

COVID-19'UN TURİZME ETKİLERİ VE
ŞIRNAK TURİZMİNİN
GELECEĞİ
KASIM 2020



TÜRSAB

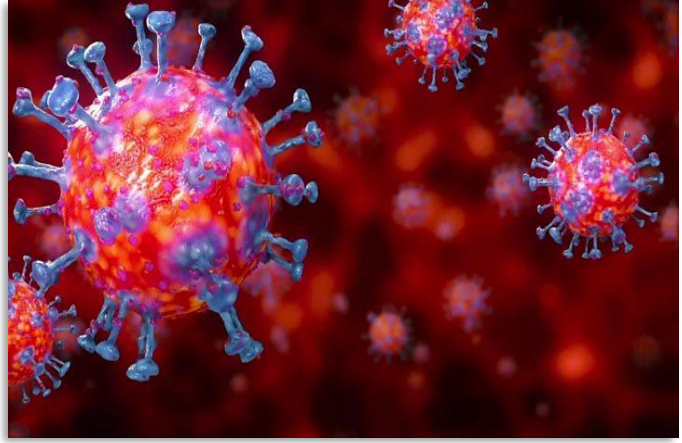
TÜRKİYE SEYAHAT AÇENTALARI BİRLİĞİ
ASSOCIATION OF TURKISH TRAVEL AGENCIES

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..... | 9 |
| 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. ŞIRNAK TURİZMİ | 28 |
| Şırnak'taki Ziyaretçi Sayıları..... | 29 |
| Şırnak'taki Konaklama Tesis Altyapısı..... | 29 |
| Seyahat Acentası ve Rehber Sayısı..... | 30 |
| 7. ŞIRNAK'IN TURİZM DEĞERLERİ..... | 31 |
| 8. COVID-19 SALGINI SONRASI ŞIRNAK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİNE YÖNELİK ÖNERİLER..... | 44 |

1. GİRİŞ

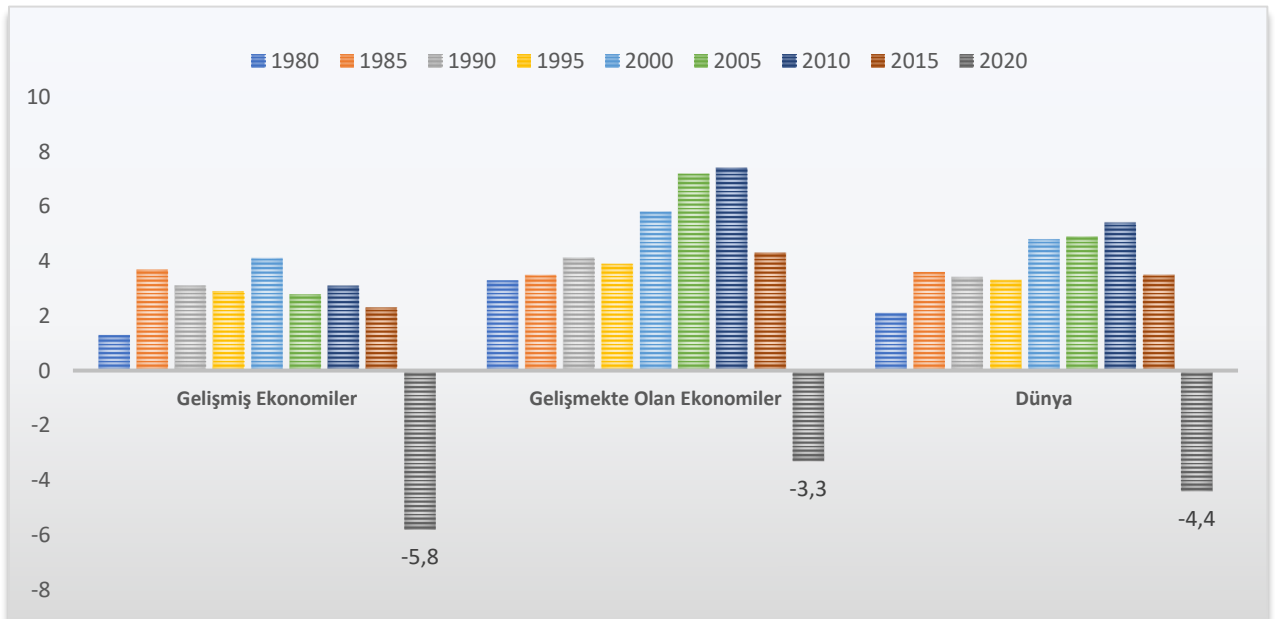
Dünya, 2020 yılını benzeri görülmemiş bir küresel sağlık pandemisiyle geçirmektedir. 2019 yılı sonunda Çin'in Hubei eyaletine bağlı Vuhan kentinde ortaya çıkan Koronavirüs (Covid-19), çok kısa bir sürede dünya çapına yayılan bir salgına dönüşerek, 215 ülkeye yayılmıştır. 28 Ekim 2020 itibarıyla



dünya genelinde virüs nedeniyle enfekte olan kişi sayısı 44,2 milyonu, hayatını kaybedenlerin sayısı ise 1,2 milyona yaklaşmıştır. 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'ten 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. Hazine ve Maliye Bakanlığının 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 yüzde 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 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.

