

COVID-19 PANDEMİSİNİN TURİZM ENDÜSTRİSİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Gürel ÇETİN, Sevinç GÖKTEPE

Öz

Salgın hastalıklar ve turizm arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Turizm hareketleri nedeni ile hastalıkların ortaya çıktığı ülkeden başka bölgelere taşınması söz konusu olabilirken, salgının yayılmasıyla birlikte, bulaşma riskini önlemek adına alınan tedbirler turizm hareketlerini olumsuz etkileyebilmektedir. Daha önce birçok epidemik salgına şahit olan dünya ekonomileri için etkileri ve yayılımı bakımından COVID-19 salgını farklılık arz etmektedir. Çin'de başlayarak tüm dünyada hızlı bir yayılım gösteren COVID-19 pandemisi tüm endüstriler için ekonomik şoklar yaratmış, ancak turizm endüstrisi üzerindeki etkisi diğer endüstrilere göre oldukça belirgin olmuştur. Ülkeler tarafından uygulanan ulusal ve uluslararası seyahat kısıtlamalarının başlamasıyla, turist hareketleri durmuş, turizm endüstrisi, sezon öncesi ani ve süresi belirsiz bir krizle karşı karşıya kalmıştır. Bütün bu etkiler göz önüne alınarak çalışmanın bu kısmında, alınan tedbirler ve öngörülere yer verilmiş daha sonra ise salgının turizm endüstrisi üzerindeki etkisi açısından bir değerlendirme yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, COVID-19, endüstri, tedbirler

G. Çetin
Doç.Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İstanbul, Türkiye
e-mail: gurelc@istanbul.edu.tr
ORCID: 0000-0003-3568-6527

S. Göktepe
Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İstanbul, Türkiye
e-mail: goktepe@istanbul.edu.tr
ORCID: 0000-0002-0856-0278

Giriş

Kısa süreli, salgın hastalıklar, doğal afetler, politik ve ekonomik krizler gibi sıklıkla yaşanmayan olaylar, kısa veya uzun vadede turizm gelişimini olumsuz etkileyebilmektedir. Bunlardan salgın hastalıklar COVID-19'dan önce de bölgesel anlamda turizm hacmini düşürmüş, 2003 yılında yaşanan SARS Uzakdoğu'da, MERS ise Ortadoğu ve Arap Yarımadasında etkili olmuştur. SARS ve MERS salgınlarından farklı olarak COVID-19 Çin'den sonra tüm dünyada hızlı bir yayılım göstermiş, salgının merkezi önce Avrupa'ya ardından Amerika Birleşik Devletlerine taşınmıştır. 11 Mart tarihi itibarıyla de Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi ilan edilmiştir. Salgının olumsuz etkilerinin en fazla görüldüğü endüstrilerden biri şüphesiz turizmdir. Seyahat sınırlandırmaları ve sosyal izolasyon COVID-19'u kontrol altına almak için alınan ilk önlemlerden olmuştur. Gönüllü ve zorunlu karantina uygulamalarının tüm dünyada başlamasıyla seyahat hareketleri bitmiş, turizm endüstrisi ani bir duraklama yaşamıştır. Bu duraklamaya karşı turizmde krizi atlattırmaya yönelik çeşitli önlemler alınmış, vaka sayılarının azalması ile birlikte seyahat sınırlandırmalarında bazı esneklikler sunulmaya başlanmıştır. Turizm insan etkileşiminin yoğun olduğu bir endüstri olarak COVID-19 sonrasında da şüphesiz bazı uzun vadeli dönüşümlere de sahne olacaktır. Bu dönüşüme endüstrinin etkin olarak hazırlanması COVID-19 etkisini yitirse bile gelecekteki salgınlara daha dayanıklı hale gelmesini sağlayacaktır.

Salgın Hastalıklar ve Turizme Etkileri

Turistlerin bir ülkeyi ziyaret etmelerini etkileyen pek çok faktör bulunmaktadır. Bunların bir kısmı destinasyonun doğal ve fiziki koşullarına bir kısmı ise siyasi, sosyal ve ekonomik istikrarına bağlı olarak şekillenmektedir (Güvenek ve Alptekin, 2015). Dolayısıyla destinasyonun turistler tarafından güvenli bir bölge olarak algılanmaması turizm hareketlerini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu algıyı etkileyen en önemli unsur ülkede yaşanan krizlerdir. Krizler birçok farklı faktöre bağlı olarak ortaya çıkabilmektedir. Salgın hastalıklar da kriz oluşturan sebepler arasındadır. Ayak ve ağız hastalığı, SARS, Kuş gribi, Domuz gribi (H1N1) ve Ebola salgınlarının turizm sektörünü olumsuz yönde etkilediği bilinmektedir. Ortaya çıkan sağlık krizlerinin turizm sektörü açısından oluşturduğu olumsuz sonuçlar arasında en önemlisi destinasyona yönelik talebin azalmasıdır (Çeti ve Ünlüöner, 2019).

