



# TURİZM ÇALIŞTAYI

## Raporu

25 Şubat 2022

## ÖN SÖZ:

Türkiye'nin en önemli markası Turizm, olması gereken noktanın çok gerisinde olduğu yerden bir adım öteye gidememekte, aksine güç ve değer kaybetmektedir.

Sorun; sanıldığı gibi Salgın (Pandemi)'nin kendisi değildir.

Sorun bu coğrafyada yaşamamanın bedeli olan terör, deprem gibi olağan sayacağımız sorunların da dışındadır.

Sorunun temeli, yapısal sorunlar kadar, siyasal ve onun ekonomi anlayışı temelindedir.

Ucuz emek bazlı kalkınma modelinin turizm sektöründe geçerliliği yoktur.

Bu anlayış, "Marka değeri" kaybettirmekten öte bir işlev taşımaz.

Türkiye turizmde gelişmesini ucuz ürün sunumu üzerinden değil, Barış, demokrasi ve özgürlüğün yaşandığı ülke imajıyla kazanmalıdır.

4.5 saatlik uçuş mesafesinde 1.5 milyar insanın ulaşabildiği, çoğunluğu bizim milli gelirimiz ve kişi başı satın alma gücü açısından bizden çok üstün olan bir insan topluluğunun, 200 trilyon dolarlık bir ekonomik büyüklüğün merkezi konumunda konuşlanan ülkemiz, turizmden kısa sürede yıllık 150 milyar dolar gelir elde edebilecek potansiyele sahip, her türlü güzelliği topraklarında barındırmaktadır.

Plansız, hesapsız, kontrolsüz yatırımlar, Türkiye ekonomisinin her alanında olduğu gibi turizm yatırımlarında da, fiziki ve insan kaynağına yapılan yatırımdır ve yararından çok zararı vardır.

Hesapsız yatırımların sonucu ülke çıkış olarak ucuz emek, ucuz ürün, ucuz turizm ülkesi, yetersiz gelir sarmalına mahkum olmuştur.

Yabancı göçmenleri ucuz emek deposu olarak gören ekonomik yaklaşım, turizm sektörüne doğrudan zarar verir, başka sorunlara da kaynaklık eder.

Ucuz ülke imajını değiştirmenin temel yolu, en büyük pazarımız olan batı pazarının ihtiyaçlarına göre planlamış turizm sektörünün kaderini değiştirmenin temel yolu ülkenin demokratik, güvenilir bir özgürlükler ülkesi imajını tekrar kazanmasıdır.

Yapısal düzenlemelerin başında sektörün demokratik katılımını sağlamak için yapılan düzenlemeler gelir.

Turizm üst kurulu, sektörün tüm temsilcilerinin ilgili konularda karara katılımlarının sağlandığı yapılar olmalıdır. Sektör kendini yönetebilme yetisine sahiptir, Siyasetin alacağı kararlara katılımları özendirilmelidir.

Yerel yönetimlerin alınan kararlara sektörün temsilcilerinden oluşan kurula -turizm üst kuruluna- katılması şarttır.

Turizm sektörü, kara para aklama ve haksız rekabet suçlamalarına meydan vermeyecek düzenlemeleri yapmalıdır.

Türkiye, doğayı, çevreyi insanı ve yatırımlarını koruyarak turizm gelirlerini Akdeniz çanağındaki ülkelerin çok üzerine çıkartacak yasal düzenlemeleri ve idari yapılanmayı gerçekleştirmelidir.

## **ÇALIŞTAYIN AMACI;**

Bu rapor; 25 Şubat 2022 tarihinde, Cumhuriyet Halk Partisi İstanbul İl Başkanlığı Turizm Komisyonu tarafından "Turizm Çalıştayı" başlığı altında aşağıda belirtilen çalışma konuları doğrultusunda turizm sektörünün sorunlarının çözümüne katkıda bulunmak amacıyla yapılmıştır.

## **ÇALIŞMA KONULARI;**

- 1) Sektördeki İstihdam ve Ücretlendirme
- 2) Turizm Verileri
- 3) Yatırımlar ve Teşvikler
- 4) Siyasi ve Sosyal Politikalar
- 5) Rekabet ve Ürün Fiyatlaması
- 6) Turizm Çeşitliliği ve Coğrafi dağılımı
- 7) Çevresel ve Kültürel sürdürülebilirlik
- 8) Ulaşım çeşitlendirilmesi
- 9) Turizmde örgütlenme
- 10) Dijital dünyada turizmin geleceği
- 11) Tanıtım ve Pazarlama

## ÇALIŞMA YÖNTEMİ VE AKIŞI;

Çalışmaya ülkemiz turizminin deneyimli turizmcileri davet edilmişlerdir. Sivil toplum kuruluşları, belediyeler, konaklama, seyahat acentaları, rehber, ulaşım ve yiyecek-içecek-eğlence temsilcileri ile turizm sektörünün diğer bileşenleri katılmışlardır.

