



Turizmde Başarmak Vizyon ister



Ülkemizin dış kazanımlarında turizm ve ihracat olmak üzere iki temel başlığı var. Dünyadaki turizm hareketi 1 trilyon 300 milyar USD civarında katma değer üretiyor ve turizm ülkesi olarak anılan ülkemizin bu katma değerdeki payı ise %1,5 civarında. 2016 yılında dünya genelinde 1 milyar 235 milyon turist seyahat etmiş, uluslararası turist varışlarında geçen yılın aynı dönemine göre %4'lük büyüme gözlemlenmiştir.

Türkiye'nin turizm barometresi...

Yıllar boyu yaşadığı terör olayları, hava sahasını ihlal eden Rusya'ya ait savaş uçağını düşürmesinin ardından gelişen Ortadoğu sorunları, yaşanan gezi olayları ve 15 Temmuz darbe girişimi gibi nedenlerle Türkiye'nin turizm karnesine göre; usula-

rarası turizm gelirlerinde 12. sıradan 17. sıraya, uluslararası turist varışlarında ise 6. sıradan 10. sıraya gerileme görülmüştür. Türkiye, 2013 yılında dünyada turistlerin en çok ziyaret ettiği ülkeler sıralamasında 6'ncı sırada yer alırken, bu oran 2016 yılında 44'üncü sıraya gerilemiştir. Dünyadaki turizm gelirleri yıllık ortalama %4'lük bir büyüme gerçekleştirirken, Türkiye'nin 2016 da turizm gelirleri %30'a yakın azalmış, 2015 yılında 717 USD olan turist başına gelir ise 2016 yılında 705 USD olarak gerçekleşmiş, 2017 yılı 9 aylık verilerine göre ise bu değer 634 USD değerine gerilemiştir.

Ülkelere göre ziyaretçi başına turizm gelirinde 2014 yılında dünya ortalaması 1.100 dolar iken Türkiye'ye gelen bir ziyaretçi ülkemize ortalama 828 dolar bırakmıştır. ABD 'de bir ziyaretçi ortalama 2.371 dolar, Tayland'da 1.551 dolar, in-



Uzm. Dr. Sinan İbiş
Medikal Turizm Derneği Başkanı





giltere'de 1.388 dolar ile dünya ortalamasının üstünde harcama yapmıştır. İspanya'ya giden bir ziyaretçi 1.003 dolar, Yunanistan'a giden 808 dolar Fransa'ya giden 662 dolar, Tunus'a giden 386 dolar, Ukrayna'ya giden ise daha az para bırakmıştır.

2015 yılında 31.5 milyar dolar seviyesinde gerçekleşen ulusal turizm gelirimiz; 2016 'da yüzde 30 düşerek 22.1 milyar dolarda kalmış, böylece bir yılda turizm gelirimizde 9.4 milyar dolar düşüş yaşanmıştır.

Türkiye'nin turizm geliri, 2017'de bir önceki yıla göre yüzde 18,9 artarak 26 milyar 283 milyon 656 bin dolara yükselmiştir.

Turizm sektöründe kriz...

Turizm sektörünü vuran ekonomideki durgunluk, artan terör olayları, Rusya krizi, AB ve diğer ülkelerle yaşanan siyasal

sorunlar, gezi olayları, 15 Temmuz darbe girişimi gibi birçok talihsiz süreçlerin neden olduğu kriz süreci nedeniyle iflasın eşiğine gelen turizm sektörünün yatırımcıları tesislerini satılığa çıkarmaya başlamış, turizm kapasitemizde daralma ile birlikte turizm istihdamı da azalmıştır. Bu duruma karşın AB ülkeleri ve Amerika'daki terör olaylarının yaygınlığı değerlendirildiğinde ise; bu ülkeler de turizm de verimliliğinde gerileme ve turizm istihdamında azalma yaşanmışken, turizmde rekabet eden büyük destinasyonlardaki ülkelere sadece Türkiye'de turizm istihdamında %16 oranında azalma görülmüş, örnek olarak İspanya'da ise 2016 yılında otellerdeki perso-

nel istihdamında %15 gelişme görülmüştür.

Turizm ekonomisinde İspanya ve Fransa örneği...

Dünya Ekonomik Forumu seyahat ve turizm rekabet endeksine göre; 2017 raporunda ilk 10 'a giren ülkelerden 6 'sı 2016 yılında dünya çapındaki 1.2 milyar turistten 620 milyonunu ağırlayan Avrupa'da yer almaktadır. Dünya Ekonomik Forumu'nun her 2 yılda bir yayınladığı ve 136 ülkeyi güvenlik, temizlik ve kültür başlıkları altında değerlendirdiği seyahat ve turizm rekabet endeksi zirvesine bu yıl da İspanya oturmuştur. Dünya Ekonomik Forumu tarafından oluşturulan seyahat ve turizm rekabet endeksinde 136 ülkenin güvenlik, sağlık, temizlik, fiyat — fayda dengesi, uluslararası topluma bakış açısı, turizm hizmetleri, ulaşım altyapısı ve doğal kaynakları değerlendirmesine göre İspanya kültür, doğal kaynak-