2002 yılında ortaya çıkan toplam 8000 kişinin enfekte olduğu SARS, birçok ülkenin özellikle Çin ve Hong Kong ile ulaşım kısıtları koymasına neden olmuştur. Kasım 2002'de ilk hastanın ortaya çıkması ile birlikte SARS hızlı bir şekilde önce tüm ülkeye daha sonra Güneydoğu Asya ve dünyanın diğer bölgelerine de yayılmıştır (Zeng vd., 2005). SARS ve

seyahat karmaşık bir şekilde birbirine bağlı hale gelmiştir. Yeni ortaya çıkan bu yerel virüsü küresel bir salgına dönüştüren bu hastalığı taşıyan bir gezgindi. Çin'den seyahat eden bir işadami, hastalığı 23 Şubat 2003 tarihinde Vietnam'a taşıdı (Wilder-Smith, 2005). Uluslararası turistlerin salgından etkilenen bölgeleri ziyaret etmesi ve geri dönmesi hastalığın yayılmasına neden olunca Dünya Sağlık Örgütü (WHO) Guangzhou ve Hong Kong şehirlerini yüksek riskli turist destinasyonları olarak açıkladı (Mason vd., 2005). Hong Kong'da bildirilen vaka sayısı, tüm vakaların yüzde 22'sini ve Çin anakarası dışındaki vakaların yüzde 63'ünü temsil etmekteydi. "Asya'nın İncisi" olarak bilinen şehir Hong Kong, sokaklarında yürüyenlerin taktıkları maskeler sebebiyle "Maskeli Şehir" olarak etiketlendi (Au vd., 2005). Birkaç gün içerisinde Çin'deki birçok şehir epidemik alanlar olarak ilan edildi ve uluslararası turistler bölgeyi ziyaret etmemeleri konusunda uyarıldı. Bununla birlikte birçok ülke Çinlilerin girişleri ile ilgili kısıtlamalar koydu. SARS salgını sonrası 2002'nin aynı dönemine kıyasla uluslararası gelen yabancı sayısı %6,5 azalırken son on yılda ilk aylık düşüş de yaşanmış oldu (Zeng vd., 2005). Salgından etkilenen diğer bir yer ise Kanada'nın Toronto şehridir. 2003 yılının Nisan ayında 2002'nin aynı dönemine göre turist harcamalarında %60'lık bir azalma meydana gelmiştir (Jayawardena vd., 2008). Kısacası salgının etkileri, sektörel veya coğrafi olarak eşit bir şekilde yayılmasa da 2003 yılının ilk yarısında turizmde önemli bir gerilemeye katkıda bulunmuşlardır. Küresel seyahatin arzu edilebilirliğine ilişkin genel belirsizlik de artmıştır (Mason vd., 2005). Ayrıca turistlerin uzun mesafeli seyahatlerden vazgeçmeleri ve yakınlarındaki turizm mekanlarına yönelmeleri SARS'ın oteller ve seyahat acenteleri üzerinde etkisinin büyük olmasına neden olmuştur. İstatistiksel olarak net rakamlar olmamakla birlikte, salgının yaşandığı bölgelerdeki her türden işletme bu olumsuzluktan etkilenmiştir (Gu ve Wall, 2006).

Ortadoğu kökenli MERS ise koronavirüs kökenli bir diğer hastalık olarak 2012 Eylül ayından itibaren özellikle Arap yarımadasını etkilemiştir. MERS-CoV Milyonlarca hacının yıl içerisinde hac ve umre ziyaretleri için seyahat ettiği Suudi Arabistan kaynaklı pandemik potansiyele sahip bir hastalıktır. Arap yarımadası dışında ilk vakalar Almanya, Yunanistan, Fransa, İtalya, Hollanda ve İngiltere seyahat edenler arasında görülmüştür. Avrupa dışında ise Mısır, Tunus, Malezya ve Filipinler gibi ülkelerde görülmüştür (Pavli vd., 2014). Salgının taşındığı diğer bir ülke olan Güney Kore'de yaklaşık 2.6 milyar dolarlık turizm geliri kaybı yaşanmıştır. 2015'in Haziran ayından Eylül ayına kadar turist sayısındaki kayıp yaklaşık %37 olmuştur. Bunun en önemli nedeni hastalıktan korkan turistlerin seyahatlerini ertelemek yerine iptal etmesidir (Joo vd., 2019). Virüs epidemik olarak kalmış olsa da, Güney Kore gibi ülkeler için bu tür epidemiler beklenmedik değildir. Özellikle Suudi Arabistan ile yakın

