

COVID-19'UN TURİZME ETKİLERİ VE
**ŞANLIURFA TURİZMİNİN
GELECEĞİ**



TÜRSAB

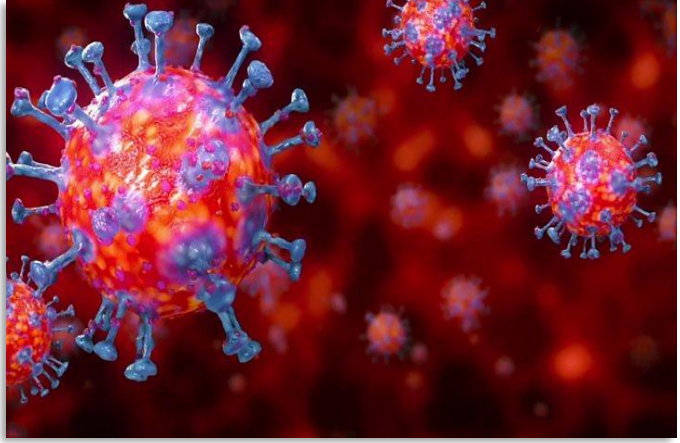
TÜRKİYE SEYAHAT ACENTALARI BİRLİĞİ
ASSOCIATION OF TURKISH TRAVEL AGENCIES

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”.....	8
WTTC: Dünya Turizminde 197,5 Milyon İstihdam Kaybı Yaşanabilir.....	8
Pandeminin Sektörün Geleceğine Etkileri.....	9
Havayolu Sektöründe Son Durum	10
Konaklama Alanında Yaşanan Gelişmeler.....	11
Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlerinde Son Durum.....	11
Avrupa Ülkelerinin Turizm Sektörüne COVID-19 Destekleri.....	13
MICE Turizmi Alanındaki Gelişmeler.....	16
En Fazla Kongre Avrupa Kıtasında Düzenleniyor.....	17
COVID-19'un MICE Sektörüne Etkisi.....	17
ICCA'nın Sektörün Geleceğine Dair Değerlendirmesi.....	18
4. TÜRKİYE'DE SON DURUM.....	18
İç Pazarda Son Durum.....	19
TÜRSAB – GENAR İç Pazar Araştırması.....	20
Turizm Geliri ve İstihdamdaki Kayıplar.....	21
5. SALGIN SONRASI TURİZM TRENDLERİ.....	22
Yeni Normalde Seyahat Trendleri.....	22
Korona Virüsü Salgını Sonrası Tüketici Trendleri.....	23
6. ŞANLIURFA TURİZMİ.....	28
Şanlıurfa Ziyaretçi Sayıları.....	28
Şanlıurfa'daki Konaklama Tesis Altyapısı.....	29
Seyahat Acentası ve Rehber Sayıları	30
7. ŞANLIURFA'NIN TURİZM DEĞERLERİ.....	30
8. COVID-19 SALGINI SONRASI ŞANLIURFA TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİNE YÖNELİK ÖNERİLER.....	37

1. GİRİŞ

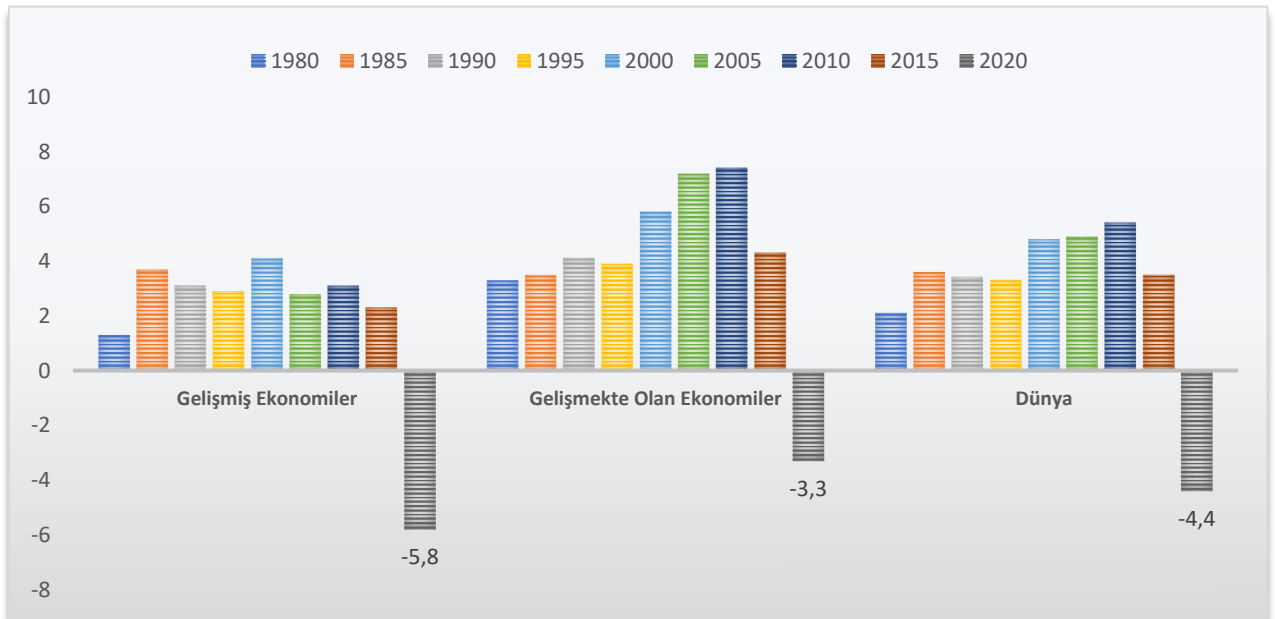
Dünya, 2020 yılını benzeri görülmemiş bir küresel sağlık pandemisiyle geçirmektedir. 2019 yılı sonunda Çin'in Hubei eyaletine bağlı Vuhan kentinde ortaya çıkan Koronavirüs (Covid-19), çok kısa bir sürede dünya çapına yayılan bir salgına dönüşerek, 215 ülkeye yayılmıştır. 2 Kasım 2020 itibariyle



dünya genelinde virüs nedeniyle enfekte olan kişi sayısı 47 milyona yaklaşırken, hayatını kaybedenlerin sayısı ise 1,2 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 4,4 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 4,4 oranında gerileme yaşanması beklenirken, gelişmiş ekonomilerdeki daralma yüzde 5,8 seviyesine ulaşacak. IMF'nin gelişmekte olan ekonomiler için 2020 yıl sonu tahmini ise yüzde 3,3 gerileme olarak açıklanmış durumda.