Grup çalışması esas alınmış ve 6 masa 10'ar kişilik gruplara ayrılarak yukarıda belirtilen çalışma konuları çerçevesinde beyin fırtınası yapılarak sorunların tespiti, nedenleri, çözüm ve hedefleri tartışılmış ve her grup kendi raporlarını hazırlayarak bu çalışmaya katkıda bulunmuştur.

Çalışma guruplarından gelen raporlar turizm komisyon üyelerimizce derlenerek bu sonuç raporu oluşturulmuştur.

## 1. SEKTÖRDEKİ İSTİHDAM VE ÜCRETLENDİRME

### Durum Tespiti;

- Turizm gelirleri dış ticaret açığımızı düşürürken, yarattığı doğrudan ve dolaylı vergilerle devlet bütçesine artı değerler katmaktadır.
- 1.500.000 civarında çalışanı, etkilediği sektörlerle birlikte yaklaşık 3.500.000 insana iş sağlayan, Türkiye'nin en çok istihdam yaratan sektörlerinden biridir. Kadın ve Gençlerin yoğun çalıştığı bir sektördür. 2019 yılı verilerine göre 1.287.000 kişi SGK kayıtlarında mevcuttur. Kalanı yabancı ya da kayıt dışı çalışanlardır. Sahil kesimlerindeki çalışanların yarıya yakını mevsimlik çalışan statüsündedir.
- Çalışanların ortalama eğitim düzeyi lise ve üstüdür.
- Kayıtlara göre turizm sektöründe çalışanların ücretleri asgari ücret düzeyinin biraz üzerinde olduğu görülmektedir. Diğer ülkelere göre satın alma gücü açısından oldukça düşük ücretlendirme yapılmaktadır.
- Konaklama sektörünün dışında, iş sahipleri aynı zamanda çalışan olarak kayıtlıdır.
- Marmara, Ege ve Akdeniz sahillerinde, 5 büyük kentimiz yanında Kapadokya olarak adlandırılan bölgede turizm kaynaklı istihdam yoğunluğu görülmektedir.

- Konaklama sektöründe son iki yılda daha azaldığı görülen genel harcamalar içindeki istihdamın ücret payı %20-22 düzeyine inmiş olup, dünya ortalamasının %35 civarındaki payına göre oldukça düşüktür. Oranın düşmesindeki diğer neden ise, enerji ve yiyecek vb. maliyetlerin yüksek oranda artmış olmasıdır.
- Yurt dışındaki tesisler Türkiye'den göreceli olarak yüksek maaşlarla yetişmiş elemanları transfer etmektedir.
- Pandemi döneminde yetişmiş insan gücü kaybedildi. Sezonluk çalışan elemanlar işsizlik maaşı alamadılar. Nitelikli eleman sektörden uzaklaştı ve sektörden kaçan deneyimli elemanlar diğer sektörlerde daha yüksek ücretler ve sosyal haklar ile çalışmaya başladı.
- Turizm birimleri öğrenci problemi yaşıyor. Devlet üniversitelerinde ve özel üniversitelerde turizm bölümleri kapandı.
- Özellikle kat hizmetleri ve servis eleman açığı var.
- Uzun çalışma saatleri.
- Yerel, bölgesel ve küresel krizler sektörü hızlı ve olumsuz etkilemektedir.

### **Nedenler;**

- Arz fazlası, talep eksikliği sarmalında servis fiyatlarını yükseltmek mümkün görülmemektedir. Düşük gelir düzeyinde çalışmak zorunda kalan işletmeler, özellikle maliyet düşürme amacıyla yerli veya yabancı ucuz ve kayıt dışı iş gücüne yönelmektedir.
- Sezonluk çalışma, çalışma saatleri ve şartları yüzünden turizm eğitimi cazibesini kaybetti.
- Sezonluk turizm işletmelerinde yapısal sorunlar nedeniyle, 12 aylık istikrarlı bir çalışma ve yeterli ücretlendirme olmadığından kat hizmetleri, servis, garson vb. personel açığı bulunmaktadır.
- Turizm eğitimi ve sektör arasında uyumun sağlanamaması. Yabancı dil eğitiminin eksikliği.
- İnsana yatırım yapmayan yönetim anlayışı.