ticaret ve turizm bağları nedeniyle hava yolculuğu sırasında vaka taşıma riski bulunan ülkeler söz konusu olmuştur. Ayrıca her yıl dünyanın her yerinden gelen milyonlarca hacının Suudi Arabistan'dan ülkelere dönmelerinden dolayı bu salgının artma riski olmuştur (Findlater ve Bogoch, 2018). Fakat COVID-19 epidemi olarak tanımlanan bu iki örnekten farklı şekilde çok daha hızlı, geniş ve etkili bir yayılım ile küresel bir sorun haline gelmiştir. COVID-19'un merkezi Çin'den sonra önce Avrupa'ya daha sonra Amerika'ya taşınmış, hastalık 11 Mart tarihi itibarıyla WHO tarafından pandemi ilan edilmiştir.

COVID-19 ve Turizm sektörüne etkisi

Turizm özellikle II. Dünya savaşıdan sonra önemli bir küresel ekonomik aktivite haline gelmiştir. Günümüzde turizm hacmi %4-5 büyüme hızı ile küresel hasılanın %8'ini ve istihdamın %10'unu tek başına karşılamaktadır (WTO, 2020). Ayrıca turizm yüksek çarpan etkisi ile 135'ten fazla sektörü etkilemekte, döviz girdisi yaratarak ödemeler dengesine katkıda bulunmakta, ulaşım, ticaret, inşaat, sağlık, finans gibi birçok öncü endüstriyi de tetiklemektedir. Ekonomik etkileri dışında turizmin, bu çalışmanın konusu dışında kalan birçok sosyal, kültürel ve politik etkileri de bulunmaktadır.

Turizm önemli küresel ekonomik bir sektör olmasına rağmen, dünyanın herhangi bir ülkesinde veya bölgesinde oluşan krizlere karşı oldukça kırılgandır (Pforr ve Hosie, 2008). Turizm talebi, ertelenebilir bir yapıya sahip olduğundan güvenlik sorunları, ekonomik kriz ve sağlık problemlerine karşı oldukça hassas bir görüntü çizmektedir (Blake ve Sinclair, 2003). Turizm ayrıca depolanamaz bir ürün olduğundan fiziksel mallar gibi gelecekte satılmak için saklanamaz. Bugün rezerve edilmeyen, oda, koltuk, masa sonradan satılmak üzere devredilemez. Geçmişte birkaç örnek dışında (örn. 2008 ekonomik krizi) krizler bölgesel etkiler göstermiş sınırlı şekilde küresel turizm hareketlerini etkileyecek seviyeye ulaşmıştır. Etkisi ve hızı düşünüldüğünde küresel turizm endüstrisinin COVID-19 gibi bir krizle daha önce karşılaştığını söylemek güçtür. COVID-19'un etkisinin 2008 finansal krizinde yedi kat daha yıkıcı olması beklenmektedir (Tourism Economics, 2020).

Şüphesiz COVID-19'u diğer salgınlardan ayıran hızla ve geniş alanlara yayılması, bulaş sürecinin ve tedavisinin belirsizliğini koruması yanında, zorunlu seyahat tedbirleri nedeni ile turizmi doğrudan ve aniden etkilemesi gibi özellikleridir. Çin'de ortaya çıkar çıkmaz, daha dünyada sınırlar kapatılmadan seyahatlerin büyük bir kısmının ertelenmesi veya iptal edilmesi durumları söz konusu olmuştur (Wen vd., 2020). Bu kısa vadeli etkilerinin yanında COVID-19'un tarihin en büyük ekonomik krizini tetikleyecek olması etkilerin süresi ve gücü konusunda başka belirsizliklere neden olmaktadır. Bu makro-ekonomik etkiler ile ilgili

öngörüler diğer bölümlerde belirtilmiştir. Bu nedenle turizm salgın yayılımı ile ilgili yaşadığı ulaşım yasakları gibi ani olumsuzlukların yanında, daha uzun vadeli başka sorunlarla da karşılaşacaktır. Turizmin kısmen lüks bir tüketim aracı olduğundan ötelenebilir yapısı ile bu pandemiden ilk etkilenen ve en son toparlanan endüstrilerden biri olması beklenmektedir. Diğer salgınlardan daha geniş ve sert seyahat kısıtlamaları nedeni ile dünya çapında turizm neredeyse durma noktasına gelmiş, birçok ülkede zorunlu durumlar dışında seyahatler kısıtlanmıştır. Birçok havayolu şirketi ve tur operatörü faaliyetlerini sonlandırmış, birçok konaklama işletmesi de faaliyetlerine ara vermek durumunda kalmıştır. Eğlence ve boş zaman sektörünü etkileyen bu geniş kapsamlı kısıtlamalar küresel tedarik zincirinin bozulmasına neden olmuştur (Boone vd., 2020).

