştır.

- **Babadağ:** Fethiye bölgesinin en yüksek dağı olan Babadağ, turizm alanında yamaç paraşütüyle öne çıkmıştır ve turistler için son derece popüler bir bölgedir. Babadağ eteklerinden Ölüdeniz'e gerçekleştirilen yamaç paraşütüyle bölgenin tüm güzellikleri,

1.975 metre yükseklikten izlenilmektedir. Profesyonel olarak yamaç paraşütüyle uçuş yapanlar 3.500 metre yüksekliğe kadar çıkıp havada 5 saat kalabilmektedir. 2019 yılında Babadağ'dan 166 bin 701 kişi yamaç paraşütüyle uçuş gerçekleştirmiştir.



İztuzu Kumsalı: Caretta Caretta türü dev kaplumbağaların yumurtlamak için İztuzu Kumsalı'na gelmesi ile ünlenen kumsal, Muğla'nın Ortaca ilçesinde yer almaktadır. İztuzu Kumsalı'nda göl suyunu denize bağlayan küçük bir doğal kanal bulunmakta ve kumsal boydan boya bölmektedir. Hem tuzlu hem de tatlı

suda yüzebilme olanağı veren nadir bölgeler arasında yer alan İztuzu plajında Caretta Caretta kaplumbağaları koruma altına alınmıştır.

Muğla'nın Turizm Çeşitliliği

Muğla, deniz turizmi bakımından önemli bir destinasyondur. Ancak, kültür turizmi, yat turizmi, doğa ve macera turizmi başta olmak üzere pek çok turizm çeşidi için de zengin potansiyel barındırmaktadır. Muğla, özellikle pandemi döneminde önem kazanan kamp-karavan turizmi açısından da bu turizm çeşidine elverişli alanları ile önemli bir potansiyele sahiptir. Muğla'nın turizm değerlerini şöyle sıralamak mümkündür:



Kültür Turizmi

Muğla, köklü tarihi geçmişi nedeniyle çok zengin bir tarihi mirasa sahiptir. Muğla'da gerçekleştirilen arkeolojik çalışmalar neticesinde kültürel pek çok varlığa ulaşılmıştır. Toplamda 843 sit alanı bulunan kentte aynı anda 13 farklı arkeolojik kazı yürütülmektedir. Muğla'da; halen

Yatağan, Köyceğiz ve Bodrum'da 1, Datça ve Fethiye'de 2, Milas'ta ise 4 adet arkeolojik kazı gerçekleştirilmektedir.

Kentin kültürel miras kaynakları arasında tarihi 2500 yıl öncesine kadar uzanan arkeolojik sit alanı Mobolla Antik Kenti, hayvan ve bitki fosillerinin yanı sıra etnografik ve arkeolojik eserlerin de sergilendiği Muğla Müzesi önde gelen mekanlardır. Ayrıca Menteşeoğulları ve Osmanlı dönemlerine tarihlenen camileri, mescitleri, hanları, hamamları, tarihi ticaret merkezi arasta çarşısı, açık pazarı, geleneksel sivil mimarlık örneği evleri, şehrin amblemi olarak da kullanılan bacaları, tarihi yolları, kahveleriyle de ünlü kentsel ve doğal sit alanı Karabağlar Yaylası, yöresel mutfağı, el sanatları, halk müziği, geleneksel oyunları, ulusal ve uluslararası düzeyde düzenlenen festivalleri ile önemli bir kültür turizmi potansiyeli barındırmaktadır.

Muğla genelinde Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) Dünya Miras Listesinde 1 adet, UNESCO Dünya Miras Listesinde ise 6 adet eser bulunmaktadır.

Letoon Antik Kenti: 1988 yılında *UNESCO Dünya Mirası Listesi*'ne alınan Seydikemer'in Kumluova Mahallesi'nde bulunan Letoon antik kentinin MÖ yedinci yüzyılda kurulduğu tahmin edilmektedir. Letoon Antik Çağ'da Likya'nın dini merkezi konumundadır. Bu kutsal alandaki Leto, Apollon ve Artemis tapınakları tarihi



açından çok önemlidir. Likya yürüyüş yolu rotasında bulunan Letoon antik kenti içerisinde arka tarafını bir tepenin yamacına dayamış büyük bir antik tiyatro yer almaktadır.