## Çözüm ve Hedefler;

- Ücretlerin artması için servis fiyatlarının artması gerekmektedir. Bunun için ise arz talep dengesinin kurulması gerekiyor. Örneğin; bir bölgedeki konaklama doluluk oranları belli bir oranın üzerine çıkmadıkça yerel yönetimler yeni tesis yapımına izin vermemelidir.
- Turizm yapılanmasında yerel yönetimleri de içine alan sektörün bileşenleri söz sahibi olup, yerel ve merkezi planlamanın oluşturulması önemlidir.
- Pandemi dolayısıyla sektörden uzaklaşan nitelikli personel tekrar sektöre kazandırılmalı.
- Taşeron üzerinden istihdam sağlanmamalı.
- Meslek liselerinin arttırılması ve dil eğitiminin turizm pratiğine yönelik verilmesi.
- İstihdam teşvikleri arttırılmalı.
- Turizm meslek yasası çıkarılmalı. Tüm sektöre sertifika, belge şartı getirilmeli.

## 2. TURİZM VERİLERİ

### Durum Tespiti;

- 2013 yılında değiştirilen hesaplama yöntemi nedeniyle gelirlerde yaklaşık %25 artış yaşanmıştır. Yurt dışında yaşayan yurttaşlarımızın tamamı yabancı turist sayılmış rakamlar gerçeğinden daha yüksek açıklanmıştır. Özellikle komşu ülkeler ve Türk Cumhuriyetlerinden ülkemize çalışmak üzere gelen kişiler de turist gibi sayılara dahil edilmiş ve bu kişilerin her 3 ayda bir yaptıkları giriş-çıkış toplam sayıya dahil edilmiştir. Ülkemize giriş yapan her yabancı turist sayılmıştır, bunlar da açıklanan verilerin gerçeği yansıtmadığını göstermektedir.
- Turizm istatistik verilerine, turizm sektörü inanmamaktadır.
- Şeffaf veri yönetimi mevcut değil. Yatırımcıyı stratejik kararlar almada yönlendirecek sağlıklı veri yok.

## Nedenler;

- Mevcut siyasi iradenin rakamlar ile kendilerini başarılı gösterme çabası.
- Verilerde teknolojik sistemlerin kullanılmaması. TUIK'in şeffaf olmaması tüm rakamların sorunlu olması
- Tüm turizm bölgelerinde turizmi yönetecek ve yönlendirecek gerekli yönetim yapılarının olmaması. Verinin rekabetçi karar süreçlerindeki öneminin anlaşılabilmesi.

## Çözüm ve Hedefler;

- En yeni teknolojileri kullanarak turistlerin giriş kapıları, güzergahları, konaklama istatistikleri, yeme-içme, müze ve alış-veriş harcamaları kalış süreleri belirlenmesi. Ulusal veri merkezi oluşturulması.
- Rekabetçi karar almaya yönelik destinasyon bazlı veriyi üretecek bir yapının oluşturulması.
- Basit konaklama belgesi verilen yapılar turizm açısından sağlıklı olmakla birlikte mevcut sistem içinde farklı standartlar altında değerlendirilmeli.
- ANAR benzeri bağımsız kuruluşların istatistikleri önemlidir.

## 3. YATIRIMLAR VE TEŞVİKLER

### Durum Tespiti;

- Turizm, 120 milyar dolar civarındaki yatırımları ile ülkemizin en başta gelen sektörü olmasına rağmen plansız, gereksiz teşviklerden dolayı istenilen sonuç elde edilememektedir. Özellikle Pandemi kaynaklı kriz döneminde mevcut yatırımların, İşletmelerin ve çalışanların güvencesiz kalması sektörün gücünü her alanda yitirmesine yol açmıştır.
- Yatırım ve teşviklerin doğru planlanmaması ve yanlış yönetilmesi ve yatırımcıları yönlendirecek doğru yapıların olmaması.
- Bölgesel ve türlere göre düzenleme eksikliği.
- Destek ve hibelerin hep belirlenmiş olan operatörlere yapılması.

- Yerel yönetimlerin turizme yatırım yapmaması.
- Kapasite kullanım planlama eksikliği nedeniyle, gereksiz kaynak harcamaları Türkiye turizminin gelişimini yavaşlatmaktadır.

### **Nedenler;**

- Turizm gelirleri ve verilen teşvikler arasında büyük bir orantısızlık vardır.
- Turizm sektörünün finans kaynakları sınırlı ve kredi erişimi de çok pahalı olduğundan yeterince yararlanılamamaktadır.
- Devlet ve bankaların sektör yatırımcılarını yeterince desteklememesi.
- Yerelleşmenin ve hedef destinasyonlarda markalaşmanın öneminin anlaşılabilmesi.
- Teşvikin bölgelere göre çeşitlendirilmesi eksikliği.
- Sektörde tekelleşme, fiyat ve haksız rekabet baskısı orta ve küçük işletmelerin kapanmasına ve çevre esnaf ve işletmelerin ticaretinin bozulmasına yol açmaktadır.
- Tarım ve orman alanlarının hukuksuz imarı (turizm imar planı).