SARS ve MERS salgınlarından farklı olarak COVID-19 Çin'den sonra tüm dünyada hızlı bir yayılım göstermiştir. Salgının merkezi önce Avrupa'ya daha sonra ABD'ye taşınmış ve Çin'de yaşanan ölümlerden daha fazlası yaşanmıştır. 11 Mart tarihi itibarıyla WHO tarafından pandemi ilan edilmesinden bu yana, uluslararası trafiğe önemli ölçüde müdahale eden ek sağlık önlemleri uygulayan ülke sayısı artmıştır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, salgının havacılık, denizcilik ve turizm sektörleri üzerindeki etkisini gözden geçirmek ve iyileşme için yenilikçi çözümler önermek amacıyla 25 Mart'ta bir Kriz Komitesi oluşturmuştur. DSÖ de bu komitede teknik danışman olarak yer almaktadır (WHO, 2020). Bu komiteye dahil olan katılımcılar durum ilerledikçe tavsiyeleri değerlendirme ve iletme amacıyla düzenli sanal toplantılar yaparak küresel bir koordinasyon örgütünün parçası olmuşlardır. Katılımcıların üzerinde durdukları en önemli nokta; bu krizin ne kadar süreceği veya turizm üzerindeki nihai ekonomik ve yapısal etkinin ne olacağı konusunda kesin bir bilgi olmaması ve milyonlarca kişinin işsiz kalma endişesidir. Ayrıca Komite, küçük ve orta ölçekli işletmelerin dünya genelinde sektörün % 80'ini oluşturmasıyla krizin sosyal etkisinin, ülkesel turizmin çok ötesine geçerek uluslararası toplumlar için önemli bir endişe kaynağı oluşturabileceğini belirtmiştir (UNWTO, 2020a).

COVID-19'un Dünya Turizm Endüstrisi'ne Etkileri üzerine öngörüler

OECD tarafından yapılan projeksiyonda, salgının etkisini ve yayılmasını kontrol altına almak için alınan önlemlerin olumsuz bir şok yaratacağı, sonuçta efektif talepte zayıflama, güven azalması, işten çıkarılan çalışanlar ile birlikte gelir kaybı ve dolayısıyla seyahat ve turizm hizmetlerine talebin azalması şeklinde zincirleme bir etkinin de oluşacağı belirtilmiştir (OECD, 2020).

Yine Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC) tarafından yapılan açıklamalara göre bu salgının küresel GSYİH'nın yaklaşık %10'nu oluşturan turizm endüstrisinde dünya çapında 100-120 milyon kişiyi işsiz bırakabileceği ve 2020 yılında dünyada 2.1 trilyon dolara kadar seyahat ve turizm GSYİH'sında kayıp olabileceği belirtilmiştir (WTTC, 2020). Ayrıca Dünya Turizm Örgütü, en son gelişmeleri (uluslararası turizmin %50'sini temsil eden Avrupa'nın çoğunda ve Amerika, Afrika ve Orta Doğu'nun birçok ülkesinde karantina önlemleri, seyahat yasakları ve sınır kapanmaları) 2003 yılında yaşanan SARS senaryosunu, küresel seyahat ve mevcut aksaklıkların büyüklüğünü ve dinamiklerini, COVID-19'un coğrafi yayılımı ve potansiyel ekonomik etkilerini göz önünde bulundurarak, uluslararası turist ziyaretlerinin 2020 Ocak ayında tahmin edilenden %20-30 daha az olacağını söylemiştir (UNWTO, 2020b).

Tourism Economics tarafından yayınlanan raporda ise, salgının seyahatler üzerindeki etkisinin 8 ay boyunca devam edebileceği, küresel seyahatlerin yaklaşık %39 oranında azalmasından sonra, 2021'de hızlı bir toparlanma beklenirken, 2019 yılı rakamlarına 2023'ten önce ulaşamayacağı düşünülmektedir. Ayrıca yurtiçi seyahatlerde de %23'lük bir azalış beklenmektedir. Yurt içi seyahat kısıtlamaları uluslararası kısıtlamalardan daha önce kaldırılacağından bir miktar ikame yaratması söz konusu olacaktır (Trimble vd., 2020).

