

TURİZM EKONOMİSİ VE TÜRKİYE TURİZMİ

Turizm, döviz kazandırma ve cari açığı kapatmadaki rolünün yanı sıra,istihdama da doğrudan etkisi mevcuttur. Turistin pasaportunu pasaport polisine vermesi ile birlikte 50 farklı sektörü ilgilendiren ve fayda sağlayan bir aksiyon başladığını ifade etmemiz yanlış olmaz. İstihdama katkısı ve döviz geliri yaratmadaki katkısı ile cari açığın kapatılması,bölgelerin ekonomik ve sosyal açıdan kalkınmalarına doğrudan etkisi azımsanmayacak düzeyde olup,döviz geliri açısından en milli sektör olarak kabul edebiliriz.

Küreselleşme ile birlikte sınırların ortadan kalkmasının sonucunda, tüm dünyada yaşanan olumlu veya olumsuz gelişmeler en başta gelişmekte olan ülkeleri etkilemektedir. Ekonomik kriz dönemlerinde yatırımların ve kamu harcamalarının azalması, talebin düşmesi, işsizliğin artması sonucunda (sektörün toplam istihdam içindeki payının ortalama %8 olduğunu belirtmekte fayda var.) toplumsal ekonomik gelişme, sosyal kalkınma ve refah gibi makro ekonomik olumsuzluklar yanında bireysel psiko-sosyal sorunlar ile aile içi problemlerin artması ve toplumsal yaşamın bozulmasına da yol açmaktadır.

8 Milyarı aşan bir nüfusa sahip olan dünyamızda,pandemi öncesinde 1,4 milyar insan seyahat ediyordu. Bu sayı 2022 yılı sonu itibariyle henüz 940 Bine ulaşabilmiş durumda.Önümüzdeki 10 yılda bu sayının 2,5 milyara çıkması bekleniliyor.Endüstri 5.0 yada başka bir deyişle “süper akıllı toplum”, dijitalleşme ve yapay zekanın toplumsal yaşamdaki etkilerinin her yönüyle değerlendirildiği, insanların makine ve robotlarla ilişkisinin en verimli biçimde sağlandığı, büyüme ve kalkınmayı amaçlayan bir toplum modelidir.Toplum 5.0’ın merkezinde insan ve insanın yaşam kalitesi yer almakta olmasından hareketle,insanların daha fazla zamana sahip olabileceği ve daha fazla seyahat etme fırsatı bulabileceği anlamını çıkarıyoruz.

Sektör,talepte meydana gelen değişimlerden en hızlı ve en dinamik etkilenen sektörlerdendir. Ülkemiz açısından, özellikle jeopolitik konumunun getirdiği uluslararası politik gelişmelerden oldukça etkilendiği,ayrıca son 10 yılda mevcut iktidarın başta Suriye ve Mısır olmak üzere tüm bölge ülkeleri ile yaşadığı gerilim,çatışmalar ve bu minvalde Avrupa Birliği ile yaşanan başta göçmen krizinin etkisi Türkiye ekonomisini derinden sarsmıştır.

Sektörün son on yılına şöyle bir bakacak olursa,2013 sonu 2014 yılı başından itibaren Rusya’nın Ukrayna ve Kırım üzerindeki politikalarının sonucunda, Avrupa Birliği ve ABD ‘nin ambargo kararı ve petrol fiyatlarını düşürme stratejisinin doğrudan etkisiyle, Rus Rublesinin aşırı değer

kaybı ülkemiz turizmine doğrudan yıkıcı oranda etki etmiştir.(2014 rakamlarına göre Türkiye'ye gelen turist sayısının %12,4'ü Rusya kaynaklıdır.)

