



# OECD Turizm Trendleri ve Politikalar 2024





# OECD Turizm Trendleri ve Politikalar 2024

Bu belge ve burada yer alan herhangi bir veri ve harita, herhangi bir bölgenin statüsüne veya üzerindeki egemenliğe, uluslararası sınırların ve hudutların belirlenmesine ve herhangi bir bölgenin, şehrin veya alanın adına hanel getirmez.

İsrail'e ilişkin istatistiksel veriler ilgili İsrail makamları tarafından ve onların sorumluluğu altında sağlanmaktadır. OECD tarafından bu tür verilerin kullanımı, Golan Tepeleri, Doğu Kudüs ve Batı Şeria'daki İsrail yerleşimlerinin uluslararası hukuk hükümlerine göre statüsüne hanel getirmez.

Lütfen bu yayını şu şekilde kaynak gösterin:

OECD (2024), *OECD Turizm Trendleri ve Politikaları 2024*, OECD Yayıncılık, Paris, [H ttps ://Yapmak Ben.org/10.1787/80885d8b-tr](https://Yapmak Ben.org/10.1787/80885d8b-tr) .

ISBN 978-92-64-32259-2 (baskı)  
ISBN 978-92-64-69850-5 (PDF)  
ISBN 978-92-64-77503-9 (HTML)  
ISBN 978-92-64-52517-7 (epub)

OECD Turizm Eğilimleri ve Politikaları  
ISSN 2076-7765 (baskı)  
ISSN 2076-7773 (çevrimiçi)

**Fotoğraf kredisi:**Kapak © Archiwiz/Getty Images; © topform84/Getty Images.

OECD yayınlarına ilişkin düzeltmeler şu adreste bulunabilir: [H ttps ://www.oecd.org/en/pub/iyaklasik\\_senbizim/destek\\_rt/ortak\\_rrigenda.htm](https://www.oecd.org/en/pub/iyaklasik_senbizim/destek_rt/ortak_rrigenda.htm) ben. .

© OECD 2024



Atıf 4.0 Uluslararası (CC BY 4.0)

Bu eser Creative Commons Atıf 4.0 Uluslararası lisansı altında kullanıma sunulmuştur. Bu eseri kullanarak, bu lisansın şartlarına bağlı kalmayı kabul etmiş olursunuz ([H ttps :// yaratmak\\_senvecommons.org/lisansuruler/4.0/](https://yaratmak_senvecommons.org/lisansuruler/4.0/) ). **Atıf**-Eseri kaynak olarak göstermelisiniz.

**Çeviriler**–Orijinal çalışmaya atıfta bulunmalı, orijinaldeki değişiklikleri belirtmeli ve aşağıdaki metni eklemelisiniz: *Orijinal eser ile tercüme arasında herhangi bir uyumsuzluk olması halinde, sadece orijinal eserin metni geçerli kabul edilmelidir.*

**Uyarlamalar**–Orijinal çalışmayı kaynak göstermeli ve aşağıdaki metni eklemelisiniz: *Bu, OECD'nin orijinal bir çalışmasının uyarlamasıdır. Bu uyarlamada ifade edilen görüşler ve kullanılan argümanlar, OECD'nin veya Üye ülkelerinin resmi görüşlerini temsil ettiği şeklinde rapor edilmemelidir.*

**Üçüncü taraf materyali**–lisans, eserdeki üçüncü taraf materyaline uygulanmaz. Bu tür materyali kullanıyorsanız, üçüncü taraftan izin almaktan ve ihlal iddialarından siz sorumlusunuz.

OECD logosunu, görsel kimliğini veya kapak resmini açık izniniz olmadan veya OECD'nin eserinizi kullanmanızı onayladığını belirtmeden kullanamazsınız.

Bu lisans kapsamında ortaya çıkabilecek her türlü uyumsuzluk, Daimi Tahkim Mahkemesi (PCA) Tahkim Kuralları 2012 uyarınca tahkim yoluyla çözülecektir. Tahkim yeri Paris (Fransa) olacaktır. Hakem sayısı bir olacaktır.

# Önsöz

*OECD Turizm Eğilimleri ve Politikaları* ülkelerin sürdürülebilir ve kapsayıcı turizm büyümesini desteklemesini destekleyen uluslararası bir referans ve iki yılda bir yapılan bir kıyaslamadır. Yayın, turizmle ilgili uluslararası olarak karşılaştırılabilir verileri bir araya getirir ve 50 OECD üyesi ve ortak ülkesindeki iyi uygulamaları ve temel politika ve yönetim reformlarını vurgular. Ayrıca birkaç konu ve tematik bölüm ve ülkeye özgü politika ve istatistik profilleri içerir.

The *OECD Turizm Trendleri ve Politikaları 2024 baskısı* COVID-19 salgınının ardından 2020-21'de yaşanan önemli düşüşlerin ardından turizmin güçlü bir şekilde toparlanmasıyla birlikte geliyor. Bazı ülkelerde turizm, turizm talebinin dayanıklılığını göstererek önceki zirveleri aştı. Ancak toparlanmanın gücü, talebi yönetmekte zorlanan destinasyonlarda ve yerel topluluklar ile çevre üzerindeki etkilerde zorluklar yaratıyor. Turizm, makul işler yaratan, sosyal uyumu artıran ve turistlerin, sakinlerin ve işletmelerin ortak çıkarlarına katkıda bulunan ekonomik kalkınmayı teşvik etmede önemli bir rol oynayabilir. Ancak etkiler genellikle ekonomik, sosyal ve çevresel olarak dengesiz olabilir ve faydalar her zaman veya otomatik olarak yerel topluluklara ulaşmaz.

Birçok destinasyon ve her düzeydeki hükümetler, turizm teklifini çeşitlendirmek ve ziyaretçi akışlarını yönetmek ve ayrıca potansiyel takasları daha iyi anlamak için daha zamanında ve ayrıntılı verilere yatırım yapmak da dahil olmak üzere, özellikle planlanmamış turizm büyümesinden kaynaklanan sosyal ve çevresel etkileri daha iyi yönetmek için politikalar geliştiriyor. Bu, bu yılki *OECD Turizm Eğilimleri ve Politikaları* Sürdürülebilir turizm için son dönemdeki ivme ve dengesiz turizm gelişimine yönelik yenilenen odaklanma üzerine inşa edilen rapor, turizm başarısının neye benzediğini ele alıyor ve turizmin sürdürülebilir gelişimi ve yönetimi konusunda derinlemesine bir inceleme yapıyor. Ayrıca, daha zamanında, ayrıntılı veriler ve destinasyonların belirli politika ihtiyaçlarına göre uyarlanmış önlemler geliştirme çabalarını hızlandırma ihtiyacını vurguluyor. Ayrı bir bölüm, turizm işgücü sorunları, belirli işgücü eksiklikleri ve ilgili beceri zorlukları üzerinde yoğunlaşıyor ve sektördeki hem kısa hem de uzun vadeli zayıflıkları ele alma fırsatlarını tartışıyor.

Bu amiral gemisi yayın, OECD Girişimcilik, KOBİ'ler, Bölgeler ve Şehirler Merkezi (CFE) tarafından Avrupa Birliği'nin eş finansmanı ile üretilmiştir. OECD Turizm Komitesi, 2 Temmuz 2024'te 1. Bölümü, 10 Haziran 2024'te 2. ve 3. Bölümleri ve 22 Temmuz 2024'te Ülke Profillerini onaylamıştır.

# Teşekkürler

Bu rapor, 2024 baskısını sunmaktadır *OECD Turizm Eğilimleri ve Politikaları* yayını. OECD Turizm Komitesi çalışma programının bir parçası olarak, OECD Girişimcilik, KOBİ'ler, Bölgeler ve Şehirler Merkezi (CFE) tarafından, Direktör Lamia Kamal-Chaoui önderliğinde hazırlanmıştır. Rapor, Avrupa Birliği\* ile iş birliği içinde hazırlanmıştır.

Rapor, OECD üyesi ve ortak ülkelerdeki politika yapımcılar ve istatistikçilerin önemli katkılarından, geri bildirimlerinden ve rehberliğinden yararlandı. Ayrıca, Business@OECD ve OECD Sendika Danışma Komitesi de dahil olmak üzere endüstri temsilcileri ve derneklerinin ve BM Turizm ve Uluslararası Çalışma Örgütü de dahil olmak üzere hükümetler arası kuruluşların danışma ve geri bildirimlerinden de yararlandı. Turizm işgücünün güçlendirilmesine odaklanan 2. Bölüm, ulusal endüstri dernekleri ve KOBİ'lerin yanı sıra Hospitality Europe HOTREC, Les Roches, Pasifik Asya Turizm Derneği, TUI Group ve Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi de dahil olmak üzere iki çalıştayda yapılan tartışmalarla bilgilendirildi.

Rapor, Nadim Ahmad, Yardımcı Müdür (CFE) gözetiminde, Turizm Politikası ve Analiz Birimi Başkanı Jane Stacey tarafından koordine edildi ve düzenlendi. Politika Analisti (CFE) Kristen Corrie, 3. Bölümü yazdı ve 2. Bölümün ortak yazarlığını üstlendi. Politika Analisti (CFE) Antonia Jardim ve Kıdemli Politika Analisti (CFE) James Tops, ülke politika profillerinin hazırlanmasını yönetti ve ayrıca önemli koordinasyon, taslak hazırlama ve düzenleme görevlerini üstlendi. Kıdemli Politika Analisti (CFE) Peter Haxton, Kıdemli Ekonomist (CFE) Julie Reimann, Politika Analisti/Ekonomist (CFE) Hannes Thees, Politika Analisti/Ekonomist (CFE), Politika Analisti/Ekonomist (CFE) Jasper Heslinga, Kıdemli Politika Analisti (CFE) Eva Katzer ve Stajyer (CFE) Natalia Vankovic de taslak hazırlama ve düzenleme konusunda destek sağladı. İstatistikçi Laetitia Reille (CFE) ve İstatistikçi Sergio Montoya (CFE) istatistiksel veritabanını ve gelişmiş ülke istatistiksel profillerini ve sentez tablolarını yönetti. Asistan Monserrat Fonbonnat (CFE) idari destek sağladı. Jack Waters ve Pauline Arbel (CFE) yayın koordinatörleri olarak görev yaptı. Raporun istatistiksel bileşeni OECD'nin istatistiksel çevrimiçi platformu olan OECD Veri Gezini aracılığıyla edinilebilir.

Malzemeyi hazırlayan dış uzmanlar arasında Jill Brightling (*Danışman*) Bölüm 1 ve ülke profilleri için ve Tom Baum (*Strathclyde Üniversitesi*) ve Richard Robinson (*Queensland Üniversitesi*) Bölüm 2 için. Bölüm 3, Susanne Becken'in incelemesinden ve geri bildirimlerinden yararlandı (*Griffith Üniversitesi*). Ayrıca, raporda Girişimcilik, KOBİ'ler, Bölgeler ve Şehirler Merkezi'ndeki (CFE) diğer OECD meslektaşlarının katkılarından ve geri bildirimlerinden yararlanıldı.



Co-funded by  
the European Union

\* Bu belge Avrupa Birliği'nin mali desteğiyle hazırlanmıştır. Burada ifade edilen görüşler hiçbir şekilde Avrupa Birliği'nin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

# İçindekiler

Önsöz	3
Teşekkürler	4
Okuyucu Rehberi	8
Yönetici Özeti	14
<b>Bölüm 1. Turizm Eğilimleri ve Politikaları</b>	<b>16</b>
Yeni zorluklar ortaya çıktıkça son turizm eğilimleri ve geleceğe yönelik görünüm Karmaşık bir ortamda turizmin yönetimi	17 26
Daha sürdürülebilir sonuçlar için turizmde daha dengeli bir gelecek inşa etmek	33
Referanslar	45
Not	46
<b>Bölüm 2. Turizm işgücünün güçlendirilmesi</b>	<b>47</b>
Dayanıklılık oluşturmada turizm işgücünün önemi Daha güçlü bir turizm işgücü için öncelikli konular	48 51
Daha dayanıklı bir turizm ekonomisi için turizm işgücü sorunlarının ele alınması	55
Turizm işgücünü güçlendirmeye yönelik politika değerlendirmeleri	67
Referanslar	69
<b>Bölüm 3. Sürdürülebilir turizm politikaları için kanıt tabanının oluşturulması</b>	<b>71</b>
Daha sürdürülebilir bir gelecek için turizm gelişimini dengelemek	72
Sürdürülebilir turizmi teşvik etmek için politika önceliklerini ele almak Turizm karar alma süreçlerinde kanıt tabanını güçlendirmek	80 81
Sürdürülebilir turizm için kanıt tabanını iyileştirmeye yönelik politika değerlendirmeleri	91
Referanslar	93
Ek A.1. Uluslararası sürdürülebilir turizm çerçeveleri	95
<b>Bölüm I OECD ülke profilleri</b>	<b>97</b>
Avustralya	98
Avusturya	103

**6-**

Belçika	108
Kanada	114
<b>Şili</b>	119
Kolombiya	124
Kosta Rika	129
<b>Çekya</b>	134
Danimarka	139
Estonya	144
Finlandiya	149
Fransa	154
Almanya	159
Yunanistan	164
Macaristan	169
İzlanda	174
İrlanda	179
İsrail	184
İtalya	189
Japonya	194
<b>Kore</b>	199
Letonya	204
Litvanya	209
Lüksemburg	214
Meksika	219
<b>Hollanda</b>	224
Yeni Zelanda	229
Norveç	234
Polonya	239

Portekiz	244
Slovak Cumhuriyeti	249
Slovenya	254
İspanya	259
<b>İsveç</b>	<b>264</b>
<b>İsviçre</b>	<b>269</b>
Türkiye	274
Birleşik Krallık	279
Amerika Birleşik Devletleri	284
<b>Bölüm II Ortak ülke profilleri</b>	<b>289</b>
Brezilya	290
Bulgaristan	295
Hırvatistan	300
Endonezya	305
Malta	310
<b>Karadağ</b>	<b>315</b>
<b>Fas</b>	<b>320</b>
<b>Peru</b>	<b>325</b>
Romanya	330
Suudi Arabistan	335
Sırbistan	340
Güney Afrika	345

# Okuyucu Rehberi

---

Bu okuyucu rehberi, bu kitapta kullanılan veri kaynakları hakkında bilgi ve metodolojik notlar sunmaktadır: Turizm İstatistikleri için Uluslararası Tavsiyeler 2008, Turizm Uydu Hesabı: Önerilen Metodolojik Çerçeve 2008 ve Ödemeler Dengesi ve Uluslararası Yatırım Pozisyonu Kılavuzu.

---

Bu rapordaki istatistiksel veriler, meta veriler ve kaynaklara tek bir konsolide turizm istatistikleri kaynağından çevrimiçi olarak erişilebilir. <https://data-explorer.oecd.org/>. Bireysel veri setlerine aşağıdaki bağlantılardan ulaşılabilir: [Yurtiçi turizm](#) , [Gelen turizm](#) , [Dış turizm](#) , [İşletmeler ve istihdam](#) , [İç turizm tüketimi](#) , [Yüzde olarak temel göstergeler](#) .

Veriler turizm istatistiklerinde kullanılan temel metodolojik referanslar ve uluslararası standartlarla yakından örtüşmektedir:

- Uluslararası Öneriler için Turizm İstatistikler 2008, BM/BMDTÖ, [http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm\\_83rev1e.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_83rev1e.pdf).
- Turizm Uydusu Hesabı: Önerilen Metodolojik Çerçeve 2008, UN/UNWTO/EUROSTAT/OECD, [http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF\\_80rev1e.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1e.pdf).
- IMF'nin Ödemeler Dengesi ve Uluslararası Yatırım Pozisyonu Kılavuzu 2010'un Altıncı Baskısı, IMF, <http://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/2007/bopman6.htm> .

Bu not okuyucuya metodolojik bir özet sunar. Daha ayrıntılı bilgi için lütfen yukarıda belirtilen metodolojik araçlara bakın.

## Uluslararası Turizm İstatistikleri Önerileri (IRTS)

Uluslararası Turizm İstatistikleri Önerileri (IRTS), ülkelerin turizm istatistiklerini derlemede kullanmaları için ortak bir referans çerçevesi sağlar. Tanımlar, kavramlar, sınıflandırmalar ve göstergelerden oluşan dahili olarak tutarlı bir sistem sunar ve veri kaynakları ve veri derleme yöntemleriyle ilgili genel rehberlik sağlar.

Turizm, insanların olağan ikamet yerlerinin dışına hareket etmesiyle ilgili sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgu olarak kabul edilebilir. Turizm, ziyaretçilerin aktivitesini ifade eder.

**Aziyaretçi** bir yıldan az bir süre için, olağan çevresinin dışında, ana bir varış noktasına, ziyaret edilen ülke veya yerde çalışmak dışında herhangi bir ana amaçla (iş, eğlence veya diğer kişisel amaçlar) seyahat eden bir gezgindir.

Bir ziyaretçi bir **turiste**ğer seyahati bir gece konaklamayı içeriyorsa; aksi takdirde, bir ziyaretçi bir **aynı gün ziyaretçi**(veya gezici).

Üç temel turizm biçimi ayırt edilebilir:

- **Yurtiçi turizm** referans ülkesinde ikamet eden bir ziyaretçinin faaliyetlerini kapsar.
- **Gelen turizm** Referans ülkesinde ikamet etmeyen bir ziyaretçinin faaliyetlerini kapsar.
- **Dış turizm** referans ülkesinin dışında ikamet eden bir ziyaretçinin faaliyetlerini kapsar.

**Ziyaretçi akışlarının ölçülmesi:** Ziyaretçi akışlarını değerlendirmek için hem varışlar hem de geceler kullanılır. Sınırlarda ve konaklama yerlerinde varışlar ile konaklama yerlerinde geçirilen geceler arasında ayırım yapılır. Geceleme turizmi söz konusu olduğunda, konaklama istatistikleri yerli ve gelen ziyaretçiler hakkında önemli bir istatistiksel bilgi kaynağıdır.

## Turizm Uydusu Hesabı: Önerilen Metodolojik Çerçeve (TSA:RMF)

Turizm Uydusu Hesabı (TSA), turizmin farklı bileşenlerinde (yurtiçi, gelen ve giden) ekonomik ölçümü için kavramsal bir çerçevedir. Ayrıca, ziyaretçilerin tüketimi ile ekonomideki mal ve hizmet arzı arasındaki ilişkiyi, özellikle de

turizm endüstrileri. Bu araçla, turizm GSYİH'sini tahmin etmek, turizmin ekonomiye doğrudan katkısını belirlemek ve TSA, Ulusal Hesaplar Sistemi ve Ödemeler Dengesi arasındaki bağlantıları kullanarak daha ileri analizler geliştirmek mümkündür.

## Turizm karakteristik ürünleri ve faaliyetleri

TSA, arz ve taleple ilgili turizm verilerini uzlaştırır. Bu nedenle turizm ölçümü ve analizi, esas olarak turizm harcamalarına ait olan ürünlerin ve turizm endüstrilerini tanımlamanın temeli olan üretken faaliyetlerin sınıflandırılmasını gerektirir. Turizm karakteristik faaliyetleri, tipik olarak **turizm karakteristik ürünleri**. **Aturizm endüstrisi** Ana faaliyeti aynı turizm karakteristik faaliyeti olan işletmelerin gruplandırılmasını ifade eder.

IRTS 2008 ve TSA-RMF 2008, turizmin karakteristik tüketim ürünleri ve faaliyetlerinin (turizm endüstrileri) tipolojisini sunmaktadır:

Turizm karakteristik tüketim ürünleri	Turizm karakteristik faaliyetleri (turizm endüstrileri)
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	Ziyaretçiler için konaklama
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	Yiyecek ve içecek servis faaliyetleri
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	Demiryolu yolcu taşımacılığı
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	Karayolu yolcu taşımacılığı
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	Su yolcu taşımacılığı
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	Hava yolcu taşımacılığı
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	Taşıma ekipmanı kiralama
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri	Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri faaliyetleri
Kültürel hizmetler	Kültürel faaliyetler
Spor ve eğlence hizmetleri	Spor ve eğlence faaliyetleri
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	Ülkeye özgü turizm karakteristik malların perakende ticareti
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	Diğer ülkeye özgü turizm karakteristik faaliyetleri

Not: Kapsam hakkında detaylı bilgi için lütfen IRTS 2008'in 2 ve 3 numaralı eklerine bakınız.

## İç turizm tüketimi

TSA Çerçevesi, turizm harcamaları ile turizm tüketimi arasında bir ayırım yapar. Turizm harcamaları parasal işlemleri ifade ederken, turizm tüketimi ayrıca diğer işlemleri de içerir: kendi hesabına tatil konaklamasıyla ilişkili hizmetler, aynı turizm sosyal transferleri ve diğer varsayılan tüketim. Ancak, son işlemler ayrı ayrı değerlendirilmelidir. Bu nedenle, veriler ülkeye bağlı olarak tüketime veya harcamaya atıfta bulunabilir.

Tüketicinin üç biçimi ayırt edilir:

- **Yurtiçi turizm tüketimi:** Referans ekonomisi içinde yerleşik bir ziyaretçinin turizm tüketimi.
- **Gelen turizm tüketimi:** Referans ekonomisi içinde yerleşik olmayan bir ziyaretçinin turizm tüketimi.
- **İç turizm tüketimi:** Referans ekonomisindeki hem yerleşik hem de yerleşik olmayan ziyaretçilerin turizm tüketimi. Yurtiçi turizm tüketimi ile gelen turizm tüketiminin toplamıdır.

## Turizm Doğrudan Gayri Safi Yurtiçi Hasıla ve diğer toplamlar

Bir ekonominin Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH), tüm endüstriler tarafından üretilen brüt katma değer toplamı olarak tanımlanır. Turizm GSYİH, tüm endüstriler tarafından iç turizm tüketimine yanıt olarak üretilen GSYİH'nin bir kısmına karşılık gelir. Doğrudan turizm GSYİH ile dolaylı turizm GSYİH arasında daha fazla ayırım yapılmalıdır. Basitçe söylemek gerekirse, **turizm doğrudan GSYİH** ziyaretçilerle doğrudan temas halinde olan endüstriler tarafından üretilen doğrudan katma değeri yansıtırken, dolaylı turizm GSYİH'si ziyaretçilerle doğrudan temas halinde olan endüstrilere girdi sağlayan endüstriler tarafından üretilen tüm yukarı akış katma değerini yansıtır. TSA Çerçevesi önerilerini doğrudan turizm GSYİH'sinin değerlendirilmesiyle sınırlar. Dolaylı turizm GSYİH'sinin değerlendirilmesi, girdi-çıkıktı tekniklerinin kullanımını veya harcama bazlı önlemlerin (ithalatlar için) ayarlanmasını gerektirir.

## Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

Ziyaretçi akışlarını ölçmek için çeşitli farklı veri kaynakları kullanılır. Veriler doğrudan bireylerden turizm gezileri hakkında toplanabilir. Bu talep tarafı kaynakları arasında gelen turizm akışlarını ölçmek için ziyaretçi veya sınır anketleri ve yurtiçi ve yurtdışı turizm akışlarını ölçmek için yerleşik seyahat veya hane halkı anketleri yer alır. Bu anketler TSA'nın turizm tüketimi (yani talep) tablolarına (Tablolar 1-4) aktarılır. Yurt içi ve gelen ziyaretçilerle ilgili veriler konaklama sağlayıcılarından da toplanabilir (arz tarafı).

Turizm talebi anketlerinden elde edilen veriler ülke profili istatistik tablolarında sunulmaktadır. Bu kaynaklardan veri bulunmaması veya veri boşluklarının bulunması durumunda konaklama anketlerinden elde edilen veriler yayınlanmaktadır.

Bireysel ülkelere ait veri kaynakları hakkında daha ayrıntılı bilgi için lütfen çevrimiçi turizm veritabanındaki ilgili veri kümelerine ve meta verilere bakın. <https://data-explorer.oecd.org/>

## Ödemeler Dengesi ve Uluslararası Yatırım Pozisyonu El Kitabı – Altıncı Baskı

Ziyaretçilerin parasal akımlarının değerlendirilmesinde Ödemeler Dengesi'nin aşağıdaki kalemleri kullanılmaktadır.

### ***Seyahat***

Seyahat kredileri (**uluslararası seyahat gelirleri**) ikamet etmeyen kişilerin o ekonomiye yaptıkları ziyaretler sırasında o ekonomiden edindikleri, kendi kullanımları veya başkalarına vermek üzere kullandıkları mal ve hizmetleri kapsar. Seyahat borçları (**uluslararası seyahat harcamaları**) diğer ekonomilere yapılan ziyaretler sırasında ikamet edenlerin bu ekonomilerden edindikleri, kendi kullanımları veya başkalarına vermek üzere kullandıkları mal ve hizmetleri kapsar.