Koronavirüs salgınının bölgesel etkilerine bakıldığında ise 2020 yılında Avrupa bölgesinde yüzde 8,3 oran ile en keskin düşüş yaşayacağı öngörülmektedir. IMF'nin en son Ekim ayında yaptığı tahminlere göre İtalya'da 10,6, Fransa'da 9,8, İspanya'da ise yüzde 12,8 gerileme beklenirken İngiltere'deki gerileme yüzde 9,8 oranında gerçekleşecek.

Amerika Birleşik Devletleri'ndeki gerilemenin yüzde 4,3 olması beklenirken

Çin ekonomisinin yüzde 1,9 oranında büyümesi beklenmektedir. Latin Amerika ekonomilerinde ise yüzde 8,1 oranında daralma öngörülmektedir.

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

TÜRKİYE'NİN TURİZMDEKİ RAKİPLERİ VE ANA PAZARLARINDA EKONOMİK GÖRÜNÜM (IMF 2020)	
ÜLKE	DEĞİŞİM %
Yunanistan	-9,5
İtalya	-10,6
İspanya	-12,8
Fransa	-9,8
Almanya	-6
Birleşik Krallık (İngiltere)	-9,8
Rusya	-4,1
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 9,5 oranında daralması beklenirken, İtalya için öngörülen küçülme yüzde 10,6, İspanya'da yüzde 12,8, Fransa'da ise yüzde 9,8 seviyesindedir. Ana pazarlarımızda yaşanan

ekonomik gerileme Almanya'da yüzde 6, İngiltere'de yüzde 9,8, Rusya'da ise yüzde 4,1 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'nin yüzde 5 seviyesinde düşüş göstermesi beklenmektedir. Dünya Bankası'nın 2020 yılı için hazırladığı senaryoda ise Türkiye ekonomisi yüzde 3,8 daralacak.² Dünya Bankası, Covid-19 salgını kaynaklı olarak işgücüne katılımın azalabileceği ve istihdamın olumsuz etkilenebileceğine dikkat çekmektedir. T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı'nın Yeni Ekonomi Programı'nda açıkladığı verilere göre ise Türkiye ekonomisi 2020 yılını %0,3 büyüme ile kapatacak.

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.

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

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

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

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.

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.

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 turizminde çok daha büyük kayıplara yol açacağı belirtilmektedir. Söz konusu OECD raporunda Covid-19 salgınının 2020 yılı genelinde dünya turizminde 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 turizminde 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. Raporunda,

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

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

“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 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

Korona virüsü 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

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

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 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.

Pandeminin Sektörün Geleceğine Etkileri



COVID-19 salgını, modern seyahat endüstrisinin karşılaştığı en büyük zorluklardan biri olmuştur. McKinsey, raporuna göre COVID-19 salgını nedeniyle yaşanan ekonomik gerileme, seyahat kısıtlamaları, havayolu kapasitesinin azaltılması, sosyal mesafe kurallarını da içeren sağlık ve güvenlik önlemleri sektörün

hareket kabiliyetini yok denecek noktaya taşımıştır. Sektörün daha önce hiç yaşamadığı bir deneyim olan salgın koşulları altında sektörün ne zaman iyileşeceğine ilişkin bir zaman çizelgesi tahmin etmek kolay gözükmemektedir. Salgının etkileri özelinde hazırlanan senaryolara göre küresel turizmin 2023–2024'e kadar toparlanması, ancak bu toparlanmada turizm harcamaları bakımından 2019 seviyesini, 2023'ten önce göremeyeceği ifade edilmektedir.

Uluslararası Danışmanlık şirketi KPMG'nin aralarında Almanya, İngiltere, ABD, Kanada, Çin, Japonya, İtalya ve İspanya'nın da bulunduğu 12 ülkede 70 bin kişinin katılımıyla gerçekleştirdiği tüketici araştırması da turizmdeki toparlanmanın kısa vadeli biçimde gerçekleşmeyeceğini göstermektedir. Araştırmaya göre tüketicilerin %47'si 3 ila 6 ay içinde rezervasyon yaptırmayı planlarken %23'ünün 1 yıldan önce seyahat düşünmedikleri görülmektedir.

Havayolu ile seyahate güvenli olarak bakanların oranı %41 seviyesinde bulunurken %23'lük kesim havayolu ile seyahati pandemi nedeniyle güvenli bulmadığını belirtmiştir. Özellikle Almanlarda (%32) ve İngilizlerde (%30) havayolu ile seyahat konusunda endişenin hakim olduğu dikkat çekmektedir.

Diğer tüm araştırmalarda da ortaya konduğu üzere KPMG araştırmasında da tüketiciler için en önemli önceliğin fiyat yerine sağlık ve güvenlik olduğu görülmektedir. Gerekli güvenlik ve hijyen kuralları sağlanırsa tüketiciler yurt içi seyahatleri sürdürmeye daha eğilimli oldukları dikkat çekmektedir. Tüketicilerin yüzde 22'si Covid-19 vaka durumunu dikkate alarak yurt içi tatile çıkabileceğini ifade etmiştir.

Havayolu Sektöründe Son Durum

Hava yolu sektörü, süreçten en çok etkilenen sektörlerden biri olmuştur. Birçok hava yolu şirketi bu dönemde zarar bildirmeye devam ederken bazıları ise iflas etmiştir. Asya'da daha hızlı bir iyileşme mümkün olsa da hava yolculuğunun 2024 yılına kadar küresel olarak COVID-19 öncesi seviyelere ulaşması beklenmemektedir. Bu dönemde dünya uçak filosunun üçte ikisi park edilirken 18 havayolu birkaç ay içinde iflas başvurusunda bulunmuştur. Küresel havayolu endüstrisinin 2020'de 315 milyar dolarlık yolcu geliri kaybedeceği tahmin edilmektedir. Havayolları, 2019'un tamamında 44 milyar dolar olan tam yıllık işletme karına kıyasla 2020'nin sadece ikinci çeyreğinde yaklaşık 60 milyar dolar nakit kaybetmiştir.