Devamında 2015 yılında Türkiye-Rusya arasında yaşanan uçak krizinin etkisi ile 2016 yılının Temmuz ayı ortalarına kadar Rusya'nın uyguladığı seyahat yasağı ve sonrasında yaşanan 15 Temmuz darbe girişiminin iç turizmi de vurmasıyla sektörün son derece zorlu yılları geride bıraktığını söyleyebiliriz. Tek adam rejiminin ülkeyi ekonomik olarak soktuğu darboğazın etkilerinin şiddetlendiği 2018 yılı Ağustos ayından itibaren, TL 'de yaşanan sert değer kayıpları ağırlıklı olarak YP üzerinden borçlanmış durumda olan sektör oyuncularının üzerindeki finansman yüküne bir kat ilave yük bindirmiştir.2018 yılından itibaren sektörün toparlanma ve büyüme yaşayacağı beklentisinin etkisiyle,firmalarca döviz bazında borçlanma ile büyüme ve yatırım yapma eğilimi hakim olmuştur.Özellikle enflasyon ve kur baskısının artması ile birlikte yatırımların geri dönüş süreleri uzamış,özkaynaklarda ve duran varlıklarda döviz bazında erime hasıl olmuştur.

Tüm bunların üzerine,Çin'de ortaya çıkan ve kısa sürede tüm dünyaya yayılan COVID-19'un en derinden etkilediği sektörler ulaştırma ve turizm olmuştur.Ülkemizde de 2020 yılı Mart ayından itibaren uygulamaya konulan tedbirlerin etkisi,sınırların kapatılması,yurtiçi ve yurtdışı seyahat kısıtlamaları ile turizm sektöründe faaliyet gösteren binlerce restoran, kafe, bar, otel, tema park işletmeleri,deniz ve kara yolu yolcu taşımacılığı işletmeleri ile eğlence sektörü firmaları ticari faaliyetlerinde bir anda sıfır noktasını görmüşlerdir. İşletmelerin faaliyetlerine pandeminin etkisiyle zorunlu ara vermeleri yanında, yaz sezonuna yönelik rezervasyon iptallerinin eklenmesi, Turizm Endüstrisini bu dönemde ödemeler dengesi ve nakit döngüsü anlamında çok güç durumda bırakmış, en yoğun işten çıkarmaların yaşandığı sektör haline gelmiştir.Gerek işletme sermayesi gerekse yatırım finansmanı geri ödemelerini,mevsimsellik gereği yaz sezonuna özgü esnek ödeme planlarına uyarlamış olan firmaların %35-40 kapasite ile faaliyete başladıkları dönemde kendilerini kredi ödemeleri ile başbaşa bulmuşlardır.Bu dönemde hükümet kanadından hiçbir destek bulamayan firma ve işletmelerin bankaların yüksek faiz oranlı yapılandırma seçeneklerini kabul etmek dışında seçenekleri kalmamıştır.

İşte tam da bu aşamada yine ülkece en önemli sıkıntımızın varlığını hatırlıyoruz, "Plansızlık". Ekonomiden dış politikaya,kamu yönetiminden eğitime,sağlığa ve turizme kadar ülkede kısa,orta ve uzun vadeli devlet planlarımızın yada politikalarımızın oluşturulamaması bizleri ehvenişer seçimler yapmak durumunda bırakıyor. Ülkemiz turizmindeki en temel problemlerin başında planlama ve organizasyon eksikliği ile olasılıksızlık yönetimi geliyor diyebiliriz.

Pandemiden çıkış arayan ve ardı sıra bağıra bağıra gelen savaş ihtimaline karşı, farklı destinasyon seçeneklerine dair ciddi bir adım atılmayan bir yönetişimsizlikten bahsediyoruz. O dönemde, Türk Lirası'nın aşırı değer kaybı neticesinde Avrupa pazarı için oldukça cazip bir destinasyon seçeneği haline gelen ülke turizminden beklenti, özellikle Portekiz, İspanya, İtalya ve Yunanistan'a karşı mukayeseli bir üstünlük kurabileceği ve 2019 rakamları yakalanamasa bile yaklaşılabileceği beklentisi yönünde idi. Bu minvalde, Bakanlık ve sektörün önde gelen STK'ları ile birlikte hareket edilip, yoğun bir tanıtım ve organizasyon ile başarı elde edilebilirdi.