Mallar ve hizmetler ilgili kişiler tarafından veya onların adına başka bir tarafça satın alınabilir (örneğin iş seyahati). Seyahatin standart bileşen dağılımı iş seyahati ve kişisel seyahat arasındadır. *İş seyahati* temel amacı iş olan kişilerin kişisel kullanımları için satın aldıkları mal ve hizmetleri kapsar. *Kişisel seyahat* dışındaki amaçlarla yurtdışına giden kişiler tarafından edinilen mal ve hizmetleri kapsar, örneğin tatiller, eğlence ve kültürel faaliyetlere katılım, arkadaş ve akraba ziyaretleri, hac ve eğitim ve sağlıkla ilgili amaçlar. Bu dağılım, turizm uydu hesaplarıyla ve tedarik ve kullanım tablolarıyla daha yakın bağlantılar kurulmasını sağlar.

### ***Yolcu hizmetleri***

Yolcu hizmetleri, insanların taşınmasını kapsar. Bu kategori, yerleşik taşıyıcılar (kredi veya **uluslararası yolcu taşımacılığı**)

**makbuzlar**) ve ikamet edenlerin ikamet etmeyen taşıyıcılar (banka kartı veya **uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları**). Yolcu hizmetleri, yolcuların taşınmasıyla ilgili ücretleri ve diğer harcamaları, yolcu hizmetlerine uygulanan vergileri ve paket turların bir parçası olan ücretleri, gemi yolculuğu ücretlerini, yolcu taşımacılığı için mürettebatlı gemi, uçak, otobüs veya diğer ticari araçların kiralamalarını, charter'larını ve leasing'lerini içerir.

## Diğer konular

**Turizm sektöründeki işletmeler:** Bir kuruluş, tek bir lokasyonda bulunan ve yalnızca tek bir üretim faaliyetinin yürütüldüğü veya ana üretim faaliyetinin katma değerini çoğunu oluşturduğu bir kuruluş veya bir kuruluşun bir parçasıdır. Ülkeler arasında karşılaştırılabilirlik amacıyla, aksi belirtilmediği sürece, kuruluşlara ilişkin tüm istatistikler kuruluşları ifade eder.

**Turizmde istihdam:** istihdam verileri insanlara veya işlere atıfta bulunur. İnsanlar söz konusu olduğunda, veriler yalnızca çalışanlara veya çalışanlara ve kendi hesabına çalışanlara (çalışan kişilere) atıfta bulunur. Tam zamanlı eşdeğer istihdam, tam zamanlı eşdeğer işlerin sayısıdır ve tam zamanlı işlerde çalışılan toplam saatlerin ortalama yıllık saatlere bölünmesiyle tanımlanır.

**Veriler ABD doları cinsinden ifade edilmiştir:** Bazı tablolar için ulusal para birimi verileri ABD doları verilerine dönüştürülmüştür. Döviz kurları OECD veritabanından toplanmıştır.

## Meta veriler ve kaynaklar

Bu yayında kullanılan verilerin büyük çoğunluğu ülkeler tarafından sunulmuştur. Tüm ayrıntılı meta veriler ve kaynaklar, çevrimiçi OECD veritabanının sağ tarafındaki bilgi panelinin altında bulunabilir. <https://data-explorer.oecd.org/>

## Ülke kapsamı

OECD üye ülkeleri şunlardır: Avustralya, Avusturya, Belçika, Kanada, Şili, Kolombiya, Kosta Rika, Çekya, Danimarka, Estonya, Finlandiya, Fransa, Almanya, Yunanistan, Macaristan, İzlanda, İrlanda, İsrail, İtalya, Japonya, Kore, Letonya, Litvanya, Lüksemburg, Meksika, Hollanda, Yeni Zelanda, Norveç, Polonya, Portekiz, Slovak Cumhuriyeti, Slovenya, İspanya, İsveç, İsviçre, Türkiye, Birleşik Krallık ve ABD.

Bu raporda ele alınan diğer ortak ülkeler şunlardır: Brezilya, Bulgaristan, Hırvatistan, Endonezya, Malta, Karadağ, Fas, Peru, Romanya, Suudi Arabistan, Sırbistan ve Güney Afrika.

## Para birimleri için kullanılan kodlar

- Avustralya doları Avustralya doları
- BGN Bulgar Levası
- Brezilya Lirası Brezilya Reali
- CAD Kanada Doları
- İsviçre Frangı İsviçre Frangı
- ÇKP Şili Pesosu
- POLİS Kolombiya Pesosu
- ÇHC Kosta Rika Kolonu

- Çek Korunası Çek Korunası
- DKK Danimarka Kronu
- EUR Euro (Avusturya, Belçika, Estonya, Finlandiya, Fransa, Almanya, Yunanistan, İrlanda, İtalya, Letonya, Litvanya, Lüksemburg, Malta, Karadağ, Hollanda, Portekiz, Slovak Cumhuriyeti, Slovenya, İspanya)
- GBP Birleşik Krallık Pound Sterling
- HRK Hırvatistan Kunası
- HUF Macar Forinti
- IDR Endonezya Rupisi
- ILS İsrail Şekeli
- ISK İzlanda Kronu
- JPY Japon Yeni
- KRW Kore Wonu
- KIZGIN Fas Dirhemi
- Meksika'nın Meksika Pesosu
- NOK Norveç Kronu
- Yeni Zelanda doları Yeni Zelanda Doları
- DOLMA KALEM Peru Sol
- PLN Polonya Zlotisi
- RON Rumen Leyi
- RSD Sırp Dinarı
- SAR Suudi Riyali
- İsveç Kronu İsveç Kronu
- DENEK Türk Lirası
- Amerikan Doları ABD Doları
- ZAR Güney Afrika Randı

## Eksik veriler ve kısaltmalar için semboller

Ülke tablolarında şu semboller kullanılmaktadır:

- | Seride ara vermek
- .. Veri mevcut değil
- ve Tahmini veriler veya sınırlı miktarda verinin kullanımına dayalı veriler
- F Tahmini değer
- P Geçici

Anket bilgilerine dayanan tablolarda, yuvarlama ve elektronik veri işleme teknolojilerinin özelliklerinden dolayı bazı durumlarda bileşenlerin toplamları ve toplamları arasında küçük farklılıklar görülebilmektedir.

# Yönetici Özeti

Turizm, son krizlerden güçlü bir şekilde toparlanarak ekonomik büyümeyi ve refahı destekledi. Ancak toparlanma eşitsiz ve artan jeopolitik gerginlikler, geçim maliyeti baskıları ve iklimle ilgili olaylar yeni zorluklar getiriyor. Sektör için daha dayanıklı, sürdürülebilir ve kapsayıcı bir gelecek inşa etme çabalarını artırmak için aktif, ileriye dönük politikalara ihtiyaç var.

## Yeni zorluklar ortaya çıktıkça turizm eğilimleri ve görünümü

Turizm, altmış yıllık istikrarlı büyümenin ardından 2020-21'de turizm akışlarının hızla düşmesine yol açan COVID-19 salgınının tetiklediği keskin düşüşlerin ardından güçlü bir şekilde toparlandı. Turizmin GSYİH'ye doğrudan katkısı, mevcut verilere sahip OECD ülkelerinde 2022'de %3,9'a yükseldi; bu, 2019 seviyelerinin yarım puan altında ve kanıtlar toparlanmanın o zamandan beri devam ettiğini gösteriyor. Seyahat kısıtlamalarının kaldırılmasının ardından uluslararası turizm talebinin geri dönmesi, bu toparlanmanın önemli bir itici gücü oldu ve OECD ülkelerinde turizmin hizmet ihracatındaki payı 2022'de %14,8'e çıktı. Bu, pandemi öncesi payların hala 5,6 puan altında olmasına rağmen, uluslararası turist varışları güçlenmeye devam etti ve 2023'te bazı OECD ülkelerinde pandemi öncesi seviyeleri çoktan aştı.

2024 yılı sonuna doğru, olumlu seyahat ve iş dünyası güveni ve Çin de dahil olmak üzere Asya Pasifik'teki seyahatlerde yaşanan artışla desteklenen tam bir küresel toparlanma öngörülüyor. Talep ve arz dengesizlikleri ortadan kalkmaya devam ettikçe büyümenin pandemi öncesi eğilimlere dönmesi bekleniyor. Ancak toparlanma düzensiz ve zorluklar devam ediyor. Turizm talebinin dayanıklı olduğu kanıtlanmış olsa da, işletmeler çalışanları çekmek ve elde tutmakta zorlanıyor ve enflasyon azalmasına rağmen fiyat baskıları ulaşım, konaklama ve misafirperverlik maliyetlerini etkilemeye devam ediyor. Jeopolitik gerginlikler yüksek kalmaya devam ediyor ve orman yangınları, seller, sıcak hava dalgaları ve diğer aşırı hava olaylarının artan sıklığı sektörü etkiliyor. Uzun vadeye bakıldığında, turizmin büyümeye devam etmesi bekleniyor. Bu, önemli fırsatlar yaratıyor ancak aynı zamanda yenilenen zorluklar da getiriyor ve dayanıklı, sürdürülebilir ve kapsayıcı bir geleceği destekleyen politikaların önemini vurguluyor.

## Turizm yoluyla sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmek için en önemli politika öncelikleri

Hükümetler, son krizlerin sektörün ekonomik ve sosyal bir güç olarak önemine ilişkin farkındalığı artırmasıyla turizmi desteklemek için olağanüstü önlemler aldı. Güçlü toparlanma, destinasyonların talebi ve çevre ile yerel topluluklar üzerindeki etkileri yönetmekte zorlandığı bir dönemde hükümetler ve sektör için yeni bir uyanış çağrısı sağlıyor. Bu, turizm için sosyal lisansa baskı yapıyor ve etkilerin yeniden dengelenmesi, tavizlerin anlaşılması ve turizmin sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi ihtiyacını vurguluyor, böylece faydalar maliyetlerden daha ağır basıyor. Aynı zamanda turizm, birçok insan, işletme ve yer için kullanılmamış bir potansiyel sunuyor.

Her düzeydeki hükümetlerin, bu zorluklara yanıt vermek, fırsatlardan yararlanmak ve daha iyi sonuçlar sunmak için turizm gelişimini şekillendirmede oynayacakları bir rol vardır. Birçok ülke,

pandemi sonrası bağlamı ve öncelikleri yansıtacak şekilde geliştirilen turizm stratejileri. Bu stratejiler, daha sürdürülebilir turizm modellerine geçiş için son ivmeyi sürdürmeyi, giderek daha dinamik bir ortama uyum sağlamayı ve paydaşları sektörün geleceği için ortak bir vizyon etrafında bir araya getirmeyi amaçlamaktadır. Turizm teklifini çeşitlendirmek ve yeni kaynak pazarlarını ve segmentlerini geliştirmekte olan destinasyonlara ve yoğun dönemlerin dışına çekmek, faydaları ve turist akışlarını daha iyi yaymak için birçok turizm stratejisinin temelini oluşturmaktadır. İklim değişikliğinin etkilerine uyum sağlarken turizm faaliyetlerinin çevresel etkisini azaltmak için önemli yatırımlara ihtiyaç duyulmaktadır. Turizm destinasyonları ve işletmelerinin hızlı teknolojik gelişmelerle başa çıkabilmeleri için desteğe ihtiyaçları vardır; ayrıca turizm gelişimini daha iyi yönetmek için gereken ulaşım ve diğer altyapıyı geliştirmek için de kaynaklara ihtiyaç duyulmaktadır. Sektörün güçlü ve sürdürülebilir bir iş gücünü çekme, elde tutma ve geliştirme kapasitesini artırmak, devam eden bir diğer odak alanıdır.

Ancak uygulama bir sorun olmaya devam ediyor ve sektör pandemi öncesi seviyelere ve büyüme yollarına döndükçe turizmin ulusal politika gündemlerinde gerileme riski bulunuyor. Bu hedeflere ulaşmak için, ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde yeterli kaynaklarla desteklenen etkili yönetim uygulamaları ve koordineli politika eylemlerine ihtiyaç duyuluyor. Destinasyon düzeyindeki eylem, yerel ihtiyaçları ve öncelikleri dikkate alan ve hükümet düzeyleri arasında etkili koordinasyon mekanizmalarıyla desteklenen, turizmin geleceği için kapsamlı bir ulusal vizyon tarafından yönlendirilen değişim için ivmeyi yönlendirmede giderek daha önemli bir rol oynuyor. Potansiyel takaslar üzerindeki ilerlemeyi yönetmek ve izlemek, 'neyin işe yaradığını' belirlemek ve ortaya çıkan politika etkilerini ve risklerini ve eylemsizliğin maliyetlerini belirlemek için daha ayrıntılı, zamanında ve sağlam kanıtlara da ihtiyaç duyuluyor.

## Temel politika öncelikleri

### ***İleriye dönük sürdürülebilir turizm gündemini gerçekleştirmek için koordineli eylemi teşvik edin***

- Turizmin iklim eylemindeki rolünü artırmak ve sektörün hızlı teknolojik gelişmelerle uyumlu olmasını sağlamak için ileriye dönük turizm politikalarının geliştirilmesini ve uygulanmasını teşvik etmek.
- Turizmde faaliyet gösteren ve turizmden etkilenen herkese daha adil ve kapsayıcı faydalar sunmak için turizm politikası sürecine geniş paydaş katılımını teşvik edin.
- Ziyaretçi akışlarının daha iyi yönetilmesini teşvik etmek, turizm teklifini çeşitlendirmek ve kritik altyapıyı geliştirmek amacıyla, destinasyon düzeyi de dahil olmak üzere koordinasyon ve teslimat yapılarını güçlendirin.

### ***Turizm işgücünün güçlendirilmesi***

- Turizm çalışanlarının özel ihtiyaçlarını karşılamak ve turizm işini daha çekici ve uygulanabilir bir seçenek haline getirmek için turizmi daha geniş ekonomik ve toplumsal kalkınma stratejilerine daha iyi entegre edin.
- Çalışanların işe alınması ve elde tutulması önündeki engelleri ortadan kaldırmak için özel sektör girişimlerinden yararlanın ve sektördeki çalışma koşullarını iyileştirmek için yeni eğitimler ve çalışma modelleri uygulayın.
- Turizm sektörünün değişen ihtiyaçlarını karşılamak ve yeşil ve dijital dönüşümlere hazırlanmak amacıyla özel sektör ve eğitim sağlayıcıları arasındaki bağlantıları kolaylaştırmak.

### ***Sürdürülebilir turizm politikaları için kanıt tabanının oluşturulması***

- Öncelikli politika konularını daha iyi tanımlayarak temel göstergeleri belirleyin ve karar vericilerin bu konuları izlemek ve politika yapma sürecindeki uzlaşmaları dengelemek için verilere zamanında erişmelerini sağlayın.
- Turizm verisi boşluklarını doldurmak, çevresel ve sosyal öncelikleri hedefleyen eylemleri izlemek ve ölçmek ve daha sürdürülebilir turizm modellerine geçişi hızlandırmak için yeni fırsatları keşfedin.
- Kısa ve uzun vadeli öncelikleri izlemek, yeni yöntemler keşfetmek ve bu verileri kullanmak için her düzeydeki karar vericilerin kapasitesini geliştirmek amacıyla göstergeler, araçlar ve ölçümler içeren özel araç takımları tasarlayın.

## Bölüm 1. Turizm Eğilimleri ve Politikaları

---

Bu bölüm turizmdeki eğilimleri ve turizm yönetimi ve politikasındaki ilişkili gelişmeleri ele almaktadır. OECD üyesi ve ortak ülkelerinin bir politika ve istatistik anketine verilen yanıtlara dayanmaktadır. Bölüm, güçlü ancak dengesiz toparlanmayı ve yeni zorluklar ortaya çıktıkça geleceğe yönelik görünümü değerlendirmektedir. Bu ortamda daha sürdürülebilir, dayanıklı ve kapsayıcı bir turizmi desteklemede hükümetin rolü ortaya konmaktadır. Turizm politikası öncelikleri, reformları ve gelişmeleri, ülke uygulamalarına ilişkin örnekler vurgulanarak analiz edilmektedir.

---

## Yeni zorluklar ortaya çıktıkça son turizm eğilimleri ve geleceğe yönelik görünüm

Turizm, COVID-19 salgınının tetiklediği 2020-21'deki keskin düşüşlerin ardından güçlü bir şekilde toparlandı. Pandemi öncesi seviyelere tam toparlanmanın 2024'ün sonunda gerçekleşmesi ve uzun vadede büyümenin devam etmesi bekleniyor. Ancak, birçok ülkede oldukça ilerlemiş olsa da toparlanma eşitsiz ve yavaş ekonomik büyüme, artan jeopolitik gerginlikler, geçim maliyeti baskıları, doğal afetler ve aşırı hava olayları yeni zorluklar getirdi. Aynı zamanda, turizm geliştirme modellerinde ve daha geniş turizm ekonomisinde yeni ve mevcut zayıflıklar ortaya çıktı.

Hükümetler, son krizlerde sektörü desteklemek için olağanüstü önlemler aldı ve bu politikalar karşılığını verdi. Turizm talebinin dayanıklı olduğu kanıtlandı. Güçlü toparlanma, talebi ve çevre ile yerel topluluklar üzerindeki etkilerini yönetmekte zorlanan destinasyonlar için bir uyarı niteliğinde. Aynı zamanda turizm, birçok insan, işletme ve yer için önemli ancak henüz keşfedilmemiş potansiyel ve fırsatlar sağlıyor. Turizm bu zorluklarla mücadele ederken, büyük ölçekli sosyal, ekonomik, politik, çevresel ve teknik eğilimler sektörü etkilemeye devam ediyor.

Turizm için daha dayanıklı, sürdürülebilir ve kapsayıcı bir geleceğe yanıt vermek ve ivme oluşturmak için aktif, ileriye dönük turizm politikalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Sektörün ekonomik refah ve refahın itici gücü olarak rolü son yıllarda hükümetin en üst seviyelerine yükseltilmiş olsa da, sektör pandemi öncesi seviyelere ve büyüme yollarına döndükçe turizm ulusal politika gündemlerinde gerileme riski taşımaktadır.

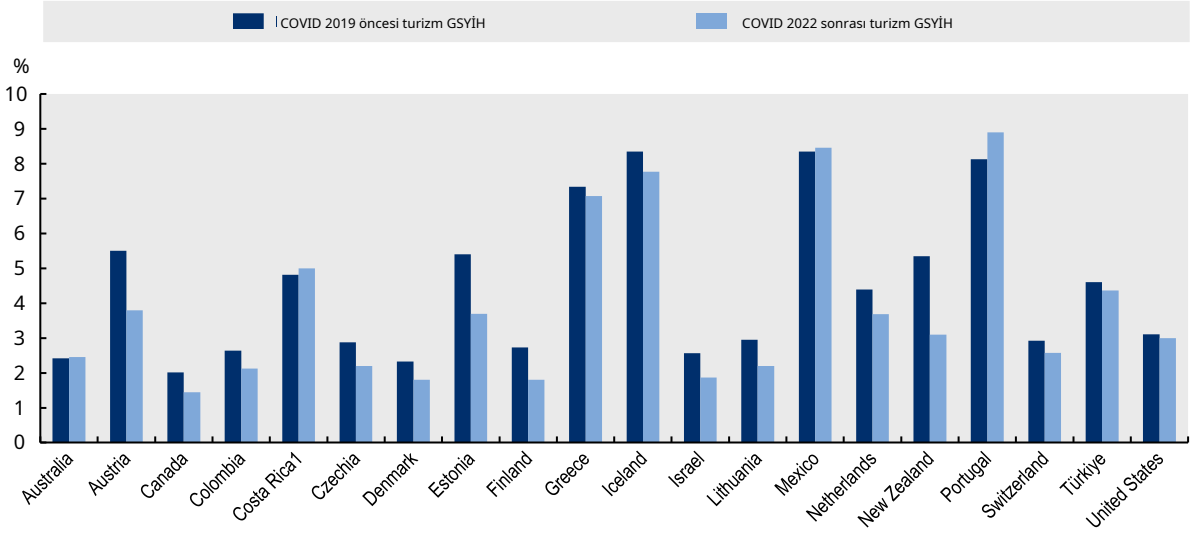
### ***Güçlü turizm toparlanması daha geniş ekonomik büyümeyi destekliyor***

Turizm, ekonomik büyümenin önemli bir itici gücü olmaya devam ediyor ve ekonomik faaliyeti teşvik etmede, iş yaratmada, gelir ve döviz üretmede, bölgesel kalkınmayı teşvik etmede ve yerel toplulukları desteklemede önemli bir rol oynuyor. COVID-19 salgınından önce, turizm sektörü doğrudan GSYİH'nin %4,4'üne ve istihdamın %6,9'una katkıda bulunuyordu ve turizm, OECD ülkelerinde ortalama olarak hizmetle ilgili ihracatın %20,4'ünü üretti. COVID-19'dan kaynaklanan benzeri görülmemiş şok, mevcut verilerle OECD ülkelerinde turizmin GSYİH'ye ortalama doğrudan katkısının 2020'de %2,5'e düşmesine neden oldu ve bu durum daha geniş ekonomi için zincirleme sonuçlar doğurdu. 2022'ye geldiğinde, bu rakam aynı ülke grubunda ortalama %3,9'a geri döndü ve dört ülke pandemi öncesi seviyelere veya üzerine döndü (Şekil 1.1). BM Turizm, küresel olarak doğrudan turizm GSYİH'sinin 2023'te pandemi öncesi seviyelere geri döndüğünü bildiriyor (BM Turizm, 2024<sup>[1]</sup>).

Turizm ekonomisindeki bu güçlü toparlanma, Yunanistan, Portekiz, İsviçre ve Türkiye gibi sektörün özellikle dinamik olduğu ülkeler de dahil olmak üzere daha geniş ekonomik faaliyeti destekliyor (OECD, 2024<sup>[2]</sup>). Birkaç ülkede turizm ekonomisinin göreceli büyüklüğü, sektör daha geniş ekonomi büyümesini geride bıraktığı için genişledi. Örneğin Portekiz'de turizm, 2019'daki %8,1'e kıyasla 2022'de GSYİH'nin %8,9'una doğrudan katkıda bulundu. Bu, turizmin önemli dolaylı etkilerinin dikkate alınmasından öncedir ve turizm ile diğer sektörler (örneğin gıda üretimi, tarım, ulaşım) arasındaki bağlantıların genişliğini ve derinliğini yansıtır. Bu dolaylı etkiler, turizm yoluyla yerel ekonomide üretilen katma değerün üçte birinden fazlasını oluşturmaktadır.

Turizm, emek yoğun bir sektördür ve işgücü kıtlığı ve beceri boşlukları, sıkı işgücü piyasaları ortasında sektörün toparlanmasını kısıtlamıştır. Konaklama ve yiyecek hizmetleri sektöründeki istihdam, 2022'de OECD genelinde %5,3 oranında düşerken, iş boşluğu oranları 2023'te birçok ülkede ekonominin diğer bölgelerine göre ortalama olarak daha yüksekti. Konaklama ve yiyecek hizmetleri sektöründeki tüm işler turizm işi olmasa da, sektör turizm istihdamının yaklaşık yarısını oluşturuyor ve kısmi ancak faydalı bir vekil sağlıyor. İşgücü piyasaları artık rahatlarırken, turizm işgücünü çekmek, elde tutmak ve geliştirmek için devam eden zorluklar devam ediyor. Bu sorunların ele alınması ihtiyacı, 2. Bölüm - Turizm işgücünün güçlendirilmesi'nde daha ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

Şekil 1.1. COVID öncesi ve 2022'de seçilmiş OECD ülkelerine turizmin GSYİH'sinin doğrudan katkısı



Not: Turizm Doğrudan GSYİH tercih edilen göstergedir. Sadece 2019 ve 2022 verilerine sahip ülkeler gösterilmektedir. 1. COVID sonrası Turizm GSYİH 2023'ü ifade eder.

Turizm Doğrudan GSYİH'si Kanada, Kolombiya, Finlandiya, Yunanistan, İsrail, Litvanya, Hollanda, Yeni Zelanda, Portekiz, İsviçre, Türkiye ve ABD için kullanılmıştır.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı<sup>2</sup> <https://stat.link/ricklrm>

### ***Turizm talebinin dayanıklı olduğu kanıtlandı, ancak toparlanma eşitsiz ve zorluklar devam ediyor***

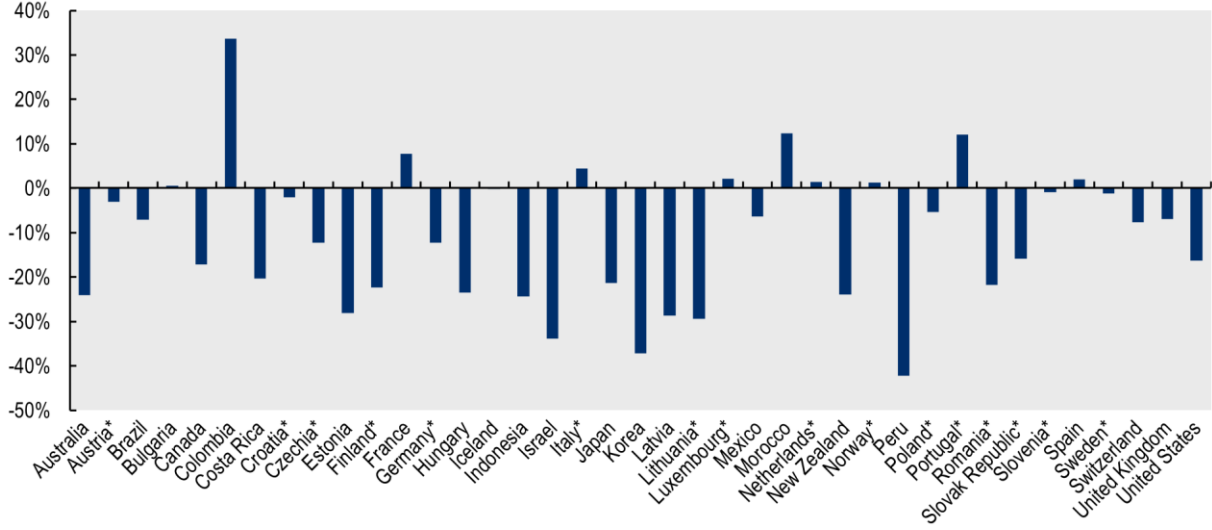
Uluslararası turizm akışları güçlü bir şekilde toparlandı ve 2024'ün sonuna kadar tamamen toparlanması öngörülmüyor. Ancak toparlanma eşitsiz ve zorluklar devam ediyor. 2020'de %68,3 düştükten sonra - küresel olarak %72,3'lük düşüşün biraz altında - 2022'nin sonunda OECD ülkelerine gelen uluslararası turist varışları 2019 seviyelerinin %77,3'üne toparlandı - küresel olarak %66,6'nın üzerinde. OECD ülkeleri, 2019'daki %56'dan 2022'de uluslararası turizm varışlarının %65'ini oluşturdu ve bu da pandemiden bu yana OECD dışı ülkelere kıyasla daha güçlü bir performansa işaret ediyor. OECD üye ülkelere ve seçili ortak ekonomilere gelen uluslararası turist varışlarının dökümü Tablo 1.1'de sunulmaktadır.