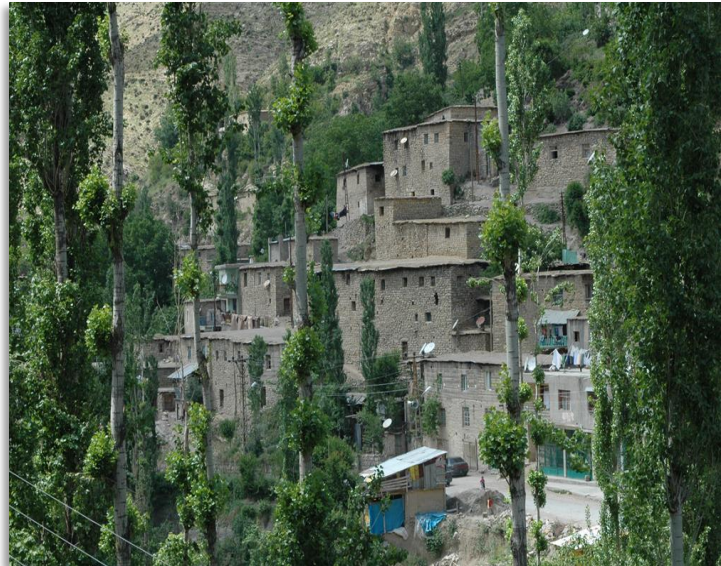


Diğer taraftan genç tüketiciler ve video oyuncularını için maddi varlıklar yerine sanal varlıklar (artırılmış gerçeklik ve Blockchain sistemleri) ön planda yer alıyordu. Korona krizi süreci ise sürdürülebilir

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

6. ŞIRNAK TURİZMİ

Şırnak batıda Mardin, kuzeyde Siirt, kuzeydoğuda Hakkari illeri ile güneyde Irak ve Suriye devletleriyle çevrilidir. Şırnak ilinin batı kesimi Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin Dicle bölümünde yer almaktadır. Öteki yarısı ise Doğu Anadolu Bölgesi'ndedir. Şırnak; Guti, Babil, Med, Asur, Pers, Sasani, Emevi, Abbasi, Selçuklular ve Osmanlılar dönemlerinde Cizre'ye



bağlı bir yerleşim birimi idi. 23 Temmuz 1914 yılında ilçe olmuş ve Siirt iline bağlanmıştır. Bu konumu 1990 yılına kadar sürmüştür. 18.05.1990 tarihinden itibaren ise il statüsüne

kavuşmuştur. İle bağlı altı ilçe bulunmaktadır. Bu ilçeler; Beytüşşebap, Cizre, Güçlükonak, İdil, Silopi ve Uludere'dir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre 2019 yılı itibariyle Şırnak'ın nüfusu 529 bin 615'tir.

Eski adı "Şehr-i Nuh" olan Şırnak, tarihsel olarak çok eski bir geçmişe sahiptir. Şehrin geçmişi Kâtip Çelebi'nin 17. yüzyılda yazdığı 'Seyahatnâme' ve tarihî rivayetlere göre Nuh Tufanı öncesine dayanır. Bu rivayetlere göre Cizre, tufandan sonra ikinci kez Nuh ve oğulları tarafından inşa edilirken Cizre'nin kızgın sıcağından korunmak için Şırnak, yazlık ve yaylak olarak inşa edilmiştir. Nuh'un gemisi kalıntılarının olduğu öne sürülen Cûdi Dağı'nın kuzeyinde 'Şehr-i Nûh' adıyla kurulmuş olan Şırnak, önceleri "Şerneh", daha sonraki yıllarda ise "Kürdara Şırnak" adını almıştır. Şırnak, tarihte birçok önemli devletin başkentini kendi topraklarında barındırmıştır. Aynı zamanda Guti (Qurtie) imparatorluğunun başkenti olan "Bajarkard", Silopi ilçesi topraklarındadır. İl sınırları içinde bulunan Cûdi Dağı'nın isminin Gutilerden geldiği düşünülmektedir. Şırnak özellikle kültür ve inanç turizmi bakımından önemli değerleri barındırmaktadır.