Bodrum Kalesi ve Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi: Muğla'nın Bodrum ilçesinde yer alan Bodrum Kalesi, 2016 yılında *UNESCO Dünya Miras Geçici Listesi*'ne girmiştir. Bodrum Kalesi içerisinde yer alan Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi yer almaktadır. Ülkemizin tek, Dünya'nın ise en önemli sualtı arkeoloji müzelerinden biridir. Avrupa'da Yılın Müzesi yarışmasında, 1995 yılında "Özel Övgü" ödülünü alan müzede, sualtı kazı ve araştırmalarındaki eserlerin yanı sıra

Bodrum ve çevresindeki kazı araştırmalarından elde edilen eserler de sergilenmektedir. Amforalar, Hamam, MS VII. yüzyıl Doğu Roma Gemisi, MS XI. yüzyıl Serçe Limanı Cam Batığı, Yılanlı Kule, Sikke ve Mücevherat Salonu, Karyalı Prenses, İngiliz Kulesi, Tunç Çağ Batıkları, Zindan ve Komutan Kulesi Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi sergilerinin başlıca büyük eserleridir.

Kaunos Antik Kenti: Köyceğiz ilçesinde yer alan Kaunos, zamanında ticari açıdan önemli bir liman kenti olmasıyla öne çıkmaktadır. Ancak zaman içerisinde denizin alüvyonlarla dolması nedeniyle Kaunos liman özelliğini kaybetmiştir. Dalyan'dan da görülebilen kaya mezarları ise MÖ 4. yy'da yapılmış, daha sonraları Roma Dönemi'nde de kullanılmıştır. Kentin eteğinde ayrıca bir tiyatro bulunmaktadır. 33 oturma sırası bulunan tiyatronun batı yönündeki yapı kalıntılarında biri bazilika tipi kiliseye aittir. Diğerleri ise Roma Hamamı ve Tapınağı'na aittir. Antik kent, 2014 yılında UNESCO Geçici Miras Listesine girmiştir.



Stratonikeia Antik Kenti: Geç Bronz Çağı'ndan günümüze kadar yerleşimin olduğunu bilinen Stratonikeia Antik Kenti'nin adı sırasıyla; Hititler Dönemi'nde Atriya, Arkaik ve Klasik Dönemde Khrysaoris ve Idrias, Hellenistik Dönemde Stratonikeia ve son dönemde ise Eskihisar olmuştur. 2015 yılında UNESCO Geçici Miras Listesine giren

antik kentte, farklı dönemlere ait pek çok yapı iç içe geçmiştir. Antik kent içinde, Arkaik ve Klasik Döneme ait iki farklı sur duvarı, Hellenistik Dönemden Anadolu'nun en büyük Gymnasionu ve Tiyatro, Roma İmparatorluk Dönemi'ne tarihlenen Meclis Binası, Hamam kompleksleri, Agoralar, Tapınaklar, Şehir Kapıları, Sütunlu Cadde, Çeşmeler ve Su Yapısı, Mezar Anıtları gibi yapılar bulunmaktadır. Bu yapılardan Bouleuterion'un (Meclis Binası) duvarlarında Gerekeç Menippos'un takvim yazıtı (Augustus Dönemi) haricinde, Latince Roma Dönemi'nde (M.S. 301) kentte satılan tüm mal ve hizmetlerin adları ile fiyatları yer almaktadır. Antik Dönem ile Osmanlı ve Cumhuriyet Dönemi yapı ve kent dokusunun birlikte görülebileceği nadir yerlerden birisidir.

Hekatomnos Anıt Mezarı ve

Kutsal Alanı: 2012 yılında

UNESCO Geçici Miras Listesine

giren Hekatomnos Anıt Mezarı ve

Kutsal Alanı; Temenos Duvarı,

Menandros Onur Sütunu,

Podyum ve Mezardan (Taşıyıcı

Oda, Mezar Odası, Lahit ve



Dromos) oluşmaktadır. Antik dünyanın yedi harikasından biri sayılan ve günümüze "Mozole" (Mausoleum) kavramını taşıyan, "Halikarnas Mozolesi"nden daha erken bir dönemde, aynı boyutlarda Mausolus'un babasına ait olan ve günümüze kadar ulaşabilmiş tek örnek olması bakımından Anıt, eşsiz bir değer taşımaktadır. Antik Çağ'ın en önemli mezar anıtı ve ölü kültürünün temsilcisi olan yapıt, hem mimari tasarımı hem de sanatın diğer önemli kolları olan heykeltıraşlık ve duvar resim sanatı açısından üst düzeydedir. Özellikle "Hekatomnos Frizli Lahdi" büyüklüğü, niteliği ve sahibinin öne çıkan kişiliğiyle Klasik ve Hellenistik Anadolu'da tek örnektir.

