

TÜRSAB 1. Uluslararası Turizm Forumu**20 Nisan 2021, 10.00****Kültür ve Turizm Bakan Yardımcımız Sn. Nadir Alparslan,****Ticaret Bakan Yardımcımız Sn. Rıza Tuna Turagay,****TÜRSAB Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Firuz B. Bağlıkaya,****Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı Sn. İsmail Gülle,****Değerli Panelistler ve Katılımcılar,**

Teşekkür ederim Hakan Bey.

Öncelikle sağlıklı günler diliyor, sizleri şahsım ve DEİK ailesi adına saygıyla selamlıyor, organizasyonunda emeği geçen herkesi tebrik ediyorum.

Türk İş Dünyasının Dış Ekonomik İlişkilerini düzenlemekle görevli DEİK'in Başkanı olarak ve o çerçeveden fikirlerimi paylaşmak isterim.

Türk özel sektörünün dış dünyaya açılan penceresi olan DEİK, 36 yıldır, tüm dünyaya yayılmış 146 İş Konseyiyle, çalışmalarını gönüllülük esasıyla sürdüren, bir iş platformu. Faaliyetlerimizi ülkeler arası yatırım ve ticareti artırmak için “**ticari diplomasi**” anlayışıyla sürdürüyoruz.

Takdir edersiniz ki, salgın üretimden tüketime olduğu kadar, toplumsal hayattan psikolojik hayata kadar da her alanda etkisini gösteriyor ve en çok etkilenen sektörlerin başında ise hiç kuşkusuz turizm sektörü geliyor.

Ekonomik hayatta teknolojiyi iş süreçlerine zamanında ve iyi uyarlayan, salgına rağmen sürdürülebilir bir tedarik sürecine sahip olan ve güven veren ve dijital altyapılarını güçlendiren işletmelerin ise bu süreçten krizi fırsata çevirerek çıktıklarını gözlemliyoruz.

Turizm sektörü ise, merkezinde insan olması sebebiyle başta seyahat kısıtlamaları olmak üzere salgından en çok etkilenen sektörlerden oldu.

Ülkemizde maalesef son bir buçuk ayda artan vaka sayılarından gerekli dersleri alıp tekrar toparlanacağımız öngörüsü ve aşılamanın yaygınlaşmasıyla makul süreçte salgının yavaşlayacağı beklentisi, tüm sektörlerde olduğu gibi turizmde de ümidimiz ve yeni normal dönemde turizm politikalarının nasıl oluşması gerektiğine ilişkin istişare ve tartışmaları da beraberinde getirdi.

Bu noktada, öneminden dolayı salgının sürecinde hemen hemen her toplantıda gündeme getirdiğim, Covid-19'un hayatımıza kattığı bazı kavramlardan söz ederek, bunları turizm sektörüne de uyarlamamızla ilgili değerlendirmelerde bulunmak istiyorum.

Öncelikle, bu salgının fiziki hareketliliği kısıtlamasının, dijital ve yapay zeka dönemine geçişi düşündüğümüzden daha fazla hızlandırdığını görüyoruz. Bunun tüm iş hayatımıza büyük etkileri olduğu ve olacağı kadar, turizm sektörüne nasıl yansımaları olacağını da iyi düşünmeliyiz, zira turizm demek, temelinde hareket etmek demek. Bu geçiş sürecinde gerekli

adımları zamanında atamazsak, bunu başarabilen ülkelerle aradaki açığın artması gibi bir riskle karşı karşıyayız.

İkincisi globalleşme mi, yerelleşme mi konusu. Galiba Covid-19 süreci bize glokalleşmeyi, yani globalleşme ve yerelleşmenin bir karışımının olacağı bir dünya sunuyor. Bunun üretim süreçlerine yansması farklı sonuçlar doğuracak ama acaba turizme anlamında bu kavram nasıl bir anlam kazanacak onu da iyi düşünmek gerekecek.