### **Çözüm ve Hedefler;**

- Sektörde faaliyet gösteren kurum ve kuruluşların kapasite kullanımını dikkate alınarak, turizm teşviklerinin her yıl tekrar yerel yönetimler ve sektörün sivil ve meslek kuruluşlarıyla bölgesel ve ülkesel bazda değerlendirilmesi yapılmalıdır.
- 2634 sayılı turizm teşvik kanunu tekrardan düzenlenmelidir.
- Teşvik sistemi sadece yatırımcıya değil yelpazesi genişletilerek tüm kesimlere adil bir şekilde dağıtılmalıdır.
- Turizm bankası örneği finansal bir kaynağın sektöre özel ve sektör içinde kullanılmak kaydıyla devletin ve sektörün beraberce paydaşı olacağı finansal yapılar ve araçlar ivedilikle devreye sokulmalıdır.
- Teşvikin bölgelere ve bölgelerin öne çıkan kültürel özelliklerine göre çeşitlendirilmesi.
- Yatırımlarda ve teşviklerde acentalara da önem verilmeli.
- 18-25 yaş gençlik ve 3. Yaş grubu tatilleri teşvik edilmeli.



- Çevreye ve doğaya duyarlı büyük kapasiteleri marifet saymayacak anlayış içerisinde yatırımların desteklenmesi.
- Yatırımların karbon ayak izine uyumlu olması sağlanmalı.

## 4. SİYASİ VE SOSYAL POLİTİKALAR

### Nedenler;

- Ülkenin genel olarak iyi yönetilememesi ve plansız kriz yönetimi.
- Turizmin, toplum üzerinde sosyolojik etkilerinin tespit edilememesi, turizmin değiştirici ve dönüştürücü etkisinin siyasileri rahatsız etmesi.
- İç ve dış politikalar ve imaj sorunu, hukuksuz ülke görünümü.
- Yerel ve merkezi yönetimler ile kamu kurumları arasındaki iletişimsizlik ve uyumsuzluk.

### Çözüm ve Hedefler;

- Sosyal hukuk yönetimine yaklaşım tekrar sağlanmalı. Siyasi ve sosyal politika üretme mekanizmaları oluşturulmalı.
- Turizmin toplum üzerinde sosyolojik ve kültürel etkilerinin tespit edilmesi, değiştirici ve dönüştürücü etkisinin siyasilere dikte ettirilmesi.
- Türkiye'nin uluslararası platformlarda çağdaş, medeni ve gelişmiş bir toplum imajının verilmesi.

## 5. REKABET VE ÜRÜN FİYATLAMASI

### Durum Tespiti;

- Turistik ürünlerimizi kalite fiyat sarmalında gözlediğimiz zaman diğer ülkelere göre daha ucuza hatta zaman zaman gerçek maliyetin altında bir değerde sunmaktayız.
- Turizmden yatak başına düşen gelir düşüktür.

- Plansız yapılan tesislerin (5 yıldızlı otel ve 1. Sınıf tatil köyü) her şey dahil sistem ile daha alt kategorideki tesisler ve bölge esnafına yarattığı olumsuzluk ile turizm gelirlerinden daha az pay almasına sebep olmaktadır. Ortaya çıkan haksız rekabet yurt dışı tur paketlerinin değerinin altında satılmasına neden olmaktadır.

## **Nedenler;**

- Tur operatörlerinin alış-veriş gelirlerine odaklı maliyet hesaplaması haksız rekabete ve tekelleşmeye sebep olmaktadır.
- Planlama yapılmadan otel ve acente açılması, işletme belgeleri verilirken bölgenin kapasitesine uygun planlama yapılmaması.
- Her şey dahil sisteminin bir standardının olmayışı.
- Planlama yapılmadan otel ve acente açılması, işletme belgeleri verilirken bölgenin kapasitesine uygun planlama yapılmaması.
- Devletin uzun vadeli turizm destek politikaları olmaması nedeniyle yatırımcıların kısa vadeli düşünmesi.
- Siyasetin aldığı kararlar ve oluşturduğu algı nedeniyle gerileyen talepler sonucunda fiyatların sürekli düşmesi.
- Otel, yeme-içme, hizmet, rehberlik, acentecilik, ulaşım dallarında belgesiz hizmetler veya etik dışı davranışlarla aşırı düzeyde haksız rekabetlerle karşı karşıya olunması.
- Haksız rekabete sebep olan bir diğer neden de nitelikler yönetmeliğinin güncelliğini yitirmiş olması (Örneğin beş yıldızlı otel tanımına giren ama arasında skala farklılığının yüksek olduğu oteller olabiliyor).