Şırnak Ziyaretçi Sayıları

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı konaklama istatistiklerine göre Şırnak ilindeki konaklama tesislerine 2019 yılı genelinde giriş yapan yerli ve yabancı ziyaretçi sayısı 2018 yılına göre yüzde 9,7 oranında artarak 140 bin 464 kişi olmuştur.

| ŞIRNAK ZİYARETÇİ SAYILARI 2017-2019 KARŞILAŞTIRMASI | | | | |
|---|---------|---------|---------|-------------|
| YIL | YABANCI | YERLİ | TOPLAM | DEĞİŞİM (%) |
| 2017 | 969 | 80.849 | 116.177 | 2018/2019 |
| 2018 | 2.352 | 125.692 | 128.044 | 9,7 |
| 2019 | 3.832 | 136.632 | 140.464 | |

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

| Milliyetlerine Şırnak'a En Çok Tesise Giriş Yapan Ziyaretçi Sayısı (2019 Yılı) | | |
|--|--------------|----------|
| ÜLKE | TESİSE GİRİŞ | GECELEME |
| Irak | 2 836 | 4 224 |
| Hollanda | 108 | 212 |
| Almanya | 102 | 189 |
| Azerbaycan | 98 | 204 |
| İngiltere (B. Krallık) | 73 | 116 |

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Şırnak Konaklama Tesis Altyapısı

Şırnak'taki konaklama tesisleri 2019 yılı itibariyle 3 bin 423'ü yabancı, 10 bin 369'u yerli olmak üzere toplam 106 bin 792 ziyaretçi ağırlamıştır. Konaklama tesislerine giriş yapan ziyaretçi sayısında 2018 yılına göre yüzde 16,6 oranında düşüş kaydedilmiştir. 2020 yılının Ocak-Ağustos ayları arasındaki 8



aylık döneminde ise 1.443'ü yabancı, 92 bin 391'i yerli olmak üzere toplam 93 bin 834 kişi Şırnak'taki konaklama tesislerine giriş yapmıştır. Ocak-Ağustos 2020 döneminde konaklama tesislerine girişlerde özellikle yerli ziyaretçi sayısındaki artış sayısında yüzde 24,9'luk artış olmuştur.

| ŞIRNAK TESİSE GİRİŞ SAYILARI (OCAK-AĞUSTOS) | | | | |
|---|---------|--------|--------|-----------|
| | YABANCI | YERLİ | TOPLAM | DEĞİŞİM % |
| 2019 | 2 728 | 73 971 | 76 699 | -4,9 |
| 2020 | 1 443 | 92 391 | 93 834 | |

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Şırnak'ın konaklama altyapısı geliştirilme potansiyeli barındırmaktadır. Şırnak'ta işletme ve belediye belgeli 13 tesis, 1.860 yatak bulunmaktadır. Bakanlıktan yatırım belgesi alan tesisler de bu rakama eklendiğinde toplam tesis sayısı 16'ya, yatak sayısı ise 2 bin 216'ya yükselecektir. Şırnak'ta İşletme Belgeli tesislerin 2'si beş yıldızlıdır. Şehirde dört, üç ve iki yıldızlı ise 1'er otel bulunmaktadır.

| ŞIRNAK'TAKİ KONAKLAMA TESİSİ İSTATİSTİKLERİ | | | |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Şehir | Tesis Sayısı | Oda Sayısı | Yatak Sayısı |
| Belediye Belgeli | 8 | 238 | 652 |
| İşletme Belgeli | 5 | 603 | 1.208 |
| Yatırım Belgeli | 3 | 188 | 356 |
| TOPLAM | 16 | 1.029 | 2.216 |

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Seyahat Acentası ve Rehber Sayısı

Turizm destinasyonlarının tanıtımı ve pazarlanması noktasında önemli rol üstlenen seyahat acentaları Şırnak'ın turizmi açısından da önem arz etmektedir. Acentalar, gerek yurt dışından gelen misafirlere gerekse de iç pazarda hizmet verdikleri vatandaşlarımıza sundukları kaliteli hizmetlerle misafir memnuniyetini artırmakta ve turizmin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Şırnak'ta Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'ne (TÜRSAB) bağlı olarak faaliyet yürüten 19 seyahat acentası hizmet vermektedir. Şırnak, toplam 15 ilin bağlı bulunduğu Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası'nın (ŞURO) yetki alanında yer almaktadır. ŞURO'ya bağlı toplam 144 rehber bölgede hizmet vermektedir.

7. ŞIRNAK'IN TURİZM DEĞERLERİ



Şırnak, zengin tarihi, kültürel kaynakları ve doğal değerleri ile turistik açıdan önemli bir potansiyel barındırmaktadır. İl genelinde yer alan tarihi eserler, doğal güzellikler ve turistik olarak görmeye değer pek çok yer bulunmaktadır. Bölge; camiler, kiliseler, kasırlar, kaleler bakımından zengindir.

İlin turizmde öne çıkan değerlerinin başında Nuh Tufanı sonucu, Hz. Nuh'un gemisinin konduğuna inanılan Cudi Dağı gelmektedir. İdil'de bulunan tarihi M.S. 57 senesine dayanan dünyanın en eski ikinci kilisesi olarak bilinen Meryem Ana Kilisesi de bölgenin önemli turizm değerleri arasında yer almaktadır. Ayrıca Nuh Peygamber Camii ve Türbesi, Mem-u Zin Türbesi, Cizre Camii, Kırmızı Medrese, Abdaliye Medresesi, Ebû'l İz İsmail İbni Rezzaz El Cezerî Müzesi benzeri pek çok kültür ve inanç turizmi unsuru bölgede yer almaktadır.