2022 yıl sonu rakamlarına dikkate alındığında Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre, turist sayısı covid pandemisi öncesi rakamlarının henüz %63'üne ulaşabilmiş durumda. Pandemi öncesinde yaklaşık 1,5 Milyar insan seyahat edebilirken 2022 yılında bu rakam 940 Bin seviyesine ulaşabildi. Türkiye özeline dönecek olursak, yıllardır en çok turist çeken ülkeler sıralamasında üst sıralarda yer alan ülke turizminin, Almanya, İngiltere, Japonya'dan neredeyse iki kat fazla turist ağırlama becerisini gösterirken, işin gelir boyutuna geldiğimizde bu ülkelere milyarlarca dolar neden daha az gelir elde ediyoruz?

Ülkemizin istikrarlı, sürdürülebilir ve sağlıklı bir ekonomik büyümeyi yıllar itibarıyla devam ettirebilen bir turizm ekonomisi yaratamamasında en temel iki sorun;

- **Markalaşma ve tanıtım problemi**

Bulduğumuz coğrafyada Unesco Dünya Mirası Listesi'nde yer alan tarihi miraslar ve yanı sıra antik kentlerin sayısını düşündüğümüzde, bu topraklarda yaşamış uygarlıkların bizlere bıraktığı mirasın ne kadar değerli ve fevkalade olduğunu görebiliriz. Dört bir yanından doğal güzellikler ve tarih fışkıran bir cennetin tanıtım ve turistik pazarlama açısından yıllardır sınıfta kaldığını söyleyebiliriz. Turizm destinasyonlarımızın en başta bir hikayeye ihtiyacı var. Sonrasında her bölge ve kent özelinde Turizm Kalkınma Ajansları, STK'lar ve yerel yönetimlerin içinde olacağı bir süreçte kentlerin markalaşma şifrelerinin oluşturulması gerekmektedir. Dünya'nın veya Avrupa'nın en iyi .. 'ları olmayı hedeflerek başarmayı denemek zorundayız. Her bir destinasyon özelinde kente özgü marka yemekler, marka geleneksel, coğrafi işaretli ürünler belirleyip tanıtmak ve bu ürünler ve konular özelinde uzmanlaşılmasının sağlanması, bize özgü dokulara, ürünlere ve yemeklere fokuslanmak gerekiyor.

- **Ülke turizminin siyasi ve jeopolitik etkilerden arındırılmaması,**

Türkiye'nin 4 saatlik uçuş mesafesinde 57 ülkede toplam 1,6 milyarlık nüfusa ve yaklaşık 30 trilyon USD'lik ekonomik büyüklüğe ulaşma imkanına sahip bir konumda yer alıyor. Buna karşın



turizm ekonomimizin aldığı payın Rus ve Arap asıllı turistlere bağımlı olarak deniz-kum-güneş mottosundan öteye evrilemediğini üzümlere söyleyebiliriz. Turizmin çeşitlendirilerek daha katmadegerli turist kabul edilmesi ve kişi başına elde edilen turizm gelirlerinin ancak bu sayede 760 USD seviyesinden 1.000-USD ve üzeri bir seviyeye taşınması mümkün olabilecektir.

Antalya Bölgesi özelinde özellikle “herşey dahil” konseptiyle ciddi bir niceliksel turist ağırlanmakta olmakla birlikte, ülkenin diğler bölgelerinde ve turizm destinasyonlarında ilave bir Antalya yaratılmasına ihtiyaç yoktur. Diğler bölgeler özelinde, sağık turizmi,spor turizmi,deniz turizmi,agro turizm,gastronomi turizmi ve dijital göçebeler üzerinde yoğunlaşmakta yarar görüyoruz.