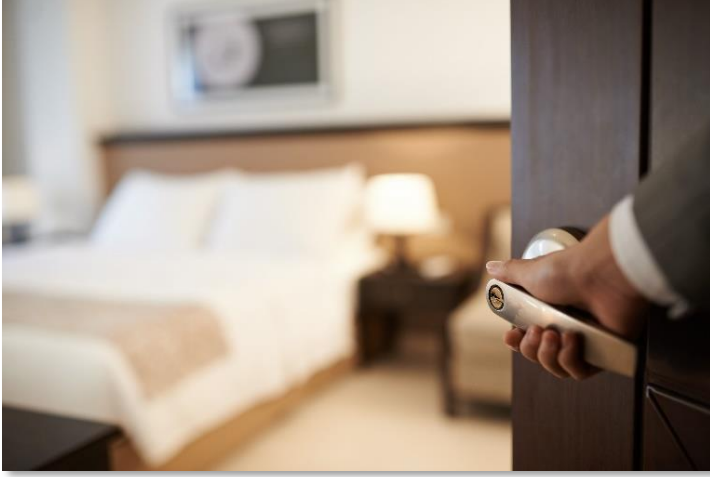
McKinsey COVID-19 küresel hava trafiği talep senaryoları, havacılık sektöründe yavaş bir toparlanma olduğunu göstermektedir. Temel senaryolardan birinde, talep 2019'a kıyasla 2020 için yüzde 66 ve 2021 için yüzde 47 düşüş beklenmektedir. En son



Uluslararası Hava Taşımacılığı Derneği (IATA) tahminleri ile uyumlu olarak, 2019 yılı hava yolculuğu talebinin küresel olarak 2024'e kadar geri kazanılması ise beklenmemektedir. Virüsün etkili bir şekilde kontrol altına alındığı iyimser bir senaryoda dahi 2022'den önce havacılık tam bir iyileşme öngörülmemektedir.

Konaklama Alanında Yaşanan Gelişmeler

Pandeminin etkisini yoğun olarak hissettirdiği alanlardan biri de oteller olmuştur. Otelcilik sektörü bu dönemde, daha önce yaşadığı iki krizin toplamından dört kat daha fazla gelir düşüşü yaşamıştır. Birçok otel, işgücünde önemli düşüş yaşamıştır ve birçoğu, geçici veya kalıcı olarak otelini kapatmak zorunda kalmıştır. McKinsey raporuna göre otellere yönelik talebin 2023'e kadar COVID-19 öncesi seviyelere ulaşamayabileceği öngörülmektedir. Otellerin elde ettikleri



oda başı gelir 2024'e kadar toparlanmayabilir. Tam kapsamlı sektörel iyileşme uzun yılları alabilir.

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

Tur operatörleri ve seyahat acentaları, havacılık ve konaklama sektörü ile birlikte turizm endüstrisinin en önemli paydaşlarından biri konumunda bulunmaktadır. Genel olarak turizm

sektörü Covid-19 sürecinden en çok etkilenen sektör olurken tur operatörleri ve seyahat acentaları üstlendikleri yükümlülükler nedeniyle bu süreçten en olumsuz etkilenen kesim olmuştur. Kitlesele ve gruplar halinde seyahat hareketlerinin COVID-19 döneminde durma noktasına gelmesi, seyahat acentalarına en ağır darbeyi vurmuştur. McKinsey tarafından yapılan ve Nisan ayında dünya çapında yaklaşık 1.200 tur operatörünün katılımıyla gerçekleştirilen bir araştırma; rezervasyonlarda yaşanan kaybın 2019'a göre yüzde 85 oranında olduğunu ortaya koymuştur. Söz konusu araştırma, 2020 yılı sonunda sektörün uğrayacağı kaybın yüzde 73 seviyesinde olacağını göstermektedir.

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. Bu da seyahat acentalarının nakit akışında ciddi sorunlara yol açmış ve sektör açısından zorlayıcı neticeler doğurmuştur.

Korona virüsü salgını kaynaklı kriz önceki yıllarda yaşadığımız birçok krizden çok daha derin ve geniş kapsamlı bir yapıda olduğu giderek daha net anlaşılmaktadır. Sektörün lokomotifi konumunda olan 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 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.



4. TÜRKİYE'DE SON DURUM

Dünya çapında en çok ziyaretçi ağırlayan 6'ncı 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-Eylül aylarını kapsayan ilk dokuz aylık dönemde ülkemize gelen toplam yabancı ziyaretçi sayısında, 2019 yılının aynı dönemine göre yüzde 74,3 oranında düşüş göstermiştir. Buna göre 2019 yılının ilk dokuz aylık döneminde

ülkemize gelen yabancı ziyaretçi sayısı 36,4 milyonun üzerinde iken 2020 yılında yaşanan düşüşle birlikte 9,4 milyon kişiye gerilemiştir. Yurtdışından gelen vatandaşlarımız da ilk 9 ayda gelen ziyaretçi sayısına eklendiğinde toplam ziyaretçi sayısı geçen yılın aynı dönemine göre - 71,3 düşüşle 11,9 milyon olmuştur. Türkiye en çok ziyaretçi ağırladığı pazarlarda önemli kayıplar yaşamıştır.

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

- Almanya'dan gelen ziyaretçi sayısı 2019 yılına göre yaklaşık %,77 düşüş (912.749 ziyaretçi)
- Rusya'dan gelen ziyaretçi sayısı 2019 yılına göre %76 düşüş (1.421.428 ziyaretçi)
- İngiltere'den gelen ziyaretçi sayısı 2019 yılına göre %67 düşüş (727.532 ziyaretçi)
- Hollanda'dan gelen ziyaretçi sayısı 2019 yılına göre %77 düşüş (215.564 ziyaretçi)
- Ukrayna'dan gelen ziyaretçi sayısı 2019 yılına göre %41 düşüş (772.851 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 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 olmuştur. 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 gerçekleştirildi. 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, 8-10 milyar Dolar turizm geliri elde edilmesi beklenmektedir. Yıl sonu itibariyle turizm sektörünün kaybının yaklaşık 25 milyar Dolar civarında olması 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 birbiriyle 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

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

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

2. Alışveriş Akımı (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" (alışveriş) eğilimi de 2017 yılının sonundan itibaren Çin başta olmak üzere Asya'da öne

çıkaran bir akımdır. Korona virüsü salgını sürecinde "Shopstream" (alışveriş) 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 – Usta-Çırak)

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 şehirli



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. ŞANLIURFA TURİZMİ

Toprakları "Bereketli Hilal" olarak adlandırılan bölge içerisinde, Mezopotamya'nın kalbinde yer alan; tarih boyunca Ebla, Sümer, Babil, Hitit Akkad, Elam, Asur, Hurri-Mitanni, Pers, Makedonya, Roma, Bizans uygarlıklarının idaresinde kaldıktan sonra Emeviler, Abbasiler, Selçuklular, Eyyubiler, Memluklar, Safeviler,



Osmanlıların egemenliğinde bulunan, "Peygamberler Şehri" olarak adlandırılan Şanlıurfa, kadim tarihi boyunca su kaynaklarının bolluğu ve ticaret yollarının üzerindeki coğrafi konumuyla stratejik önemini korumuştur. Şehrin en eski isminin Aramiler tarafından verilen "Urhay" olduğu bilinmektedir. Sonraki dönemlerde bölgede egemen uygarlıklar farklı isimler kullanmıştır.