Global öncü göstergeler de turizm harcamalarının uzun vadeli ve keskin bir düşüş yaşayacağını göstermektedir. COVID-19 nedeni ile ulusal (ligler, konferanslar) ve uluslararası (kongreler, olimpiyatlar) etkinliklerin iptal edilmesi de şüphesiz turizm endüstrisini olumsuz etkileyecektir. Ayrıca iş seyahatlerinde de kullanılmaya başlanan dijital toplantı ortamları nedeni ile daha hızlı bir düşüş beklenebilir. Bunun dışında COVID-19 ile ilgili bir aşımın bulunmamış olması ve araştırmaların henüz tam olarak hastalığın nasıl bulaştığı ve belirtileri konusunda yetersiz olması nedeni ile de olası etkileri ve süresi konusunda da belirsizlikler mevcuttur.

COVID-19 Pandemisi Sonrası Türkiye Turizmi Açısından Öngörüler ve Stratejiler

Türkiye'de gayri milli hasılanın %12'si istihdamın %8'i (2,5 milyon kişi) turizm endüstrisi tarafından karşılanmaktadır (COMCEC, 2019). Türkiye turizm endüstrisinin krizlere karşı birçok ülkeye ve endüstriye göre daha dayanıklı olduğu söylenebilir. Zira özellikle 1980'lerden sonra terör, depremler, ulusal ve uluslararası politik olaylar, darbe kalkışmaları ve ekonomik krizleri Türkiye, bazen de eşzamanlı göğüslemiş birçoğundan da daha güçlü çıkmayı başarmıştır. 2019 yılında turizm gelirlerinin takribi 35 milyar Amerikan Doları olduğu düşünülürse, Ekim ayına kadar etkisi sürmesi beklenen COVID-19 krizi en az 25

milyar dolar doğrudan, çarpan etkileri ile bunun iki katı dolaylı bir gelir kaybına neden olacaktır. Diğer bir sorun ise Türkiye'nin ana pazarı Avrupa'nın salgından en fazla etkilenen bölgeler arasında olmasıdır. Maalesef birkaç şehir oteli dışında birçok turizm işletmesi, havayolu, seyahat acentası, turistik restoranlar, taşımacılar hali hazırda kapanmış, birçoğu çalışanlarını ücretsiz izine çıkarmış ya da ilişkisini kesmiştir.

Türkiye tarihinin en yüksek ziyaretçi sayısına yaklaşık 52 milyon ziyaretçi ile 2019 yılında ulaşmıştır. Aynı yıl yaklaşık 35 milyar dolar turizm geliri elde etmiştir (TUİK, 2020). COVID-19 salgını daha Türkiye'de görülmeye başlamadan önce, özellikle Uzak Doğu pazarında ve Anadolu turlarında iptaller başlamış salgının erken rezervasyonların yapıldığı bir dönemde meydana gelmesi tüketicilerin tatil planlarını iptal etmeleri veya ertelemeleri ile sonuçlanmıştır.

Daha önce de belirtildiği gibi turizm insan hareketliliği gerektirdiğinden, COVID-19'dan ilk ve en ciddi etkilenen endüstrilerden olmuştur. Aynı zamanda turizm zorunlu bir tüketim olmadığından, diğer endüstriler toparlandıktan sonra daha uzun vadeli bir toparlanma sürecine girmesi, ancak 2021 yılından sonra eski dinamizmine kavuşması beklenebilir. Toparlanmanın etki sırasına göre ilerlemesi, iç pazardan sonra turizmin salgının etkilerinin zayıfladığı Asya-Pasifik ülkelerinden başlayarak toparlanmaya başlaması beklenmektedir. Özellikle gelirleri ekonomik duruma göre karşılaştırmalı olarak sabit kalan (örn. Kamu görevlileri, emekliler) kesim güvenli bir ortam sağlanınca hızla tatil talebinde bulunacaktır. Kriz sonrası hedeflemenin de öncelikle bu kesime yönelik yapılması gerekir. Özellikle zamanı bol, okula giden küçük çocukları olmayan emeklilerin üçüncü yaş turizminin canlanmasına katkı sunması beklenmektedir. Dolayısı ile ürün ve hizmetlerin bu pazar bölümünün ihtiyaçlarına göre adapte edilmesi önemlidir. Özellikle bu kitlenin risk grubunda olması sağlık, hijyen ve dezenfektasyon gibi hizmetlerin buna göre düzenlenmesini gerektirir. Bunun dışında seyahatler ile ilgili bazı yeni düzenlemeler (örn. sadece COVID-19 bağışıklığı kanıtlanmış kişiler, 25 yaş altı öğrenciler, geliş esnasında 14 gün takip ya da karantina prosedürlerini kabul eden yolcular vb.) de ihtimal dahilindedir. Örneğin İspanya ve İngiltere ülkeye girişlerde 14 gün karantina uygulamayı planlamaktadır.