lar, turizm hizmet altyapısı ve hava taşımacılığı üstünlüğü ile listenin birincisi olmuştur. İspanya'yı güvenlik sorunlarının yüksek olduğu Orta Doğu ülkelerinden ziyaret eden turist sayısında da önemli artış olduğu görülmüştür. 2015 ve 2016 yıllarında Fransa, yaşanan terör olayları sebebiyle otel ve uçak biletlerinde indirim yapmak durumunda kalmış ve fiyat-fayda dengesi bu sayede Fransa'ya artı puan kazandırmış, Fransa kültür ve hava yolu bağlantısı konularında artı puan olarak listede ikinci konumunu korumuştur.

Yurt dışında yaşayan Türkler...

Turizm gelirleri son 17 yılın gerisinde kalan ülkemiz; 2016 yılında, dünya ve kıtalar bazında "en çok ziyaret edilen ülkeler" sıralamasına da girememiştir. Ülkemiz geçen yılın ilk 6 ayında 12.5 milyon turist ağırlayıp 8.9 milyar dolar turizm geliri elde etmiştir. Bu yılın ilk 6 ayında turist sayısı 13.7 milyona yükselmiştir ama, turizm gelirimiz 8.9 milyar dolardan 8.7 milyar dolara gerilemiştir. Turist başı harcama değeri de 696 dolardan 611 dolara düşmüştür. Ağırladığımız turistlerin 11.4 milyonu yabancı ziyaretçiler. 2.2 milyonu ise yurt dışında yaşayan Türkler olmuştur. Önemli bir tespit olarak yurt dışında yaşayan Türk'lerin kişi

başı döviz harcamaları yabancıların harcamalarının üzerinde gerçekleşmiştir. Turizm gelirlerinin yaklaşık yüzde 80 'ini yabancı turistlerden, yüzde 20 dolayındaki kısmını Türkiye'yi ziyaret eden yurt dışında yaşayan Türklerden elde ediyoruz ki; Türkiye turizmde başarılı bir verimlilik için Avrupa'da yaşayan 5,5 milyon Türk vatandaşına yatırım yapılmalıdır.

Ağlayıp sızlanan turizm şirketleri...

Turizm tesisleri veya işletmelerinin sahipleri özerk şirketlerdir ve bu özerk şirketler kendi iradeleri ile turizm işine girmişlerdir. Günümüzde her ülke, her geçen gün artan düzeyde ülke içi ve ülke dışı kaynaklı ciddi sorunlarla mücadele ederken; ekonomilerini, verimliliklerini, turizmdeki geleceklerini de başarılı bir düzeyde tutabilmeyi sağlamışlardır. Bu şirketlerin turizmde yaşadıkları verimlilik veya verimsizliğin sorumluları öncelikle kendileridir. Devletimiz turizm sektöründeki şirketlerin geleceğine; imkanları, insan kaynağı ve ilişkileri ölçüsünde destek olmaktadır. Bu desteklerin daha iyi, daha etkili, daha verimli olabilmesini her zaman turizm profesyonelleri olarak tartışabiliriz ve devletimize öneriler getirebiliriz, bu yaklaşım bireysel olarak vatandaşlık görevimizdir.

Ancak turizm işletmelerimizin geleceğini planlamak konusunda da yenilikçi, değer yaratan fikirler, planlar, stratejiler, uygulamalar geliştirip hayata geçirmediğimiz sürece turizm rekabetinin dışında kalınacağı ve başarısız olunacağı aşikardır. Nitekim 3.Turizm Şurası'nın çıktılarını açıklayan Kültür ve Turizm Bakanı Sayın Numan Kurtulmuş; turizmi canlandırmak amacıyla uçaklara yakıt desteğinin artarak süreceğini açıklaması turizmcileri memnun etmiştir ve turizmciler her yıl bu desteği bekler hale gelmişlerdir. Sürekli devletten destek bekleyen ve destekleri kullanarak mutlu olan turizmcilerimiz yerine; devletimize ve turizm sektörü ile ilişkilendirilecek binlerce iş alanına ekonomi ve gelecek kazandırarak mutlu olan turizmcilere dönüşmeyi başardığımız sürece turizmimiz süreklilik, üretkenlik ve gelecek kazanacaktır.

Kültür ve tarih mirasımız...