## **Çözüm ve Hedefler;**

- Yeni konsept oluşturulması ve geliştirilmesi, butik ve küçük işletmeleri desteklemek.
- Her şey dahil sisteminin standart yönetmeliğinin oluşturulması.
- Rekabeti artırıcı katma değeri yüksek ürünler ile çeşitliliği arttırmak.
- Ürün fiyatlandırma konusunda standart (hizmet) oluşturulmalı.

## 6. TURİZM ÇEŞİTLİLİĞİ VE COĞRAFI DAĞILIMI

### Durum tespiti;

- Ülkemizde 7 bölge ve 81 ilde yaklaşık 50 çeşit turizm faaliyeti uygulanmaktadır. Gerçekleşen gelirlere göre en büyük payı İstanbul ve Antalya almaktadır ve hiç turist almayan şehirlerimiz de bulunmaktadır.
- Fiyat ve haksız rekabet baskısı daha düşük yıldızlı otellerin kapanmasına ve çevre esnaf ve işletmelerin ticaretinin bozulmasına yol açmaktadır.
- Sağlık turizmi, gelişen bir turizm faaliyetidir. Getirisi çok yüksek olup haksız rekabet oluşmuştur.
- Turizmin deniz, kum, güneşe indirgenmesi ile kış turizmi, gastronomi ve kültür turizmi gibi ülkemizin değerlerinin yeterince yansıtılmaması.
- Bölgesel yoğunlaşmalar mevcut.

### Nedenler;

- Yatırımların belli bir plan dahilinde yapılmayıp en çok turist geldiği şehirlerde yatırımlara devam edilmektedir.
- Birçok şehrimizin doğal, kültürel, tarihi ve turistik değerleri olmasına rağmen yeterli destek ve teşvik olmadığından ön plana çıkarılamamıştır.
- Şehir içi trafik problemleri
- Kamu yöneticilerinin gelecek kaygısı ile yaptıkları işe gereken önemi vermemeleri.
- Kalifiye eleman sıkıntısı
- Raylı sistemlerin yaygın olmayışı
- Sağlık turizminde denetleme sıkıntısı
- Yeni destinasyonlar için gerekli imkânların yeterli olmaması.
- Gastronomi ve Kültür gibi diğer ürün çeşitlerinin yerelde yeteri destek görmemesi ve turizm ürününe dönüşmemesi, turizmin 12 aya yayılamaması, devletin bu durumu yeteri kadar desteklememesi
- Planlama, organizasyon, koordinasyon ve fizibilite çalışmalarının olmaması.

- Yerel yönetimlerin alternatif turizm alt yapı yatırımlarına yeteri kadar önem vermemesi.
- Bölgesel kalkınma ajanslarıyla iş birliğinin geliştirilmemesi.
- Güvenlik kaygıları, ulaşım, istikrarsızlık, kültürel ve sosyal sebepler

## **Çözüm ve Hedefler;**

- Öncelikle tüm turizm çeşitleri belli bir program dahilinde desteklenmeli ve teşvik edilmelidir.
- Her bir şehre kendi değerlerini ön plana çıkaracak görevler ve hedefler verilmeli ve yasal alt yapısının güçlendirilmesi.
- 5 yıldızlı otel yatırımları ve her şey dahil sistemin caydırıcı kurallara bağlanması.
- Ar-ge yatırımlarının güçlendirilmesi
- Yürünebilir şehirler yaratmak
- Yatırımlar uygulanırsa çevre esnaf, orta ve küçük işletmeler ilçe kent konseyleri ile birlikte gelen turistin halk ile bütünleşmesine ve gerçek anlamda kültür alışverişinde bulunacakları aşikârdır.
- Turizmin Anadolu sathına yayılması için ulaşım ağının genişletilmesi ve çeşitlendirilmesi.
- Yeni rotaların hayata geçirilmesi, turizmin her yöreye ve 12 aya yayılması
- Deniz, güneş, kum kıyı şeritlerine sıkışmış turizm anlayışından çıkarak, katma değeri yüksek, güncel bilgiler ile donatılmış, özellikli, tematik, deneyim ağırlıklı, yerel ürünleri de kapsayan yeni turizm türlerinin geliştirilmesi ve bunların ülkenin tüm bölgelerine yayılması ve bunun da yerel yönetim ve STK'lar ile geliştirilmesi.
- Yerel ve geleneksel yapı yeniden inşa edilmeli eski yapı korunmalı.
- Coğrafi ayrımları (iklim ayrımları, eğitim tarihleri ve süreleri değiştirilebilir) iyi kurgulamak gerekmektedir. Coğrafi dağılım çerçevesinde projeler sunulmalı (Örn: Fransa-İtalya bağ rotası).
- Dijital göçebeler için karavan, kamping ve glamping alanları oluşturulmalı.