Bölgenin su kaynaklarının zenginliğine istinaden Şanlıurfa'ya Makedonyalılar tarafından "Suları Bol" anlamına gelen Edessa ve "Güzel Çeşme" anlamına gelen Kaliruha adları verilmiştir. Kurtuluş Savaşı'nda halkının işgal kuvvetlerine karşı verdiği kahramanca mücadeleye istinaden "Şanlı" unvanını alan şehir, Türk halkı için adıyla müsemma, ayrı bir yere sahiptir.

Şanlıurfa ilinin turizmde öne çıkan en önemli değer şüphesiz; insanlık tarihine dair tüm bilinenleri değiştiren, 12.000 yıl öncesine uzanan geçmişiyle tarihin sıfır noktası olarak nitelendirilen, UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan Göbeklitepe'dir.

Göbeklitepe'nin yanı sıra Balıklıgöl, Ayn Zeliha Gölü, Ulu Cami, Hz İbrahim Mağarası ve Mevlid Camii, Hz. Eyüp Peygamber Makamı, Halil-ür Rahman Camii, Rızvaniye Camii, Hz. Eyyüp, Hz. Elyasa ve Rahime Hatun Türbeleri, Harran ilçesi, Der-Yakup Kilisesi, Germuş Kilisesi, Reji Kilisesi, Selahaddin Eyyubi Camii (Aziz Johannes Prodromos Addai Kilisesi), Fırfırlı Camii (Oniki Havari Kilisesi) gibi pek çok değere ev sahipliği yapan Şanlıurfa, inanç turizmi açısından olduğu kadar tarihi çarşıları, müzeleri, kendine özgü ananeleri ve zengin mutfağı ile kültür ve gastronomi turizmi alanlarında da benzersiz bir destinasyon konumundadır.

Şanlıurfa Ziyaretçi Sayıları

Şanlıurfa, bu özelliklerinden dolayı her yıl çok sayıda ziyaretçi çekmektedir. 2019 yılında Şanlıurfa'da işletme ve belediye belgeli tesislere giriş yapan yerli ve yabancı ziyaretçi sayısı 630 bin seviyesine yaklaşmıştır.

ŞANLIURFA TESİSE GİRİŞ SAYILARI					
YIL	YABANCI	YERLİ	TOPLAM	DEĞİŞİM (%)	
2018	20.350	584.311	604.661	2018/2019	2019/2020*
2019	24.074	603.271	627.345	13,85	-52,2
Ocak-Ağustos 2020	5 940	184 657	190 597		

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

2020 yılında Korona virüsü salgını nedeniyle dünyadaki diğer tüm destinasyonlarda olduğu gibi Şanlıurfa'nın ziyaretçi sayısında da ciddi oranda düşüş yaşanmıştır. Ocak – Ağustos 2020 döneminde Şanlıurfa'da işletme ve belediye belgeli tesislere giriş yapan yerli ve yabancı ziyaretçi sayısı yüzde 52,2 oranında düşüş göstererek, 190 bin 597 kişi olmuştur.

Şanlıurfa, en çok ziyaretçiyi Irak'tan almaktadır. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın açıkladığı konaklama istatistiklerine göre Şanlıurfa'daki turizm tesislerinde 2019 yılında konaklayan kişi sayısı bir önceki yıla göre yüzde 13,85 oranında artarak 627 bin 345 kişi olmuştur. Bunların 24 bin 74 kişilik kısmını yabancı ziyaretçiler oluşturmuştur. Yurt dışından en başta Irak olmak üzere, Almanya, İran, Ermenistan gibi ülkelerden ziyaretçi almaktadır.

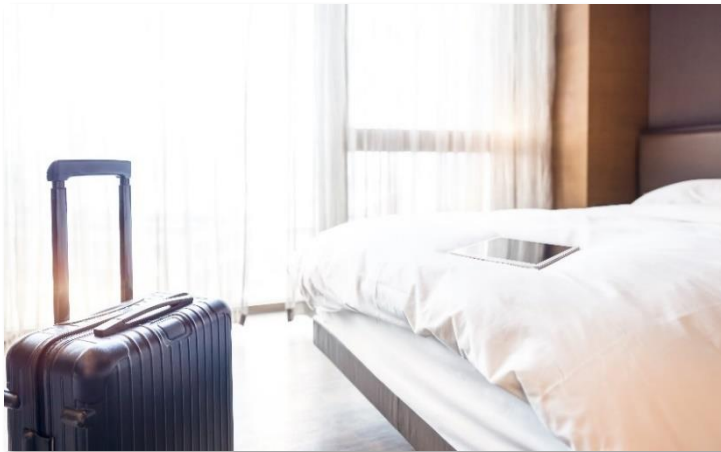
MİLLİYETLERİNE GÖRE ŞANLIURFA'DA EN ÇOK TESİSE GİRİŞ YAPAN ZİYARETÇİ SAYISI (2019 YILI)		
	TESİSE GİRİŞ	GECELEME
Irak	4 180	6 142
Almanya	2 117	3 472
İran	1 010	1 572
Ermenistan	778	782
Güney Kore	534	691
ABD	510	816
Polonya	482	548
Tayland	471	890
Hollanda	457	764
Fransa	443	693

2020 yılında Korona virüsü salgını nedeniyle dünyadaki diğer tüm destinasyonlarda olduğu gibi Şanlıurfa da durumdan olumsuz etkilenmiş ve ziyaretçi sayısında düşüş yaşanmıştır. Ocak-Ağustos 2020 döneminde Batman'daki işletme ve belediye belgeli tesislere giriş yapan yerli ve yabancı ziyaretçi sayısı toplamda yüzde 52,2 oranında düşüş göstermiş, 190 bin 597 kişiye gerilemiştir.