Beçin Ortaçağ Kenti: Milas İlçesi'nin 5 km. kadar güneyinde yer alan Beçin, tarihi ve

coğrafyasıyla Türk kültür tarihi açısından önemli bir yere sahiptir. 2012 yılında UNESCO Geçici

Miras Listesine giren kent, başta Geometrik, Arkaik, Klasik dönemler olmak üzere Roma, Bizans,

Menteşeoğulları ve Osmanlı gibi pek çok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Menteseoğulları

Beyliğine başkentlik yapmış olan kent, özellikle Beylikler döneminden kalma yapıları ile bu

devrin Batı Anadolu mimarisi kadar, yöredeki ilk Türk iskanının biçim ve mahiyetini yansıtan bir

bölgedir.

Likya Uygarlığı Antik Kentleri (Pınara Antik Kenti- Tlos Antik Kenti): 20009 yılında UNESCO

Geçici Miras Listesine alınan Likya Uygarlığı Antik Kentleri Pınara ve Tlos antik kentlerinden

oluşmaktadır. Pınara Antik Kenti; Antik Yazar Stephanus'un, Byzantion Menekrates'ten yaptığı

alıntıya göre kentin adı, Xanthos'un nüfusu çok artınca yaşlılardan bir grubun Kragos Dağı'nın

yüksekçe bir tepesinde bir kent kurup adına da yuvarlak anlamına gelen 'Pınara' demelerinden,

kaynaklanmaktadır. Pınara Antik Kenti hamam, tiyatro, agora, odeon, kaya mezarları, yukarı

akropol ve aşağı akropolden oluşmaktadır. Savunmaya elverişli dağlık arazi yapısı ve Eşen

Vadisi'ne hakim konumuyla öne çıkan Tlos Antik Kenti ise Likya Bölgesi'nin önemli yerleşimlerindenidir. Seydikemer İlçesi'nin yaklaşık 15 km güneydoğusundaki Yakaköy Mahallesi sınırları içerisinde kalan kent tarihi değerlerinin yanı sıra zengin su kaynaklarının beslediği doğasıyla da etkileyicidir. Tlos Antik Kenti'nin komşuları arasında kuzeyde Araxa, kuzeydoğuda Oinoanda, kuzeybatıda Kadyanda, güneyde Xanthos, güneybatıda Pınara ve batıda Telmessos şehirleri yer almaktadır.

Yediler Manastırı: Yediler Manastırı, Milas'a bağlı Gölyaka köyündeki Beşparmak Dağları'nda bulunmaktadır. "Kellibara" olarak bilinen bu manastırın, M.S. 7. yüzyılda inşa edildiği bilinmektedir. İki klişe bir şapel, sarnıç ve keşiş hücrelerinden oluşmaktadır.



Yapıda klişe ve kale kalıntıları içinde bulunan 5 metre yüksekliğindeki oyuk kayada bulunan Hz. İsa ve 12 Havarilerinin resmedildiği fresk en çok dikkat çeken yapıdır. Sahip olduğu bu tarihle ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir.

Sedir Adası: Muğla'nın en önemli turizm değerlerinden birini Sedir Adası oluşturmaktadır. Sedir Adası, Kedrai Antik Kenti ve ünlü Kleopatra Plajı ile tanınmaktadır. Kule ve duvarları kıydan izlenebilen Kedrai Antik Kenti'nin orta kesiminde Dor düzeninde Apollon tapınağı bulunmaktadır. Adanın altın sarısı kumlarından esinlenilerek Kleopatra ile ilgili hikayeler de bulunmaktadır. En bilineni ise kumların, Mısır Kraliçesi Kleopatra ile sevgilisi Roma'lı Komutan Antonius'un adada buluşmaları için Mısır'dan gemilerle getirildiği şeklindedir.