Ulusal anlamda da turizmin başlangıçta iç turizm ile iyileşme sürecine girmesi ancak daha sonra, dış aktif turizmin toparlanması beklenmektedir. Zira uçuşlar da kademeli olarak, önce iç hatlardan, daha sonra da kısmen güvenli ülkelere başlayacaktır. Turizm Bakanlığı da Ramazan Bayramı ile birlikte iç pazarda bir toparlanma beklenmektedir. Dış aktif pazardaki toparlanmanın da salgının yayılım şeklini takip etmesi, hava trafiğinin Haziran 2020 itibarı ile Uzak Doğu, Rusya, Avrupa ve Amerika sırası ile açılması beklenmektedir.

Hali hazırda Turizm Bakanlığı öncülüğünde diğer birçok ülkede olduğu gibi, kısa vadeli endüstri paydaşlarını ayakta tutmak amacı ile bazı tedbirler alınmıştır. Bunlar mali (örn. vergi, harç, aidat, giriş ücreti, kira ötelemeleri ve indirimleri), finansman ile ilgili tedbirler (örn. düşük maliyetli kredi ve kamu teminatları), hukuki tedbirler (örn. acenta belgelerinin devri, iptal yerine erteleme uygulamaları), dökümantasyon ile ilgili tedbirler (örn. sertifikasyon ve denetleme) ve işgücünün korunmasına dönük tedbirler (örn. kısa çalışma ödeneği, asgari ücret desteği) olarak sıralanabilir.

Kriz kısa vadeli tedbirlerin yanında Türk turizmde kalıcı yapısal bazı değişiklikler yapmak için bir fırsat olarak görülebilir. Yıllardır kamuoyunda tartışılan turist başına düşen gelir Türkiye’de ortalamanın çok altında kalmış, arz fazlası nedeni ile kişi başı 600-850 USD aralığının üstüne çıkarılamamıştır. Bu konuda belirlenen nicelik yerine nitelik hedeflerini gerçekleştirmek, hacim ile kalite arasındaki dengenin tekrar düzenlenmesi için bu dönem bir fırsat olarak kullanılabilir. COVID-19 sonrasında çok sayıda turistin eşzamanlı hizmet alması için dizayn edilmiş sistemler, kitle turizmi ve her şey dahil gibi hizmetler yerini daha kişisel, katma değeri daha yüksek ürün ve hizmetlere bırakacaktır. Türkiye’deki başka bir yapısal sorun da birkaç istisna dışında bölgesel destinasyon yönetim örgütlerinin bulunmaması ya da mevcut örgütlenmelerin kaynak ve etkinlik bakımından yetersiz kalmasıdır. Kriz anında destinasyonların bütüncül bir tepki vermesi, riskleri belirleyip, krizleri etkin bir şekilde yönetmesi ancak iş birliği ile mümkün olabilir. Bu alanda da örgütlenme kamunun yardımıyla, özel sektörü ve yerel yönetimleri de içerecek, bağımsız, hesap verebilir bir yapı hızlı bir şekilde oluşturulmalıdır.

Uzun vadede salgın hastalıklar ile ilgili risk unsuru yaratabilecek uygulamalar özellikle toplu aktiviteler (örn. açık büfe yemekler) ortadan kalkacak, robot ve otomasyon kullanımı artacak, bireysel uygulamaların (örn. oda servisinin) ve bilgi iletişim teknolojilerinin önemi artacak, ve hijyen standartları değişecek, kullanılan ekipmanlar (örn. kullan-at tabaklar) ve bunların hammaddeleri (örn. çelik yerine bakır), odaların dizaynı (örn. basit mutfak eklentileri) ile ilgili de yapısal değişiklikler söz konusu olabilecektir. Konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri uzun vadede buna benzer stratejiler geliştirebilmeli COVID-19 salgını sonrası pazarda oluşacak hassasiyetleri değerlendirmelidir.