2019-2020 YILLARI OCAK-AĞUSTOS DÖNEMİ ŞANLIURFA'DAKİ KONAKLAMA TESİSLERİNE GİRİŞ VE GECELEME SAYILARI						
	TESİSE GELİŞ SAYISI			GECELEME		
	YABANCI	YERLİ	TOPLAM	YABANCI	YERLİ	TOPLAM
2019	16 010	382 571	398 581	26 134	653 810	679 944
2020	5 940	184 657	190 597	10 605	335 234	345 839
2019/2020 DEĞİŞİM %	-62,9	-51,7	-52,2	-59,4	-48,7	-49,1

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Şanlıurfa Konaklama Tesis Altyapısı



T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre, Şanlıurfa'nın Bakanlık İşletme ve Belediye Belgeli olarak 83 tesis, 6 bin 632 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Bakanlıktan yatırım belgesi alan 7 tesis hizmete girdiğinde 717 yatak daha mevcut kapasiteye eklenmiş

olacak ve toplam tesis sayısı 90'a, yatak kapasitesi ise 7 bin 349'a ulaşacaktır.

Şanlıurfa'da Kültür ve Turizm Bakanlığı İşletme Belgeli olarak faaliyet gösteren tesislerden 2'si 5 yıldızlı 1 tanesi de 4 yıldızlı, 8 tanesi ise 3 yıldızlıdır.

ŞANLIURFA'DAKİ KONAKLAMA TESİSİ İSTATİSTİKLERİ			
Şehir	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Belediye Belgeli	66	2 123	4 704
İşletme Belgeli	17	955	1 928
Yatırım Belgeli	7	340	717
TOPLAM	90	3 418	7 349

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Seyahat Acentası ve Rehber Sayıları

Seyahat acentaları, Şanlıurfa'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. Şanlıurfa'da Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'ne (TÜRSAB) bağlı olarak faaliyet yürüten 53 seyahat acentası hizmet vermektedir. Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası'na (ŞURO) bağlı olurken bulunan rehber sayısı ise toplamda 144'tür.

7. ŞANLIURFA'NIN TURİZM DEĞERLERİ

Şanlıurfa, tarih boyunca pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış bir ilimiz olarak kültür ve inanç turizmi açısından eşsiz bir zenginliğe sahiptir. UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan ve insanlık tarihini sil baştan yazan Göbeklitepe'nin sınırlarında yer alması Şanlıurfa'nın turizm potansiyelini apayrı bir seviyeye çekmektedir. Kültür ve inanç turizmi açısından barındırdığı pek çok cazibe merkezinin yanı sıra Şanlıurfa ayrıca kendine özgü geleneksel mimarisi, mutfak kültürünün zenginliği ve coğrafi işaret almış yöresel ürünleri, dünyada soyu tükenmekte olan kelaynak kuşlarının ülkemizde yalnızca Birecik bölgesinde bulunması ve bölgeye endemik kara gül ve ters lale gibi bitki türlerini barındırması ile gastronomi turizmi, doğa turizmi ve dünyada öne çıkan deneyim turizmi alanlarında da ön plana çıkmaktadır.

Kültür ve İnanç Turizmi



Göbeklitepe: Şanlıurfa ve ülkemiz turizmi için olduğu kadar tüm insanlık tarihi açısından büyük önem arz eden Göbeklitepe'nin tarihi günümüzden 12.000 yıl öncesine uzanmaktadır. Göbeklitepe; Mısır Piramitleri'nden 7.500 yıl, Stonehenge'den ise 7.000 yıl önce Şanlıurfa'nın Örencik köyü yakınında, Buzul Çağının

bitiminden hemen sonra erken Neolitik Çağ'da inşa edilmiştir. 2 adet devasa T şeklinde taş sütunun etrafında dairesel bir düzende yerleştirilmiş, üzerlerinde çeşitli hayvan kabartmaları bulunan pek çok taş sütundan meydana gelmektedir. Göbeklitepe, dünyadaki bilinen en eski tapınak ve yerleşim yeri olarak kabul edilmektedir. Bununla birlikte, taş sütunların üzerine kazınmış hayvan motiflerinin sembolik anlamları, devasa dikilitaş gruplarının birbirleriyle yapısal ve anlamsal ilişkileri ve yapının sonradan insan eliyle hangi sebeplerle gömülmüş olduğu gizemini korumaya devam etmektedir. Göbeklitepe, tarih öncesi çağlarda avcı-toplayıcı toplumların sosyal etkileşimlerinin düşünülen çok daha karmaşık olduğunu gün ışığına çıkararak; erken insanlık tarihi ve yerleşik hayata geçişe dair bilinen ezberleri bozmuştur.

Balıkligöl (Halil-ür Rahman ve Ayn Zeliha Gölü): Şehir merkezinde yer alan Balıklıgöl, inanç ve kültür turizmi açısından Şanlıurfa'nın başlıca cazibe merkezleri arasındadır. Putperestliğe karşı gelmesi sonucu dönemin hükümdarı Nemrud tarafından Şanlıurfa Kalesi'nden ateşe atılan Hz. İbrahim'in düştüğü



yerin Allah'ın "Ey ateş İbrahim'e karşı serin ve selamet ol" emri ile suya, ateşin içindeki odunların da balıklara dönüştüğü rivayet edilmektedir.

Gölün adı olan "Halil ür-Rahman", "Allah'ın Dostu" anlamına gelmektedir. Bu gölün yanında ayrıca Ayn Zeliha adında ikinci bir göl yer almaktadır. Rivayete göre hükümdar Nemrud'un kızı Zeliha da Hz. İbrahim'in dinine inandığını söyleyerek kendisini Hz. İbrahim'in peşinden ateşe atar. Zeliha'nın düştüğü yerde de Zeliha'nın göz yaşlarına ithafen "Zeliha'nın Gözü" anlamını taşıyan Ayn Zeliha Gölü oluşur.

Halil-ür Rahman Gölü'nün yanında yer alan, Eyyubiler tarafından 1211 yılında kiliseden camiye çevrilen Halil-ür Rahman Camii (Döşeme Camii) de Balıklıgöl ve Ayn Zeliha Gölü'nün kutsal atmosferini pekiştiren mimari güzelliktedir.