Ülkenin 4 saatlik uçuş mesafesinde 1,6 milyarlık bir nüfusa ulaşabildiğı, özellikle yaşlı Avrupa nüfusunun sağık turizmi açısından muazzam bir potansiyel teşkil ettiğı açık bir gerçektir. Sağık turizmi denilince aklımıza ilk olarak termal/kaplıca turizmi gelse de yanı sıra göz hastalıklarından, kadın hastalıklarına, ortopediden estetiğle, diğ tedavilerine kadar oldukça geniş bir yelpazeye ulaşmış durumda. Özellikle İskandinav ülkeleri ile Danimarka, Hollanda, Almanya gibi sosyal devlet anlayışının hakim olduğı bir çok ülkede, sosyal güvenlik sağık sistemleri tarafından tedavi masraflarının karşılanmasının yanı sıra, insanların sağık sorunlarının çözümü noktasında sadece kendi ülkelerindeki hekimleri ve fiyatları değıl, en iyi çözümü en düşük maliyetle sunan seçenekleri değılendirmektedirler. Sosyal güvenlik giderleri artan gerek kamu gerekse özel sigorta şirketleri, başta tıbbi tedavi olmak üzere, termal ve fizik tedavi uygulamalarının kaliteli hizmeti daha uygun maliyetle sunan, uygun ulaşım mesafelerinde yer alan yurt diğı sağık kuruluğu seçeneklerini değılendirmektedir.

Tüm dünyada 100 milyar USD’yi aşan hacmi ile sağık turizminden pay almak isteyen tüm ülkelerin iştihanı kabartmakta, bu haliyle de katma değler yaratan yeni bir turizm seçeneğı halini almaktadır. Turizm gelirlerini artırma çabasında olan ülkelerin bu konuda neler yaptığı da başka bir yazımızın konusu olsun. Türkiye özelinde ise ülkenin mevcut şartlarına göre farklı bölgelerinde farklı sağık turizmi çeşitlerine odaklanılması ve bu bölgelerde uygulanacak yatırım teşvikleri ile sektörün büyümesinin önü açılabilir. Örneğın Çeşme, Afyon, Kütahya, Denizli, Balıkesir, Bursa ve Nevşehir bölgelerinde termal turizm yatırımları desteklenirken, İstanbul ve İzmir’de tıbbi sağık turizminin öne çıkarılması bölgesel turizm gelişimlerini hızlandırması suretiyle, ülkenin turizm çeşitliliğinin yaygınlaşmasına, gelirin, gelir çeşitliliğinin ve bölge ekonomilerinin sürdürülebilir bir kalkınma elde etmelerine de olanak sağlayacaktır.

Deniz turizmine gelecek olursak; dünyada kruvaziyer ve yat turizminin yoğunlaştığı en önemli destinasyonlardan biri Akdeniz ülkeleri bölgesidir. Ülkemiz Fransa, İspanya, Sicilya-Malta, Yunan Adaları, Hırvatistan ve İtalya ile birlikte Akdeniz’de yer alan en önemli yat turizmi rotaları arasında yer almaktadır. Hizmet kalitesi, tarihi ve kültürel zenginliklerimize karşın marina sayısının yetersiz kaldığı görülmektedir. İtalya’da 379, İspanya’da 356, Hırvatistan’da 159 adet marina bulunmasına karşın son dönemde yapılan marinalara rağmen Türkiye’nin sahip olduğu nitelikli marina sayısı henüz 83 adettir.

Bakanlık sayfasında yer alan bilgilere göre Yap-İşlet-Devret modeli ile ihale edilen ve inşaatı devam eden Antalya, Muğla, Tekirdağ, Haliç bölgelerinde yapılan 5 marinaya ilave ihale edilmeyi bekleyen Çeşme/Şifne, Seferihisar, Karaburun, Foça bölgelerinde planlanan marinaların da son derece önemli ve kıymetli olmakta birlikte henüz arzu edilen seviyeye gelinmesini sağlayamayacağı görülmektedir. Son derece önemli doğal güzelliklere, mavi ile yeşilin buluştuğu koylara sahip bir ülke olduğumuz düşünüldüğünde Ege ve Akdeniz kıyısında yer alan turizm merkezlerinde bağlama kapasitesini artıracak 5-10 ve 25 yıllık planlamaların yapılmasına, yerel yönetimler ile koordineli bir şekilde alt ve üst yapı eksiklerinin giderilmesine ihtiyaç vardır.

Bunların yanı sıra,sektör oyuncularının rekabet gücünü azaltan ve belini büken hususlardan da arındırılacak yasal düzenlemelerin sağlanması gerekmektedir. Bunlardan bazılarını yer verelim.