Tur operatörleri de uzmanlaşacak küçük gruplar halinde yapılan özel ilgi turizmi önemini arttıracaktır. Ulaşım süreçleri ve araç dizaynları da değişecek, araç başına kapasite düşeceğinden, birim başına maliyet dolayısı ile fiyatlar artacaktır. Tüketici tercihlerindeki doğa tabanlı turizm talebi hızlanarak artacaktır. Geleneksel turizm endüstrisi ile rekabet eden paylaşım ekonomisi tabanlı iş modellerinin (örn. Airbnb) güvenlik, temizlik gibi endişeler

nedeni ile güç kaybedecek olması da öngörülebilir. Diğer taraftan online işlemler artacak, aracısızlaşma (örn. fiziki acentaların ortadan kalkması) trendi hızlanarak devam edecek, bu nedenle pazarda birleşmeler ve satın almalar daha sık gözlemlenecektir. Turizm endüstrisinde genellikle göz ardı edilen önemli paydaşlarından biri de kokartlı rehberlerdir. 20.000 kişi civarında bulunan profesyonel rehberler için de grupların organizasyon süreci düşünüldüğünde sezon daha açılmadan kapanmış ana müşterileri acentaların içinde bulunduğu durumdan büyük ölçüde etkilenmişlerdir. Rehberlik mesleği için de acentaları bekleyen dönüşümün geçerli olduğu büyük grupların yerini daha butik gruplar ve özel turların alacağı söylenebilir. Bu anlamda rehber-şoför uygulaması da ön plana çıkabilecek trendler arasında sıralanabilir.

Kamu planlamasının ve endüstrinin en az bir sene sürmesi planlanan toparlanma esnasında bu yeniden yapılanmaya hazırlanması ve destinasyon imajının (güvenli, sağlıklı, hijyenik vb.) da bu şekilde dönüşümünün planlanması gerekmektedir. Kriz sonrasında farklı senaryolar ile toparlanması muhtemel pazarlar için pazarlama kampanyalarının COVID-19 salgını sonrasında hızlı bir şekilde işlenmek üzere şimdiden hazırlanması, özellikle iç turizmin özendirilmesi için sosyal turizm faaliyetleri, atıl kalan insan kaynaklarının gelişimi için destekler verilmesi, iptaller yerine rezervasyon ötelemeleri, ayrımcı politikaların önüne geçilmesi, kriz ve risk yönetimi sistemlerinin oluşturulması ve sürekli canlı tutulması, işletmelerin sermaye yapılarını sağlamlaştırması, bu tür krizlerin orta vadeli etkilerine daha dayanıklı hale getirilmeleri de bu süreçte ulaşılmaları gereken hedefler arasında sayılmalıdır.

Sonuç

Geçmişte yaşanan salgın hastalıklar özellikle ortaya çıktığı bölgeleri etkilemiş, ancak COVID-19 kadar dünya çapında etki yaratmamıştır. COVID-19'u diğer endemik hastalıklardan ayıran en önemli fark hızlı ve etkili bir yayılım göstermesidir. Ortaya çıktığı dönemden itibaren taşındığı bütün ülkelerde vaka sayıları hızla artmış ve pandemi ilan edilmiştir. Ülkeler sınırlarını kapatmış, önlemler kapsamında gönüllü ve zorunlu karantina uygulamaları etkin hale getirilmiştir. İşletmeler kapanmış ve tedarik zinciri bozulmuştur. Kısaca COVID-19'un tüm dünya üzerinde ekonomik, sosyal ve psikolojik etkileri olmuştur.

Turizm de bu salgından ilk ve en çok etkilenen sektörlerden biri olmuştur. Karantina uygulamaları nedeniyle seyahatler tamamen durmuş ve psikolojik anlamda etkilenen bireyler tatil planlarını ertelemiş veya iptal etmişlerdir. Salgınla ilgili belirsizliklerin devam etmesi ve ikinci bir dalganın ortaya çıkabilme ihtimali turizmle ilgili farklı senaryoların oluşturulmasına neden olmaktadır. Ancak kısa dönemde salgın tamamen ortadan kalksa da turizm sektöründe kalıcı değişimler yaratacağı kesindir. Sosyal mesafe uygulaması ile birlikte bir süre kalabalık

otel işletmeleri, havuzlar ve sahiller görmek mümkün olmayacaktır. İç turizm hareketleri tercih edilecek ve her şey dahil otellerdense bireysel turizm çeşitleri turistler tarafından tercih edilecektir. Yaşanacak gelişmeler salgının etkisinin ne kadar süreceğine bağlı olarak değişmekle beraber, turizm endüstrisini bir süre etkilemeye devam edeceği kesindir.