Hız. İbrahim'in Doğduğu Mağara ve Mevlid-i Halil Camii: Hz. İbrahim'in doğduğu ve 7 yaşına kadar kaldığı mağara, Balıklıgöl'ün yakınında yer alan Mevlid-i Halil Camii'nin avlusunda bulunmaktadır. Mevlid-i Halil Camii'nin bulunduğu yerde tarih boyunca tapınak, sonrasında havra, çeşitli dönemlerde kiliseler ve en son olarak Osmanlı Dönemi'nde 1523 yılında cami inşa edilmiştir. Mağaradaki suyun zemzem suyundan sonra en şifalı su olduğuna inanılmaktadır.



Şanlıurfa Kalesi: Kentin güneybatı kesiminde, Halil-ür Rahman ve Ayn-ı Zeliha Göllerinin güneyindeki Damlacık Dağı üzerinde yer alan Urfa Kalesi, 6. yy ile 11. yy arasına tarihlenmektedir. Kalenin üzerinde bulunan, Edessa Kralı tarafından yaptırılan anıt sütunun

Süryanice hitabesinde "Ben askeri komutan Barşamaş'ın (Güneşin oğlu) oğlu Aftuha. Bu sütunu ve üzerindeki heykeli veliaht Prens Manu kızı, kral Manu eşi, hanımefendim ve velinimetim kraliçe Şalmeth için yaptım" yazmaktadır.

Ulu Cami: Ulu Cami, mimarisindeki kızıl sütunları sebebiyle “Kızıl Kilise” olarak da bilinen kilisenin üzerine inşa edilmiştir. Caminin kimin tarafından ve hangi tarihte yaptırıldığı bilinmemektedir. Mimari olarak, kilise öğelerini hala barındırmasının yanı sıra minaresine saat eklenerek şehrin ilk ve tek saat kulesi olmuştur. Caminin içerisindeki kuyu suyunun ise şifalı olduğuna inanılmaktadır.

“Peygamberler Şehri” olarak adlandırılan Şanlıurfa’da; Selahaddin Eyyubi Camii, Fıfırlı Cami, Rızvaniye Camii günümüzde sosyal etkinlikler için kullanılan Reji Kilisesi, Eski Ömeriye Cami, Viranşehir ilçesi yakınında bulunan Hz. Eyyüp, Hz. Elyasa ve Rahime Hatun Türbeleri (Eyyüp Nebi Köyü); Hz. Eyyüp’ün sabırla çile çektiği mağara ve hastalığından kurtulmasına vesile olan şifalı kuyu suyunun bulunduğu Hz. Eyyüp Makamı, Der Yakup Kilisesi, İsa Kilisesi ve Germuş Kilisesi’nin de aralarında yer aldığı daha pek çok inanç ve kültür turizmi mirası bulunmaktadır.



Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi ve Haleplibahçe Mozaik Müzesi: Topraklarında asırlar boyunca pek çok medeniyeti ağırlayan Şanlıurfa, gün ışığına çıkarılmayı bekleyen pek çok arkeolojik hazineye ev sahipliği yapmaktadır ve adeta keşfedilmeyi bekleyen bir açık hava müzesi niteliğindedir.

İnsanlık tarihine ışık tutan Göbeklitepe’nin yanı sıra Şanlıurfa’nın diğer bölgelerindeki zengin arkeolojik miras, Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi ve Haleplibahçe Mozaik Müzesi’nde sergilenmektedir. Neolitik çağa ait, insan boyutlarında dünyanın en eski heykeli olan ve Şanlıurfa Kalesi yakınlarında bulunan “Balıklıgöl Adamı” ve Göbeklitepe’de bulunan “Doğum Yapan Kadın Tasviri”, Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi’nde ziyaretçileriyle buluşan en dikkat çekici eserler arasındadır. Müzede ayrıca Göbeklitepe buluntularının replikaları sergilenmekte ve ziyaretçilere Göbeklitepe’yi daha yakından tecrübe etme fırsatı sunulmaktadır. Şanlıurfa Haleplibahçe Mozaik Müzesi ise Akilleus’un Hayatı, Orpheus, Ktisis ve Avlanan Amazonlar

Mozaikleri'ni çatısı altında barındırmaktadır. Müzenin en çarpıcı özelliği ise amazon savaşçıları resmeden ilk mozaiklerin sergilenmesidir.

Halfeti: Yavaş Şehir (**Citta Slow**) olarak nitelendirilen, Fırat Nehri'nin kıyısında bulunan Halfeti, dingin yaşam tarzı, etkileyici mimari dokusu, doğal güzellikleri, bölgeye özgü karagüller ile Şanlıurfa'da mutlaka görülmesi gereken destinasyonlar arasındadır. Birecik Barajı'nın taşmasıyla büyük bölümü sular altında kalan Eski Halfeti'de yapılan tekne turları bölgede ilgi çeken turistik aktivitelerin başında yer almaktadır. Rum Kale ve Aziz Nerses Kilisesi, bölgede mutlaka görülmesi gereken yapılardır. Halfeti'deki dalış okulları aracılığıyla ayrıca batık yapıların gizemini su altından da keşfetmek mümkündür. Bu açıdan Halfeti, dalış turizmi ve kültür turizmini birleştiren ve ziyaretçilerine olağanüstü deneyimler sunan bir destinasyon olarak öne çıkmaktadır.



Harran: Geleneksel konik kubbeli evleri, özellikle Semavi dinler ve arkeolojik değeri açısından önem arz eden kadim tarihi, pek çok alim yetiştiren dünyanın ilk üniversitesi olan Harran Üniversitesi'ni sınırları içerisinde bulundurması, bir masallar diyarını andıran gizemli atmosferi ile Harran, ziyaretçilerine otantik

deneyimler yaşatan bir destinasyondur. Tevrat'ta Hârân olarak geçen yerin Harran olduğu, Hz. İbrahim'in Filistin'e geçmeden önce burada yaşadığı söylenilmektedir. Ayrıca putperestliğe

inanın ve ay, güneş ve yıldızların kutsallığını kabul eden Sabii'lerin tarihte yaşamış olduğu Harran, astronomi alanında zamanın önde gelen çalışmalarının yapıldığı bir üs olmuştur.

UNESCO Dünya Geçici Miras Listesi'nde bulunan Harran, günümüzde kültür, inanç ve otantik mimarisi ve mistik atmosferiyle deneyim turizmi açısından da önemli bir yere sahiptir.