Şırnak'ta Kültür ve Turizm Müdürlüğüne yüzey araştırmalarının sürdürüldüğü kültür varlıkları arasında yer alan Şenoba beldesi, ile Güçlükonak ilçesindeki mağaralar da gün yüzüne çıkarılmayı beklemektedir. Mağaralar, inanç turizmi bakımından potansiyel barındırmaktadır. Şehirde Yafes



Köprüsü (Bazıbd Köprüsü), Akabin Köprüsü gibi çok sayıda tarihi köprü de yer almaktadır. Öte yandan Cudi Dağı, Şahköy Çağlayanı, Herekol Dağı da, dağ ve doğa yürüyüşü yapmaya elverişli alanlardır. Şırnak'ta bunun dışında termal turizm olanakları da barındıran kaplıca bölgeleri mevcuttur. Şehirde ayrıca Şah, Babil, Kasrik, Bazebe ören yerleri bulunmaktadır. Şırnak'ta Meryem Ana, Öğündük, Dera, Maraday kiliseleri, Cizre Ulu camii, Nuh Peygamber, Mecdiyye, Mushafireş, Mir Abdal camileri bulunmaktadır. Kırmızı Medrese başta olmak üzere pek çok medresenin bulunduğu şehirde çok sayıda tarihi köprü de yer almaktadır.

Kültür ve İnanç Turizmi

Ören Yerleri

Köklü bir tarihi geçmişe sahip Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin kültürel ve tarihi değerler bakımından zengin illerinden biri olan Şırnak'ta pek çok ören yerine rastlanmaktadır. Başta Nuh Tufanı ve Gemisi ile bağlantılı olduğu düşünülen Cudi Dağı olmak üzere bölgede Şah Ören Yeri, Finik Ören Yeri, Babil Ören Yeri, Kasrik Ören Yeri, Bazebe Ören Yeri gibi önemli ören yerleri bulunmaktadır.



Cudi Dağı: Pek çok gezgin, tarihçi ve yorumcunun yapıtlarında Nuh'un Gemisi'nin Cudi Dağı üzerinde durduğu belirtilmektedir. Hz. Nuh'un mezarının Cizre'de bulunması Şırnak'a bir zamanlar Şehr-i Nuh

denmesi, Cizre Surlarının gemi biçiminde olması da buna kanıt olarak gösterilmektedir. Ayrıca Kur'an-ı Kerim'in Hud suresinin 44. ayeti açıkça Tufan-Nuh Gemisinin Cudi Dağı'nda durduğunu yazmaktadır. 2019 yılında Cudi Dağı'nda bilimsel adı 'gastropoda' olan karındanbacaklılar deniz canlısına ait fosiller bulunmuş olmasının bölgedeki deniz varlığını kanıtlar nitelikte olduğu ifade edilmektedir. Bilim çevreleri bölgede bulunan Tethys Denizi'nin 12 milyon yıl önce kapandığını belirtmektedirler.

Finik Ören Yeri: Cizre'ye yakın bir noktada bulunan Damlarca ve Eskiya köyleri arasında Finik Ören Yeri'nin geçmişinin İ. Ö. 4000 yıllarına dayandığı düşünülmektedir. Dağlık bir bölgede yer alan kentte saray, zindan, sarnıç yerleri ve beyaz kalker taştan oyulmuş çok sayıda mağara ev bulunmaktadır. Finik Kalesinin Kuzeyinde "Borzana



Sitiya" adı verilen yerde kayaya işlenmiş bir kadın kabartmasıyla, köyün kuzeydoğusunda yan yana duran bir kadın ve bir erkek kabartması bulunmaktadır.

Bazebde Ören Yeri: Cizre'nin 2 Km doğusunda Dicle Nehri kıyısında yer alan Bazebde Ören Yeri, zamanla Dicle Nehri yatak değiştirdiği için Suriye topraklarında kalmıştır. İlk çağlara ait kent kalıntıları ve ünlü bir köprüsü vardır.

Camiler, Kiliseler, Türbeler, Medreseler

Şırnak ilinde tarihi değere sahip pek çok cami bulunmaktadır. Bunlar arasında Cizre Ulucamii ve Nuh Peygamber Camii başta olmak üzere Mecdiyye Camii (Ş. Seyda Camii), Süleymaniye Camii, Mir Abdal Camii gibi tarihi camiler mevcuttur.