Bu toparlanma ivmesi, şaşırtıcı derecede dayanıklı olduğu kanıtlanmış güçlü turizm talebiyle devam etti. Küresel olarak, 2023'te dünya çapındaki varış noktalarında tahmini 1,3 milyar uluslararası turist kaydedildi, bu da pandemi öncesi seviyelerin %89'una bir toparlanma anlamına geliyor ve bunun 2024'ün sonunda 1,5 milyara ulaşması öngörülmüyor (BM Turizm, 2024<sup>[3]</sup>).

Bazı OECD ülkelerinde uluslararası turist varışları 2023'te pandemi öncesi seviyeleri aştı ve Avrupa'daki ülkeler bu konuda başı çekti. Portekiz, 2019'a göre %12,1 daha fazla olmak üzere rekor sayıda 19,4 milyon uluslararası turisti ağırladı. Varışların pandemi öncesi seviyelere ulaştığını veya bu seviyeleri aştığını gören diğer ülkeler arasında Kolombiya (%34 artış), Lüksemburg (%2,1), Hollanda (%1,4), Norveç (%1,2) ve İspanya (%2,0) yer alıyor. Şekil 1.2, 2023'te seçili OECD üye ülkelere ve ortak ekonomilere gelen uluslararası turist varışlarına ilişkin mevcut verileri 2019'daki varışlarla karşılaştırmaktadır. Avrupa'daki ülkeler önemli bölge içi seyahatlerden faydalanırken, güçlü ABD doları ABD'den Avrupa'ya giden seyahatleri artırdı.

## Şekil 1.2. Uluslararası turist varışları, seçilmiş OECD ve ortak ülkeler

2023'te 2019'a göre seviye, %



Not: \*Arz yönlü anketlerden elde edilen veriler.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı), Eurostat, Ulusal Web Siteleri ve Ülke Profilleri.

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/mnks19>

Ancak, diğer ülkeler için toparlanma yolu daha uzundur. Asya Pasifik bölgesinde, bu kısmen sınırların daha geç açılmasını, ayrıca pandemi öncesi genellikle uzak kaynak pazarlardan gelen ziyaretçilere bağımlılığı ve önemli Çin Halk Cumhuriyeti giden pazarının beklenenden daha yavaş geri dönüşünü yansıtmaktadır. Bu durum, 2023'te uluslararası turist varışlarının pandemi öncesi seviyelerin altında kalması nedeniyle geçerlidir, örneğin Avustralya'da (%24,1), Japonya'da (%21,4) ve Yeni Zelanda'da (%24,0). Bölgedeki toparlanma hızı, Çin'den giden seyahatlerin artması ve talebi karşılamak için hava kapasitesi ve bağlantının genişletilmesiyle son zamanlarda daha da arttı. Tarihsel olarak zayıf olan yen de Japonya'ya turist akışını teşvik ediyor. Bölgedeki diğer ülkelerde de toparlanma hızlandı. Örneğin Tayland'da uluslararası turizmin devam eden canlanması, Çinli gezginler için vize gereksinimlerinin kaldırılmasıyla desteklenen ülkede istikrarlı bir ekonomik toparlanmanın temelini oluşturuyor (OECD, 2024<sup>[21]</sup>).

Jeopolitik çatışmalar ve gerginlikler de turizm akışlarını ve daha geniş turizm ekonomisini etkiliyor. Bunlara Rusya'nın Ukrayna'ya karşı saldırganlık savaşı ve Orta Doğu'da gelişen çatışmalar da dahil. Uluslararası turizm, Finlandiya'da (2023 sonunda %22,3) ve Rusya ve Ukrayna'ya komşu diğer ülkelerde pandemi öncesi seviyelerin altında kalmaya devam ediyor. Terör saldırıları ve ardından gelen savaş, İsrail'in turizm ekonomisini sert bir şekilde vurarak gelen turizmi önemli ölçüde azalttı (2023'te %33,9 düşüş). Bu, ülkedeki hizmet ihracatını ve ekonomik büyümeyi daha geniş çapta etkiliyor (OECD, 2024<sup>[21]</sup>). Bu ve diğer jeopolitik çatışmaların ve gerginliklerin evrimi hakkındaki belirsizlik, çevre bölgelerdeki turizmi etkilemenin yanı sıra genel olarak seyahat edenlerin güvenini zedeleme riski taşıyor; zira güvenlik ve emniyet turizm için temel koşullardır.

Tablo 1.1. OECD ve ortak ülkelerdeki uluslararası turist varışları, 2019-22

	Türü gösterge	2019	2020	2021	2022	Büyüme oranı 2019	Büyüme oranı 2019-2022
		Bin				2020'ye kadar	%
Avustralya	Ziyaretçiler	9 466	1 828	246	3 694	- %81	- %61
Avusturya <sup>1</sup>	Turistler	31 884	15 091	12 728	26 215	- %53	- %18
Belçika <sup>1</sup>	Turistler	6 800	1 804	2 313	5 728	- %73	- %16
Kanada	Turistler	22 145	2 960	3 062	12 824	- %87	- %42
Şili	Turistler	4 518	1 119	190	2 030	- %75	- %55
Kolombiya	Ziyaretçiler	4 531	1 387	2 146	4 722	- %69	%4
Kosta Rika	Turistler	3 139	1 012	1 347	2 350	- %68	- %25
Çekya	Turistler	14 651	3 919	3 768	10 219	- %73	- %30
Danimarka	Turistler	14 725	6 229	7 555	14 190	- %58	- %4
Estonya	Turistler	3 336	1 023	801	2 166	- %69	- %35
Finlandiya <sup>1</sup>	Turistler	3 290	896	807	2 127	- %73	- %35
Fransa	Turistler	90 914	41 684	48 395	93 196	- %54	%3
Almanya <sup>1</sup>	Turistler	39 563	12 449	11 688	28 463	- %69	- %28
Yunanistan	Ziyaretçiler	34 005	7 406	15 246	29 876	- %78	- %12
Macaristan	Turistler	15 949	6 624	6 973	11 731	- %58	- %26
İzlanda	Turistler	2 202	486	698	1 715	- %78	- %22
İrlanda <sup>2</sup>	Turistler	9 353	..	..	..	..	..
İsrail	Turistler	4 552	832	397	2 675	- %82	- %41
İtalya	Turistler	64 513	25 190	26 888	49 811	- %61	- %23
Japonya	Ziyaretçiler	31 882	4 116	246	3 832	- %87	- %88
Kore	Ziyaretçiler	17 503	2 519	967	3 198	- %86	- %82
Letonya	Turistler	1 946	715	442	1 139	- %63	- %41
Litvanya	Turistler	2 875	937	948	2 169	- %67	- %25
Lüksemburg <sup>1</sup>	Turistler	1 041	525	615	1 013	- %50	- %3
Meksika	Turistler	45 024	24 284	31 860	38 326	- %46	- %15
Hollanda <sup>1</sup>	Turistler	20 129	7 265	6 248	16 582	- %64	- %18
Yeni Zelanda	Ziyaretçiler	3 888	996	207	1 434	- %74	- %63
Norveç <sup>1</sup>	Turistler	5 879	1 387	1 435	4 979	- %76	- %15
Polonya	Turistler	21 158	8 418	9 722	15 948	- %60	- %25
Portekiz <sup>1</sup>	Turistler	17 283	4 208	6 345	16 308	- %76	- %6
Slovak Cumhuriyeti <sup>1</sup>	Turistler	2 475	854	576	1 594	- %65	- %36
Slovenya <sup>1</sup>	Turistler	4 702	1 216	1 832	3 936	- %74	- %16
İspanya	Turistler	83 509	18 933	31 181	71 659	- %77	- %14
İsveç	Turistler	7 616	1 957	2 990	6 629	- %74	- %13
İsviçre <sup>1</sup>	Turistler	11 818	3 690	4 390	9 160	- %69	- %22
Türkiye	Turistler	51 192	15 894	29 925	50 453	- %69	- %1
Birleşik Krallık	Ziyaretçiler	40 857	11 101	6 384	31 244	- %73	- %24
Amerika Birleşik Devletleri	Turistler	79 442	19 212	22 280	50 870	- %76	- %36
Brezilya	Turistler	6 353	2 146	746	3 630	- %66	- %43
Bulgaristan	Ziyaretçiler	12 552	4 973	7 188	10 888	- %60	- %13
Hırvatistan <sup>1</sup>	Turistler	17 353	5 545	10 641	15 324	- %68	- %12
Endonezya	Turistler	15 455	3 981	1 546	5 761	- %74	- %63
Malta	Turistler	2 753	659	968	2 287	- %76	- %17
Karadağ <sup>1</sup>	Turistler	2 510	351	1 554	2 036	- %86	- %19
Fas	Turistler	12 933	2 778	3 722	10 869	- %79	- %16
Peru	Turistler	4 372	897	444	2 009	- %79	- %54
Romanya <sup>1</sup>	Turistler	2 684	454	879	1 674	- %83	- %38
Suudi Arabistan	Turistler	17 526	4 138	3 477	16 638	- %76	- %5

	Türü gösterge	2019	2020	2021	2022	Büyüme oranı 2019	Büyüme oranı
		Bin				2020'ye kadar	
						%	
Sırbistan <sup>1</sup>	Turistler	1 847	446	871	1 773	- %76	- %4
Güney Afrika	Turistler	10 228	2 802	2 256	5 698	- %73	- %44
AB27		529 748	179 506	219 142	443 045	- %66	- %16
OECD üyeleri		820 401	260 164	303 843	634 204	- %68	- %23
Dünya <sup>2</sup>		1 465 000	406.000	459 000	975 000	- %72	- %33

Notlar: Daha fazla bilgi için lütfen ülke profillerine bakın. Turistler:

Uluslararası turist varışları (aynı gün ziyaretçileri hariç). Ziyaretçiler:

Uluslararası ziyaretçi varışları (aynı gün ziyaretçileri dahil). 1. Arz tarafı anketlerinden elde edilen veriler.

2. BM Turizm verileri (Dünya Turizm Barometresi, Mayıs 2024).

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

Turizm toparlanırken en iyi turizm destinasyonları ve pazarları gelişmeye devam ediyor. Fransa ve İspanya, 2022'de dünyada en çok ziyaret edilen ülkeler olarak pandemi öncesi konumlarını korurken, ABD, 2021'de geriledikten sonra ABD'ye gelen seyahatlerin artmasıyla üçüncü sıraya geri döndü. Türkiye, gelen turizmin güçlü bir şekilde performans göstermeye devam etmesiyle dördüncü sırada yer alıyor ve onu İtalya takip ediyor. Bu beş destinasyon birlikte, 2022'de küresel turist varışlarının üçte birinden biraz daha azını (%32,0) karşıladı (BM Turizm, 2024<sup>[3]</sup>).

Asya Pasifik'te turizm sektörünün toparlanması farklıdır. Çin'den giden seyahatler artarken ve iç turizm genişlerken, gelen turizm pandemi öncesi seviyelere göre önemli ölçüde düşük kalmaya devam ediyor ve Çin'deki daha geniş ekonomik toparlanmayı kısıtlıyor (OECD, 2024<sup>[4]</sup>). Çin, 11 Avrupa ülkesi ve Avustralya, Yeni Zelanda ve Malezya için vizesiz seyahati 2025 sonuna kadar uzattı. Bu girişim turizmi ve uluslararası bağları canlandırmayı hedeflerken, hava kapasitesinin mevcudiyeti ve Rusya'nın Ukrayna'ya karşı saldırganlık savaşıyla bağlantılı devam eden uçuş kısıtlamaları, bu ilgiyi ve etkiyi sınırlayabilir. Hindistan'dan yapılan yurtdışı seyahatleri, orta sınıfların hızla genişlemesi ve ülke genelinde hava bağlantısının ölçeklenmesiyle küresel turizm için gelecekteki bir büyüme motoru olarak ortaya çıkıyor.

Uluslararası turist akışlarındaki güçlü toparlanma, cari fiyatlardaki turizm gelirlerindeki artışla geride kaldı, ancak aynı dönemdeki güçlü enflasyonist baskılar göz önüne alındığında bu ihtiyatla yorumlanmalıdır. OECD ülkelerindeki uluslararası seyahat gelirleri, 2022'nin sonunda varışlardaki toparlanmanın (%77,3) önünde 2019 seviyelerinin %82,3'üne ulaştı ve 2022'de uluslararası seyahat gelirlerinin %67,1'ini oluşturdu, 2019'daki %61,4'ten (uluslararası turizm varışlarının %65 ve %56'sıyla karşılaştırıldığında).

Tablo 1.2, OECD ve seçili ortak ekonomiler için uluslararası seyahat gelirlerinin (ihracat), harcamalarının (ithalat) ve seyahat dengesinin bir özetini sunmaktadır. En güçlü performansı gösteren ülkeler arasında Türkiye (%39,9 artışla cari fiyatlara göre), Hollanda (%21,9), Meksika (%14,0), İrlanda (%8,7) ve Birleşik Krallık (%7,9) yer almaktadır. İyileşme, sınırların uluslararası turist akışlarına daha uzun süre kapalı olduğu Japonya'da (%79,9 düşüşle) ve Yeni Zelanda'da (%95,3) en zayıftı.

**Tablo 1.2. OECD ve ortak ülkelerdeki uluslararası seyahat gelirleri ve giderleri, 2019, 2022**

Milyon USD

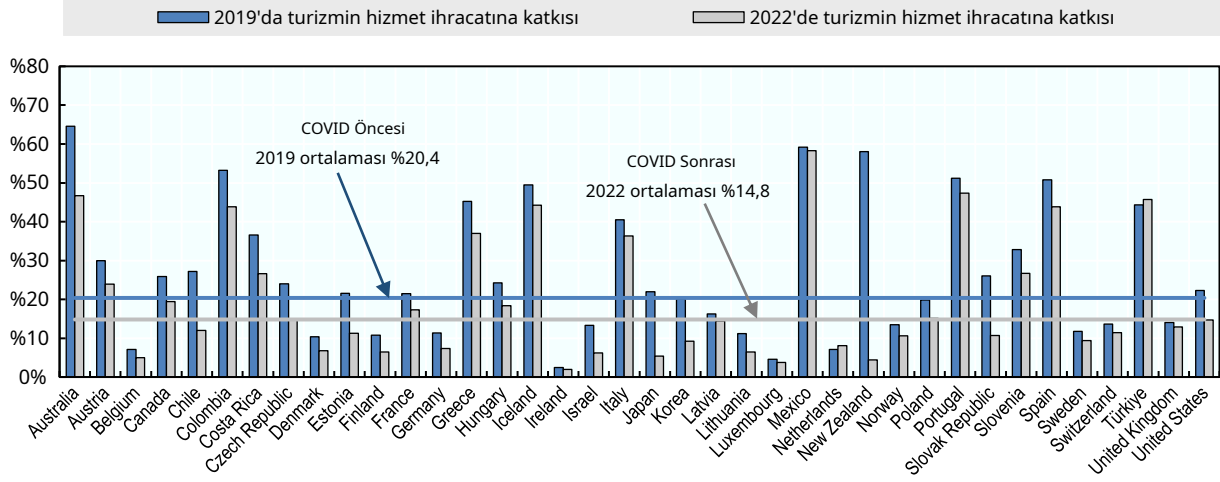
	Seyahat makbuzları		Seyahat harcamaları		Seyahat dengesi	
	2019	2022	2019	2022	2019	2022
Avustralya	45 522	24 108	35 299	16 279	10 223	7 829
Avusturya	22 941	19 915	11 602	11 153	11 339	8 763
Belçika	8 837	6 934	18 686	16 298	- 9 849	- 9 364
Kanada	29 807	24 002	35 349	24 436	- 5 543	- 434
Şili	2 303	1 024	2 459	1 718	- 157	- 695

	Seyahat makbuzları		Seyahat harcamaları		Seyahat dengesi	
	2019	2022	2019	2022	2019	2022
Kolombiya	5 682	5 919	4 935	4 304	747	1 615
Kosta Rika	3 989	3 137	1 036	966	2 953	2 171
<b>Çekya</b>	7 303	5 054	5 889	4 968	1 414	86
Danimarka	8 652	8 921	10 003	8 462	- 1 352	459
Estonya	1 738	1 279	1 546	1 174	192	105
Finlandiya	3 726	2 249	5 680	4 379	- 1 955	- 2 129
Fransa	63 508	59 676	50 542	41 302	12 966	18 375
Almanya	41 806	31 548	93 243	89 724	- 51 438	- 58 176
Yunanistan	20 351	18 614	3 072	2 027	17 279	16 587
Macaristan	7 305	5 663	2 749	2 412	4 556	3 251
İzlanda	2 695	2 485	1 510	1 515	1 185	970
İrlanda	6 478	7 041	8 256	8 480	- 1 778	- 1 440
İsrail	7 620	5 681	8 154	7 821	- 534	- 2 140
İtalya	49 595	46 601	30 338	27 410	19 257	19 191
Japonya	46 054	9 238	21 265	4 491	24 790	4 747
<b>Kore</b>	20 867	11 996	32 739	19 925	- 11 872	- 7 929
Letonya	1 015	1 106	749	1 011	267	95
Litvanya	1 493	1 187	1 389	1 240	104	- 53
Lüksemburg	5 333	5 417	3 609	3 405	1 724	2 012
Meksika	24 573	28 017	9 881	7 054	14 692	20 963
<b>Hollanda</b>	19 729	24 056	23 124	18 822	- 3 394	5 234
Yeni Zelanda	10 533	498	4 300	284	6 233	215
Norveç	5 855	5 472	16 513	14 033	- 10 658	- 8 560
Polonya	14 013	14 497	9 286	7 681	4 727	6 816
Portekiz	20 476	22 263	5 736	5 827	14 740	16 436
Slovak Cumhuriyeti	3 203	1 360	2 589	2 249	614	- 889
Slovenya	3 183	3 130	1 679	1 825	1 504	1 305
İspanya	79 670	72 891	27 778	21 920	51 892	50 971
<b>İsveç</b>	9 193	9 038	14 366	12 365	- 5 173	- 3 328
<b>İsviçre</b>	17 950	17 348	18 753	17 564	- 803	- 217
Türkiye	29 813	41 702	4 108	4 092	25 705	37 610
<b>Birleşik Krallık</b>	60 637	65 406	86 605	90 939	- 25 967	- 25 533
Amerika Birleşik Devletleri	198 982	136 869	131 990	115 312	66 992	21 557
Brezilya	5 995	4 952	17 593	12 185	- 11 599	- 7 233
Bulgaristan	4 294	3 413	1 826	1 550	2 468	1 863
Hırvatistan	11 798	13 810	1 763	1 460	10 035	12 350
Endonezya	16 911	6 719	11 308	6 288	5 603	431
Malta	1 897	1 841	530	476	1 367	1 365
<b>Karadağ</b>	1 225	1 080	58	59	1 167	1 021
Fas	8 187	9 063	2 176	1 883	6 010	7 180
<b>Peru</b>	3 738	2 137	2 775	2 345	963	- 208
Romanya	3 578	4 704	6 001	7 762	- 2 424	- 3 058
Suudi Arabistan	16 431	23 475	15 140	15 914	1 292	7 562
Sirbistan	1 604	2 592	1 806	2 459	- 201	133
Güney Afrika	8 390	4 738	3 141	2 220	5 249	2 518
<b>AB27</b>	424 375	395 095	343 667	306 736		
<b>OECD üyeleri</b>	912 430	751 339	746 807	624 862		
<b>Dünya</b>	1 487 000	1 120 000	1 487 000	1 120 000		

Notlar: Daha fazla bilgi için lütfen ülke profillerine bakın. 1. BM Turizm verileri (Dünya Turizm Barometresi, Mayıs 2024). Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

OECD ülkeleri genelinde turizmin hizmet ihracatındaki payı 2022'de %14,8'e ulaşırken, 2020'de %10,0'a ve 2021'de %9,7'ye düşerek 2019'daki %20,4'ten geriledi (Şekil 1.3). BM Turizmi, 2023'te turizmden elde edilen ihracat gelirlerinin gerçek anlamda 2019 seviyelerinin %96'sına ulaştığını bildiriyor (BM Turizmi, 2024<sup>(1)</sup>). Uluslararası seyahatteki devam eden toparlanma, genel hizmet ticaretini desteklemeye yardımcı oldu (OECD, 2024)<sup>(4)</sup>.

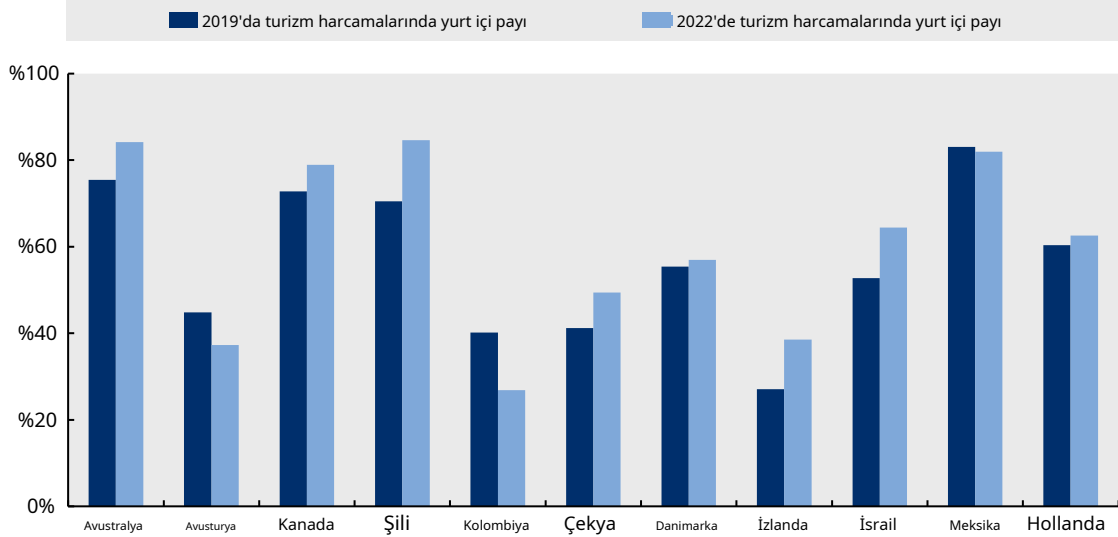
**Şekil 1.3. Turizmin hizmet ihracatına katkısı, 2019-22**



Kaynak: OECD Hizmet Ticareti, ortak ülkeye göre (Veritabanı), Nisan 2024'te çıkarıldı.

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/8o46vf>

**Şekil 1.4. Seçili OECD ülkelerinde turizm harcamalarının yurt içi payı, 2019, 2022**



Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/uqplhj>

İç talep, pandemi sırasında sektörün ayakta kalmasına yardımcı oldu ve veriye sahip OECD ülkeleri arasında 2022'de iç gecelik seyahatler 2019 seviyelerinin %90,5'ine ulaştı<sup>1</sup>. Ancak, önemi ve iç turizmin toparlanmayı desteklemeye yardımcı olma derecesi ülkeden ülkeye önemli ölçüde değişmektedir. Bazı ülkeler, uluslararası seyahatlerin kısıtlanması nedeniyle pandemi sırasında iç turizm harcamalarında genel bir artış kaydetti. Bu durum 2021'de Danimarka'da (%12,0 artış), Yeni Zelanda'da (%12,8), Litvanya'da (%7,9), Avustralya'da (%6,2) ve İsveç'te (%6,0) görüldü. Buna karşılık, Slovak Cumhuriyeti'nde (%52,1 düşüş), Kolombiya'da (%44,4), Avusturya'da (%37,4), Macaristan'da (%27,7), Kanada'da (%25,9) ve Hollanda'da (%24,6) iç turizm tüketimi daraldı. Şekil 1.4, 2022'de birkaç OECD ülkesinde turizm harcamalarının iç payının pandemiden önceye göre daha yüksek olduğunu göstermektedir.