Birecik (Kelaynak Üretim İstasyonu): Bolluk ve bereket simgesi olarak bilinen, soyu tükenmekte olan Kelaynak kuşları dünyada sadece Şanlıurfa'nın Birecik ilçesi ve Fas'ta bulunmaktadır. Kelaynak kuşlarının soylarının tükenmesinin önüne geçebilmek adına Birecik'te faaliyette bulunan Kelaynak Üretim İstasyonu ornitoloji alanında tüm dünyaya kıymetli katkılar sağladığı gibi ülkemiz doğal mirasını korumaya yönelik büyük önem arz etmektedir.

Geleneksel Şanlıurfa Çarşıları (Gümrük Han, Şanlıurfa Bedesteni, Bakırcılar Çarşısı):

Tarih boyunca ana ticaret yolları üzerinde yer alan Şanlıurfa, günümüzde pek çok tarihi çarşı ve iş hanına ev sahipliği yapmaktadır. Kanuni Sultan Süleyman döneminde inşa edilen Gümrük Han, avlusunda yer alan çayhanelerinde ikram edilen mırza ve menengiç gibi bölgeye özgü kahveleri ve tespah dükkanları ile yörenin ruhunu yaşatan bir atmosfer sunmaktadır.



Gümrük Han'ın güney cephesine bitişik olan Bedesten ise 4 kapısı olan ve Sipahi Pazarı, Han Önü Çarşısı, Pamukçu Pazarı ve Gümrük Han'a açılmakta ve yöresel pek çok ürünü ziyaretçilerine sunmaktadır.

Hüseyiniye Çarşıları (Bakırcılar Çarşısı), yan yana bulunan 2 kapalı çarşıdan oluşmaktadır. Geçmişte halı ve kilim satışı yapılan çarşı, günümüzde bakırcı ve kuyumcu esnafı tarafından kullanılmaktadır.

Gastronomi Turizmi



Şanlıurfa, yaklaşık 400 farklı yöresel yemeği ve patentlenen **30 coğrafi işaretli ürünüyle** fevkalade zengin bir gastronomi destinasyonudur. Keme kebabı, haşhaş kebabı, ciğer kebabı gibi envai çeşit kebab, çiğköfte, İsoot, yumurtalı köfte, külünçe, şıllık tatlısı gibi yöreyle özdeşleşmiş pek çok lezzete sahip olan Şanlıurfa,

ziyaretçilerine gastronomik ziyafet yaşatan bir destinasyon olarak ön plana çıkmaktadır.

Şanlıurfa; Hacibanlar Evi Mutfak Müzesi, Harran Gastronomi Merkezi, Sakıbın Köşkü Gastronomi Merkezi projesi ve Uluslararası URFES İsoot Festivali'ne ev sahipliği yaparak gastronomi turizmi alanına verdiği önemi gözler önüne sermektedir.

Deneyim Turizmi

Şanlıurfa, "sıra geceleri"yle kültür ve gastronomiyi bir araya getirerek, ziyaretçilerine özgün bir deneyim sunmaktadır. Şanlıurfa'nın otantik atmosferini yaşama fırsatı sunan sıra geceleri, destinasyonu ziyaret eden tüm turistler için ilgi odağı



olmakta, mutlaka yapılması gereken aktiviteler arasında yer almaktadır.

Deneyim turizmi alanında Şanlıurfa'da ayrıca, Halfeti'de tekne turu ve dalış turizmi, Birecik'te nesli tükenmekte olan Kelaynak kuşlarını gözlemleme, Şanlıurfa Müzik ve Mutfak Festivali,

Halfeti Meyve Yemekleri Festivali, Suruç Nar Festivali, Haleplibahçe Mozaik Yarışması ve Çalıştayı ve Göbeklitepe Yarı Maratonu gibi pek çok fırsat bulunmaktadır.

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

Kültür, inanç, doğa, deneyim, gastronomi turizmi gibi birçok farklı alanda turist ağırlama potansiyeline sahip olan Şanlıurfa'nın; gerek Covid-19 salgını sonrası oluşan krizden en az hasarla çıkabilmesi ve salgın sonrası duruma hazırlıklı olabilmesi gerekse mevcut turizm potansiyelinin geliştirilebilmesi için kamu ve özel sektör iş birliğinde ortak akılla adım atılması önem arz etmektedir. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği olarak Şanlıurfa turizminin geliştirilmesine yönelik önerilerimiz aşağıda sunulmaktadır:



- Dünyada marka şehirler turizmde gelişim hedeflenen alanları ve pazarları belirlemekte, bu çerçevede kısa orta ve uzun vadeli tanıtım ve pazarlama stratejileri oluşturmaktadır. Bu çerçevede Diyarbakır'da gerçekleştirilecek Kültür ve İnanç Turizmi Çalıştayı, büyük önem taşıyor. Çalıştaydan çıkacak sonuçların değerlendirilmesi Mardin turizminin gelişimine büyük katkı sağlayacaktır.
- Mezopotamya altın üçgeni olan Diyarbakır, Şanlıurfa ve Mardin'in kültür ve inanç turizmi alanındaki potansiyelinin birlikte tanıtılması.
- Yurt içi ve yurt dışı tanıtımlarda 3 ilin birlikte hareket etmesi.
- Hedef pazarların destinasyon bazında yeniden belirlenerek bu çerçevede pazarlama planlamasının yapılması.
- Şanlıurfa'nın tanıtımı için dünya örneklerinde olduğu gibi özel bir cep telefonu uygulaması ve akıllı şehir uygulamaları geliştirilmesi.
- "Visit Urfa" web sayfasının ve YouTube kanalının içeriklerinin zenginleştirilerek yurt içi ve yurt dışında kapsamlı tanıtım çalışmalarının yapılması.

- Pandemi sürecinde oluşan yeni trendler dikkate alınarak Şanlıurfa'nın destinasyonlarının tek tek ele alınması ve her biri için **5 yıllık tanıtım ve pazarlama planının** oluşturulması.
- Pandemi döneminde tüketici beklentileri açısından hijyen, güvenlik ve sağlık büyük önem kazandı. Bu süreçte pandemiyle mücadele konusunda Şanlıurfa'da alınan önlemlere dair bilgiler verilmesi ve turizm tesislerinde hijyen konusunda alınan tedbirlerin hazırlanacak tanıtımlarda sergilenmesi faydalı olacaktır.
- Pandemi aynı zamanda büyük ve kalabalık oteller yerine butik otel tercihinin öne çıkartmış durumda. Şanlıurfa'nın otel kapasitesinin geliştirilmesinde bu noktanın dikkate alınması yararlı olacaktır.
- Büyüme hedeflenen pazarlarda **çalıştay (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.