## 7. ÇEVRESEL VE KÜLTÜREL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

### Durum tespiti;

- Turizm hareketini geliştirmek amacıyla yapılan yatırımların çoğunlukla doğa, kültür ve mimari normlara uygun olduğu söylenemez.
- Turizm kaynaklı çevre sorunları alt yapı yetersizliği nedeniyle özellikle de deniz kirliliği ciddi boyutlara ulaşmıştır.
- Turizm bölgelerine yakın olan Akkuyu gibi nükleer ve Yatağan gibi termik santrallerin varlığı çevreye duyarlı toplumu rahatsız etmekte ve tüm yatırımlara zarar vermektedir.
- Marmara denizinin kirlenmesi Ergene başta olmak üzere nehirlerimizin kirlilikleri ayrıca yetersiz eğitim ve denetimin olduğu tarihi eserlerin tahribatı ve statülerinin değiştirilmesi.
- Kamu kurumları arasındaki iletişimsizlik ve uyumsuzluk (alt yapı çalışmaları).
- Tarım ve orman alanlarının hukuksuz imarı(turizm imar planı).

### Nedenler;

- Yeterli çevre duyarlılığına yönelik eğitimlerin olmaması, doğaya zarar veren plansız ve aşırı yatırımlara göz yumulması hatta teşvik edilmesi.
- Farklı toplum kesimlerinin karar mekanizmalarında aktif şekilde rol alamaması.
- Kural koyucunun sürdürülebilir turizm politikalarını kurgulamaması.
- Yerelleşme ve özgün yapıların ne kadar önemli olduğunun anlaşılamamış olması.

### Çözüm ve Hedefler;

- Turizm sektöründe karbon ayak izi ve su ayak izi kuralları uygulanmalıdır.
- Enerji temininde doğal kaynak kullanımı teşvik edilmelidir.
- Hassas doğal ve kültürel alanların kapasitesinin belirlenmesi ve aşılması için önlem alınması.
- Turizmde sürdürülebilirlik kavramları hakkında dünya çapında olan kararlara ve kavramlara uyum gösterilmesi.

- Turizm faaliyetlerinde çevresel ve kültürel sürdürülebilirliğin gözetilmesi.
- Plajlar, kumsallar, kıyılar tehlike altında olup özel teşebbüse bırakılmamalı kamu bu konuda öncü ve denetleyici olmalıdır.
- Turizm alanlarında mimarlar, jeologlar, arkeologlar, alanın özelliğine göre birlikte çalışmalı ve doğaya zarar vermeden yatırımlar yapılmalı.
- Köydeki üretimin devam etmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması (turizm, tarım ve hayvancılık sektörleriyle de iş birliği içinde olmalı.)
- Çevresel açıdan baktığımızda en büyük sorun iklim krizi. Alt ve üst yapıdaki turizm işletmecilerinin ve kamunun ekolojik dengenin korunduğu, sürdürülebilir, yenilenebilir enerji, atık kontrolü, arıtma tesisleri, bioenerji gibi hassasiyetlerin göz önünde bulunduğu bir yönetim modeli üretmesi ve sektörün teşvik edilmesi gerekmektedir.

## 8. ULAŞIMIN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ

### Durum tespiti;

- Karayolu ağırlıklı bir ulaşım sistemi mevcuttur.
- Demir ve deniz yolları ulaşım ve gezi amaçlı yeterince kullanılmamaktadır.
- Şehir içi trafik problemleri.

### Nedenler;

- Hava, demir, deniz yollarına yeterli ve doğru yatırımlar yapılmamıştır.
- Uluslararası ulaşım ile ilgili alınan kararlarda turizm ve lojistik arasında ilişkinin kurgulanmaması.