Diğer taraftan hepimiz kaynak çeşitliliğinin önemine inanırız. Ancak Covid-19'la hayatımızda kaynak çeşitliliğinin önemini daha iyi kavradık. Firmalarımız, rekabet noktasında ölçek ekonomisi büyük olan yerlerle çalışmanın getirdiği avantajı kullanırlardı. Hepimiz biliyoruz ki, bir hizmet ya da ürünü çok fazla şekilde arz ederseniz rekabette öne geçme imkânınız var. Ancak Covid-19 tek bir kaynağa bağlı olmanın risklerini de meydana çıkardı. Ve kaynak çeşitliliğini bir defa daha hayatımızın ortasına koydu. Turizm sektörü açısından da bu kavramın önemli olduğunu düşünüyorum. Tek bir pazara veya tek ya da kısıtlı bir turizm türüne bağlı kalmaktan ziyade pazar ve turizm türü çeşitlenmesine gitmenin bu dönemde daha fazla önem kazandığını düşünüyorum.

Ek olarak, turizm sektöründen bağımsız olarak, yine bir başka kavramla karşı karşıya kaldık. Lojistikle birlikte düşündüğümüz “ulaşılabilirlik” kavramı. Bunu neden ifade ediyorum? Lojistik, uzaklık ve yakınlık kavramları ile birlikte ifade edilirdi hayatımızda. Ancak Covid-19 mesafeden bağımsız olarak, yakın veya uzak olmanın dışında, ulaşılabilirlik kavramını da hayatımıza soktu. Bunlar yeni dönemde hepimizin üzerinde parametreleriyle birlikte ciddi olarak çalışmamız gereken alanlar.

Bu kavramları sanayi ve ticaret özelinde özellikle gündeme getiriyorum. Ancak konu, merkezinde bir mal veya üründen ziyade insan olan turizm olunca, sadece bu kavramların yetmeyeceğini, sektöre özel bazı kavramların da yeni dönemde gündeme gelmesi gerektiğini düşünüyorum.

Salgının turizm sektöründe en çok etkilediği konulardan biri de tüketici eğilimleri oldu. Yeni dönemde sağlık konusunu ön plana çıkararak, sosyal mesafeye ve hijyene de çok dikkat eden bir tüketici eğilimi ortaya çıktı. Çözümler de buna yönelik olmalı.

Güvenin, her sektör için yeni dönemde anahtar bir rol oynayacağı kanaatindeyim. Ancak turizm sektörü için bu kavram, daha önemli hale geliyor. Eskiden turizm sektöründe güven derken, seyahat edecekleri noktadaki huzur ortamı vb gibi konular sorgulanırken, günümüzde buna sağlık güvenliği de eklendi. Tüm bu alanlarda tüketici eğilimlerini dikkate alarak güvenliği ön planda tutan bir yaklaşımın yeni dönemde ciddi bir rekabet avantajı getireceğini düşünüyorum.

Turizm sektörüne “bacasız sanayii” adı veriliyor. Sanayii sektörü nasıl ülkemize ihracat yoluyla döviz girdisi sağlıyorsa, turizm sektörü de ülkemize kazandırdığı döviz girdisiyle başta cari açığın kapatılması olmak üzere tüm ekonomimiz üzerinde olumlu etki bırakıyor. Böylesine önemli bir sektörün salgından gördüğü zararı en kısa sürede atlatarak tekrar eski günlerine dönmesi, elbette en önemli önceliklerimizden.

Bugün başlayan ve iki gün sürecek olan forumda düzenlenecek panellerde konunun enine boyuna tartışılarak yeni döneme ilişkin stratejilerin geliştirilmesi, elbette sektörün hızla toparlanmasına ve yeni dönemde rekabet avantajı sağlamasına önemli katkı sağlayacaktır.

Bu duygularla, turizm sektöründe yaşanan değişim ve dönüşümün analiz edileceği 1. Uluslararası Turizm Forumu'nda emeği geçen herkese teşekkür ediyor, sizleri saygıyla selamlıyorum.

Nail OLPAK

DEİK Başkanı