➤ 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.

- Şanlıurfa'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 Şanlıurfa Ticaret ve Sanayi Odası, oteller ve üniversitelerin turizm fakültelerinin ortak çalışması ile bir anket çalışması gerçekleştirilmesi.
- TÜRSAB-Şanlıurfa Ticaret ve Sanayi Odası olarak tanıtım ve pazarlama alanında ortak bir iş birliği protokolü imzalanması.
- Yeni kuşağın satın alma tercihleri üzerinde etkisi olan "instagrammer", "blogger", sosyal medya fenomenleri ve ülkelerinde tanınmış sanatçıların eş zamanlı olarak ülkemize ve Şanlıurfa'ya davet edilmesi.
- Turizmde gelişim hedeflenen pazarlarda etkili basın-yayın organlarında görev yapan medya mensuplarının ağırlanması.
- Turizmde **büyük veri izleme** ve teknoloji merkezinin kurulması.
- Şehrin turistik cazibe merkezlerine özçekim (selfie) noktası işaretlendirmelerinin yapılması.
- İnsanlık tarihine dair bilinenleri baştan yazdıran Göbeklitepe'de Neolitik çağdaki yaşam tarzını tecrübe etmeye yönelik dönemin giyim tarzını, yeme-içme kültürünü yaşatacak konsept programlar oluşturulması ve Göbeklitepe'de Neolitik çağda kullanılan aletlerle ziyaretçiler için **taş oymacılığı workshopları** düzenlenmesi deneyim turizmi açısından büyük fayda sağlayacaktır.
- **Göbeklitepe MTB Club Bisiklet Yarışması, Göbeklitepe Yarı Maratonu gibi** etkinliklerin global spor giyim, bisiklet vb. markalarının da sponsorluğu sağlanarak yüksek uluslararası katılımı yapılarak ve dünya çapında tanıtılması.
- Yurt dışında yoğun ilgi gören Türk dizilerinin senaryolarına Göbeklitepe'nin dahil edilmesine yönelik temaslarda bulunulması.



- Netflix gibi online platformlarda yer alan Göbeklitepe temalı dizilerin daha etkin tanıtımlarının yapılması.
- National Geographic, History Channel, BBC gibi uluslararası kurumlarla iş birliğinde Şanlıurfa'ya özgü zengin halk efsaneleri ve mitolojik birikimin senaryolaştırılarak film ve belgesel çalışmaları yapılması ve ayrıca çocuklara yönelik içerik oluşturulması.
- Uluslararası arkeoloji, tarih, antropoloji konferanslarının bölgeye çekilmesine yönelik temaslarda bulunulması.



- Halihazırda belirli dönemlerde düzenlenen **mozaik çalıştaylarının** kapsamlı ve sürekli hale getirilmesi için Haleplibahçe Mozaik Müzesi Ziyaretçilerine kendi mozaiklerini yapabilecekleri atölyeler kurulması.
- Gelecek nesillere arkeolojiyi sevdirmeye ve

kültür mirasına sahip çıkma bilincini aşlamaya yönelik, bölgenin arkeolojik zenginliği de göz önünde bulundurularak çocuklar için **arkeoloji çalışmaları ve etkinlikleri** düzenlenmesi.

- Şanlıurfa; Halfeti ilçesindeki kara güller, Siverek ilçesindeki ters laleler ve bölgede yetişen keme mantarı gibi pek çok endemik bitki çeşidine sahiptir. Yörenin bu doğal zenginliğinin yurt içi ve yurt dışında daha etkin tanıtılması için çalışmalar yapılmalıdır.
- Dünyada nesli tükenmekte olan kuş türleri arasında olan ve sadece Fas'ta ve Şanlıurfa'nın Birecik ilçesinde bulunan Kelaynak kuşlarının soyunun devamı için Kelaynak Üretim İstasyonu'nda gerçekleştirilen çalışmalar dünya çapında duyurulmalı ve özellikle yurt dışında bulunan kuş gözlemci gruplarına etkin tanıtım yapılmalıdır. Ayrıca, Kelaynak Üretim İstasyonu'nda gerçekleştirilen çalışmalar İngiliz Kraliyet ailesi tarafından fonlaması yapılan ve geçtiğimiz günlerde başlatılan uzun soluklu çevre ödülü projesi "**The Earthshot Prize**" gibi uluslararası platformlarda yer almalıdır. Bahse konu

proje kapsamında, "Gezeganimizi Onarmak için 10 Yıl" sloganıyla her yıl, 5 ana temada (doğayı koru ve iyileştir, havayı temizle, okyanuslarımızı canlandır, sıfır atık olan bir dünya inşa et, iklimimizi onar) dünya çapında faaliyet ve projeler ödüllendirilmektedir.

- Bölgenin mırra, menengiç, isot gibi ürünlerinin yapımlarına ziyaretçilerin bizzat dahil edilmesi ve **deneyim turizminin teşvik edilmesi.**



- Bölgenin gastronomi turizmi alanındaki zenginliğinin tanıtılmasına yönelik dünya çapında tanınmış yabancı şefler, Türk şefler ve yerel şeflerin birlikte yer alacağı TV programı ve belgesel içeriklerinin oluşturulması.
- Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi tarafından başlatılan "İpekböcekçiliği Yaygınlaştırma Projesi" ışığında bölgenin geleneksel el sanatı "çulhacılık (bez dokumacılığı)"nın da geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılması ve gelen ziyaretçiler için dokumacılık deneyimi sunan çalıştaylar düzenlenmesi.
- Tanınmış uluslararası moda tasarımcıları, global moda markaları ve UNDP gibi kurumlar ile iş birliğinde Şanlıurfa kadınlarının geleneksel, renkli kıyafetlerinden esinlenerek **Göbeklitepe temasıyla özel koleksiyonlar ve defileler** düzenlenmesi ve böylelikle sürdürülebilir turizmin desteklenmesi.
- Dünyanın ilk üniversitesinin Harran'da yer almasına ve tarihte bu bölgede yıldızların isimlendirilmesi ve ilk gözlemlerin yapılmasına istinaden astronomi alanında olduğu kadar arkeoloji, tarih ve teoloji dallarında da başta Harran Üniversitesi olmak üzere yurt içi ve yurt dışında diğer üniversitelerin de iş birliği ile çalıştaylar düzenlenmesi ve Harran ilçesine tekrar akademik kimlik kazandırılması yönünde çalışmalar yapılması.



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