Şırnak, tarihi kiliseler bakımından da önemli bir potansiyel barındırmaktadır. Bölgedeki en önemli kilise ise İdil Merkez İlçede yer alan ve dünyanın en eski ikinci kilisesi olarak da bilinen Meryem Ana Kilisesi'dir. Bunun dışında İdil İlçesine bağlı Öğündük köyünde yer alan ve halen faal olan Öğündük (Maryohanna) Kilisesi, Cizre'deki Çağlayan Kilisesi, Dera Kilisesi, Maraday Kilisesi de bölgede bulunan diğer kiliselerdir.

Şırnak'ta cami ve kiliselerin yanı sıra tarihi ve kültürel değere sahip çeşitli türbeler de mevcuttur. Cizre Kırmızı Medresede, güney bölümündeki mescid kısmına yapışık bir bodrum bölümünde yer alan Şeyh Ahmet El-Cezeri Türbesi bunlardan biridir. Beytüşşesap İlçesi Güneyyaka Köyü sınırları içinde yer alan Mevlit yazarı ve şair –yazar Mella Hasan Bateyi'ye ait türbe de bölgede



dikkat çeken bir diğer türbedir. Ayrıca bölge kültüründeki sözlü ve yazılı edebiyatın önemli bir ögesi olan Mem-u Zin ile bağlantılandırılan Mem-u Zin Türbesi de bir diğer önemli kültür değeridir. Şırnak'ta başta Cizre'deki Kırmızı Medrese olmak üzere Mir Abdal (Abdaliye Medresesi), Süleymaniyye Medresesi gibi tarihi medreseler de bulunmaktadır.

Cizre Ulucamii: 639 yılında kiliseden camiye çevrilmiştir. Abbasi döneminde ve 1160 yılında Cizre Emiri Baz Şah'ın oğlu Emir Ali Sencer tarafından onarıma alınan caminin minaresi 1156 yılında dört köşe şeklinde yapılmıştır. Cizre Ulucamii, ortası delik büyük değirmen taşlarına benzer taşların üst üste konulup sütun yapılması ile üzerlerine kubbeler konulmak suretiyle yapılmıştır.

Nuh Peygamber Camii ve

Türbesi: Dağkapı mahallesinin tepe noktasında, Dicle Nehrinin coşup ulaşamayacağı bir noktada yapılmıştır. Nuh Peygamber Tufanı ile Cizreye yerleşen Hz. Nuh'un vefatından sonra, Dağkapı Mahallesinde gömüldüğüne inanılmaktadır. Burası daha sonra havraya, ardından kiliseye ve 639



yılında da camiye çevrilmiştir. Dünyanın en eski türbelerinden biridir. Ünlü tarihçi Cizreli İbnülesin, Firuzabadi, Evliya Çelebi, Katip Çelebi, Ebubekir Helevi ve Babilli Berassus (Bersis) bu türbenin Hz. Nuh'a (A.S) ait olduğunu yazarlar. Nuh Peygambere atfedilen bir türbe mezar, caminin alt bodrum katındadır.



Kırmızı Medrese: Cizre Beyliği döneminde II. Han Şeref Bey tarafından XIV. yüzyılda Cizre'de yaptırılmış olduğu kabul edilir. İçerisinde camisi bulunan Kırmızı Medrese'nin yapım tarihi hakkında kesin bir bilgi yoktur. Kürt alimi Molla Ahmed-i Ceziri'nin bu medresede eğitim verdiği düşünülmektedir. Medrese,

Cizre'ye özgü kırmızı tuğlalardan örüldüğü için Kırmızı Medrese (ya da Kızıl Medrese) denilmiştir. Kırmızı Medrese, Cizre'de Dağkapı Mahallesinin Şah Mahallesi ile kesiştiği noktada sur üzerindedir. Güneyinde Mescit ile altında Şeyh Ahmed El-Cezeri adlı meşhur müfessir, yazar, şairin türbesi ile Cizre emirlerine ait aile mezarlığı da vardır.

Mem-u Zin Türbesi: Abdaliye Medresesi, Cizre Dağkapı Mahallesi mezarlığa bağlayan Cizre Surunun üzerinde kuruludur. Mem-u Zin türbeleri ise bu medresenin idare odalarının altında güneydoğu bölümündeki bodrumdadır. İçeride üç adet mezar



bulunmaktadır. Zin, Bekir ve Mem'e aittir. Mem-u Zin efsanesi ilahi ve cismani aşkı konu alan bir öyküdür. Bu aşk olayının Cizre Beyi Emir Zeynuddin döneminde Hicri 854 (1450-1451) yılında meydana geldiğine inanılmaktadır. Bölgede sözlü destan geleneğinin önemli bir ögesi olan Mem ve Zîn, (Kürtçe: Mem û Zîn), Ahmed-i Hani'nin (Kürtçe: Ehmedê Xanî) 1692 yılında Kürtçe'nin Kurmanci lehçesinde aynı adla yazdığı ünlü manzum eseri ile yazılı edebiyata da kazandırılmıştır. Birbirine aşık olan ancak kavuşamayan iki gencin trajik öyküsünü anlatan eserde iyilik, doğruluk, suçsuzluk, zayıflık ve çaresizlik Mem ve Zîn'in şahsında toplanmış; kötülük, dalkavukluk, fitnecilik ve ikiyüzlülük ise Bekir karakterinde somutlaştırılmıştır.