- 7183 sayılı kanunun 6.maddesi kapsamında alınan Turizm Katkı Payı,
- 2023 yılında yürürlüğe konulan %2 oranlı Konaklama Vergisi
- Eximbank Kaynaklı Turizm Kredilerinin, Sevk Öncesi İhracat Kredileri’nde olduğu gibi bankalarca piyasaya plase edilebilmesi ve aynı ihracatta olduğu gibi döviz kazandırıcı faaliyet olan turizm sektörünün de faiz ve maliyet avantajlarından faydalandırılması,
- Ekonomide yer alan tüm küçük ve orta büyüklükteki işletmeleri ilgilendiren Kira Stopajı konusunun yeniden düzenlenmesi,
- Müzik yayın saatlerine ilişkin genel yasak kararının kaldırılması,
- Alkollü ürün satışına ve satış saatlerine dair getirilen kısıtlamaların kaldırılması,
- Sektörün yetişmiş, iyi eğitim almış, nitelikli personel ihtiyacının giderilmesi amacıyla Turizm Meslek Liseleri ile Turizm Fakültelerinin sayısının artırılması, zorunlu staj dönemlerinin artırılması,

- Ecrimisil veya işgaliye vergi ve harçlarının sektör ve amaca göre farklılaştırılması,
- Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı(TGA) 'nın yapısının yeniden organize edilerek,ülke tanıtımına yönelik daha proaktif hareket kabiliyeti kazandırılması,
- Münhasır belirlenecek bazı turistik bölgelerde yapılacak yeni tesislerde, sayısı ve niteliği ve denetimi bakanlıkça yerine getirilmek kaydıyla ve sınırlı bir sayıda lisans usulü olmak üzere açık uluslararası ihale yoluyla kumarhane içeren otel ruhsatları,
- Artan enerji maliyetleri tesislerin kış döneminde faaliyetlerine ara vermelerine,mevsimsel bir çalışma düzeni oluşturmalarına ve bu minvalde sezonluk işgücü temin etmelerine sebebiyet veren en önemli husustur.

Tüm bu konular gözden geçirilerek ele alınmasında fayda görülen hususlardır.

Sonuç olarak Türkiye,katmadeğerli bir turizm yapısına geçecek adımları atmayı denemek,alt ve üstyapı yatırımlarını tamamlamak maksadıyla,merkezi hükümet ve yerel yönetimlerle yeknesak bir çalışma yürütülerek, 2030 yılı sonunda 100 Milyar dolarlık bir turizm geliri hedef ve planlamasına göre bir istikamet kendisine çizmeli ve bu doğrultuda hareket etmek durumundadır.



HAKKIMDA

Onur Saatlı, 1982 yılında Çeşme’de doğdu. İlk, Orta ve Lise eğitimini Çeşme’de tamamlamasının ardından, 2003 yılında Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi Bölümü’nden mezun oldu. Mezuniyet-Bitirme Tezini “Turizmin Türkiye Ekonomisi’ndeki Yeri ve Ege Bölgesi Turizmi” konusunda verdi.

2005 yılından 2021 yılına dek Türkiye İş Bankası A.Ş. ‘de Yönetici olarak çalıştı. Türkiye İş Bankası Anonim Şirketi’ndeki görevi esnasında, 2010 yılından itibaren dört dönem boyunca Banka-Finans ve Sigorta İşçileri Sendikası’nda (BASİSEN) Sendika Temsilcisi ve Genel Kurul Delegatesi seçilerek sendikal mücadelenin içinde yer aldı. Turizm alanında faaliyet gösteren aile şirketlerine daha fazla vakit ayırabilmek adına 2021 yılında Türkiye İş Bankası A.Ş.’deki görevinden ayrılarak, şirketlerin idaresinde görev almaya başlamıştır.

Birçok sivil toplum kuruluşuna üye olmasının yanı sıra, iki yılı aşkın süredir POLİTİKAYOL ‘da yazmaktadır.

15.01.2002 tarihinden günümüze Cumhuriyet Halk Partisi üyesi olan Saatlı,bir çok dönemde delege olmasının yanı sıra,2019 Yerel Seçimlerinde Çeşme’den Belediye Başkanlığı’na aday adayı olmuştur.

Onur Saatlı,evli ve bir çocuk babasıdır.