### ***Görünüm, sürdürülebilir sonuçlar için turizmi uyarlama ve yönetme konusunda yeni zorluklar getiriyor***

İleriye bakıldığında, arz ve talep dengesizlikleri ortadan kalktıkça turizm talebinin canlı kalması bekleniyor. Kısa vadede, sektör belirsizliklerle boğuşmaya devam ederken, kontrolsüz uzun vadeli büyüme sektörün sürdürülebilirliği ve geleceği için zorluklar getirebilir.

Küresel ekonomik görünüm iyileşmeye başladı, ancak büyüme mütevazı kalmaya devam ediyor ve görünüm ülkeler arasında farklılık gösteriyor. OECD, 2024'te %3,1'lik istikrarlı küresel GSYİH büyümesi ve ardından 2025'te %3,2'ye hafif bir artış öngörüyor. Özellikle Avrupa'da olmak üzere birçok gelişmiş ekonomide daha zayıf sonuçlar bekleniyor ve bu durum bu kaynak ülkelerden gelen turizm akışlarını azaltabilir. Bu, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki ve birçok gelişmekte olan ekonomideki güçlü büyümeyle telafi edilebilir. Jeopolitik gerginlikler önemli bir yakın vadeli risk olmaya devam ediyor, ancak haneler ve firmalar COVID-19 sırasında biriktirilen tasarruflardan daha fazla yararlanırsa talep büyümesi beklenenden daha güçlü olabilir (OECD, 2024<sup>[4]</sup>).

Enflasyon, başlangıçta tahmin edilenden daha hızlı düşüyor, buna enerji ve gıda fiyatları da dahil, bu da turistler için ulaşım, konaklama ve misafirperverlik maliyetlerini güçlü bir şekilde etkiliyor. Gerçek gelirler, enflasyonun ılımlı hale gelmesi ve özel sektör güveninin artmasıyla birçok OECD ülkesinde artıyor, bu da turizm talebini daha da teşvik edebilir. İşgücü piyasalarındaki arz ve talep dengesizlikleri azalıyor, işsizlik rekor düşük seviyelerde veya bu seviyelere yakın seyrediyor. Bu, turizm işletmelerinin karşılaştığı işgücü kıtlığını hafifletmeli, ancak güçlü ve sürdürülebilir bir işgücünü çekmek ve oluşturmak için zorluklar devam ediyor.

Olumlu gezgin ve iş duygusu, turizm için güçlü büyüme ivmesinin devam ettiğini gösteriyor. Avrupa konaklama sağlayıcıları arasında güven seviyeleri yüksek ve pandemiden kaynaklanan birikmiş talebin dağılmasıyla talebin sabitlenmesi bekleniyor (Booking.com ve Statista.com, 2024<sup>[5]</sup>). Avrupa'ya uçuşlar için yapılan ileriye dönük rezervasyonlar, gezginlerin doğa ve şehir destinasyonlarına yönelik tercihlerinde bazı belirgin değişimlerle birlikte pandemi öncesi seviyelere tam bir dönüşe işaret ediyor. Avrupa içi seyahatlerin güçlü kalması beklenirken, kısmen iyileştirilmiş bağlantı, Çin'e giren Avrupalılar için vize muafiyetleri ve avro ile yen arasındaki uygun döviz kuru nedeniyle Avrupalı gezginler daha uzaklara seyahat ettikçe Asya Pasifik'e giden seyahatler arttı (ForwardKeys, 2024<sup>[6]</sup>). Bu, bu yıl Asya Pasifik'te hava yolcusu seyahatinde yaşanan güçlü büyüme ve Kuzey Amerika'nın öncülüğünde tüm bölgelerde havayolu endüstrisinde karlılığa dönüş yaşanmasının ardından geldi (IATA, 2024<sup>[7]</sup>).

Güçlü turizm toparlanması, bazı destinasyonların talebi ve bunun yerel topluluklar ve çevre üzerindeki etkilerini yönetmekte zorlanmasıyla birlikte hükümetlere ve sektöre bir uyarı niteliğindedir. Bu durum, arzın talebe ayak uydurmak için mücadele etmesiyle daha da kötüleşmiştir. Bazı destinasyonlarda, bu kapasite kısıtlamalarının daha fazla büyümeyi sınırlaması beklenmektedir (OECD, 2024<sup>[4]</sup>). Diğer destinasyonlarda ise turizmin kritik eşikleri aşması ve altyapı, çevre ve yerel topluluk ile diğer ekonomik sektörler ve turist deneyimi üzerinde baskı oluşturması nedeniyle turizme yönelik sosyal lisans giderek daha fazla zorlukla karşı karşıya kalmaktadır.

Güçlü yerel boyutu nedeniyle turizm, makul işler yaratan, sosyal uyumu artıran ve turistlerin, sakinlerin ve işletmelerin ortak çıkarlarına katkıda bulunan ekonomik kalkınmayı teşvik etmede önemli bir rol oynayabilir. Ancak turizm gelişiminin etkileri genellikle ekonomik, sosyal ve çevresel olarak dengesizdir. Özellikle plansız büyümeden kaynaklanan turizmin sosyal etkilerini yönetmek ve sektörün geleneksel ve gelişmekte olan destinasyonlarda refahı artırma ve sosyal ilerlemeyi ve katılımı teşvik etme potansiyelini en üst düzeye çıkarmak için daha fazla şey yapılması gerekir.

Turizm büyüme yörüngesine geri dönerken, bazı popüler turizm destinasyonları artan ziyaretçi sayılarının yerel altyapı, çevre ve ev sahibi topluluk üzerindeki baskısını tekrar hissetmeye başladı. Bu, hükümetin tüm seviyelerinde turizm gelişimini daha iyi yönetmek için daha proaktif politikalar ve hükümet eylemleri için artan çağrılara ve turizmin geliştirilmesinde yerel topluluklar için güçlü bir sese yol açtı. Bu, turizmin etkilerini zamansal ve mekansal olarak çeşitlendirmek ve dağıtmak ve daha sürdürülebilir sonuçlar elde etmek için dengeyi sağlamak için harekete geçmeyi içerir. Ayrıca, bir destinasyondaki turizmin zararlı etkilerle optimum seviyelere ne zaman ulaşabileceğini veya onu ne zaman aşabileceğini öngörmeyi de içerir.

Turizm teklifini çeşitlendirmek ve yeni pazarları geliştirmekte olan destinasyonlara ve yılın farklı zamanlarına çekmek, güçlü ve sürdürülebilir bir turizm ekonomisi inşa etmek için daha geniş stratejilerin temelini oluşturur. Toplantılar, teşvikler, konferanslar ve sergiler (MICE) şeklinde iş turizmini geliştirmeye önemli kaynaklar ayrılmıştır, kısmen mevsimsellikte mücadele etmek ve turizmin faydalarını geleneksel turizm merkezlerinin ötesine yaymak için. Büyük etkinliklere ev sahipliği yapmak, küresel turizm dinamiklerinin değiştiği bir dönemde bir destinasyonu yeniden düşünmek veya yeniden konumlandırmak için eşsiz bir fırsat da sağlayabilir. Bu tür etkinliklere ev sahipliği yapmak, modern altyapının (örneğin spor ve diğer tesisler, ulaşım ve konaklama) geliştirilmesini kolaylaştırmaya yardımcı olabilir; Olimpiyatlar ve Futbol Dünya Kupası gibi mega etkinlikler genellikle en uzun miras dönemine sahip olma eğilimindedir. Paris Olimpiyatları 2024, ilişkili Kültür Olimpiyatı ile bunu daha da ileriye taşımaya hedefliyor.

Hızlanan iklim değişikliği turizmi etkiliyor. Bunun yapısal değişimler, destinasyonlar ve seyahat kalıpları üzerinde etkileri var. Daha sıcak kışlar dağ destinasyonlarında kayak sezonunu kısaltırken, sıcak hava dalgaları geleneksel zirve dönemlerinde destinasyonların çekiciliğini azaltabilir ancak diğer zamanlarda ziyareti teşvik edebilir. Turizm işletmeleri ve destinasyonlar buna yanıt olarak teklifi ayarlıyor, örneğin sıcaklıkların zirve yaptığı dönemlerde artık yürüyüş turları planlamıyor, geleneksel ara sezon dönemlerinde ise teklifi genişletiyor.

Sektörün iklim hedeflerine ulaşmada da aktif bir rol oynaması gerekir. Orman yangınları, seller ve sıcak hava dalgaları, hem ilk şoktan hem de altyapı kaybından ve turizmin toparlanmasının aldığı zamandan dolayı ziyaretçileri, işletmeleri ve yerel toplulukları doğrudan etkileme yeteneğine sahiptir. Dünya, 2023'te benzeri görülmemiş iklim değişikliği etkileri yaşadı ve bu iklimle ilgili hava olayları daha aşırı hale geldikçe kayıplar artıyor (OECD, 2023<sup>[8]</sup>). İklim değişikliğinin ayrıca hava yolculuğunda şiddetli türbülans olaylarının daha yaygın hale gelmesi bekleniyor.

Üretken Yapay Zeka (AI), genişletilmiş gerçeklik (XR) ve blok zinciri gibi dijital teknolojiler, turizmi temelden yeniden şekillendiriyor ve sektörde inovasyon için güçlü bir katalizör görevi görüyor. Teknoloji, işin, iş operasyonlarının ve hizmet sunumunun doğasını değiştiriyor ve yenilikçi iş modellerinin benimsenmesini ve daha sürdürülebilir turizm uygulamalarına geçişi kolaylaştırıyor. Ayrıca turistlerin seyahat planlama ve destinasyonları deneyimleme biçimini de değiştiriyor. Dijital teknolojiler yalnızca gezginlerin değişen ihtiyaçlarına ve isteklerine yanıt verme fırsatı sunmakla kalmıyor, aynı zamanda yeni tüketicilere yeni turizm ürünleri ve hizmetleriyle ulaşma fırsatı da sunuyor (McKinsey & Company, 2024<sup>[9]</sup>). Yeni teknolojilerin mevcut benimsenmesi ve kullanımı ülkeler, sektörler ve işletmeler arasında farklılık göstermektedir. Düşük teknoloji iş uygulamalarına sahip küçük turizm işletmeleri, dijital fırsatlardan yararlanmak ve aralarındaki uçurumun teknoloji odaklı, küresel olarak bağlantılı turizm işletmeleriyle daha da açılmasını önlemek için belirli zorluklarla karşı karşıyadır.

Bu konular hükümetlerin ve özel sektörün gündeminde üst sıralarda yer alıyor ve tutarlı, kanıta dayalı yanıtlar gerektiriyor. Hükümetler ve destinasyonlar, turizmin etkilerini anlamak için gereken verilere ve bilgilere erişmekte önemli zorluklarla karşı karşıya. Bu tür veriler, politika yapımcıların turizmin etkilerini yeniden dengelemek, artıları ve eksileri anlamak ve turizmi sürdürülebilir bir şekilde yönetmek için bilinçli kararlar almalarını sağlıyor, böylece faydalar ev sahibi topluluklar, işletmeler, çevre ve turistler için maliyetlerden daha ağır basıyor. Bu konular, 3. Bölüm - Sürdürülebilir turizm politikaları için kanıt tabanının oluşturulması'nda daha ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

## Karmaşık bir ortamda turizmin yönetimi

Hükümet, her düzeyde, daha iyi sonuçlar elde etmek ve daha sürdürülebilir ve kapsayıcı bir büyüme yoluna geçmek için turizm gelişimini şekillendirmede rol oynamalıdır. Bunu başarmak için güçlü kurumsal yapılar, etkili yönetim uygulamaları ve koordineli politika eylemleri gerekir. Dünya ardışık şoklarla başa çıkarken ve ekonomik büyümeyi ve jeopolitik belirsizliği ılımlı hale getirmek için yeniden kalibre ederken, turizm, zorluklara yanıt vermek ve fırsatlardan yararlanmak için özel sektör ve diğer paydaşların yakın katılımıyla, hükümetin tüm düzeylerinde ve arasında entegre, uyarlanabilir ve etkili yönetime ihtiyaç duyar.

Turizm politikası yapımı giderek daha karmaşık ve oldukça bağlamsal hale geliyor. Turizm için ulusal kurumsal çerçeveler ülkeden ülkeye değişiyor ve kısmen farklı hükümet sistemlerini, sektöre verilen önemi ve turizm politikasının kesişen yapısını yansıtıyor. Turizm sorumluluğu büyük ölçüde ekonomik kalkınma, ticaret veya sanayiden sorumlu bakanlıklarda veya turizm için ayrılmış bir bakanlıkta yer alıyor. Bazı ülkelerde turizm, çalışma veya bölgesel kalkınma bakanlıklarına veya kültür, spor ve ulaşım gibi ilgili politika sektörlerinin yanına entegre ediliyor.

Kesin kurumsal düzenlemeler farklılık gösterse de, kilit oyuncular tarafından eylemlerin planlanması ve koordinasyonunun sağlanması için etkili yönetim uygulamalarına ve bunların uygulanması için yeterli fonun bulunmasına ihtiyaç vardır. Sektörün kesişen yapısı ve farklı ulusal bağlamlar, ulusal hükümet yapılarında turizmin konumlandırılması için tek bir optimum yer olmadığı anlamına gelir.

### ***Pandemi sonrası turizmi dönüştürmek için stratejik, ileriye dönük bir gündem belirlemek***

OECD, ülkelerin ve destinasyonların turizm için ileriye dönük stratejiler ve eylem planlarıyla desteklenen uzun vadeli ve sürdürülebilir vizyonlar geliştirmesinin önemini uzun zamandır vurgulamaktadır. Birçok ülke, giderek daha dinamik bir ortama uyum sağlamak ve sektörün geleceği için ortak bir vizyon etrafında geniş paydaş katılımı oluşturmak için yeni stratejik yaklaşımlara ihtiyaç duyarak, pandemi sonrası bağlamı ve öncelikleri yansıtacak şekilde turizm stratejilerini güncelledi veya geliştirdi. Çoğu durumda bu stratejiler, sektörün toparlanmasını sağlama ihtiyacını dengelemeyi ve sektörün karşı karşıya olduğu uzun vadeli önceliklerde ilerleme kaydetmeyi amaçlamaktadır.

Sürdürülebilirliğin turizmin stratejik yönüne ana akıma sokulduğuna dair kanıtlar var ve turizmi sürdürülebilir bir şekilde geliştirmeye ve yönetmeye daha fazla odaklanılıyor. Çoğu strateji, 2019'un son şoklardan toparlanmayı ölçmek için bir referans noktası olarak kabul edilmesiyle ziyaretçi sayılarını artırma hedeflerini içermeye devam ediyor. Ancak, daha az olumsuz dışsalılık ve destinasyonlar ve yerel topluluklar için daha fazla fayda ile sürdürülebilir turizm büyümesi ve sonuçlarına duyulan ihtiyaç üzerinde artan bir vurgu var. Bu, turizm stratejilerinde ve planlarında belirlenen hedef ve amaçların, ziyaretçi hacmi ve harcama gibi yerleşik ölçütlerin ötesinde, ilerlemeyi izlemek ve başarıyı farklı şekilde ölçmek için daha geniş bir ölçüt kümesini içerecek şekilde genişletilmesinde yansıtılmaktadır (Kutu 1.1).

Stratejiler sıklıkla stratejik hedeflere ve amaçlara ulaşmak için gelecekteki adımları sağlamak üzere somut eylemler belirler. Örneğin, Norveç'teki Turizm Endüstrisi için yeni bir Yol Haritası, daha karlı, daha yeşil ve yerel olarak sürdürülebilir bir turizm sektörü yaratmayı amaçlamaktadır. 2024'te başlatılan Yol Haritası,

turizm yoluyla değer yaratımını artırmak, sektörün iklim ve çevresel ayak izini azaltmak, yıl boyu iş yaratmak ve Norveç'i rekabetçi ve sürdürülebilir bir destinasyon olarak konumlandırmak. Girişimler, ziyaretçilerin katkılarından ve yürüyüş parkurları gibi doğal cazibe merkezlerinin sürdürülebilir yönetimi için destekten yararlanmak için pilot projelerin uygulanmasından, sürdürülebilir yerel turizmin ve Sâmi kültürünün teşvik edilmesine kadar uzanmaktadır.

#### **Kutu 1.1. Sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik stratejik yaklaşımlar - seçili ülke girişimleri**

**Kanada:** Ulusal Turizm Stratejisi, Kanada 365: Dünyayı Her Gün Karşılama (2023'te başlatıldı) turizmin çevresel etkilerini azaltmak, sürdürülebilir kalkınma hedeflerini desteklemek, Yerli turizme destek yoluyla sektörün çeşitliliğini artırmak ve Kanada'nın cinsiyete dayalı analizini iletirmek için hedefler ve eylemler belirler. Kanada ayrıca, bu sayede 2030 yılına kadar turizm GSYİH'sini 61 milyar CAD'ye ve turizmle ilgili işleri toplamda 790.000'e çıkarmayı hedefliyor. Bu, 2019'daki 43,6 milyar CAD GSYİH ve 704.100 işten daha fazla.

**Kosta Rika:** Ulusal Turizm Geliştirme Planı 2022-27, sürdürülebilirlik, yenilikçilik ve kapsayıcılık olmak üzere üç temele dayanmaktadır. Plan, turizm geliştirme, doğal kaynakların korunması ve kârların ülke genelinde dağıtılması arasında daha iyi bir denge sağlamayı amaçlamaktadır, böylece yerel topluluklar iyileştirilmiş bir yaşam kalitesinden faydalanabilir.

**Çekya:** Turizm Geliştirme Stratejisi 2021-30, sürdürülebilir turizm ve turist akışlarının daha iyi yönetimine odaklanan yapısal bir reform gündemi ortaya koyuyor. İlerleme, Çekya'nın WEF Seyahat ve Turizm Geliştirme Endeksi'ndeki konumu üzerinden izleniyor.

**İzlanda:** Sürdürülebilir Kalkınmada Lider, İzlanda Turizmi 2030 politika çerçevesi, turizm sektörünün pandemi sonrası öncelikleriyle daha iyi uyum sağlamak için 2023'te güncellendi. Güncellenen çerçeve, sürdürülebilir kalkınma, kalite ve benzersiz bir ziyaretçi deneyimiyle bilinen bir destinasyon olarak İzlanda'da yaşam kalitesini ve refahı artırmak için turizmle yönelik genel bir hırsa sahiptir. Çevre ve yerel topluluklar için hedeflere daha fazla odaklanılması, üretkenliği, değer yaratmayı ve rekabet gücünü artırma ve inovasyonu, ürün geliştirmeyi ve teknoloji kullanımını geliştirme ekonomik hırslarıyla bağlantılıdır.

**İtalya:** 2023-27 Turizm Stratejik Planı, sorumlu seyahat davranışını, kültürel mirasın korunmasını, toplum katılımını ve turizmin etkilerinin bölge genelinde ve yıl boyunca yayılması için turizm teklifinin çeşitlendirilmesini teşvik eder. Hedef, destinasyonlar, yerel topluluklar ve çevre için daha iyi sonuçlar sunarken, turizmi ekonomik kalkınmanın sürdürülebilir bir itici gücü olarak tanıtmaktır.

**Avrupa Birliği:** Avrupa Turizm Gündemi 2030, Avrupa'da sürdürülebilir, dayanıklı ve rekabetçi bir turizm sektörü geliştirmek için stratejik bir çerçeve belirler, yeşil ve dijital geçişlere odaklanır, sektörün krizlere karşı dayanıklılığını artırır ve inovasyonu ve beceri gelişimini teşvik eder. Gündem, bu hedeflere ulaşmak ve Avrupa turizminin uzun vadeli sürdürülebilirliğini ve büyümesini sağlamak için AB üye devletleri, paydaşlar ve uluslararası ortaklar arasında koordineli çabalar çağrısında bulunur. Konsey'in Avrupa Turizm Gündemi 2030-50 çağrısında bulunan Sonuçlarını takiben, bu belge Turizm için Geçiş Yolunun gereksinimlerini karşılamak için potansiyel politikaları ve eylemleri ortaya koymaktadır. Bu amaçla çok yıllık bir çalışma planı içerir.

Turizmin sosyal faydalarına ilişkin farkındalığın artması, stratejilerin kapsayıcılığı, toplum katılımını ve bölgesel kalkınmayı önceliklendirmesini ve turizmin faydalarının bölge genelindeki topluluklara yayılmasına odaklanmasını sağlamıştır. Kolombiya'nın Sektörel Turizm Planı 2022-26, turizm yoluyla ekonomik kalkınmayı, sosyal kapsayıcılığı, çevre korumayı ve barış inşasını teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Bu hedefe ulaşmak için Kolombiya, toplum temelli ve etnik turizmi, toplum korumasını ve

kültürel miras ve değerlerin korunması. Kosta Rika, İtalya, Kore, Meksika, Portekiz ve Amerika Birleşik Devletleri de dahil olmak üzere diğer ülkeler benzer hedefleri ulusal turizm stratejilerinin merkezi unsurları olarak entegre ettiler.

Turizm işgücü uzun zamandır turizm sektörünün odaklandığı bir alan olmuştur, ancak son krizler işgücü eksikliklerini derinleştirmiş ve hem kısa vadeli hem de uzun vadeli zayıflıkları ele almak için koordineli eyleme duyulan ihtiyacı artırmıştır. Fas'ın 2023-26 Turizm Yol Haritası, turizm sektöründe gençlere daha iyi kariyer olanakları sunmak için bir eğitim ve yönetim programı aracılığıyla turizm işgücünü güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Nitelikli işçileri işe almak ve elde tutmak, şu anda daha da geliştirilmekte olan Almanya Ulusal Turizm Stratejisinin dört ayağından biridir.

Dijital dönüşüm, verimliliği artırmak, operasyonları kolaylaştırmak, üretkenliği yükseltmek, turistlerin ihtiyaçlarına uyum sağlamak ve veri odaklı karar almayı iyileştirmek için stratejik vurgu yapılan bir diğer alandır. Kosta Rika, Almanya, İtalya, Kore, Polonya ve Türkiye gibi ülkeler, dijital dönüşümü stratejilerine yerleştirerek turizm sektörünü modernize etmeyi, inovasyonu teşvik etmeyi ve genel ziyaretçi deneyimini iyileştirmeyi hedefliyor.

Ülkeler son krizlerin ötesine geçmeye ve uzun vadeli turizm stratejileri hazırlamaya çalışırken, stratejik öngörü ve senaryo planlaması da dahil olmak üzere giderek daha fazla ileriye dönük yaklaşımları benimsiyorlar. Bu tür yaklaşımlar, politika yapımcıların dikkate alması gereken dinamik ve belirsiz ortamı ve farklı olası geleceklere kabul ediyor ve gelecekteki şoklara ve zorluklara daha çevik ve esnek yanıtlar sağlayabilir. Estonya, turizm için 2035'e kadar yeni bir uzun vadeli vizyon hazırlamak için stratejik öngörü yaklaşımlarını kullanıyor ve bu, sektördeki kilit paydaşları bir araya getirerek önümüzdeki on yılda turizm gelişimi için çeşitli potansiyel senaryoları tanımlayıp analiz ediyor (Kutu 1.2).

Fransa, sektör için dört olası gelecek senaryosunu ana hatlarıyla belirtmek için Ufuklar 2040 çalışmasının bir parçası olarak geleceğe yönelik teknikler kullandı. Bu senaryolar, turizm politikası gelişimini bilgilendirmek ve turizm paydaşları için yararlı içgörüler sağlamak üzere tasarlanmıştır. Girişim, turizmi dönüştüren faktörleri daha iyi öngörmek ve Destination France Plan 2030'da belirtilen sürdürülebilir turizm hedeflerine ulaşmaya katkıda bulunmak için ileriye dönük yaklaşımlar ve stratejik düşünme geliştirmeyi amaçlamaktadır.

#### **Kutu 1.2. Estonya'da turizm için uzun vadeli bir vizyon hazırlamak amacıyla stratejik öngörünün kullanılması**

Estonya, sektörün dijitalleşmesini ve sürdürülebilir gelişimini desteklemek için turizm için 2035'e kadar uzun vadeli bir vizyon hazırlıyor. Turizmin kesişen yapısını ve diğer sektörlerle olan bağlantılarını kabul ederek, süreçte paydaş katılımını artırmak için atölye çalışmaları, anketler, görüşmeler ve doğrulama seminerleri dahil olmak üzere çok seviyeli bir yaklaşım kullanılıyor. Potansiyel geleceklere daha iyi tahmin etmek ve bunlara hazırlanmak ve sunabilecekleri fırsatları ve zorlukları anlamak için stratejik öngörü yaklaşımları benimsendi. Kullanılan araçlar arasında, kamu ve özel sektör paydaşlarının dış faktörlerin turizmi nasıl etkileyebileceğini ve turizm ürün ve hizmetlerinin nasıl yanıt vermesi gerektiğini değerlendirmelerine yardımcı olmak için STEEPLE analiz çerçevesi - Sosyal, Teknolojik, Ekonomik, Çevresel, Politik, Yasal ve Etik faktörler - yer almaktadır. Estonya, 2035'e kadar turizm için uzun vadeli vizyonunu 2025'in ilk çeyreğinde başlatmayı planlıyor.