Kaleler



M.Ö. 4000 yıllarında Guti İmparatorluğu tarafından yaptırılan Cizre Surları ile Cizre Kalesi, Cizre İlçesine bağlı Çağlayan köyünde Cudi Dağının yamaçlarında Kayzer Kale harabeleri, Güçlükönak ilçesine bağlı Dicle Nehri kenarında Düzova ve İdil Hendek köyleri karşısında bulunan Finik Kalesi bölgedeki önemli tarihi kalelerdir. Ayrıca yine

Cizre İlçesi sınırları içinde ve şimdi Kebeli diye adlandırılan yerde bulunan ve I. Babil Devletinin başkenti olarak kabul edilen alandaki Babil Kalesi ile 1800'lü yılların ilk yarısında Bedirhan Bey zamanında yapılmış olan Sadi Bey Kalesi de bölgenin diğer tarihi kaleleri arasındadır.

İsmail Ebul-İz El Cezeri Müzesi

Şırnak'ın Cizre ilçesinde bulunan İsmail Ebul-İz El Cezeri Müzesi, Cizre Kaymakamlığı tarafından restore edilen bir yapıda 1997 yılında açılmıştır. Müzeye Cizreli fizikçi ve mucit İsmail Ebul-iz El Cezeri'nin ismi verilmiştir.

Müzenin kurulmasında öncülük eden Çizreli araştırmacı Abdullah Yaşın'ın çevreden topladığı arkeolojik ve etnoğrafik eserler



burada sergilenmektedir. Cizre'nin 6000 yıl öncesine kadar uzanan kültürel kimliğini yansıtan müzedeki eserler arasında Babil tuğlaları, dinazorlara ait fosil dişleri, taş hayvan kabartmaları ve pişmiş topraktan kap kacaklar bulunmaktadır. Müzede Babil, Asur, Med, Guti, Selçuklu, Osmanlı, Rum, Arap, Emevi, Abbasi dönemlerine ait eserler bulunmaktadır.

El-Cezeri: Hezârfen, mucit ve mühendis. Ebû'l İz İsmail İbni Rezzaz El Cezeri'nin(d. 1136, Cizre, Şırnak; ö. 1206, Cizre), Sibernetiğin ilk adımlarını attığı ve ilk robotu yapıp çalıştırdığı kabul edilmektedir. El Cezeri'nin Leonardo da Vinci'ye ilham kaynağı olduğu düşünülmektedir.

El-Cezeri, "Mekanik Hareketlerden Mühendislikte Faydalanmayı İçeren Kitap" (El Câmi-u'l Beyn'el İlmî ve El-Amelî'en Nâfi fî Sınâ'ati'l Hiyele) adlı eserinde ortaya koydu. Günümüze ulaşmış en eski el yazması İstanbul'da bulunan Topkapı Sarayı'ndaki "Olağanüstü mekanik araçların bilgisi hakkında kitap" adlı eseridir. Diğer eserleri ise; Bodleian Kütüphanesi, Leiden Üniversitesi Kütüphanesi, Chester Beatty Kütüphanesi ve Avrupa'nın birkaç başka kütüphane ve müzesinde bulunmaktadır.

Termal Turizmi

Şırnak, şifalı sulara sahip kaplıca olanakları ile termal turizmi açısından da potansiyel barındıran bir ilimizdir. Bölgede Hista Kaplıcası, Besta Kaplıcası, Zümrüt Dağı Kaplıcası, Nasfaran Kaplıcası gibi termal turizm olanakları mevcuttur.



Hista Kaplıcası: Güçlükonak İlçesi Düğünyardu köyü yakınında, Dicle ırmağı kıyısındadır. Bölgenin en yüksek ısıli sıcak su kaynağı olup, sıcaklığı 67 C dir. Kaplıca suyu kalsiyum ve sülfid ihtiva etmektedir. Debisi 7 lt/sn, PH: 7. 15 olarak belirlenmiştir. Mevcut debinin arttırılabileceğini gösteren hidrojeolojik şartlar mevcuttur.

Kaplıca banyosu romatizmal hastalıklar ile kadın hastalıklarında yararlı olmaktadır.

Besta Kaplıcası: Şırnak il merkezinin 30 km kuzeydoğusundadır. Biri çamur banyosu, diğeri su banyosu ve içme olarak yararlanılan iki kaplıca halindedir. Bu kaplıcanın cilt, kadın hastalıkları ve romatizmal hastalıklara şifa verdiği bilinmektedir.