Yat Turizmi

Doğal güzelliklere sahip koylarıyla öne çıkan Muğla'nın farklı ilçelerinde yer alan yat limanları, tur ziyaretçilerinin tüm ihtiyaçlarını karşılayacak imkânları sağlamaktadır.

Deniz Ticaret Odası verilerine göre Muğla'da 20 adet marina bulunmaktadır. Bu yönüyle Muğla, yat turizmi bakımından önemli bir destinasyondur.



Yat ve tekne turizminde Muğla'nın önemli turizm ürünlerinden biri ise "Mavi Yolculuk"tur. Ege kıyılarının hemen her yerinde yapılmasına rağmen bu iş için en uygun kıyı, deniz ve mavinin Muğla'da olduğu kabul edilmektedir.

Mavi Yolculuk adı

Halikarnas Balıkçısı olarak tanınmış Cevat Şakir Kabaağaçlı, Bedri Rahmi Eyüboğlu, Sebahattin Eyüboğlu ve Azra Erhat'ın eserlerinden doğmuştur. Mavi Yolculuk faaliyetinin isim babalarının Türkiye'nin önde gelen edebiyatçıları olması bu faaliyete ayrı bir kültürel değer de katmaktadır. Mavi yolculuk grup halinde ya da bireysel olarak da yapılabilmektedir. Turların, rotaları ve seyir planları tercihe göre önceden belirlenmektedir.

Doğa ve Macera Turizmi

Muğla, doğa ve macera turizmi açısından da son derece zengin seçenekler sunmaktadır. Her köşesi ayrı cennet olan Muğla'da öne çıkan doğa ve macera turizmi aktiviteleri şöyledir:

Bafa Gölü: Milas ilçesinde yer alan Bafa Gölü'nde iki ada bulunmaktadır. İkiz adalardan biri aslında bir kumulla karaya bağlıdır. Zeytinliklerle çevrili gölün kıyıları, Ege Denizi'nin kıyıları gibi girintili çıkıntılıdır. Doğal set gölü olan Bafa Gölü'nde birçok küçük ada bulunmaktadır. Bazılarında tarihsel yapı kalıntıları bulunan bu adalardan başlıcaları; Hayaletada, İkizada ve Menet Adasıdır. Göl kıyısında ise, antik liman kentleri Herakleia ve Pyrrha'nın kalıntıları yer almaktadır. Çevresinde manastırlara ve tarihî mağaralara rastlamak mümkündür. "Yediler Manastırı" da adalarda bulunan en eski yapı konumundadır. Bölge doğa turizmi açısından önemli bir potansiyel oluşturmaktadır.

Flamingo Cenneti (Tuzla

Sulak Alanı): Milas ilçesinde yer alan Tuzla Sulak alanı, kışın göçmen kuşların barınma ve beslenme yeri olmakla birlikte çevresi ılgın, zeytin ve çam ağaçlarıyla çevrilidir. Göç dönemlerinde en çok rastlanan kuş türlerinin başında pelikanlar



gelmektedir. Boz ördek, yeşilbaş, sakarca, Macar ördeği, sakarmeke, balıkçıl, kaz, flamingo, su tavuğu, bataklık kırlangıcı gibi farklı türlere de rastlanmaktadır. Kışın göçmen kuşların barınma ve beslenme yeri ve çevresi ılgın, zeytin ve çamlarla çevrili olan Tuzla Sulak Alanı, kuş gözlemciliği ve doğa turizmi açısından önemli potansiyel taşımaktadır.



Macera turizmi konusunda Muğla'da çok farklı seçenekler öne çıkmaktadır. Babadağ'dan Ölüdeniz bölgesinde gerçekleştirilen yamaç paraşütü ve Köyceğiz, Dalyan, Bodrum, Marmaris ve Muğla'nın

diğer bölgelerinde öne çıkan safari, son derece popüler turizm aktiviteleridir.

Muğla'nın turistik ilçelerinde yaygın olarak Quad (ATV) Safari, uçurtma sörfü, rafting, motokros, atlı safari, trekking, kano gibi aktiviteler sıklıkla yapılmaktadır.

Sörf: Muğla'nın turistik bölgelerinde sörf yapılabilecek birçok nokta bulunmaktadır. Bodrum'da Akyarlar Feneri ve Bitez Koyu bu alanda öne çıkarken Datça Yarımadası da sörf açısından tercih edilen bir bölgedir.