Kaynaklar

- Au, A. K., Ramasamy, B., & Yeung, M. C. (2005). The effects of SARS on the Hong Kong tourism industry: An empirical evaluation. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 10(1), 85-95.
- Blake, A., & Sinclair, M. T. (2003). Tourism crisis management: US response to September 11. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 813-832.
- Boone, L. Haugh, D., Pain N. ve Salins, V. (2020). Tackling the fallout from COVID-19. İçinde (Ed: Baldwin, R. and di Mauro, B. W.) *Economics in the Time of COVID-19*.
- COMCEC (2019). *Tourism Outlook*. Erişim adresi: http://ebook.comcec.org/Kutuphane/Icerik/Yayinlar/Genel_Gorunum/Turizm/Outlook-2018/files/assets/basic-html/page-1.html#, E. T. 12.04.2020.
- Çeti, B. ve Ünlüönen, K. (2019). Salgın Hastalıklar Sebebiyle Oluşan Krizlerin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(2), 109-128.
- Findlater, A., & Bogoch, I. I. (2018). Human mobility and the global spread of infectious diseases: a focus on air travel. *Trends in parasitology*, 34(9), 772-783.
- Gu, H., & Wall, G. (2006). The effects of SARS on China's tourism enterprises. *Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis*, 54(3), 225-234.
- Güvenek, B., ve Alptekin, V. (2015). Turistlere yönelik terör saldırılarının turizme etkisi türkiye üzerine ampirik bir çalışma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 17(1), 21-38.
- Jayawardena, C., Tew, P. J., Lu, Z., Tolomiczenko, G., & Gellatly, J. (2008). SARS: lessons in strategic planning for hoteliers and destination marketers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 20 No. 3, 332-346.
- Joo, H., Maskery, B. A., Berro, A. D., Rotz, L. D., Lee, Y. K., & Brown, C. M. (2019). Economic Impact of the 2015 MERS Outbreak on the Republic of Korea's Tourism-Related Industries. *Health security*, 17(2), 100-108.
- Mason, P., Grabowski, P., & Du, W. (2005). Severe acute respiratory syndrome, tourism and the media. *International Journal of Tourism Research*, 7(1), 11-21.
- OECD (2020). *OECD Interim Economic Assessment Coronavirus: The world economy at risk 2 March 2020*. Retrieved from <https://www.oecd.org/berlin/publikationen/Interim-Economic-Assessment-2-March-2020.pdf>
- Pavli, A., Tsiodras, S., & Maltezou, H. C. (2014). Middle East respiratory syndrome coronavirus (MERS-CoV): prevention in travelers. *Travel medicine and infectious disease*, 12(6), 602-608.
- Pforr, C., & Hosie, P. J. (2008). Crisis management in tourism: Preparing for recovery. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2-4), 249-264.
- Tourism Economics (2020). *Total Travel Industry Impact*. Erişim adresi: <https://www.ustravel.org/toolkit/COVID-19-travel-industry-research>, Erişim tarihi: 12.04.2020.
- Trimble, S. J., Kyte, S. ve McDermott H. (2020). *Travel & Tourism | Europe Updated Coronavirus impacts and the path to recovery*. Retrieved from <https://www.tourismeconomics.com/press/latest-research/updated-european-coronavirus-impacts-and-the-path-to-recovery/>

- TÜİK (2020). *Turizm Geliri, Gideri ve Ortalama Geceleme Sayısı*. Türkiye İstatistik Kurumu, Erişim adresi: tuik.gov.tr
- UNWTO (2020a). *UNWTO Convenes Global Tourism Crisis Committee All Regions*. Retrieved from <https://www.unwto.org/unwto-convenes-global-tourism-crisis-committee>
- UNWTO (2020b). *Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism*. Updated 24 March 2020, Retrieved from <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-03/24-03Coronavirus.pdf>
- Wen, Z., Huimin, G., & Kavanaugh, R. R. (2005). The impacts of SARS on the consumer behaviour of Chinese domestic tourists. *Current Issues in Tourism*, 8(1), 22-38.
- Wilder-Smith, A. (2006). The severe acute respiratory syndrome: impact on travel and tourism. *Travel medicine and infectious disease*, 4(2), 53-60.
- World Health Organization. (2020). *Coronavirus disease 2019 (COVID-19): situation report, 67*. Retrieved from https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200327-sitrep-67-COVID-19.pdf?sfvrsn=b65f68eb_4
- WTO (2020). *International Tourism Highlights*. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
- WTTC (2020). *Coronavirus Brief 21 April 2020*. Retrieved from <https://wttc.org/en-us/COVID-19/Member-Hub>, E.T. 24.04.2020.
- Zeng, B., Carter, R. W., & De Lacy, T. (2005). Short-term perturbations and tourism effects: The case of SARS in China. *Current Issues in Tourism*, 8(4), 306-322.