### Çözüm ve Hedefler;

- Akdeniz, ege ve karadeniz'de sadece yurt içi değil yurt dışına da sefer yapan ulaşım hatları (hava, deniz, demiryolu) açılmalı bu tür araç yatırımlarına teşvikler verilmeli.
- Ulusal ve uluslararası alanda charter fiyatları ile tarifeli seferlerin ana destinasyonlarda faaliyetlerinin kamu tarafından teşvik edilmesi. (Open Skies Agreement)

- Yabancı Cruise gemileri desteklenmeli ve kruvaziyer kanununun “kabotaj kanununa” uyumu sağlanmalı.
- Seyahat acentalarının kendilerine ait binek ve ticari araçları Ulaştırma Bakanlığı belgelerinden muaf tutulmalı ve dolayısıyla seyahat acentaları belli bir koltuk sayısına kadar kendi yolcularını kendi araçlarıyla taşıyabilmeli.
- İstanbul’un Doğu ve Orta Avrupa’ya “Hızlı Tren” ile bağlanması ve Anadolu’ya devamın sağlanmasının planlanması.

## 9. TURİZMDE ÖRGÜTLENME

### Durum tespiti;

- Kültür ve Turizm Cumhurbaşkanlığı hükümet modelinde doğrudan Cumhurbaşkanına bağlı bir bakanlık olup, diğer bakanlıklar ile ilişkisinde onay makamı Cumhurbaşkanındadır, bir kurala bağlı olmayıp, iyi niyet ve ikna metodu yürürlüktedir.
- Geçmiş yıllarda yapılan “şura” toplantıları ile ilgili raporlar, alınan kararlar, 1923 strateji planı gibi çalışmalar uygulanma gereği görülmemiştir.
- Bakanlık, bütçesi en az olan iki, üç bakanlıktan biri olup, bazı önemli fonksiyonlarının finansmanını bütçe kaynakları dışından sağlamaktadır.
- TGA yapısı son dönemde oluşturulan bir yapı olup, oluşumunda sektör içi dağılıma pek önem verilmemiştir. Bakanlık tanıtım işlerinden çekilip bu konuyu TGA üzerinden yürütmektedir.
- Mevcut durumda, 4 çatı örgütü altında faaliyet gösteren sektör açılımı aşağıdaki gibidir;
  1. TÜRSAB Türkiye Seyahat Acentaları Birliği: 1618 sayılı kanun ile kurulmuş Kamu Kurumu niteliğinde meslek örgütüdür. Faaliyet gösteren seyahat acentaları Türsab’a üye olmak zorundadır.
  2. TUREB Turist Rehberleri Birliği: 6326 sayılı kanun ile kurulmuş Kamu Kurumu niteliğindeki meslek örgütüdür. Profesyonel turist rehberlerinin TUREB’e üye olması zorunludur.
  3. TÜROFED Türkiye Otelciler Federasyonu: Türkiye’de faaliyet gösteren turistik oteller ve işletmelerin bir araya geldiği çatı örgütüdür. Üye olma zorunluluğu yoktur.

**4. TÜROB:** Türkiye Otelciler Birliği Derneği. TÜROFED'e üye olmadan kendi hareket kabiliyetine sahip, yaklaşık 450 üyesi olan, otel, turistik restaurant ve eğlence merkezlerinin üye olduğu dernektir. Üye olma zorunluluğu yoktur.

Bu çatı oluşumları dışında bağımsız hareket eden, gönüllülük esasına dayanan birçok sektörel dernek bulunmaktadır.

- Ancak, sektörün farklı bileşenlerini tek bir çatı altında toplayan, birbirleri ile uyum ve koordinasyon içinde çalışma ortamı sağlayan yasal çerçevesi çizilmiş bir çatı örgütlenmesi yoktur.

### **Nedenler;**

- Liyakatsiz yapıdaki Bakanlık, üretmeyen siyasi bir yapı olup sektöre yönelik herhangi bir adım atma durumunda olamaz. Her hangi bir yapısal öngörüsü olmayan siyasi yapı kontrolündedir.
- TGA turizmcilere külfet getirmektedir.
- Siyasi ortamın örgütlenmeye müsaade etmemesi. Ülkede örgütlenme kültürünün yeterli olmaması. STK'lara kamu desteği verilmemesi
- Örgütlerin bireysel hareket etmek istemeleri.

### **Çözüm ve Hedefler;**

- Sektörün iyi işleyen bir çatı örgütüne ihtiyacı vardır. Meslek grupları ve dernekler bu çatı altında eşgüdümsel hareket etmelidir.
- Turizm bakanlığı yeni parlamenter sistemde doğrudan başbakana bağlı bir müsteşarlık olarak yapılandırılmalı diğer tüm bakanlıkları koordine etmede başbakana bağlı olarak hareket etmelidir.
- Turizm sektöründeki emek örgütleri yerel yönetimler sektör birlikleri ve ilgili kuruluşların paydaş olacağı ve kendi ilgi alanlarına göre kararlara katılacağı yeni turizm örgütlenmesi "Turizm üst kurulu" gerçekleştirilmelidir.
- Turizm üst kurulu oluşumunun yanında yine Turizmden sorumlu müsteşarlığa bağlı "Turizm düzenleme ve denetleme kurulu" oluşturulmalıdır. Yine aynı şekilde müsteşarlık turizm üst kurulunun doğal üyesi olmalıdır.
- Doğru çatı örgütleri desteklenmeli ama TGA gibi yapı şeklinde olmamalı.