Turizmin kesişen doğası ve politika alanları arasında koordinasyon ihtiyacı göz önüne alındığında, turizmi daha geniş ulusal ekonomik kalkınma planlarında ve stratejilerinde bir temel olarak entegre etmek, turizme yönelik bütünsel bir hükümet yaklaşımını destekleyebilir. Litvanya'da turizm artık bireysel sektörel stratejilerin yerini alan daha geniş bir bütünsel ekonomi Ekonomik Dönüşüm ve Rekabetçilik Geliştirme programının bir parçasıdır. Ayrıca, turizm sektörü, turizm politikası hedeflerine ulaşmak için kamu ve özel sektör arasında koordinasyonu daha da kolaylaştıran ayrı bir Ulusal Turizm Yolu 2023 tarafından desteklenmektedir.

Avrupa Birliği Konseyi, Turizm için Geçiş Yolu'na dayalı yeni bir Avrupa Turizm Gündemi 2030'u kabul etti. Bu girişimlerle Komisyon, üye devletler ve paydaşlar, yeşil ve dijital geçişi yönetmek ve Avrupa Birliği'ndeki ülkeler genelinde uzun vadeli dayanıklılığını sağlamak için turizm sektörünü ortaklaşa destekliyor.

Ayrıca, küresel turizm gündemi giderek artan sayıda uluslararası kurum ve çok taraflı forumun çalışmalarıyla şekillenmeye devam ediyor. Brezilya'nın 2024 G20 Başkanlığı'nın turizm gündemi, adil ve sürdürülebilir bir gezegen inşa etmek için turizmin potansiyelinden yararlanmaya odaklanırken, turizm İtalya'nın 2024 Başkanlığı altında ilk kez resmi bir G7 çalışma akışı haline geldi. İtalya'nın liderliğinde, çalışma özellikle turizmin sosyo-ekonomik etkilerini, insan sermayesini, istihdamı ve becerileri ve yapay zekanın turizm üzerindeki etkilerini optimize etmeye odaklanacak.

Ayrıca 2024'te Asya Pasifik Ekonomik İşbirliği (APEC) Turizm Bakanları sürdürülebilir turizm büyümesi için yenilikçi yollar hakkında ortak bir bildiri yayınlarken, Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği (ASEAN) Turizm Bakanları Sürdürülebilir Turizm Gelişimi için Eylem Yol Haritasını onayladı. Uluslararası örgütler ve finans kuruluşları da turizm konusundaki faaliyetlerini genişletti. Örneğin Latin Amerika ve Karayipler Kalkınma Bankası (CAF), sürdürülebilir ve yenileyici turizm gelişimini teşvik etmek ve turizm yoluyla bölgesel entegrasyonu ve bölgesel iş birliğini güçlendirmek için bir turizm stratejisi geliştirdi.

Bu örnekler, son yıllarda OECD, BM Turizmi ve Dünya Bankası gibi diğer uluslararası kuruluşlarda görülen artan ilgi ve faaliyetlerin genişlemesine dayanmaktadır. Turizm çalışma akışlarının ivmesini sürdürmek, koordineli eylemi destekleyebilir ve buna karşılık turizmi ulusal politika gündemlerinde üst sıralarda tutmaya yardımcı olabilir. Ancak, kaynakları en iyi şekilde kullanmak ve daha dayanıklı ve sürdürülebilir bir küresel turizm ekosistemi inşa etmek için çalışmaları kolektif olarak ilerletmek için bu forumlar arasında güçlü bir iş birliğinin sağlanması gerekmektedir.

### ***Turizm planlarının ve politikalarının etkili bir şekilde uygulanması için eylemlerin koordine edilmesi***

Turizm stratejileri, kamu ve özel paydaşları ortak bir vizyon ve mutabık kalınan hedefler etrafında harekete geçirmeye yardımcı olabilir ancak etkili olmak için sağlam koordinasyon ve kilit paydaşların katılımı ve destekleyici yasal ve düzenleyici çerçevelerle birlikte somut eylem planları ve kaynaklarla desteklenmesi gerekir. Ayrıca, daha geniş politika ortamındaki değişikliklere uyum sağlamak için çevikliği ve esnekliği korurken, ilerlemeyi izlemek ve gerektiğinde politika önlemlerini ayarlamak da gereklidir.

Ülkeler, pandemiden bu yana yeni stratejileri ve planları güncellemek ve geliştirmek için özel sektör de dahil olmak üzere politika alanları ve hükümet düzeyleri genelinde güçlü bir katılım bildirdi. Bu güçlü katılımı sürdürmek, kararlaştırılan eylemleri ve beklentileri yerine getirmek için çok önemlidir. Ancak sektör toparlandıkça, turizm ulusal politika öncelikleri listesinde geriledikçe bu katılımın kaybolma riski vardır, güçlü toparlanma yeni zorluklar getirirse bile.

Çok aşamalı eylem planları, ulusal turizm stratejileri için ivmeyi ve devam eden katılımı sürdürmek için bir mekanizma sağlar. Avustralya'nın ziyaretçi ekonomisinin uzun vadeli sürdürülebilir büyümesi için 10 yıllık ulusal stratejisi olan THRIVE 2030, üç aşamaya ayrılmıştır: toparlanma, konsolidasyon ve hızlanma. Her aşama, ilerlemenin gözden geçirildiği net hedeflere sahip kısa vadeli bir eylem planıyla tamamlanır. şu anda konsolidasyon aşamasında olan odak, ziyaretleri artırmaktan ve arz tarafındaki sorunları ele almaktan, pazarları çeşitlendirmeye, yeni ürünlere yatırım yapmaya ve iş uygulamalarını ve işgücü kapasitesini iyileştirmeye doğru kaymıştır. Uygulama, turizm politikalarını farklı sektörleri etkileyebilecek şekilde tartışmak üzere Federal, Eyalet ve Bölge hükümetlerinden turizm bakanlarını ve diğer ilgili federal ve eyalet departmanlarını düzenli olarak bir araya getiren bir sektör danışma turu ve kurumsal forumlar tarafından daha da desteklenmektedir.

İsviçre Konfederasyonu Turizm Stratejisi, İsviçre'deki turizm için uzun vadeli vizyonu sunar. Ana hedefler, çerçeve koşullarını iyileştirmek, girişimciliği teşvik etmek, dijitalleşmenin sunduğu fırsatlardan yararlanmak ve turizm ürünlerinin çekiciliğini ve İsviçre'nin pazar varlığını artırmaktır. 2021'de yayınlanan her hedef, nihai olmayan ve ihtiyaç duyulduğunda değiştirilen ve genişletilen üç eylem maddesiyle desteklenmektedir. Bu yaklaşım, Stratejinin çevik olmasını ve hem eylem hem de tepki verme yeteneğine sahip olmasını sağlamayı amaçlamaktadır.

İşbirliği mekanizmaları, strateji geliştirmeden uygulama aşamasına kadar turizm politikasına yönelik tüm hükümet yaklaşımını sürdürmeye yardımcı olur. Örneğin Kanada, Federal Hükümet genelinde turizm konusundaki çabaları daha iyi koordine etmek için bir Bakanlar Turizm Konseyi başlattı. Konsey, sorumlulukları doğrudan turizmi etkileyen federal bakanları bir araya getiriyor (örneğin istihdam ve beceriler, bölgesel ve ulusal ekonomik kalkınma, parklar, ulaşım, göç, sınır hizmetleri ve konut). Hükümet genelinde işbirliği, belirli sorunları ele almak için de gerçekleştirilebilir. Finlandiya'da, Ekonomi İşleri ve İstihdam, Adalet, Çevre ve Maliye bakanlıklarından temsilcilerden oluşan bir görev gücü, kısa süreli kiralama mevzuatını güncellemek ve iyileştirmek için birlikte çalışıyor.

Etkili turizm politikası uygulaması, özel sektör ve diğer paydaşların katılımını gerektirir. Bu, hükümet forumlarında özel sektör için aktif ve tutarlı bir sesin sürdürülmesinin yanı sıra özel sektörün katılımını ve turizm için ortak bir vizyonu gerçekleştirmek üzere eylemleri ve planları uygulamada rolünü oynamasını sağlamayı içerir. Ancak, sektörün parçalanmış yapısı nedeniyle bu zor olabilir. Bazı ülkeler, özel sektörle katılımı teşvik etmek için yeni mekanizmalar oluşturdu ve ayrıca pandemi müdahalesinden miras aldı.

Meksika, kamu ve özel aktörlerin iş birliğini geliştirmek ve Turizm Bakanlığı'nın mevcut politika programlarını analiz etmesini, acil dikkat gerektiren eylemleri belirlemesini ve veri odaklı öneriler sunmasını desteklemek için Meksika Turizm Planlama Sistemi'ni başlattı. Almanya, endüstri temsilcisi dernekleri de dahil olmak üzere turizmle ilgili paydaşları bir araya getiren ve iklim nötrlüğü ve doğa koruma, vasıflı işgücünün işe alınması ve güvence altına alınması, dijitalleşme ve rekabet gücü olmak üzere dört öncelikli alana odaklanarak stratejik diyalog için tek bir forum sağlayan Turizmin Geleceğine İlişkin Ulusal Platformu kurdu.

### Kutu 1.3. Hırvatistan'da turizm reformu gündemini desteklemek için yasal çerçevenin modernizasyonu

Hırvatistan 2024 yılında yeni ve kapsamlı bir Turizm Yasası kabul etti. Yasa, turizm reformlarını yönlendirmeyi ve sürdürülebilir turizm gelişimi ve gelişmiş turizm yönetimi için destekleyici bir çerçeve sağlamayı amaçlıyor. Yasa, kaynakları ve alanı korumak, turist memnuniyetini ve turistik yerlerdeki yerel topluluklar için yaşam kalitesini garanti altına almak ve aynı zamanda Hırvat turizminin uluslararası pazarda rekabet gücünü sağlamak için kurumsal çerçeveyi, veri izlemeyi, analiz sistemini ve araçları tanımlıyor. Hırvatistan'ın Sürdürülebilir Turizm Geliştirme Stratejisi 2030, Sürdürülebilir Turizmin Geliştirilmesi için Ulusal Plan 2027 ve Ulusal Planın Uygulanması için Eylem Planı 2025 ile koordinasyon halinde olan Turizm Yasası, turizmin daha sürdürülebilir bir şekilde gelişmesini teşvik etmek ve destinasyonlardaki aşırı kalabalıkla mücadele etmek için girişimler ve yaklaşımlar ortaya koyuyor. Bunlar, yıl boyunca bölgesel olarak dengeli turizmi teşvik etmeye ve turizmin dış etkilere karşı dayanıklılığını artırmaya odaklanıyor. Bu önlemler ayrıca kısa süreli kiralama ile ilgili sorunları ele almayı, deniz ortamını korumayı ve kültürel miras alanlarını korumayı amaçlıyor. Ayrıca Hırvatistan, turizm yönetim ortamını daha da iyileştirmek amacıyla destinasyon yönetim örgütlerine yönelik kurumsal ve operasyonel çerçeveyi iyileştirmek için çalışmaktadır.

Birçok ülke, yeni stratejiler ve planlarla daha iyi uyum sağlamak ve sürdürülebilir turizm geliştirme modellerini teşvik etmek için odak noktasında bir kaymayı desteklemek amacıyla turizm için düzenleyici ve yasal çerçeveleri modernize etmek için adımlar attı. Yunanistan'da, Destinasyon Yönetimi ve Pazarlama Örgütleri ve Entegre Yönetimin Model Turizm Destinasyonları hakkında yeni bir 2021 Yasası oluşturuldu. Kamu ve özel sektörler arasında istikrarlı bir işbirliği çerçevesinin oluşturulması yoluyla optimum destinasyon yönetimini ilerletmeyi amaçlıyor. Bu mevzuat ayrıca, özel planlama ve izleme desteği gerektirebilecek benzersiz destinasyon özelliklerini de kabul ediyor.

Hırvatistan, daha sürdürülebilir ve kapsayıcı bir turizm ekonomisine geçiş için daha geniş bir reform gündeminin parçası olarak 2024'te yeni bir Turizm Yasası kabul ederek yasal çerçevesini modernize etti. 2023'te başlatılan Ulusal Sürdürülebilir Turizm Stratejisi doğrultusunda geliştirilen Yasa, turizm gelişimi için yapılandırılmış bir çerçeve oluşturuyor (Kutu 1.3).

### ***Bölgesel ve yerel düzeyde turizmin yönetişiminin ve idaresinin geliştirilmesi***

Bölgesel ve yerel yönetimler turizm stratejileri ve planları geliştirmede ve uygulamada giderek daha önemli hale geliyor. Turizmin geleceği için kapsayıcı bir ulusal vizyon tarafından yönlendirilen yerel eylem, değişim için ivme sağlamaya yardımcı olabilir. Bölgesel ve yerel boyut, turizmin ekonomik ve sosyal kalkınmanın bir itici gücü olarak potansiyelini kullanmak ve turizmi yerinde etkili bir şekilde yönetmek için de önemlidir. Farklı hükümet seviyelerindeki etkili koordinasyon, turizm politikalarının genel etkisini artırarak hedefleri uyumlu hale getirmeye, kaynakları etkili bir şekilde kullanmaya ve turizm gelişimine birleşik bir yaklaşım geliştirmeye yardımcı olur. Ayrıca, bölgesel ve yerel turizm kuruluşlarına, daha sürdürülebilir ve kapsayıcı sonuçlar için paydaş ilgisini daha iyi yönetirken, yerlerin ekonomik, sosyal ve çevresel ihtiyaçlarını karşılayan ve özel turizm ürünleri ve hizmetleri yaratma ve tanıtmaya yetkisi verir.

Yerel ve bölgesel kuruluşları ulusal turizm stratejilerinin geliştirilmesine aktif olarak dahil etmek, yer temelli düşüncelerin dahil edilmesine ve eylemlerin yerel ihtiyaçlara uyarlanmasına yardımcı olur. Örneğin Şili'de, bölgesel ve yerel kuruluşlar bir dizi bölgesel çalıştay aracılığıyla Ulusal Turizm Stratejisi 2035'in geliştirilmesine dahil edilmiştir. Bu aşağıdan yukarıya katılımcı yaklaşım, bölgesel ve yerel hükümetlerin ilgili ve tutarlı hedefler belirlemesine yardımcı olurken aynı zamanda yerel ihtiyaçların ve koşulların ulusal stratejilere yansıtılmasını sağlar ve karşılığında destinasyon düzeyinde etkili uygulamayı destekleyebilir.

Ulusal, bölgesel ve yerel yönetimler arasındaki koordinasyonu geliştirmek ve destinasyon yönetim yapılarını güçlendirmek için reformları ilerletmek birçok ülkede odaklanılan bir alandır. Yaklaşımlar, hükümet sistemine ve bölgesel ve yerel otoritelerin turizm gelişiminde yetkinlik ve aktiflik düzeyine bağlı olarak değişir. Ancak, daha geniş turizm hedeflerine ulaşmada önemli bir rol oynayan alt ulusal paydaşları dahil etmenin önemi yaygın olarak kabul edilmektedir.

Hedef yönetim yapılarının düzenlenmesi ve yeniden düzenlenmesi, odak noktası pazarlamadan yönetime doğru kayarak hedeflerin karşılaştığı sorunlara daha iyi yanıt vermeye doğru ilerledikçe, hedeflerin turizm geliştirmenin stratejik sürecinde güçlendirilmesine yardımcı olabilir. Örneğin, Hırvatistan, Estonya, Yunanistan, Romanya ve Birleşik Krallık, daha geniş reform gündemlerinin bir parçası olarak, hedef yönetim yapıları ve hedef yönetim kuruluşları için işletme çerçevesinin kapsamlı incelemelerini yakın zamanda gerçekleştirdiler (Kutu 1.4).

Dönüştürücü destinasyon geliştirme, destinasyonların bir değişim aracı olma zorluğuyla yüzleşmesi gerektiği anlamına gelir. Destinasyon yönetim kuruluşlarının (DMO'lar) rolü evrimleşmeye ve genişlemeye devam ettikçe, yeni beceriler, kapasiteler ve kaynaklara ihtiyaç duyulmaktadır. DMO'lar, turistlerin coğrafi ve mevsimsel yayılımını teşvik ederek uzun süredir devam eden mevsimsellik sorunlarını ele almak da dahil olmak üzere, ulusal kuruluşlarla benzer şekillerde giderek daha fazla performans göstermektedir, ancak insan ve finansal kapasite ve kaynaklar genellikle kısıtlıdır.

Norveç'te, Ulusal Turizm Stratejisi 2030'un bir parçası olarak, destinasyon geliştirme ve ziyaretçi yönetimiyle ilgili resmi bir rapor, stratejik tavsiyelerde bulunmak ve sürdürülebilir ziyaretçi yönetimi sunmak için her bölgeye destinasyon yönetim ekiplerinin yerleştirilmesini önerdi. Amaç, turizmin yerel topluluklar, sakinler ve ziyaretçiler için daha çekici bir şekilde gelişmesine yardımcı olmaktır. Yeni Zelanda, turizm paydaşlarının destinasyonun çıkarlarına ve isteklerine en iyi şekilde hizmet eden kapsamı ve yaklaşımı belirlemelerini sağlayan özel destinasyon yönetim planları geliştirmeleri için 29 turizm destinasyonunun tamamına destek sağladı.

Destinasyon yönetimi kuruluşları genellikle turizm işletmelerini daha etkili bir şekilde ortaklığa dahil etmek ve harekete geçirmek ve daha küçük bir coğrafi alanda daha fazla sayıda turizm KOBİ'sine ulaşmak için daha iyi bir konumdadır. Bölgesel ve yerel planlamanın diğer faydaları arasında hükümet ve KOBİ'ler için istikrarlı ve erişilebilir bir işbirliği çerçevesinin oluşturulması, turizm gelişimini teşvik etmek için faaliyetlerin ve yatırımların koordinasyonu ve daha geniş bölgesel ve yerel ekonomik kalkınma politikalarıyla daha yakın entegrasyon yer alır. Ayrıca ulusal düzeyde turizmi giderek daha fazla etkileyen sektörler arası girişimlere de yardımcı olabilir.

#### **Kutu 1.4. Hedef yönetim yapılarının güçlendirilmesi – seçili ülke örnekleri**

Estonya: DMO'ları daha rekabetçi hale getirmek, bilgi ve en iyi uygulama paylaşımını kolaylaştırmak, örtüşmeyi ve tekrarı azaltmak, ürün geliştirme konusunda ulusal öncelikleri yerine getirmek ve başkent Tallinn ile ülkenin geri kalanı arasındaki büyüyen performans farkını ele almak için destinasyon yönetim yapılarını yeniden düzenlemek ve rasyonalize etmek için bir program başlatıldı. 2019'da Estonya'da her biri ortalama 1,5 kişiyi istihdam eden yaklaşık 40 DMO vardı. 2024'e kadar bunlar, bölgelerindeki ziyaretçi ekonomisine stratejik olarak liderlik edebilecek 7 DMO'da birleştirildi. Hükümetten alınan uzun vadeli fon, DMO personeline görev süresi güvenliği sağlıyor ve turizm geliştirme eylemlerini destekliyor, ancak bölgelerin tüm maliyetlerin en az yarısını eş finansman yoluyla karşılaması bekleniyor.

Yunanistan: 2023'te, destinasyon yönetimi ve pazarlama organizasyonlarının kurulması için bir Turizm Yasası'nın kabul edilmesinin ardından yeni bir operasyonel çerçeve sunuldu. Operasyonel çerçeve, kanıta dayalı politikaları geliştirmek için turizm gözlemevleri kurulması da dahil olmak üzere yerel ve bölgesel otoritelerin turizmi sürdürülebilir bir şekilde geliştirmelerini ve yönetmelerini desteklemeyi amaçlamaktadır. Temel hususlar arasında gelişmiş iş birliğini teşvik etme, kalite standartlarını sağlama ve sürdürülebilir turizm gelişimini destekleme ihtiyacı yer almıştır.

Yeni Zelanda: İşbirlikçi Destinasyon Yönetim Planları (DMP'ler), turizm paydaşlarının her bir destinasyonun çıkarlarına ve isteklerine en iyi şekilde hizmet eden turizm kapsamını ve yaklaşımını belirlemesini sağlamak için oluşturulmuştur. 29 DMP, olumlu bir sosyal lisansı sürdürmeyi ve destinasyon yönetimi için sağlam yerel gündemler oluşturmayı amaçlamaktadır. Her DMP, turizm işletmeleri, yerel topluluklar (Māori toplulukları dahil), yerel hükümet ve diğer paydaşlar arasında fikir birliği oluşturularak geliştirilir. DMP'lerin hazırlanması merkezi hükümet tarafından finanse edilmiştir ve uygulama yerel olarak (kaynak sağlama dahil) gerçekleştirilecektir. Destinasyon Yönetim Kılavuzları, paydaşların Planları geliştirme çabalarını desteklemek ve dahil edilebilecek bileşenler ve tartışmayı teşvik etmek ve boşlukları, fırsatları ve daha fazla araştırma için alanları belirlemek için sorular sağlamak üzere hazırlanmıştır.

#### ***Sürdürülebilir turizm gelişimini destekleyecek kaynaklar***

Turizm sektörü pandemi ve sonrasında önemli hükümet desteğinden faydalandı. Bu destek, turizm sektörünün krizi atlmasına ve toparlanmasına yardımcı olmakta hayati önem taşıyordu. Bunu yansıtan birçok ülke, pandemi sırasında turizm için işletme bütçesinde artış bildirdi, sektör ise

Ayrıca turizm bütçelerinde yer almayan daha geniş ekonomik destek önlemlerinden de yararlandı. Bu desteklerin çoğu, toparlanma ilerledikçe geri çekildi ve ülkeler turizm bütçelerinin 2023 ve 2024'te pandemi öncesi seviyelere benzer veya daha düşük seviyelere döndüğünü bildirdi.

Pandemi sırasında getirilen istisnai mali desteklerin geri çekilmesi beklenirken, bu durum ülkelerin turizmi daha sürdürülebilir bir şekilde geliştirmek ve yönetmek için iddialı stratejiler ve planlar belirlediği bir zamanda gerçekleşiyor. Bu stratejileri etkili bir şekilde uygulamak ve beklenen politika sonuçlarını sunmak yeterli kaynak -finansal ve insan- gerektirir. Ancak, çok az strateji ve eylem planı, ortaya konulan hedefleri yerine getirmek ve sektörün değişen taleplerini başarıyla karşılamak için kaynak gereksinimleri veya taahhütler hakkında ayrıntılar içeriyor.

Bu zorluğun farkında olan Danimarka Hükümeti, ülkedeki sürdürülebilir turizm hedeflerine ulaşmak için 2024-27 dönemi için sektöre ek 100 milyon DKK veya yıllık 25 milyon DKK tahsis etti. Polonya'da turizme, 84,5 milyon PLN'si Polonya Turizm Örgütü'ne olmak üzere 110,3 milyon PLN tahsis edildi ve turizm için yeni bir uzun vadeli stratejinin geliştirilmesini desteklemek için 2022'ye kıyasla toplam %53'lük bir artış sağlandı. Japonya'da 2023 mali yılında ek turizm bütçesi, yerel bölgelere uluslararası ziyaretçileri çekmek için 18,4 milyar JPY, turistik yerlere ve turizm endüstrilerine değer katmak için 20 milyar JPY ve turizm akışlarını daha iyi yönetmek ve sürdürülebilir turizm büyümesini teşvik etmek için 30,5 milyar JPY olmak üzere 68,9 milyar JPY'ye yükseldi.

Turizm faaliyetlerinin çevresel etkisini azaltmak ve iklim değişikliğinin etkilerine uyum sağlamak için önemli yatırımlar da gereklidir. Turizm destinasyonları ve işletmelerinin de hızlı teknolojik gelişmelerle başa çıkabilmeleri için desteğe ihtiyaçları vardır; ayrıca turizm gelişimini daha iyi yönetmek için gereken altyapı ve mekanizmaları geliştirmek için de kaynaklara ihtiyaç vardır. Bunun ülkelerin daha geniş bütçesel bağlamı ve öncelikleri içinde anlaşılması gerekir. Gerekli desteğin sağlanması, daha geniş politika hedefleri ve hırslarını karşılayarak ekonomik büyümeyi teşvik etmek için turizm önlemlerinin etkisinin ve etkinliğinin açık bir şekilde gösterilmesini gerektirecektir.

Ulusal turizm bütçeleri, hükümetin turizme verdiği desteğin seviyesini ölçmek için pratik bir gösterge görevi görebilirken, sektör altyapı, ulaşım ve diğer turizmle ilgili projeler de dahil olmak üzere diğer hükümet organlarından gelen fonlardan da önemli ölçüde yararlanır ve bölgesel ve yerel turizm otoritelerine de katkı sağlanabilir. Uluslararası veya ulusüstü kuruluşlardan gelen fonlar da turizm gelişimini destekler. Avrupa Birliği'nde, çeşitli fon kaynaklarından gelen fonlar, AB Teknik Destek Aracı ve Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu dahil olmak üzere üye devletler genelinde turizm gelişimini destekler.