Ülkemiz dünyanın en zengin kültür ve tarih mirasının üzerinde oturmaktadır, bu anlamda turizmde ekonomiye dönüştürülecek birçok fırsatları vardır. Ayrıca ülkemizin eşsiz birçok kültür ve tarih mirası da UNESCO envanterindedir. Öncelikle tek yapılacak iş; bu zenginliği ve fırsatları turizm ekonomisinde verim-



Ülkemiz dünyanın en zengin kültür ve tarih mirasının üzerinde oturmaktadır.



liliğe dönüştürmektir. Dünya kültür mirasımızı ve ülkemizin fırsatlarını görmeli, hissetmeli, tatmalı ve yaşamalıdır. Bunu dijital teknolojileri ve dijital ağların gücünü kullanarak, akılcı satış içerikleri oluşturarak, stratejik planlarını yaparak ve bu planları uygulayarak sağlayabiliriz. Ülkemiz kendi turizm ürünlerini nihai kullanıcılara ulaştırmak konusunda kanallar geliştirmemiştir ve bir anlamda işletmeleri ile işletme geleceğlerinin anahtarını tur operatörleri gibi küresel turizm aktörlerine teslim ederek küresel rekabetteki rolünü yok etmiştir. Turizm ürünlerimizin fiyatını işletmelerin

belirleme gücünü tamamen elinden alan bu durum, turist başı gelirlerimizin neden her yıl biraz daha düştüğünü çok iyi açıklamaktadır.

Türkiye artık tatil turizmi satışındaki piyasa payını kaybetmek üzeredir...

Ülkemiz ancak küresel olumsuzluklardan etkilenmeyen turizm hareketi içinde rollerini belirleyerek turizm krizinden sıyrılabilir. Örnek olarak hedef ülkelerin ihtiyaçlarını referans alan turizm hareketlerini geliştirmek (hedef ülkelerin tıp çalışanlarının ülkemizde eğitilmesi, hedef ülkelerde

yapılamayan ileri sağlık hizmetlerinin ülkemizden alınması, termal tıp kapasitemizin inşa edilecek konsept uygulamalarının dünyaya açılması, karşılıklı iş alanlarını geliştirmeye yönelik seyahatler, üniversitelerimizin yabancı öğrenci kapasitelerinin geliştirilmesi, iyi kurumsal kapasitemizin hedef ülkelere aktarılması için know how transferi, deneyimler yaşayabilecekleri turizm ürünleri, kültür ve tarih mirasımızın uluslararası film yapımcılarına film platosu oluşturmasına yönelik izinler ve teşviklerin sağlanması... gibi daha nice turizm ürünlerini geliştirmek).

Turizmde pazar araştırması, inovasyon, dijital pazarlama, eğitim, akılcı rekabet şart...

Tüm turizmcilerimiz turizmde inovasyon, yeni ürün, çapraz satış gibi hususlarda gelişimlerini ve pazarlama stratejilerini ivedilikle sağlamalıdır. Küresel rekabette var olmak için fiyatları sürekli düşürmek yerine turizm ürünleri yanında diğer turizm ürünlerini promosyon olarak sunmak (Örnek olarak Antalya'yı tercih eden turistlere günübürlük veya bir gece konaklamalı Kapadokya da nefes dopingi ile tarih ziyafeti, Ihlara Vadisinde kelebeklerle dans gibi fantezi yönü güçlü promosyonlar sunmak), katkı sağlayamayan turizm örgütlerimizin de; üyelerine vakit kaybettirmeden, onlara gelecek yaratmak üzere değişime ve yenilenmeye ihtiyaçları vardır. Ayrıca Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın bürokrasi kadrolarına atanan veya atanacak kişilerin turizm deneyimleri olan insanlardan tercih edilmesi turizm verimliliğimiz için son derece önemli ve gereklidir. Ayrıca turizm verimliliğinde eğitimi sektör çalışanlarına uygulayan Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın özellikle 256 dış temsilcilikte görevli kültür ve ekonomi müşavirler ile Bakanlık ve yerel idarelerinde çalışanlarını da eğitimlerle niteliklendirmesi turizm verimliliğimiz için gereklidir. Çünkü eğitim her zaman, herkes içindir.

Turizmde Verimlilik Komisyonu...

Rekabeti azaltmak, kısa ve orta vadede turizm gelirlerini geliştirmek, stratejik planlamaları hayata geçirmek için Medikal Turizm Derneği çalışmalarını ve deneyimlerini Kültür ve Turizm Bakanlığı başta olmak üzere sektörle paylaşmaya hazırdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından **Türkiye İçin Turizmde Gelecek Komisyonu** adı altında bir komisyon kurulabilir ve bu komisyonun çalışmaları aylık süreçlerde rutin haline getirilerek turizm geleceğine çok iyi yön verebilir. İnsanlarımızın gerek turizm farkındalığı ve turizme katılımı, gerekse de turizmin ihtiyacı olacak reçetelerin keşfini sağlamak üzere **Turizmde Kazanmanın Reçeteleri** konulu proje yarışmaları açarak keşfedilmemiş fikirleri kucaklanabilir. Ülkemizde her alanda olduğu gibi turizm alanında turizmimizi sıçratacak ve kazanıma dönüştürecek insan kaynağımız vardır, yeter ki isteyelim, yeter ki değerlendirelim, başarı çok yakınımızda olacaktır.