- Sendikal örgütlenmenin de önü açılması.
- Turizm çalışanlarının çalışma ve yaşam koşullarının iyileştirilmesini kapsayan Dünya Çalışma Örgütü'nün 172 sayılı sözleşmesinin imzalanması gereklidir.

## 10. DİJİTAL DÜNYADA TURİZMİN GELECEĞİ

### Durum tespiti;

- Dijitalleşme ve yeni dünya çalışma düzenindeki değişiklikler sektörden kopmalara neden olmaktadır. Bu konuda dijital dünyanın gerisinde kalmış bulunmaktayız.

### Nedenler;

- Dijital eğitimlerin yeterince verilememesi, teşviklerin olmaması ve bu suretle teknolojiye uyum sürecinin yavaş olması.
- Dijital dönüşüm maliyetlerinin yüksekliği ve yasaların yetersiz oluşu.
- İnternet hızının düşük ve pahalı olması.
- Teknoloji üreten kesimlerle turizm kesimi arasındaki ilişkinin kopuk olması.

### Çözüm ve Hedefler;

- Sürdürülebilir turizm çerçevesinde bir dijital yaklaşım oluşturulmalı.
- Dijitallik turizmi etkileyecek bir risk olarak ele alınmamalı.
- Metaverse ile reklam, bilgiye ulaşmak anlamında kullanılabilir.
- Metaverse benzeri platformlarda dijital hafıza ve alta yapı daha da güçlendirilip, üç boyutlu tanıtımla pazarlamada ön alınmalıdır.

## 11. TANITIM VE PAZARLAMA

### Durum tespiti;

- Özel sektörün tanıtım, pazarlama ve imaj çalışma hızına kamu yetişememektedir.
- Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) hakkında kanunun (7183 sayılı) 6. maddesi uyarınca, turizm sektöründeki tüm işletmelerden alınan katılım payları sektörün tabanından uzak ve sadece belli büyüklükteki tur operatörlerinin ve bazı grupların çıkarlarını koruyan ve onların yurt dışı tanıtım ve reklam çalışmalarına destek veren bir eğilim içerisindedir.

- Hedeften, denetimden, kontrolden ve takipten uzak yapılan çalışmalar ve harcamalar ile gerçek amaca ulaşamamaktadır. Bu durum TGA'ya güvensizlik yaratmaktadır.
- Turizm Bakanlığının yurt dışındaki liyakatten yoksun (örneğin; yabancı dil bilmeyen, turizm deneyimi olmayan) kadroları yetersiz kalmaktadır.
- Turizm Bakanlığı sektörün tüm bileşenleri ile yeterince istişare etmeden, dar bir çevrenin kararları ile hareket etmektedir.
- Dünyada devreye giren dijital platformlardaki tanıtım ve pazarlama faaliyetleri yetersizdir.

### **Nedenler;**

- Politik tercihlerle bağlantılı olarak ülkenin marka değerinin hak ettiği yere ulaşamaması.
- Görevlendirilen turizm personelinin liyakatsiz olması.
- Bölge bazlı pazarlama anlayışının olmaması.
- TGA potansiyel turistlere güvenli seyahat koridorunu ve güvenli turizm sertifikasyon sistemini yeteri kadar anlatamamıştır.

### **Çözüm ve Hedefler;**

- TTGA küçük ve orta büyüklükteki tur operatörleri ve seyahat acentalarının yurt dışındaki potansiyelleri oranında yapacakları tanıtım faaliyetlerine destek sağlamalıdır.
- TURSAB ve bölgesel kalkınma ajanslarıyla iş birliği yapılarak yeni rotaların oluşturulması.
- Ana marka Türkiye'nin alt markalarının oluşturulup üst markası olan kendisinin desteklemesi.
- Ülke imajında kadın rolünün ön plana çıkması.
- Eğitim amaçlı kamu spotları yapılmalıdır.
- Modern Hukuki ve yaşanılabilir ülke imajı hedefi
- TGA'nın yeniden yapılandırılması şart.



25 Şubat 2022

**Turizm Çalıştayına katılarak bu raporun hazırlanmasına katkı veren herkese bir kez daha teşekkürlerimizi sunuyoruz.**





**CHP**  
**İSTANBUL**



# TURİZM ÇALIŞTAYI

## Raporu

25 Şubat 2022