## **Daha sürdürülebilir sonuçlar için turizmde daha dengeli bir gelecek inşa etmek**

Son yıllarda turizmin daha sürdürülebilir ve dayanıklı kalkınma modellerine doğru geçiş ihtiyacının kabulü artmıştır. Geçmişte sektörü engelleyen yapısal zayıflıkları ele almak, özellikle dengesiz turizm gelişimiyle bağlantılı sorunları ele almak ve yerel topluluklara turizm akışından iş, yerleşik refah ve diğer faydaları sağlamak için hükümetin tüm seviyelerinde koordineli politika eylemine ihtiyaç vardır. Ancak geleceğe hazırlanmak, turizmin düşük karbon geçişinde rol oynayabilmesi için azaltma ve uyum önlemlerinin hızlandırılmasını ve işletmelerin, özellikle de KOBİ'lerin dijital kullanımını desteklemek için sürekli ilerlemeyi gerektirecektir.

Turizm sistemini yeniden düşünmek ve gelecekteki şoklara hazırlanmak, uzun vadeli önceliklere değinmek ve daha dengeli ve sürdürülebilir turizm geliştirme modellerine geçmek, politika yapımcıların çoklu hedeflere ulaşan çapraz yaklaşımları devreye sokmak için yeni fırsatları değerlendirmelerini gerektirir. Politika ve iş kararlarını bilgilendirmek, olası uzlaşmalarda ilerlemeyi yönetmek ve izlemek, 'ne işe yaradığını' belirlemek ve ortaya çıkan politika etkilerini ve risklerini ve eylemsizliğin maliyetlerini belirlemek için daha ayrıntılı, zamanında ve sağlam kanıtlara ihtiyaç vardır.

### ***Net sıfır hedeflerine ulaşmak için iklim eyleminde turizmin rolünün artırılması***

Ülkeler 2050'ye kadar net sıfır emisyon hedefine ulaşmak istiyorsa - veya daha iddialı hedefler koyan ülkeler için daha erken - turizm de dahil olmak üzere tüm sektörlerde acil ve dönüştürücü eyleme ihtiyaç vardır. Turizmin bu hedeflere ulaşmada önemli bir rolü vardır. Turizmin karbon ayak izini doğru bir şekilde tahmin etmek zordur. Ancak, 2023'te turizm iklim eyleminin kritik boyutlarındaki ilerleme ve boşlukların değerlendirilmesi, küresel sera gazı emisyonlarının %8 ila %10'unu turizme atfetmiştir (İklim Değişikliği Turizm Paneli, 2023<sup>[10]</sup>). Bu, turizm kaynaklı emisyonların çoğundan yüksek gelirli ülkelerin sorumlu olduğu yönündeki önceki tahminlerle örtüşüyor.

Turizm aynı zamanda, son yıllarda dünyanın dört bir yanındaki ülkelerde ziyaretçileri, işletmeleri ve yerel toplulukları etkileyen orman yangınları, sıcak hava dalgaları, seller ve diğer hava olaylarından da anlaşılacağı üzere, çoklu ve genellikle kümülatif iklim etkilerine de yoğun şekilde maruz kalmaktadır. Bu olaylar hem ilk etkiyle hem de altyapı kaybı ve turizmin toparlanmasının aldığı zamanla sonuçlanmıştır.

Önceki OECD Turizm Komitesi çalışmaları, daha yeşil bir turizm ekonomisine geçişi hızlandırma, taahhütleri gerçek eylemlere ve sonuçlara dönüştürme ve çevresel hedefleri turizm politikalarına ve programlarına yerleştirme ihtiyacını vurguladı. Buna daha yeşil iş modelleri ve destinasyonları teşvik etmek, tüketicileri daha sürdürülebilir seyahat tercihleri yapmaya teşvik etmek ve turizm değer zinciri boyunca azaltma ve uyum önlemlerinin benimsenmesi dahildir. Turizm için olumlu sonuçları en üst düzeye çıkarırken istenmeyen sonuçları en aza indirmek için diğer politika alanlarıyla (örneğin ulaşım, yatırım, altyapı, beceriler) ve hükümet düzeyleri arasında koordineli eylem de gereklidir.

Bu yaygın olarak kabul edilen aciliyete rağmen, iklim değişikliğinin azaltılması ve adaptasyonuna yönelik turizm politikaları sınırlı kalmaya devam ediyor ve net sıfır hedefleri ve ilgili politikaları eyleme dönüştürmek için daha fazla şey yapılması gerekiyor. Turizm için -veya turizm ekonomisinin belirli bölümleri için- belirli hedefler belirlemek ve bunlara göre izleme yapmak ve ardından ilerlemeyi izlemek, sektörün karbon ayak izini yönetmek ve azaltmak için eylemi harekete geçirmeye ve yönlendirmeye yardımcı olacaktır. Birçok farklı alt sektörden ve küresel değer zincirinden oluşan turizmin karmaşık yapısı, bu süreci zorlu hale getiriyor. zorlu. Uluslararası turizmden ve özellikle ulaşımdan kaynaklanan emisyonların tahsisi zorludur. Yeni Zelanda'nın düzenli ulusal sera gazı envanterinde veya AB Turizm Pano'sunda hava yolculuğu emisyonlarında bildirilenler gibi emisyon göstergeleri veya tahminleri, ulusal düzeyde rehberlik sağlar.

Birçok ülke, turizmin ulusal düzenlemeleri takip etmesi ve Paris İklim Anlaşması'nda belirtilen uluslararası hedeflere ulaşmak için Ulusal Olarak Belirlenen Katkılarına katkıda bulunması gerekmesine rağmen, henüz turizme özgü sera gazı azaltma hedefleri ve ilgili emisyon bütçeleri belirlememiştir. Bunun yerine turizm, genellikle ulaşım veya hizmet sektörüne atanır. Ancak, Glasgow Turizmde İklim Eylemi Beyannamesi'nin imzacıları, emisyonları 2030 yılına kadar %50 oranında azaltmak ve 2050'den önce mümkün olan en kısa sürede net sıfıra ulaşmak için harekete geçmeyi taahhüt etmektedir. Bu, iklim eylemine nasıl başlanacağına dair pratik önerilerle desteklenmektedir (BM Turizm, 2024<sup>[11]</sup>)

Turizmin iklim krizine katkısının ve bu taahhüt ve hedeflerin yerine getirilmesi gerekliliğinin kabulüyle, iklim eylemi, örneğin Yunanistan, Yeni Zelanda, Norveç ve Slovenya'da görüldüğü gibi, ulusal turizm stratejilerine ve planlarına giderek daha fazla entegre ediliyor. Birkaç durumda, bu stratejiler ve planlar ilerlemeyi yönlendirmek ve izlemek için belirli hedefler belirliyor. Örneğin, Belçika'da Visit Flanders, 2022'de turist konaklamalarından kaynaklanan emisyonları %50 ve turizm operatörlerinin birincil enerji tüketimini 2030'a kadar %35 oranında azaltmak için bir sürdürülebilirlik planı başlattı. Slovenya, Slovenya turizminin gecelik konaklama başına karbon ayak izini 39,9'dan 30,3 kgCO<sub>2</sub>eq/geceye düşürmeyi, yani 2028'e kadar %33'lük bir azalma sağlamayı hedefliyor.

Ekonomi çapında iklim eylem planlarının ötesinde, birkaç ülke, sektörün net sıfır hedeflerine ulaşmada daha aktif bir rol oynayabileceği ve paydaşları harekete geçmeye nasıl teşvik edebileceğini belirten turizme özgü yol haritaları ve eylem planları geliştirdi; bunlara Şili, İrlanda ve Hollanda da dahildir (Kutu 1.5). Bu yol haritaları ve eylem planları, iklim okuryazarlığını artırmak için bakanlıklar arası ve sektörler arası çalıştaylar, turistler ve turizm işletmeleri için karbon hesaplayıcılarının başlatılması,

Demiryolu altyapısının güçlendirilmesi yoluyla hava taşımacılığına olan bağımlılığın azaltılması, yenilenebilir enerji programlarının uygulamaya konulması, iklim riski analizleri veya iklim değişikliğini azaltmaya yönelik teknik yönergelerin geliştirilmesi.

İklim eylem yol haritaları ve planları, işletmelerin rolünü kabul eder ve farklı paydaşlar için ve onların arayüzünde somut eylemler önerir. Bu, tüketici davranışında yüksek emisyonlu turizm faaliyetlerinden uzaklaşmayı başlatmayı içerirken, sektörde değişimi yönlendirmek için turizm işgücü için eğitim ve iklim kapasitesi oluşturma gereklidir.

#### **Kutu 1.5. Net sıfır hedeflerine katkıda bulunmak için turizme yönelik ulusal yol haritaları ve eylem planları**

**Şili:** Turizm Sektöründe İklim Değişikliğine Uyum Planı, kapsamlı bakanlıklar arası koordinasyon yoluyla ortaklaşa geliştirildi ve turizm sektörünün dayanıklılığını ve sürdürülebilirliğini artırmak için 2020'de kabul edildi. İklim göstergelerini analiz ederek ve biyoçeşitlilikteki değişiklikler ve aşırı hava olayları gibi turizm sektörü üzerindeki potansiyel etkileri tanımlayarak iklim değişikliğinden en fazla risk altında olan turizm alanlarını belirler. Bu değerlendirmeye dayanarak Plan, iklim değişikliğinin mevcut ve gelecekteki etkilerine uyum sağlamak ve bunlarla başa çıkmak için kapasite ve koşulları geliştirmek üzere somut hedefler ortaya koymaktadır. Eylem hatları arasında Ulusal Turizm Servisi SERNATUR'un iklim değişikliğini turizm planlamasına entegre etme kapasitesinin artırılması, kamu-özel sektör koordinasyonu, bilgi yönetimi ve iletişim yer almaktadır. Planın güncellenmesi, İklim Değişikliği Çerçeve Yasası'nı yansıtmak için 2024'te gerçekleştirilmektedir.

**Hollanda:** 2022'de başlatılan İklim Nötr Turizme Giden Yol, Hollanda'nın 2030 yılına kadar iklim nötr olması yönündeki daha geniş Hükümet hedefini destekliyor. Bilim camiası ve turizm profesyonellerinin uzmanlığıyla Yol Haritası, Glasgow Bildirgesi'nin temel ilkeleri doğrultusunda harekete geçmek için stratejileri ana hatlarıyla belirtiyor: ölçüm ve araştırma; emisyonların azaltılması; ekosistemlerin güçlendirilmesi; fonlama ve destek; ve iş birliği ve liderlik. Yol Haritası, her önlem için hükümet, işletmeler, şube örgütleri, bilgi enstitüleri ve destinasyon yönetim örgütleri için eylemleri listeliyor. Eylem hatlarına örneğin şunlar dahildir: havacılığa olan bağımlılığı azaltma, bisikletler ve arabalar için şarj altyapısının daha hızlı devreye alınması, deniz yolculuğu endüstrisine olan bağımlılığı azaltma, norm olarak etiketler ve sertifikalar veya iklim nötr işletme.

**İrlanda:** Ulusal Turizm Geliştirme Ajansı, Fáilte Ireland, turizm ve konaklama işletmelerinin karbon emisyonlarını azaltmalarına ve ulusal net sıfır hedeflerine katkıda bulunmalarına yardımcı olmak için 2022'de bir İklim Eylem Yol Haritası geliştirdi. Yol Haritası, işletmeler için iklim eylem yolculuğunda 8 adım belirliyor ve su, atık ve enerji yönetimi, karbon dengeleme, biyolojik çeşitlilik, toplantılar ve etkinlikler ve festivaller hakkında iklim eylem kılavuzları sağlıyor.

Ülkeler ayrıca, bilgi alışverişi, iletişim, ağ oluşturma ve turizm sektörünün yeşillendirilmesine yönelik belirli çıkarların temsili de dahil olmak üzere, turizm işletmelerinin ve özellikle KOBİ'lerin iklim taahhütlerine uyum sağlamalarını ve bunları yerine getirmelerini desteklemek için girişimlerde bulunmaktadır. Teknolojik değişimin itici güçleri ve çevresel ayak izlerini azaltmak için yeşil iş modelleri ve uygulamalarının benimseyenleri olarak KOBİ'ler kritik aktörlerdir (OECD, 2024<sup>[12]</sup>).

İrlanda'da bir İklim Eylem Programı, Fáilte Ireland'ın İklim Eylem Yol Haritası'nı tamamlar ve turizm işletmelerinin karbon emisyonlarını azaltmalarına ve daha sürdürülebilir hale gelmek için özel eylem planları geliştirmelerine yardımcı olmak için özel mentorluk ve yatırım tavsiyesi sunar. Program, turizm işletmelerinin güçlü talebini yansıtarak başlatıldığı zamandan bu yana aşırı talep gördü.

İsviçre'de, İsviçre Turizmde Sürdürülebilirlik için Yeterlilik Merkezi, projeler başlatıp uygulayarak ve sürdürülebilirlik sorunları için merkezi bir iletişim noktası sağlayarak İsviçre turizmini sürdürülebilirlikte lider yapmayı amaçlamaktadır. İsviçre Turizm Federasyonu tarafından 2022'de İsviçre'nin

Turizm Stratejisi. İsviçre Parlamentosu, Alpler bölgesi ve mevsimlik turistik alanlardaki konaklama tesislerinin yenilenmesini desteklemek için İsviçre Otel Kredisi Derneği tarafından uygulanacak, enerji verimliliğine odaklanan yeni bir turist konaklama yasası hakkında yakında karar verecek.

Alman İklim Turizm Fonu, Ulusal İklim Girişimi'nin bir parçası olarak üç hedefi takip ediyor: sektör çapında bir sera gazı envanteri oluşturmak, iklim koruma önlemi geliştirmek ve iklim koruma faaliyetleri için bir finansman modeli geliştirmek. Ayrıca, Alman Klimalink derneği, yakın zamanda tur operatörü derneği ve Avusturya ve İsviçre'den şirketler tarafından da desteklenen seyahatin karbon ayak izinin şeffaf bir şekilde sunulması üzerinde çalışıyor. Almanya ayrıca, Alman Ulusal Turizm Kurulu'nun sürdürülebilirlik stratejisinin bir parçası olarak gezginleri "biraz daha uzun süre kalmaya" teşvik eden bir kampanya da dahil olmak üzere, çevre dostu turizmi giderek daha fazla teşvik ediyor.

Karbonsuzlaştırma önlemleri sıklıkla maliyet yoğun altyapı iyileştirmeleriyle ilişkilendirildiğinden, çeşitli ulusal programlar teşvikler veya fon sağlar. Yukarıdaki programlara ek olarak, Avusturya ve Almanya, yeşil geçiş girişimlerine öncülük etmek ve iklim nötrlüğü hedeflerine uymak için fonlama dahil olmak üzere turizm KOBİ'leri için hedefli destek ve programlara sahip ülkeler arasındadır (Kutu 1.6).

### **Kutu 1.6. Yeşil geçişte turizm KOBİ'lerinin desteklenmesi – seçili ülke örnekleri**

Avusturya: Sürdürülebilirliği ve finansal dayanıklılığı güçlendirmek için aile tarafından işletilen ve sahibi tarafından yönetilen turizm KOBİ'lerinin yatırımlarını desteklemek üzere yeni finansman yönergeleri başlatıldı. Program, sübvansiyonlu krediler ve garantilerin yanı sıra, 350.000 Avro'ya kadar yatırım maliyetleri için %7 sürdürülebilirlik bonusu içeriyor. Uygun maliyetler ekolojik, personel, bölgesel ve dijitalleştirme yatırımlarıyla ilgili olabilir.

Almanya: LIFT Dönüşüm fonu, BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri doğrultusunda turizmin geleceği için ilgili konularla başa çıkmak üzere turizm KOBİ'lerini ve destinasyonlarını harekete geçirmeyi amaçlamaktadır. Amaç, turizmin nasıl sürdürülebilir hale getirilebileceği ve sürdürülebilir kalkınmaya nasıl katkıda bulunabileceği konusunda geleceğe yönelik, uygulanabilir çözümler geliştirmektir. Ayrıca, yakın zamanda kurulan Turizmin Yeşil Geçiş Mükemmeliyet Merkezi, iklim dostu ve kaynak tasarrufu sağlayan yenilikler hakkında bilgi aktararak turizm sektörünün iklim nötrlüğü ve sürdürülebilir dönüşüm yolunda ilerlemesini desteklemeyi amaçlamaktadır.

### ***Sürdürülebilir ulaşım ve altyapı desteğiyle turizm akışlarının dengelenmesi***

Daha sürdürülebilir turizm gelişimine doğru odaklanmanın değişmesi, destinasyonlarda turizm akışlarının rolüne ilişkin daha fazla farkındalığa yol açtı. Ziyaretçilerin hareketini hem mekansal hem de zamansal olarak daha iyi yönetmek için turizmi çeşitlendirmek, destinasyonları güçlendirmek, gelecekteki şoklara karşı dayanıklılık oluşturmak, ekonomik faydaları optimize etmek ve çevresel ve sosyal etkileri dengelemek için fırsatlar sunar.

Ziyaretçileri sürdürülebilir bir şekilde dağıtma ve turizmin faydalarını hem destinasyonlar içinde hem de destinasyonlar arasında daha iyi yayma çabaları giderek yaygınlaşıyor ve turizmin stratejik gündeminin giderek daha fazla parçası haline geliyor. Aynı şekilde turizmin daha geniş ulusal ve bölgesel kalkınma gündemlerine entegre edilmesi de önem kazanıyor.

Örneğin Portekiz'in İç Bölgeler için Turizm Gündemi, düşük yoğunluklu bölgelerin uyumu ve ekonomik kalkınması için bir katalizör görevi görecek şekilde iç Portekiz'deki turizm sektörünü canlandırmayı amaçlamaktadır. 2023'te başlatılan bu Gündem, yaklaşık 200 milyon avroluk bir bütçeyle bölgeleri birbirine bağlamayı, kaynakları geliştirmeyi ve şirketlere ve turizm teklifine yatırım yapmayı amaçlayan girişimlerden ve önlemlerden oluşmaktadır.

ABD'de Kırsal Topluluklar için Rekreasyon Ekonomisi programı, 17 eyalette 25 küçük ve kırsal topluluğun, açık hava rekreasyon ekonomilerini artırma, canlı şehir merkezleri oluşturmaya yardımcı olma, doğal kaynakları koruma ve Ulusal Seyahat ve Turizm Stratejisi'nin temel hedeflerinden biri olan kırsal alanlara daha fazla ziyaretçi çekme stratejileri geliştirmesini destekledi.

Birçok girişim, turistleri yerleşik destinasyonların ötesine, daha az ziyaret edilen veya nüfuslu bölgelere kaydırmaya odaklanmaktadır. Örneğin Kore'de, Dijital Turizm Kartı girişimi, Kore sakinlerini nüfus azalmasıyla karşı karşıya olan bölgelere çekmeyi, bölgesel alanlarda daha uzun süreli konaklamaları teşvik etmeyi ve konaklama, yemek, deneyimler ve diğer turizm hizmetlerinde indirimler sağlayarak ekonomik büyümeyi desteklemeyi amaçlamaktadır.

Japonya'nın Turizm Ulusu Tanıtım Temel Planı 2023-25, daha uzun süre kalan ve daha fazla harcama yapan ziyaretçileri çekmeye ve üst düzey gezginler için daha fazla teklif geliştirerek ve ana turist destinasyonlarının ötesinde etkinlikler, turist konaklamaları ve tesisleri finanse ederek bölgesel canlanmayı teşvik etmeye odaklanmaktadır. 2023'te, uluslararası turistleri Japonya'ya ana şehirlerinin ötesinde keşfetmeye teşvik etmek ve turistlerin doğayı, tarihi ve benzersiz kültürü deneyimleyebilecekleri kırsal alanlara seyahat etmeyi teşvik etmek amacıyla bölgesel alanlarda Lüks Gelen Turist Destinasyonları oluşturmak için 11 Model Turist Destinasyonu belirlendi.

Daha çeşitli bir turizm teklifinin geliştirilmesi, artan ziyareti desteklemek için turizm ve toplum altyapısına yatırım yapılmasını gerektirir. Turistleri yeni yerleri ziyaret etmeye başarılı bir şekilde teşvik etmek, yeterli planlama ve kaynaklarla desteklenirse yerel topluluklar için önemli ekonomik ve sosyal faydalar sağlayabilir. Macaristan, turizmi desteklemek için yeni altyapı projelerini finanse etme amacıyla 2023'te yemek ve ticari konaklamadan gelir toplamak için Turizm Geliştirme Katkısını yeniden başlattı. İzlanda'da, Turist Alanı Koruma Fonu ve İzlanda Rota Geliştirme Fonu, hem destinasyon gelişimini desteklemek hem de turistleri ülke genelinde daha eşit bir şekilde dağıtmak için önemlidir. Bu yaklaşım, sektöre ve yerel topluluklara fayda sağlarken popüler turistik yerlerdeki baskıyı hafifletmeyi amaçlamaktadır.

Turizm akışlarını dengelemeye odaklanmak, varış noktalarındaki taşıma kapasitesi kavramına yenilenmiş bir vurgu getirdi. Turizm varış noktalarının taşıma kapasitesini belirlemek için net bir yaklaşım veya metodoloji olmasa da, sektör korunan alanlardaki ziyaretçi akışlarını yönetme konusunda yapılan kapsamlı çalışmalardan ve deneyimlerden ders çıkarılabilir. Verilere erişimin iyileştirilmesi ve yerel topluluklarla iletişim, varış noktası kapasitelerini daha iyi anlamaya, dengeleri sağlamaya ve ziyaretçiler ve sakinler için farklı olabilecek kritik eşikleri belirlemeye yardımcı olabilir. Ülkeler artık turizm için kritik eşikleri daha iyi belirlemek amacıyla cazibe merkezleri, varış noktaları ve yerel yönetimlerle birlikte çalışıyor.

Fransa, 2023 yılında büyük turistik yerler için ulusal bir Gözlemevi oluşturulmasını içeren Turist Akışlarını Yönetme Ulusal Stratejisini başlattı. Gözlemevi, yerel halk arasında turist akışlarına ilişkin algıları ölçecek ve turistleri, yerel halkı ve seyahat etkileyicilerini hedef alarak turizmin olumlu ve olumsuz etkileri hakkında farkındalık yaratacaktır. Avusturya'da, Doğru Dengeyi Bul Rehberi, bölgesel karar vericilerin turizmdeki dengesizliklerle başa çıkmalarını destekler ve etkilenen bölgelerin zorluklarını ele almak için özel çözümler geliştirmek üzere bir fon çağrısıyla desteklenmektedir.

Hedefleri sürdürülebilir ve erişilebilir bir şekilde birbirine bağlamak, turizmin faydalarını dağıtmanın anahtarıdır. Turizmin doğası, ulaşımı sektörün ayrılmaz bir parçası haline getirir ve kullanımı kolay ve çevre dostu ulaşım seçenekleri oluşturmak genellikle turizm politikası gündeminin en üst sıralarında yer alır. Turizmde ulaşım genellikle havacılıkla eş anlamlıdır ve havacılık, küresel sera gazı emisyonlarına önemli ve artan bir katkıda bulunur. Bu nedenle, turizmin sürdürülebilir ve sürdürülebilir bir geleceğe sahip olması için hava yolculuğunun karbondan arındırılması bir önceliktir.

Ülkeler ulusal düzeyde sürdürülebilir havacılık gündemlerini ilerletmek için çalışmaktadır. Avustralya ve Birleşik Krallık, özellikle SAF ile ilgili sürdürülebilir havacılık sorunlarını ele almak için Jet-sıfır konseyleri toplamıştır. Hükümetin %51'ine sahip olduğu Air New Zealand, SAF'a yatırım yapmak, yeni uçak teknolojisi ve mevcut filonun yenilenmesi ve yer operasyonlarındaki emisyonu azaltmak da dahil olmak üzere 2050'ye kadar karbon nötr taahhütlerini yerine getirmek için çok yönlü bir yaklaşım benimsiyor.

Uluslararası düzeyde, Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü (ICAO) Hava Taşımacılığı Eylem Grubu, 2050 yılına kadar net sıfır karbon emisyonuna ulaşma iddialı hedefini belirlemiştir, ancak bu hedefe ulaşmak için önemli ilerlemeler gerekmektedir. OECD'deki Uluslararası Taşımacılık Forumu (ITF), havacılığı karbondan arındırma politikalarını ilerletmek için fırsatları araştırmak üzere hükümet, özel sektör ve diğer paydaşları bir araya getiren ortak bir çıkar grubu toplamak da dahil olmak üzere bu gündemi aktif olarak desteklemektedir. Odaklanılan alanlardan biri, sürdürülebilir havacılık yakıtlarının (SAF) artan kullanımının sunduğu fırsattır. Bu çalışmanın bir parçası olarak ITF, havacılığın karbondan arındırılmasının seyahat kalıpları ve turizm üzerindeki sonuçlarını araştırmaktadır.