Dalış: Muğla, dalış açısından da çok fazla imkana sahiptir. Bodrum, önemli dalış noktalarıyla ve 2001 yılı Eylül ayında açılan yeni dalış yerleriyle Dalış Turizm'inde de kendisinden söz ettirmektedir. Bodrum'da; Büyük Bango, Küçük Bango, Kargı Adası, Köçek Adası, Karaada-Kaçakçı Koyu, Karaada-Delikli Mağara, Karaada-Aksona Burnu, Yassıkaya Adası, Orak Adası-Burun dalış noktası konumundadır. Marmaris bölgesinde; Sarı Mehmet Burnu, Keçi Adası Feneri, İnce Burun Feneri, Hayıtlı Burun, Abdi Reis Koyu, Yazih Kaya, Baca Mağarası, Aksu Koyu,



Kütük Burnu dalış için uygundur. Fethiye'de ise Kızıl Ada Feneri, Dalyan Koyu, Üç Tüneller, Barakuda Resifi, Afkule, Piramit, Soğuk Mağara, Fok Mağarası, Amphora, Şahin Burnu, Akvaryum Koyu, Tüneller, Karides Kovuğu, Balaban Adası, İblis Burnu, Turgut'un Yeri, Aqua Point, Sarıyarlar, Kızıl Ada Kanyonu'nda dalış yapılmaktadır.

Kamp ve Karavan Turizmi: Korona virüsü salgını kamp ve karavan turizmini de olan ilgiyi artırmıştır. Muğla kamp ve karavan turizmi bakımından da önemli olanaklara sahiptir. Muğla'da Marmaris'teki İnbükü, yine Marmaris İçmeler'deki Pamucak Plajı Kamp Alanı, Datça ilçesinde bulunan Kargı Koyu, Fethiye Aksazlar Koyu Kamp Alanı, Fethiye Göcek'te bulunan İnlince Plajı Kamp Alanı gibi aralarında lüks kamp deneyimi anlamına gelen 'glamping' tarzı kamp alanı da olmak üzere 80 civarında ücretli ve ücretsiz kamp alanı bulunmaktadır.

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

Deniz-kum-güneş turizminin yanı sıra kültür, doğa, macera turizmi gibi birçok farklı alanda turist ağırlama potansiyeline sahip olan Muğla'nın 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 Muğla turizminin geliştirilmesine yönelik önerilerimiz şunlardır:

➤ Dünyada marka şehirler turizmde gelişim hedeflenen alanları ve pazarları belirlemekte, bu çerçevede **kısa orta ve uzun vadeli tanıtım ve pazarlama stratejileri** oluşturmaktadır. Muğla'nın da dünyadaki örneklere benzer bir yaklaşım geliştirmesi büyük önem taşımaktadır. Bu bakımdan Muğla Valiliği, Muğla Büyükşehir Belediyesi, Muğla Ticaret ve Sanayi Odası ile turizm sektör temsilcileri ve turizm



fakültelerinden öğretim görevlilerinin katılımıyla "Muğla Turizminin Geleceği" başlıklı bir çalıştay düzenlenmesi önemli katkı sağlayacaktır.

➤ Pandemi sürecinde oluşan yeni trendler dikkate alınarak Muğla'nın destinasyonlarının tek tek ele alınması ve her biri için 5 yıllık tanıtım ve pazarlama planının oluşturulması önemlidir.

➤ Hedef pazarların destinasyon bazında yeniden belirlenerek bu çerçevede pazarlama planlamasının yapılması önem taşımaktadır.

➤ Muğla'nın tanıtımı için dünya örneklerinde olduğu gibi özel bir web sayfası ve cep telefonu uygulaması geliştirilmesi fayda sağlayacaktır.

➤ **TÜRSAB-MUTSO olarak** tanıtım ve pazarlama alanında ortak bir **iş birliği protokolü** imzalamamız Muğla turizmine güç katacaktır.

➤ **Akıllı şehir** uygulamalarının geliştirilmesi turistlerin otel dışı aktivitelere katılımını teşvik edecektir.

- Pandemi döneminde tüketici beklentileri 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.