Zümrüt Dağı Kaplıcası: Beytüşşebap İlçe merkezine 7 km uzaklıktaki Ilıcak köyündedir. Debisi 1 lt/sn olarak tahmin edilmekte olup, su sıcaklığı 39 C dir. Kaplıca suyu tortulu olduğundan içilmez. Su banyosu ise cilt, böbrek ve romatizmal hastalıklara yararlı olmaktadır.

Nasfaran Kaplıcası: Merkez Kumçatı Beldesi ne birkaç km uzaklıktaki bu kaplıca da biri çamur banyosu olarak, diğeri banyo ve içme olarak yararlanılan iki kaynak bulunmaktadır. Çamur banyosunun sivilce, egzama ve mantar hastalıklarını tedavi ettiği söylenmektedir.

Doğa ve Macera Turizmi

Şırnak, doğal güzellikleri ile doğa ve macera turizmi için de çeşitli olanaklara sahiptir. Yayla turizmi, doğa yürüyüşü, kano-rafting, bitki gözlemciliği ve benzeri doğa turizmi alanları bakımından geliştirilebilecek potansiyel barındırmaktadır.

Beytüşşebap ilçesinde bulunan Faraşın yaylası yayla turizmi bakımından değerlendirilebilecek bir alandır. Cudi dağı, Şahköy çağlayanı, Herekol dağı, dağ ve doğa yürüyüşü yapmaya elverişli alanlardır. Şırnak ilinin en önemli akarsuyu olan Kızılsu, Habur ve Hezil çaylarının beslediği Dicle Nehri, akarsu turizmi ve kano, rafting gibi sportif turizm etkinliklerine elverişlidir.

Öte yandan Şırnak'ın Beytüşşebap ile Uludere ilçeleri ve Hakkâri, Van, Ağrı, Siirt ile Bitlis dağlarında Şırnak dağlarında yetişen ve endemik bitki türü olan ters lale doğa turizmi çerçevesinde değerlendirilebilecek bir endemik bitki türüdür. Sadece Türkiye'de yetişen ve uzun geçen kış mevsiminin bittiğini müjdeleyen



ters laleler özellikle fotoğrafçılar ile doğaseverlerin ilgisini çekmektedir. Bir yıl boyunca bahar aylarında sadece 15-20 gün çiçek açan bölgede 'ağlayan gelin' olarak da adlandırılan ters lale, nadir görülen bir çiçek olarak turizm faaliyetleri çerçevesinde de değerlendirilebilir.

El Sanatları



Şırnak, el sanatları bakımından da kendine özgü bir zenginlik barındırmaktadır.

Yüzyıllar boyunca Şırnak kültüründe önemli bir yere sahip olan Şal-Şapık Kumaşından giysiler, Şırnak (Jirki) ile (Guyan) kilimleri, ipek halıcılığı, Parzun çantalar, Hurcizin (at heybesi), Turik heybeler, Mizer örtüler, çoraplar, oya işlemleri gibi

pek çok el sanatının olduğu bölgede bu el sanatları turizm açısından da farklı bir zenginlik içerir.

Şırnak Mutfağı

Şırnak, kendine özgü yemekleri ve tatları ile otantik bir mutfağa sahiptir. Bu yönüyle gastronomi de Şırnak turizmi için değerlendirilebilecek bir unsurdur. Sebzedden et yemeklerine, salatalardan çeşit çeşit tatlılara kadar gastronomi bakımından geniş bir yelpazeye sahip olan Şırnak'ın yöresel yemekleri arasında perde pilavı,



meyre ve suryaz, kutlık, serbidev, hekeheşandi, şımşıpe, mahmılatık turşusu gibi kent mutfağının yapı taşları olarak tanımlayabilecek yemekler ön plandadır.

Şırnak'ın T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na bağlı Türk Patent ve Marka Kurumu'ndan "**coğrafi işaret**" olarak tescillenmiş **Şımşıpe** adlı bir yöresel tadı bulunmaktadır.

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

Kültür, inanç, doğa, macera, termal turizmi gibi birçok farklı alanda turist ağırlama potansiyeline sahip olan Şırnak'ın; 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 Şırnak 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. Şırnak'ın da dünyadaki örneklere benzer bir yaklaşım geliştirmesi büyük önem taşımaktadır. Bu bakımdan Şırnak Valiliği, Şırnak Belediyesi, Şırnak Ticaret ve Sanayi Odası ile turizm sektör temsilcileri ve turizm fakültelerinden öğretim görevlilerinin katılımıyla "Şırnak Turizminin Geleceği" başlıklı bir çalıştay düzenlenmesi önemli katkı sağlayacaktır.
- Pandemi sürecinde oluşan yeni trendler dikkate alınarak Şırnak'ın 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.
- Şırnak'ın tanıtımı için dünya örneklerinde olduğu gibi özel bir web sayfası ve cep telefonu uygulaması geliştirilmesi fayda sağlayacaktır.
- **TÜRSAB-Şırnak Ticaret ve Sanayi Odası olarak** tanıtım ve pazarlama alanında ortak bir **iş birliği protokolü** imzalamamız Şırnak turizmine güç katacaktır.