Havacılık sektörü turizm sektöründe, özellikle uzak ve ada destinasyonları için önemli bir rol oynarken, destinasyonlara ve destinasyonların etrafında kara taşımacılığı çoğu turist için olmazsa olmaz olmaya devam ediyor. Bunu yansıtan İtalya Sürdürülebilir Turizm Fonu, aşırı kalabalığı azaltma, yenilikçi güzergahlar oluşturma ve destinasyonları mevsimsellikten çıkarma hedefleri doğrultusunda elektrikli ulaşım araçlarının kullanımından yararlanan intermodal rotaları belirliyor. Fon ayrıca, 2024 ve 2025'te 10 milyon avroluk finansmanla sürdürülebilirlik sertifikaları almaları için konaklama tesislerine ve turizm işletmelerine destek sağlıyor. Bu arada Avustralya, başkentler dışında kapsamlı bir raylı sistem eksikliğini kabul ederek turistlere daha sürdürülebilir ulaşım seçenekleri sunmak için Ulusal Elektrikli Araç Stratejisi'nden yararlanıyor.

Fas'ın yüksek hızlı treni, Tanca ile Kazablanka arasındaki seyahat süresini azaltarak turizm sektörünü önemli ölçüde etkilemiş ve ülke içinde seyahat eden yerli ve yabancı turistler için daha uygun hale getirmiştir. 2023'te 5 milyondan fazla yolcu taşıyan bu altyapı iyileştirmesi, daha az bilinen şehirleri daha erişilebilir hale getirerek turizm faydalarının bölge genelinde daha geniş bir şekilde dağıtılmasına yardımcı olmuştur. 2023'te ulusal hükümet, yüksek hızlı tren sistemini Marakeş ve Agadir gibi diğer turistik yerlere genişletmeyi taahhüt etmiştir.

#### Kutu 1.7. Avrupa genelinde sürdürülebilir turizm ve hareketliliğin teşvik edilmesi

Ulaştırma, Sağlık ve Çevre Pan-Avrupa Programı (THE PEP), Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ve Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu (UNECE) tarafından başlatılan bir girişimdir. Avrupa genelindeki insanların yaşam kalitesini iyileştirmek için çevresel ve sağlık hususlarını ulaşım, hareketlilik ve kentsel planlamaya entegre etmeyi amaçlamaktadır. 2021 yılında Viyana'da düzenlenen 5. THE PEP Üst Düzey Toplantısında Bakanlar, UNECE ve WHO Sekreterlikleri tarafından desteklenen Sürdürülebilir Turizm Hareketliliği konusunda yeni bir THE PEP Ortaklığı başlatmaya karar verdiler. Avusturya liderliğindeki THE PEP Sürdürülebilir Turizm Hareketliliği Ortaklığı, pan-Avrupa bölgesinde sürdürülebilir turizm gelişimini daha da teşvik etmek için hareketlilik, iklim eylemi ve turizmden sorumlu ilgili ulusal paydaşları bir Avrupa platformunda bir araya getirmeyi amaçlamaktadır. Ortaklığın amacı, turizmde sürdürülebilir çok modlu hareketlilik konusunda farkındalığı artırmak, paydaşlar arasındaki iş birliğini güçlendirmek ve ilgili kuruluşların kurumsal kapasitesini iyileştirmektir. Bu Avrupa ortaklığının üyeleri, aşağıdaki alanlarda önerilen eylemleri ve en iyi uygulama örneklerini içeren ulusal düzeye yönelik bir belge üzerinde birlikte çalışmaktadır: kurumsal kapasiteyi geliştirmek, sürdürülebilir turizm hareketliliğini ulusal stratejilere entegre etmek, farklı kullanıcı gruplarının hareketlilik gereksinimlerini anlamak, varış noktalarında hareketlilik yönetimi, uzun mesafeli seyahat seçenekleri, esnek ulaşım sistemleri, turizm deneyiminin bir parçası olarak bisiklet ve yürüyüş, çok modlu seyahat bilgileri ve sürdürülebilir hareketlilik hizmetlerinin turizm paketlerine entegrasyonu, pazarlama ve iletişim.

Ülkeler, turistik yerlere ve buraların etrafında ulaşım için yeterli ve çeşitli ulaşım seçenekleri sağlama ihtiyacı ile turizm faaliyetlerinin kendilerinin karbondan arındırılması ihtiyacı arasında denge kurmaya çalıştıkça sürdürülebilir hareketlilik giderek daha da önemli hale geliyor. Gerekli altyapıyı inşa etmek, toplu taşıma yoluyla tıkanıklığı azaltmak, rotaları optimize etmek ve elektrikli otobüsler ve araçlar gibi yeşil ulaşım seçenekleri geliştirmek, ayrıca bisiklet paylaşım programları ve yaya dostu yollar gibi kendi kendine çalışan veya yumuşak hareketlilik seçenekleri, ziyaretçi deneyimini iyileştiren ve yerel halka doğrudan fayda sağlayan önemli önlemlerdir.

Topluluklar. Bu bağlamda, Avusturya'daki iklim, ulaşım ve turizmden sorumlu bakanlıklar, 2021 yılında Ulaştırma, Sağlık ve Çevre Pan-Avrupa Programı (THE PEP) çerçevesinde sürdürülebilir turizm hareketliliği için pan-Avrupa ortaklığı başlattı; bu ortaklık, toplu taşıma, aktif hareketlilik (bisiklet, yürüyüş) ve esnek ulaşım sistemleri de dahil olmak üzere sürdürülebilir ve çok modlu turizm hareketliliğini teşvik ediyor (Kutu 1.7).

Ülkeler, varış noktası düzeyinde karbonsuz veya düşük karbonlu taşımacılığı teşvik etmeyi amaçlıyor. Örneğin Lüksemburg, aktif turizmi teşvik etmek için Velosummer'ı tanıttı ve Ağustos ayında belirli yollarda motorlu taşımacılığı kısıtladı. 2023 yılında girişim, 500 km'den uzun 12 rotayı kapsayarak yaklaşık 25.000 bisikletçiyi çekti ve yalnızca motorlu taşıtlardan kaynaklanan emisyonları azaltmakla kalmadı, aynı zamanda Lüksemburg'daki turistlerin daha fazla dağılmasını da teşvik etti. İtalya'da Grosseto'daki Urban Trekking projesi, yavaş turizmi, yerel sanatı ve tarihi teşvik etmek için bölgesel bir girişimdir ve tüm ili birbirine bağlayan bir yürüyüş ve bisiklet yolları ağı kurmayı, yeşil hareketliliği ve sorumlu keşfi teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Grosseto, 2024 Avrupa Akıllı Turizm Yeşil Öncüsü ödülüne layık görüldü.

### ***Yerel topluluklar için turizmin sosyo-ekonomik değerinin optimize edilmesi***

Turizm, makul işler yaratan, refahı ve sosyal uyumu artıran ve turistlerin, sakinlerin ve işletmelerin ortak çıkarlarına katkıda bulunan ekonomik kalkınmayı teşvik etmede önemli bir rol oynar. Ayrıca KOBİ'lerin küresel turizm değer zincirlerine entegre olmaları için fırsatlar sağlar. İyi yönetildiğinde turizm, doğal ve kültürel kaynakları korurken dayanıklılık, kapsayıcılık ve güçlendirmeye katkıda bulunarak kapsayıcı toplum kalkınmasının temel bir itici gücü olabilir (OECD, 2021<sup>[13]</sup>). Ancak, mevcut turizm geliştirme modelleri genellikle turizmin etkilerinin dengesiz olduğu anlamına gelir; bazı destinasyonlar yerel topluluklar üzerinde önemli bir baskı oluşturabilecek ziyaretçi hacimleri alırken, diğerleri yerel ekonomilerini desteklemek için daha fazla ziyaretçi harcaması arar.

Turizmin sosyo-ekonomik değerini optimize etmek, daha iyi planlama, dahil olan takasların daha iyi anlaşılması ve yönetilmesi ve faydaların (ve maliyetlerin) daha geniş bir şekilde paylaşıldığı daha kapsayıcı bir sektör yaratmak için yerel toplulukla etkileşim gerektirir. Artan bir odak alanı, turizm kabulünü, yerel duyguyu ve turizmin sosyal yönünü ölçmektir. Avusturya, Kosta Rika, Fransa ve Yeni Zelanda gibi ülkeler, sosyal kabulü ve sakinlerin refahını ölçmek için yeni anket yaklaşımları uyguladılar. Bu, Bölüm 3'te daha derinlemesine incelenmektedir.

Erişilebilirlik ve kapsayıcılık, ülkelerin turizmin kapsayıcı büyüme, turistler, iş gücü ve topluluklar için sağladığı potansiyeli teşvik etmeyi amaçladığı temel odak alanları haline gelmiştir (Kutu 1.8). Bu, engelli kişiler için erişilebilirliği artırarak, savunmasız gelir gruplarına erişim sağlayarak, azınlık grupları için adil temsil ve fırsatlar sağlayarak ve turizmle ilgili istihdam ve liderlikte cinsiyet eşitliğini ilerletmek suretiyle teşvik edilebilir.

Avustralya'nın WELCOME Çerçevesi, turizm işletmelerini erişilebilirlik ve kapsayıcılığı işletmeye yönelik evrensel bir yaklaşım olarak görmeye teşvik eder. 2024'te geliştirilen Çerçeve, turizm operatörlerinin ürünlerini ve hizmetlerini daha erişilebilir hale getirirken dikkate almaları gereken önemli yönleri bir araya getirir. Operatörlerin erişilebilir turizm topluluğunun ihtiyaçlarını anlamalarına ve işlerini bu topluluğa tanıtmalarına rehberlik eder.

Yaşanabilir destinasyonlar yaratmak ve yerel nüfusun turizmden faydalanmasını sağlamak birçok destinasyon için bir politika odağı haline geldi. Turizmin yerel topluluklar üzerindeki etkisi giderek ulusal turizm stratejilerine entegre ediliyor. Peru, 2023 yılında Topluluk Turizminin Geliştirilmesi ve Geliştirilmesi Yasası'na eşlik eden Topluluk Turizm Stratejisi'ni uygulamaya koydu. Peru, Strateji ve Yasa aracılığıyla sosyo-ekonomik dinamizm yaratmayı ve turizm yoluyla yerel nüfusun yaşam kalitesini iyileştirmeyi amaçlıyor.

Slovak Cumhuriyeti, turizmin rekabet gücünü artırmayı, potansiyelini daha iyi kullanmayı, bölgesel farklılıkları dengelemeyi ve yeni işler yaratmayı amaçlayan 2035 Ulusal Sürdürülebilir Turizm Stratejisi'ni sonlandırıyor. Bu Strateji kapsamındaki temel bir sütun, ziyaretçiler için kaliteli konaklama ve sakinler için yaşam kalitesi sağlayabilen dayanıklı destinasyonlar yaratmaktır.

### Kutu 1.8. Daha kapsayıcı büyümeyi teşvik eden girişimler – seçili ülkeler

Yunanistan: Erişilebilir turizm, Ulusal Strateji 2024-30'un temel bir bileşenidir. Bu çerçevede Yunanistan, turizm tesislerinde ve destinasyonlarında erişilebilirlik standartlarının uygulanması yoluyla Yunanistan'da erişilebilir turizmi teşvik etmeyi amaçlayan Erişilebilir Turizm Destinasyonu ve Erişilebilir Turizm İşletmesi kalite etiketlerini tanıttı.

İtalya: Turist Erişilebilirlik Fonu, sosyal katılımı ve turist teklifinin çeşitlendirilmesini teşvik etmek için başlatıldı. Erişilebilirlikteki yenilikleri teşvik etmek için, özellikle turist mesleği olan küçük belediyelere yönelik ek fonlar mevcuttur. Bu fonlar, çeşitlendirilmiş, kapsayıcı, dayanıklı ve güvenli bir teklif önerisi aracılığıyla İtalya'nın güvenli ve kapsayıcı bir destinasyon olarak uluslararası itibarını destekler.

Japonya: Erişilebilir turizmin yaygınlığını değerlendirmek, zorluklarını belirlemek ve pazar büyüklüğünü değerlendirmek için bir anket yapıldı; amacı, yaşlılar ve engelliler de dahil olmak üzere tüm bireyler için erişilebilir kapsayıcı seyahati teşvik etmektir. Önemli potansiyel talebin olduğu bu grupların seyahat ihtiyaçlarını ele almak, seyahat aktivitesini canlandırmak ve ekonomiyi ileriye dönük bir bakış açısıyla canlandırmak için çok önemlidir.

Birleşik Krallık: Eylemler, Ulusal Erişilebilirlik Planı gibi erişilebilirlik ve katılım konusunda mevcut en iyi uygulama ve araç setlerini geliştirmeye ve farklı ihtiyaçlara göre turizm hizmetlerinin erişim sınırlamalarını incelemeye odaklanmıştır. Bunlar, Turizm Endüstrisi Konseyi Kapsayıcılık ve Erişilebilirlik Çalışma Grubu, Engellilik ve Erişilebilirlik Elçisi, İngiltere Kapsayıcı Turizm Eylem Grubu ve diğer paydaşlar aracılığıyla istişare edilerek gerçekleştirilmiştir.

Amerika Birleşik Devletleri: Erişilebilirlik, çeşitlilik ve katılım, ABD Ulusal Seyahat ve Turizm Stratejisi'nin bir ayağıdır. Uygulanması için Federal Hükümet, Ticaret Bakanlığı'na Erişilebilirlik, Sürdürülebilirlik, Altyapı ve çeşitli turizm ürünlerinin tanıtımı konusunda önerilerde bulunan Özel Sektör Danışma Kurulu kurarak Seyahat ve Turizm Danışma Kurulu ile işbirliği yapmıştır.

Yerel toplulukları turizm planlama ve geliştirme kararlarına dahil eden katılımcı yaklaşımlar, sakinler için daha dengeli sonuçları destekleyebilir ve buna bağlı olarak turizmin daha fazla kabul görmesine yol açabilir. Meksika'da, Kuxatur programı sürdürülebilir turizm geliştirme bölgeleri oluşturmayı ve yerel toplulukları kapasite geliştirmeye odaklanarak turizm politikası geliştirmeye entegre etmeyi amaçlamaktadır, böylece sakinler sürdürülebilir turizm hedeflerine ulaşmak için eylemler uygulayabilirler.

Turizm, özellikle kırsal ve uzak bölgelerde bölgesel kalkınma için bir katalizör olabilir ve böylece refahı ve yaşanabilirliği artırabilir. Kore'de Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı, ülkenin bazı bölgelerindeki kırsal ve nüfus düşüşünü ele almak için bir girişim başlattı. Turizm, bölgelerin potansiyellerini gerçekleştirmelerine yardımcı olmak için önemli bir rol oynar ve bu girişim kapsamında projeler bu bölgelerde dijital göçebeliği ve iş tatillerini teşvik etmeye başlamıştır.

Konut satın alınabilirliği, son yıllarda gerçek konut satın alma ve kiralama fiyatlarının enflasyondan ve gelirlerden daha hızlı arttığı ve daha yoksul ve genç haneleri orantısız bir şekilde etkilediği bir dönemde turizm destinasyonları için iyi belgelenmiş bir sorundur (OECD, 2022<sup>[14]</sup>). Çevrimiçinin yükselişi

konaklama rezervasyon platformları ve kısa dönemli kiralamalar, ikinci ev turizmi ve bazı destinasyonlardaki plansız turizm büyümesi de daha fazla konut talebine katkıda bulunmuş, bazen sakinlerin ve mevsimlik işçilerin uygun fiyatlı konut bulamamasına neden olmuştur. 2024 yılında Avrupa Birliği Konseyi, kısa dönemli konaklama kiralama hizmetleri için veri toplama ve paylaşımı konusunda yeni bir yönetmelik kabul etmiştir. Bu yeni yükümlülükler, bu faaliyetlere ilişkin pazara erişimi düzenlemeyi değil, şeffaflığı artırmayı ve Avrupa'daki yerel yönetimlerin tatil kiralamaları için politikalar geliştirmesini ve uygulamasını desteklerken, konutların sakinler için erişilebilir olmasını sağlamayı amaçlamaktadır (Kutu 1.9).

#### **Kutu 1.9. AB'de kısa dönemli kiralamalara ilişkin şeffaflığı ve kanıtları artırmaya yönelik düzenleme**

Mart 2024'te AB Konseyi, kısa dönemli konaklama kiralama hizmetleri için veri toplama ve paylaşımına ilişkin bir düzenleme kabul etti. Bu düzenleme, yetkililerin güvenilir istatistikler üretmesine ve konut uygunluğu gibi temel sorunları ele almak için iyi bilgilendirilmiş düzenleyici önlemler almasına yardımcı olmayı amaçlıyor. Yeni kurallar, ev sahipleri ve kısa dönemli kiralama mülkleri için uyumlu kayıt gereklilikleri getiriyor ve buna mülk web sitelerinde ve çevrimiçi platformlarda görüntülenecek benzersiz bir kayıt numarası verilmesi de dahil. Yerel yetkililer ve kısa dönemli kiralama platformlarının düzenlemeye uyması için 24 ayı var.

Ev sahiplerinin, kısa süreli konaklama kiralama hizmetleri sağlamak için gerekli olacak bu kayıt numarasını almak için basit bilgiler göndermeleri gerekir. Çevrimiçi platformların, ev sahiplerinin kiralama faaliyetleri hakkında bilgileri (örneğin, satılan gece sayısı, misafir sayısı, adres, kayıt numarası) ilgili üye devletlerdeki tek bir dijital giriş noktasına düzenli olarak sağlamaları gerekecektir.

Bu düzenlemenin amacı pazara erişimi düzenlemek değil, bu faaliyetlerdeki şeffaflığı artırmaktır. Çevrimiçi platformların, ev sahibi bilgilerinin güvenilir ve eksiksiz olduğundan ve kayıt numarasının her listede açıkça görüldüğünden emin olması gerekecektir. Ayrıca ev sahipleri hakkında rastgele bilgi kontrolleri yapmaları gerekecektir. Yerel yetkililer kayıt numaralarını askıya alabilecek, platformlardan yasadışı listeleri silmelerini talep edebilecek ve uyumsuz platformlara veya ev sahiplerine yaptırım uygulayabileceklerdir.

#### **Turizm KOBİ'lerinin hızlı teknolojik değişimle yenilik yapmalarını desteklemek**

Dijital teknolojiler turizmdeki süreçleri yeniden şekillendiriyor ve sektörde inovasyon için güçlü bir katalizör görevi görüyor. Üretken Yapay Zeka (AI), genişletilmiş gerçeklik (XR) ve blok zinciri gibi yeni teknolojiler, insanların seyahat planlama ve deneyimleme biçimini değiştiriyor ve yalnızca yeni tüketicilere yeni turizm ürünleri ve hizmetleriyle ulaşma fırsatları sunmakla kalmıyor, aynı zamanda iş operasyonlarını ve performansını iyileştiriyor ve daha yeşil, daha sürdürülebilir iş modellerine geçişi hızlandırıyor.

Potansiyel faydalara rağmen, KOBİ'ler dijital teknolojileri benimsemeye daha büyük firmaların gerisinde kalıyor ve KOBİ'ler tarafından dijitalin benimsenmesi büyük ölçüde turizm sektörü de dahil olmak üzere temel hizmetlerle sınırlı (OECD, 2021)<sup>(15)</sup>). Teknolojiler daha karmaşık hale geldikçe bu benimseme boşluklarını ele almak, KOBİ'ler ile büyük, teknoloji odaklı işletmeler arasındaki dijital uçurumun genişlemesi açısından önemlidir. Küçük turizm işletmelerinin, dijital becerilerin eksikliği, donanım maliyetleri, altyapı boşlukları veya yeterli gizlilik koruması gibi dijital benimsemenin önündeki temel engelleri aşmak için desteğe ihtiyacı vardır (OECD, 2024)<sup>(16)</sup>).

Ulusal politikalar, turizm için dijital manzarayı şekillendirmede ve turizm işletmelerinin iç operasyonları iyileştirmek ve turizm hizmetlerini yenilemek için yeni teknolojik çözümler uygulayabilmelerini sağlamada önemli bir rol oynayabilir. Dijital turizm stratejileri ve planları artık ülkeler tarafından, ya turizme adanmış olarak ya da daha geniş ulusal dijitalleştirme stratejileri ve planlarının bir parçası olarak geliştiriliyor. Bu girişimler genellikle bir turizm veri alanı ve turist deneyimini iyileştirme ve iş modellerini dijitalleştirme stratejilerini içerir.

Slovenya'da, Slovenya Turizminin Dijital Dönüşümü 2022--26 planı, Ulusal Pazar'ın uygulanması yoluyla turizmin rekabet gücünü, sürdürülebilirliğini ve çalışan becerilerini artırmayı amaçlamaktadır.

İstihbarat Merkezi ve akıllı iş çözümleri veya yetkinlik kuponlarının tanıtımı. İspanya Dijital 2026 Stratejisi, Turist Destinasyonları için Dijital Dönüşüm Planını uygulamak üzere modüler bir platform üzerine inşa edilen bir girişim içerir. Bu, Akıllı Turist Destinasyonları Ağı için yeni araçların geliştirilmesi ve turizm bilgisi kaynaklarını entegre etmek ve analitik hizmetler sağlamak için bir Turizm İstihbarat Sistemi ile tamamlanmaktadır.

Turizme özgü stratejiler ve ekonomi genelindeki planlar sektör için stratejik yönü belirleyebilir, ancak bunların dijital dönüşüm yoluyla KOBİ'leri desteklemek için hedefli programlar ve girişimlerle tamamlanması gerekir. Bu, finansmana erişim ve kapasite oluşturma desteği sağlamayı ve mevcut araçlara ilişkin farkındalığı artırmayı ve ayrıca araçlar tarafından üretilen verileri turistler için ürün ve pazarlama stratejilerini daha iyi uyarlamak için kullanma fırsatlarını içerir.

Yapay zeka ve diğer teknolojilerin turizm sektöründe sahip olabileceği dönüştürücü rolün farkındalığı hala gelişmektedir. Yapay zekanın turizm ve turizm politikası yapımına etkileri, İtalya'nın 2024 G7 Başkanlığı altındaki G7 Turizm Çalışma Grubu için odaklanılan temel bir alandır. Politika yapıcılar, hızlı değişim oranına ayak uydurma ve turizm işletmelerinin yapay zekanın kullanımı ve benimsenmesine yönelik engelleri aşmalarını desteklerken, tüm işletmeler için getirdiği yeni riskleri ve zorlukları yönetme zorluğuyla karşı karşıyadır.

Ülkeler turizmde AI için araştırma ve geliştirmeyi desteklemeye başlıyor. İspanya, 2022'de turizm işletmelerinde AI'yı teşvik etmek (45 milyon Avro) ve turizm destinasyonlarının dijital gelişimini desteklemek (115 milyon Avro) için üç yıllık bir süre boyunca girişimler uyguladı. Bu fonlamanın bir parçası olarak İspanya, akıllı destinasyon platformları geliştirmek için destinasyonlar ve turizm işletmeleri için bir Dijitalleştirme ve Zeka Programı geliştirdi. Bu, turistlere birlikte çalışabilir kamu ve özel hizmetleri sunmayı amaçlıyor.

Fransa, turizm şirketlerini, AI, blockchain, Nesnelerin İnterneti ve 5G gibi teknolojik yapı taşlarına dayalı seyahat teknolojisi girişimlerini destekleyerek dijital teknolojiyi turizm değer zincirine entegre etmeye teşvik etti. Program, yenilikçi girişimleri desteklemeyi ve turizm sektöründe daha fazla yeniliği teşvik etmeyi amaçlıyor. Fransa ayrıca AI'nın turizm üzerindeki etkisi ve çıkarımları üzerine bir çalışma görevlendirdi. Kore ayrıca turizm işletmelerine, turizm KOBİ'leri için Yenilik Çekleri'nin tanıtımı da dahil olmak üzere dijital dönüşüm programları sağlıyor (Kutu 1.10).

#### **Kutu 1.10. Kore'deki turizm KOBİ'lerinin dijital dönüşümünün hızlandırılması**

Hızla değişen dijital dünyada Kore turizminin rekabet gücünü artırmak için Kore Hükümeti, turizm işletmelerinin dijital inovasyonu benimsemesine yardımcı oluyor. Kapsamlı dijital dönüşüm programı, turizm işletmelerini yaşam döngülerinin farklı aşamalarında destekliyor. Buna dijital altyapının kurulması, şirketler ve çalışanlar için beceri geliştirme ve turizm KOBİ'leri ve yeni kurulan şirketler için finansal yardıma erişim dahildir.

Yenilik Kuponları, turizm sektörünün dijital dönüşümünü hızlandırmada önemli bir rol oynar. 2024 yılında 150'den fazla KOBİ dijital hizmetler için bir kupon aldı. Programın yararlanıcıları, web sitesi oluşturma, kullanıcı deneyimini iyileştirme, yapay zeka sohbet robotları oluşturma, reklamlar kullanarak çevrimiçi tanıtım vb. gibi dijitalleşme için belirli çözümler sunan 242 sağlayıcının bulunduğu bir çevrimiçi platforma erişebilir.

Programın desteklenmesi amacıyla Kore Turizm Veri Laboratuvarı web sitesi, turizm istatistiklerine ve özel verilere erişim sağlayarak, özelleştirilmiş turizm ürünleri için ayrıntılı analiz yapılmasını teşvik ediyor ve aşırı kalabalıklık gibi sorunları ele alıyor.