- Muğla'ya gelen misafirlerin beklentilerini ve memnuniyetlerini ölçmek amacıyla



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

fakültelerinin ortak çalışması ile bir anket çalışması gerçekleştirilebilir.

- 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 değişmekte; **X, Y, Z kuşağının** ardından teknolojiyle bütünleşen Alfa kuşağı gelmektedir. 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 Muğla'ya davet edilmesi,
- Turizmde gelişim hedeflenen pazarlarda etkili basın-yayın organlarında görev yapan medya mensuplarının ağırlanması fark yaratacaktır.
- Turizmde **büyük veri izleme** ve teknoloji merkezinin kurulması fayda sağlayacaktır.
- Mevcut festival ve etkinliklerin içeriklerinin zenginleştirilmesi, uluslararası tanıtım çalışmalarıyla desteklenerek Muğla'nın ismini dünya genelinde gündeme taşıyacak ve markalaşması noktasında katkı sağlayacak festivallere dönüştürülmesi büyük 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 Muğla'daki konaklama tesisleri bahar ve kış aylarında üçüncü yaş turizmine açılabilir.

- Ege mutfağının en güzel örneklerinin sergilendiği iller arasında yer alan Muğla'nın bu zenginliğini daha çok ön plana çıkartacak şekilde uluslararası etkinliklerin düzenlenmesi bölge turizmine katkı sağlayacaktır.
- Son yıllarda dünya genelinde gastronomi ile ilgili televizyon programları büyük ilgi çekmektedir. Bu bakımdan dünyaca ünlü gurmelerin Muğla'ya davet edilerek bölgenin gastronomi zenginliğini yansıtacak çekimler yapılması gastronomi turizmi alanında Muğla'da ağırlanan misafirlerin sayısını artırabilir.
- Bölgede; doğa, macera turizmi ve trekking açısından çok önemli bir turizm potansiyeli bulunmaktadır. Bu potansiyeli geliştirecek biçimde mevcut yürüyüş ve bisiklet rotalarının zenginleştirilmesi ve tanıtılması önemlidir.

- Pandemi döneminde öne çıkan bir diğer turizm konsepti kamp-karavan turizmi oldu. Muğla sahip olduğu doğal güzelliklerle bu alanda çok ciddi bir gelişim potansiyeline sahip bulunuyor. Bu bakımdan 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. Muğla büyük otellerin yanı sıra ise birçok bölgesinde butik otellerin hizmet verdiği bir destinasyon konumunda bulunuyor. Dolayısıyla pazarlama süreçlerinde Muğla'nın bu yöndeki potansiyeline dikkat çekilebilir.
- Korona virüsü salgını nedeniyle daha sakin destinasyonlara ilginin artması "Slow City – Sakin Şehir" kavramına da ayrı bir değer katmaktadır. Muğla'da Akyaka ve Köyceğiz sakin şehir listesine giren yerleşim yerleri arasında yer almaktadır. Sakin Şehir listesine dahil olan yerleşim noktalarının artırılması ve sakin şehir vurgusunun tanıtım ve pazarlama noktasında daha etkin biçimde kullanılması içinden geçmekte olduğumuz süreçte turizm açısından fayda sağlayabilir.
- Dünya genelinde artık hikayesi olan destinasyonlar ilgi görüyor. Bu bakımdan tarihin ilk dönemlerinden itibaren önemli bir yerleşim yeri olan Muğla'ya dair mitolojik hikayeler tanıtımlarda daha yoğun biçimde kullanılabilir.
- Kruvaziyer turizminde gelişim için teşvik sisteminin hayata geçirilmesi önem taşımaktadır.
- Tematik müze ve modern sanat müzeleri destinasyon imajını destekleyen ve yükselten unsurlar arasında yer almaktadır. Bu bakımdan Muğla genelinde tematik müze ve modern sanat müzelerinin sayısının artırılması önem arz etmektedir.
- Workshoplar, tanıtım çalışmaları, info gezileri ve yeni iş birlikleri bölge turizmine güç katacaktır.





Dikilitaş Mah. Aşık Kerem Sk. No: 40 Fulya - Beşiktaş 34349 İstanbul / TÜRKİYE
Tel: +90 212 259 84 04 Faks: +90 212 259 06 56
E-posta: tursab@tursab.org.tr / web: www.tursab.org.tr