- Şırnak'a 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 Şırnak 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 Şırnak'a 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.



- Şırnak'ın Türkiye ve dünya genelinde tanıtımında Nuh Tufanı, El-Cezeri, ters lale benzeri bölgenin simgesi konumunda olan tarihi ve kültürel şahsiyetler ile doğa

unsurlarının gerektiği gibi kullanılması önem arz etmektedir. Bu çerçevede Nuh'un Gemisi ve El-Cezeri'nin çalışmaları ve icatlarını öne çıkaran film, belgesel çalışmalarının desteklenmesi, bu çerçevede yapılacak çalışmalarla bölge turizminin ilişkilendirilmesi yararlı olacaktır. Türkiye'ye özgü nadide ve endemik bir bitki olan ters lale çiçeğinden de doğaseverlerin ve fotoğraf tutkunlarının ilgisinin bölgeye çekilmesinde yararlanılabilir.

- Şırnak mutfağının özgünlüğü ve zenginliğini ön plana çıkartacak şekilde etkinliklerin düzenlenmesi bölge turizmüne katkı sağlayacaktır. Son yılların gelişen turizm segmentlerinden olan gastronomi turizmi, Şırnak turizmi için de destekleyici bir unsur olarak kullanılabilir.
- Bölgede; doğa, macera turizmi ve trekking açısından çok önemli bir turizm potansiyeli bulunmaktadır. Bu potansiyeli geliştirecek biçimde yürüyüş rotalarının zenginleştirilmesi ve tanıtılması önemlidir.
- Pandemi aynı zamanda büyük ve kalabalık oteller yerine butik otel tercihini öne çıkartmış durumda. Şırnak'ın otel kapasitesinin geliştirilmesinde bu noktanın dikkate alınması önem arz etmektedir.
- Geleneksel Cizre Nergis Festivali benzeri mevcut festival ve etkinliklerin içeriklerinin zenginleştirilmesi, uluslararası tanıtım çalışmalarıyla desteklenerek Şırnak'ın ismini dünya genelinde gündeme taşıyacak ve markalaşması noktasında katkı sağlayacak festivallere dönüştürülmesi büyük önem arz etmektedir. Bu çerçevede festival programlarının ulusal ve uluslararası medyada önceden duyurulması, bu dönemlerde erken rezervasyon kampanyaları, indirimli uçuş-otel vb. çalışmalar yapılabilir.



- Korona virüsü salgını nedeniyle daha sakin destinasyonlara ilginin artması "Slow City – Sakin Şehir" kavramına da ayrı bir değer katmaktadır.

- Şırnak'ın hangi bölgelerinin "sakin

şehir" olarak pazarlanabileceğinin belirlenmesi noktasında çalışmalar yapılabilir. Şırnak'ın turizmde pazarlanmasında bu konunun da değerlendirilmesi gerekir.

- Dünya genelinde artık hikayesi olan destinasyonlar ilgi görüyor. Bu bakımdan tarihin ilk dönemlerinden itibaren önemli bir yerleşim yeri olan Şırnak'a dair mitolojik hikayeler tanıtımlarda daha yoğun biçimde kullanılabilir.
- Nuh'un gemisi maketleri, Şal-Şapık Kumaşından giysiler, Şırnak kilimleri, ipek halıcılığı gibi Şırnak'a özgü el sanatlarının geliştirilmesi ve bu ürünlerden hediyelik eşyalar

üretilmesi noktasında bölge halkına eğitim verilmesi, el sanatları ile bağlantılı turlar organize edilmesi önemlidir.

- Tematik müze ve modern sanat müzeleri destinasyon imajını destekleyen ve yükselten unsurlar arasında yer almaktadır. Bu bakımdan Şırnak genelinde tematik müze ve modern sanat müzelerinin sayısının artırılması önem arz etmektedir.
- Şırnak'ın termal turizmi olanaklarının geliştirilmesi noktasında termal kaynak sularının ulusal ve uluslararası belgelendirme sistemleri ile ölçülüp belgelendirilmesi bölgede termal turizmine katkı sağlayacaktır.
- Dünyada yakın ve komşu destinasyonların turizmde birlikte pazarlanması son dönemlerin önem kazanan pazarlama yöntemleri arasında yer almaktadır. Şırnak'ın çevresindeki diğer şehirlerle birlikte (örneğin; Mezopotamya Destinasyonu olarak) pazarlanması noktasında da adımlar atılması bölge turizmi bakımından yararlı olabilir.
- Şırnak'ta havalimanı bulunması şehre ulaşım noktasında önemli bir avantaj teşkil etmektedir. Şırnak Şerafettin Elçi Havalimanı'nın daha etkin kullanımı ve sefer sayılarının artırılması noktasında ilgili kurumlarla iş birliği ve çalışmalar gerçekleştirilmesi 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