Dijital dönüşüm ilerledikçe, bu teknolojileri benimsemek ve kullanmak için beceri ve kapasite oluşturma ihtiyacı vardır. Birçok ülke, atölyeler, mentorluk, dijital olgunluğun değerlendirilmesi veya somut teknik destek dahil olmak üzere dijital okuryazarlığı teşvik eden programlar geliştirmiştir. Estonya'da, Dijitalleşme Yol Haritasının Yanında Turizm Dijital Mentorluğu dijital okuryazarlığı artırmayı ve

beş aylık bir süre boyunca işletmelerin mentorluk maliyetinin %10'unu karşılmasını gerektiren mentorluk yoluyla turizm işletmelerinde benimsenme. Karşılığında, işletmeler dijital kaynak yönetimi konusunda eğitim alır ve üç yıllık bir süre boyunca daha fazla karlılık ve verimlilik elde etmelerine yardımcı olmak için iş ihtiyaçlarına göre hazırlanmış bir yol haritası alırlar. Estonya ayrıca kaynak yönetimi için merkezi dijital çözümlerin kullanımını teşvik eden ve kullanımda olan dijital çözümler arasında arayüzler oluşturan turizm hizmet sağlayıcıları için bir destek önlemi sunar.

İrlanda'da, Digital that Delivers programı, iki yıllık bir süre boyunca ziyaretçi atraksiyonları, aktivite sağlayıcıları ve gününbirlik turlar için dijital dönüşümü desteklemek üzere tasarlanmıştır. Program, önde gelen dijital uzmanlar tarafından verilen eğitim ve mentorluk ile finansal destek içerir ve işletmelerin çevrimiçi olarak daha fazla tanıtılabilir, aranabilir ve rezervasyon yapılabilir hale gelmesine yardımcı olur. Alman Mittelstand-Digital Centre for Tourism, tüm turizm değer zinciri boyunca KOBİ'ler için dijital teknolojiler, veri sistemleri ve diğer dijital çözümler hakkında uygulamaya yönelik bilgi sağlar. İşletmeleri ve dijital çözüm sağlayıcılarını birbirine bağlar ve sektörle özellikle ilgili olan teknoloji ve geleceğe odaklı alanlara odaklanır.

Merkezi platformlar, turizm işletmelerine artan görünürlük sağlayan bir giriş noktası sağlayabilir, ayrıca bilgi yönetimi, eğitim ve veri görselleştirmeyi iyileştirmek için çevrimiçi araçlara erişim sağlayabilir. Bu girişimler genellikle turizm KOBİ'lerine katılım ve çevrimiçi hizmetleri aktif olarak kullanmaları için teşvikler sağlar, ancak aynı zamanda analiz ve özel politikalar için veri toplayabilir. İtalya, dijital kullanımı teşvik etmek için Dijital Turizm Merkezi'ni geliştirdi. Merkez, içerik yayınlamayı, destinasyon tanıtımını ve kamu ve özel turist tekliflerinin entegrasyonunu kolaylaştıran açık ve çevik bir platformdur. Platform, turistlerin İtalyan turizm ekosistemine daha iyi bağlanmalarına yardımcı olarak kişiselleştirilmiş deneyimleri artırır. Merkez, gelecekte veri işleme ve yapay zeka ile makine öğreniminin dahil edilmesiyle bilgilendirilen stratejik karar alma için temel sağlama potansiyeline sahiptir.

Yunanistan, 2024 Eylem Planı kapsamında işletmelerin yeni ürünler yaratmasını, süreçleri kolaylaştırmasını ve sektöre yatırım yapmasını desteklemeyi amaçlayan bir çevrimiçi platform olan My Digital Tourism'i geliştiriyor. Lisanslama için belge gönderimlerini kolaylaştırmayı, turist şikayetlerini yönetmeyi, işletme denetimleri yapmayı ve varış ve ayrılışları kaydeden bir alt sistem aracılığıyla turist konaklama tesisleri hakkında istatistiksel veri toplamayı hedefliyor. Platformun 2025'in başlarında başlatılması ve 100.000'den fazla turizm işletmesine fayda sağlaması bekleniyor.

Yüksek hızlı İnternet erişimi, uzaktan çalışma ve yeni iş süreçleri ve modelleri gibi dijitalleşmenin sosyal ve ekonomik fırsatlarından yararlanmak için hayati öneme sahiptir. 2022'de, OECD ülkelerinde ortalama olarak metropol bölgelerdeki insanlar, metropol alanlardan uzak bölgelerdeki insanlara göre %40 daha hızlı İnternet deneyimi yaşıyor (OECD, 2022<sup>[17]</sup>). Gelişmiş teknolojilerin uygulanması, özellikle başkentlerin dışında bulunan turizm destinasyonları için gerekli dijital altyapıya yatırım yapılmasını gerektirir. Birleşik Krallık'ta, ülke genelinde tam fiber ve 5G gibi dijital bağlantıya yapılan yatırımlar, ziyaretçi ekonomisinde inovasyonu teşvik etmeye yardımcı olmuştur. Bunun nedeni, küresel olarak rekabetçi kalabilmek için ziyaretçi deneyimini geliştirmek üzere dijital teknoloji ve verilerden tam olarak yararlanan yenilikçi bir turizm sektörünün gerekli olmasıdır.

#### ***Turizm için politika eylemlerini yönlendirmek ve değerlendirmek üzere verilerin güçlendirilmesi***

Turizm sektöründeki hızlı değişimler, politika yapım sürecinde verilerin rolüne ve turizm karar alma süreçlerini bilgilendirmek için gerekli veri türlerine daha fazla odaklanılmasını sağlamıştır. Hükümetler küresel olarak turizm stratejilerini yeniden şekillendirirken ve daha kısa vadeli hedefler ve ölçütler belirlerken, turizm politikasını bilgilendirmek ve değerlendirmek için zamanında, ayrıntılı ve karşılaştırılabilir verilerin toplanması ve yayılması giderek daha önemli hale gelmektedir. Bu, genellikle kıt kaynaklara sahip dinamik ve gelişen manzarada etkili bir şekilde gezinmek için özellikle önemlidir.

Uzun vadeli turizm stratejileri ve planlarında sürdürülebilir kalkınmaya doğru kayma, ekonomik ve finansal önlemlerin ötesinde veri eksikliğinin görünürlüğünü sağladı. Bu, yeni önlemler gerektirir

Daha dayanıklı, sürdürülebilir ve kapsayıcı turizm modellerine doğru geçiş çabalarının etkinliğini uygulayın ve değerlendirin. Uluslararası alanda, çabalar, BM Turizmi tarafından yönetilen yakın zamanda onaylanan Turizmin Sürdürülebilirliğini Ölçmek İçin İstatistiksel Çerçeve (SF-MST) dahil olmak üzere potansiyel önlemleri belirlemeye odaklanmıştır. Sürdürülebilir turizm politikaları için turizm kanıt tabanını iyileştirmeye yönelik uluslararası ve ülke girişimleri 3. Bölümde derinlemesine incelenmektedir.

Yeni stratejilere ve planlara daha somut hedefler, göstergeler ve amaçların dahil edilmesiyle turizm politikalarının etkinliğinin izlenmesi ve değerlendirilmesine daha fazla odaklanıldı. Ancak sektörün parçalanmış yapısı, çok sayıda KOBİ ve turizm işletmelerinin geride kalan teknik kapasitesi, turizmle ilgili veri toplamayı daha karmaşık hale getiriyor. Turizmdeki toparlanma, daha stratejik politika belirleme için tahminlerin ve şimdiki zaman tahminlerinin rolüne ilişkin farkındalığı da artırdı. Portekiz yakın zamanda daha doğru talep tahminleri yoluyla kaynak tahsisi, pazarlama ve turizm gelişimi konusunda daha iyi bilgilendirilmiş kararları desteklemek için yeni bir uluslararası turist talebi tahmin modeli geliştirmek üzere bir fizibilite çalışması yürüttü.

Karar alma giderek daha fazla alt ulusal ve yerel seviyelere kayıyor, daha işbirlikçi ve çok düzeyli yönetim uygulamaları ve DMO'ların gelişen rolüyle destekleniyor, ilgili verilerin daha ayrıntılı seviyelerde sunulması gerekiyor. Buna karşılık, Slovenya Turizm Kurulu, yerel, ulusal ve uluslararası turizm verilerini toplamak ve işlemek için bir platform olan Ulusal Turizm Bilgi Merkezi'ni uygulamaya koydu. Danimarka'da, DMO'lar ve işletmeler için daha zamanında karar almayı kolaylaştırmak amacıyla birden fazla veri kaynağını ulusal bir veri merkezinde birleştiren işbirlikçi bir yaklaşım benimsenmişken (Kutu 1.11).

#### **Kutu 1.11. Alt ulusal düzeylerde veri erişimini iyileştirmek için ulusal veri platformları oluşturma**

Slovenya: Ulusal Turizm Bilgi Merkezi, yerel, ulusal ve uluslararası turizmle ilgili verilerin toplanıp işleneceği ve veri odaklı karar almayı destekleyecek benzersiz bir merkezi veri merkezi oluşturmayı amaçlamaktadır. Bilgi Merkezi'nin odak noktası, yeşil ve dijital geçişin hızlandırılması ve Slovenya turizminin Yeşil Planı'nın yükseltilmesi olacaktır. Proje iki paralel aşamayı kapsamaktadır:

- Sektörün sürdürülebilir geçişini desteklemek amacıyla, Slovenya'nın tüm önde gelen turizm destinasyonlarında turizmin etkilerini ölçmek için modern bir dijital analitik araç hayata geçiriyoruz.
- Turizm akımlarının ölçülmesi ve önde gelen destinasyonların taşıma kapasitesinin ve turizm gelişiminin coğrafi dağılımının daha sürdürülebilir şekilde belirlenmesi.

Prototip geliştirme aşaması 2023 yılında tamamlanmış olup, veri kaynaklarının analizi, fonksiyonel şartnamelerin hazırlanması ve Bilgi Merkezi için uygulama tasarımı ve mimari şemasını içermektedir. Uygulama aşaması 2024 yılında başlamıştır. Projenin karmaşıklığı nedeniyle, 2025 yılı sonunda tamamlanması beklenen uygulama aşamasına bilgi teknolojileri, veri analitiği, yapay zeka ve makine öğrenimi uzmanları katılacaktır.

Danimarka: 2023'te başlatılan turizm için ulusal bir veri platformu, DMO'lara ve ortaklara karar vermeyi desteklemek için veri ve araçlar sağlamayı amaçlıyor. Çeşitli veri kaynaklarını birbirine bağlayarak ve verileri birleştirerek, Danimarka turizm paydaşları turistlerin davranışları hakkında yeni içgörüler elde edebilir ve daha iyi iş kararları alabilirler. Platform, hem kamu hem de ticari kaynaklardan (örneğin, Visa, telekomünikasyon şirketleri) gelen verileri birleştirerek, DMO'lara daha önce bu düzeyde mevcut olmayan yeni veri seçenekleri ve gece sayısı, ilgi çekici yerler ve ziyaretçi sayıları hakkında veriler sağlıyor. Uzun vadede, bu platform DMO'ların diğer destinasyonların deneyimlerinden yararlanmasını ve yerel sonuçları yeni ilgili ölçütlerle karşılaştırmasını sağlayacak. Platform ayrıca DMO'ların verilerini güvenli bir şekilde saklamasını da sağlıyor. 2023'ün sonunda, tüm Danimarka DMO'ları platforma bağlandı ve şirketlerin 2024'e kadar bağlanması bekleniyor.

Alman Ulusal Turizm Kurulu'nun Sürdürülebilir Seyahat Trendleri için yeni Veri Panosu, gelen tüketicilerin sürdürülebilirlik, iklim koruması ve sürdürülebilir seyahate olan ilgi hakkındaki duyguları hakkında ayrıntılı bilgilerle kullanıcıları destekler. Ayrıca, Almanya'nın bir varış noktası olarak algılanması ve çok varış noktalı seyahatlerin önemi, kalış süresi, turizm yoğunluğu ve ulaşım için CO2 eşdeğeri emisyonlar dahil olmak üzere sürdürülebilirlik perspektifinden mevcut seyahat davranışı hakkında veri sağlar.

Turizm politikalarını daha iyi izleme ve sonuçları nicelleştirme ihtiyacı, alternatif veri kaynaklarına olan talebi artırmaya devam ediyor. Geleneksel istatistikler, ülkeler arası karşılaştırılabilirliği garanti altına alarak uluslararası olarak kabul görmüş metodolojilere ve süreçlere uymaktadır. Ancak, bu istatistikler genellikle önemli bir zaman gecikmesiyle yayınlanır ve ayrıntılı ayrıntıdan yoksun olabilir. Tersine, işlem ve mobil konumlandırma verileri gibi alternatif veri kaynakları, aynı titiz istatistiksel standartlara uymasa da, turizm akışları ve harcamaları hakkında daha zamanında ve ayrıntılı içgörüler sunar. Bu, özellikle resmi istatistikleri tamamlamak için kullanıldığında, politika yapımcıların ortaya çıkan eğilimlere ve gelişmelere daha hızlı yanıt vermesini sağlar.

Dijitalleşme, daha ayrıntılı ve zamanında veri elde etmek için yeni fırsatlar açtı. Ancak bu, politika yapımcıların veri ihtiyaçlarını açıkça iletmelerini ve karşılığında veri kullanıcılarının ve veri üreticilerinin verileri ve içgörülerini politika yapımcılara açıkça iletmeleri gerekir. Bu, verimliliği artırmak ve maliyetleri düşürmek için otomasyonu teşvik etmeyi içerir ve bu da sistemleri oluşturmak ve çalıştırmak için kaynak tahsisi yoluyla siyasi destek gerektirecektir. İşveç, işlem verilerini ulusal Turizm Uydu Hesapları (TSA) derlemesine entegre etmek için bir İskandinav iş birliği projesine öncülük ediyor. Bu yöntem, turizm verilerinin daha kesin bir şekilde tahmin edilmesini ve ayrıntılı olmasını sağlamalı ve daha düşük bir maliyetle daha kısa bir teslimat süresine olanak sağlamalıdır. 2022'de başlatılan proje, 2024'ün sonuna kadar finanse ediliyor ve yeni TSA modelinin 2026'ya kadar İskandinav ülkelerinde tam olarak faaliyete geçebilmesi için 2025'e kadar daha fazla İskandinav fonu sağlanması umuluyor.

Yeni veri kaynakları yeni fırsatlar sunarken, veri talebinin toplanan toplam veri hacmini artırmaya odaklanması değil, bunun yerine doğru veriyi, doğru zamanda toplaması ve bu bilgiyi karar vericilere zamanında ve anlaşılması kolay bir formatta ulaştırması gerekmektedir.

## Referanslar

- Booking.com ve Statista.com (2024), *Avrupa Konaklama Barometresi 2024*, [5]  
<https://www.statista.com/study/168004/2024-european-accommodation-barometer/> .
- İleriAnahtarlar (2024), *Avrupa'da yaz tatillerine olan talep pandemi öncesi seviyelere tamamen geri döndü*, [6]  
<https://forwardkeys.com/european-summer-travel-outlook-2024/> .
- IATA (2024), *Hava Yolcusu Pazarı Analizi: Nisan 2024*, [7]  
<https://www.iata.org/tr/iata-depo/yayinlar/ekonomik-raporlar/hava-yolcusu-pazarı-analizi-nisan-2024/> .
- McKinsey ve Şirketi (2024), *Seyahatin geleceği nedir?*, [9]  
<https://www.mckinsey.com/featured-icgoruler/mckinsey-aciklayiciları/seyahatin-geleceği-nedir> .
- OECD (2024), *KOBİ'lerin ve Girişimcilerin Finansmanı 2024: OECD Puan Tablosu*, [12]  
<https://doi.org/10.1787/fa521246-en>.
- OECD (2024), *OECD Ekonomik Görünüm, Mayıs 2024*, OECD Yayıncılık, Paris, [4]  
<https://www.oecd.org/ekonomik-outlook/may-2024/> .

- OECD (2024), *OECD Ekonomik Görünüm, Cilt 2024 Sayı 1*, OECD Yayıncılık, Paris, <https://doi.org/10.1787/69a0c310-en> . [2]
- OECD (2024), *2024'te KOBİ dijitalleşmesi Şokları ve geçişleri yönetmek. Bir OECD D4SME Anket*, [https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/networks/oecd-digital-for-smes-globalinitiative/FINAL-D4SME-2024-Survey-Policy-Önemli\\_Noktalar.pdf/\\_jcr\\_content/renditions/original/FINAL-D4SME-2024-Anket-Politikası-Önemli\\_Noktalar.pdf](https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/networks/oecd-digital-for-smes-globalinitiative/FINAL-D4SME-2024-Survey-Policy-Önemli_Noktalar.pdf/_jcr_content/renditions/original/FINAL-D4SME-2024-Anket-Politikası-Önemli_Noktalar.pdf) . [16]
- OECD (2023), *İklim Eylem Monitörü 2023: İlerlemeyi İzlemek İçin Bilgi Sağlama Net Sıfıra Doğru*, OECD Yayıncılık, Paris, <https://doi.org/10.1787/60e338a2-en> . [8]
- OECD (2022), *OECD Ülkelerinde Konut Vergilendirmesi*, OECD Yayıncılık, Paris, <https://doi.org/10.1787/03dfe007-en> . [14]
- OECD (2022), *OECD Bölgeleri ve Şehirleri Bir Bakışta 2022*, OECD Yayıncılık, Paris, <https://doi.org/10.1787/14108660-en> . [17]
- OECD (2021), *G20 Roma'nın turizmin geleceğine ilişkin yönergeleri*, OECD Yayıncılık, Paris, <https://www.oecd.org/cfe/g20-rome-guidelines-for-the-future-of-tourism-d11080db-en.htm> . [13]
- OECD (2021), *KOBİ'ler dijitalleşiyor: Politika zorlukları ve öneriler*, OECD Yayıncılık, Paris, <https://doi.org/10.1787/c91088a4-en> . [15]
- İklim Değişikliği Turizm Paneli (2023), *Turizm ve İklim Değişikliği Durum Değerlendirmesi*, <https://tpcc.info/stocktake-report/> . [10]
- BM Turizmi (2024), *Ulusal Turizm Tarafından İklim Eylemini Desteklemeye Yönelik Politika Rehberliği Yönetimler*, BM Turizm, <https://doi.org/10.18111/9789284425365> . [11]
- BM Turizmi (2024), *UNWTO Dünya Turizm Barometresi ve İstatistiksel Eki, Ocak 2024*, <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng> . [3]
- BM Turizmi (2024), *UNWTO Dünya Turizm Barometresi ve İstatistiksel Eki, Mayıs 2024*, <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng> . [1]
- DEF (2024), *Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksi 2024*. [18]
- Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (2021), *Seyahat ve Turizm için Net Sıfır Yol Haritası. Bir öneri Seyahat ve Turizm Sektörü için yeni hedef Çerçevesi*, [https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/WTTC\\_Net\\_Zero\\_Roadmap.pdf](https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/WTTC_Net_Zero_Roadmap.pdf) . [19]

## Not

1Avustralya, Belçika, Kanada, Şili, Kolombiya, Danimarka, Estonya, Finlandiya, Fransa, Almanya, Yunanistan, Macaristan, İrlanda, İtalya, Japonya, Kore, Letonya, Litvanya, Meksika, Hollanda, Norveç, Polonya, Portekiz, Slovenya, İspanya, İsveç, Türkiye, Birleşik Krallık.

## Bölüm 2. Turizm işgücünün güçlendirilmesi

---

İşgücü sorunları turizm sektörü için uzun süredir devam eden bir kırılganlıktır ve COVID-19 salgınından bu yana daha da kötüleşmiştir. Turizmdeki mevcut ve ortaya çıkan işgücü sorunlarının ele alınması, turizm işlerinin kalitesini iyileştirmek, turizm teklifini güçlendirmek ve turizmin gelecekteki krizlere (aşırı) maruz kalmasını azaltmak için yeni ve sektörün tamamını kapsayan yanıtlar gerektirir. Bu bölüm, pandemiden bu yana sektörün tüm beceri seviyeleri ve sektör içindeki alanlarda yetenekleri çekmesini ve elde tutmasını desteklemek için politika yaklaşımlarını analiz eder. Hükümetlerin, yeşil ve dijital geçişlerin etkilerini göz önünde bulundurarak daha dayanıklı bir turizm inşa etmek için özel sektörle iş birliği içinde politika liderliğindeki değişimi mümkün kılmak için doğru çerçeve koşullarını yaratmak için alabilecekleri eylemleri vurgular. Turizm işgücünü güçlendirmek için temel politika hususları belirlenir.

---

Turizm, ekonomik büyümeye önemli bir işveren ve katkı sağlayıcıdır. COVID-19 salgını öncesinde, turizmin OECD ülkelerindeki istihdamın %6,9'unu oluşturduğu tahmin edilmektedir (OECD, 2022<sup>[11]</sup>). Turizm istihdamı ayrıca her zaman tanınmayan önemli sosyal ve ekonomik işlevler de sağlar. Gençler, kadınlar, göçmenler ve işgücünden sıklıkla dışlanan diğer işçiler için önemli bir işveren olarak sektör, sosyal sermaye ve faaliyet alanı oluşturur ve kırsal veya uzak topluluklar dahil olmak üzere genel sosyal, ekonomik ve politik sonuçlara katkıda bulunur.

İşgücü sorunları turizm sektörü için uzun süredir devam eden bir kırılma noktasıdır ve COVID-19 salgınından bu yana daha da kötüleşmiştir. Turizm işletmeleri, krizlerin etkilerini derinleştiren ve turizmi işgücü piyasası zorluklarına daha da maruz bırakan sıkı işgücü piyasaları ve geçim maliyeti baskıları ortasında sektöre işçi çekmekte zorlanmıştır. Turizmin birbirine bağlı yapısı, turizm sisteminin bir bölümündeki kısıtlıların sektör genelinde domino etkisi yarattığını ve sektörün toparlanma ve turizm hizmetlerine yönelik pandemi sonrası talebi karşılama yeteneğini kısıtladığını gördü.

Bu, çalışanları çekmek, elde tutmak ve geliştirmek gibi kalıcı zorlukların ele alınması da dahil olmak üzere turizm ekonomisinde dayanıklılık oluşturmaya daha fazla odaklanmayı teşvik etti. Turizmdeki mevcut ve ortaya çıkan işgücü sorunlarının ele alınması, bu zorlukları ele almak için daha yenilikçi ve sektör genelinde yanıtlar gerektirir ve karşılığında turizm işlerinin kalitesini artıracak, turizm teklifini güçlendirecek ve turizmin gelecekteki krizlere (aşırı) maruz kalmasını önlemeye yardımcı olacaktır.

Bölüm, pandemiden bu yana tüm beceri seviyeleri ve alanlarda yetenekleri çekmek ve elde tutmak için sektörü desteklemek üzere tasarlanmış politikaları ve önlemleri gözden geçiriyor ve analiz ediyor. Hükümetlerin özel sektörle iş birliği içinde politika odaklı değişimi mümkün kılmak için doğru çerçeve koşullarını oluşturmak üzere alabileceği eylemleri vurguluyor. Bölüm, OECD üye ve ortak ülkelerine yönelik bir anket ve özel sektörle diyalog da dahil olmak üzere iki çalıştay tarafından bilgilendiriliyor. İşgücü dayanıklılığı yaklaşımlarının destinasyonların belirli politika ihtiyaçlarına göre uyarlanması ihtiyacı vurgulanıyor. Öncelikli sorunlar belirleniyor ve turizm sektöründe dayanıklılığı artırmak için politika odaklı eylem için değerlendirilmeler öneriliyor.

## Dayanıklılık oluşturmada turizm işgücünün önemi

Canlı ve sürdürülebilir bir iş gücü, dayanıklı bir turizm sisteminin geliştirilmesinin anahtarıdır. Turizm son derece emek yoğun bir sektördür ve her yaştan ve beceri düzeyinden insan için çeşitli iş türleri ve faaliyetlerde iş açısından zengin bir ekonomiyi desteklemek için güçlü bir potansiyel sunar. Aynı zamanda sektör, rekabetçi bir turizm teklifini yönetmek, geliştirmek ve sunmak ve yeşil ve dijital geçişlere uyum sağlamak ve bunlardan faydalanmak için kaliteli insan kaynaklarına büyük ölçüde bağımlıdır. Ancak turizmdeki işlerin olumlu yönleri ve bunun işçilere işgücü piyasasına girmeleri ve orada hareket etmeleri için sağlayabileceği fırsatlar, genellikle sektördeki turizm işlerinin doğası ve çalışma koşulları gibi daha geniş sorunlar arasında gözden kaçırılır ve bunlar sıklıkla istikrarsız, düşük ücretli işlerle ilişkilendirilir.

Turizm işleri, insanlara işgücü piyasasına girme fırsatları sunabilir ve genç, düşük vasıflı ve göçmen işçiler gibi istihdamda daha yüksek engellerle karşılaşan işçiler için bir basamak taşı sağlayabilir. Diğer faydalar arasında sosyal hareketlilik, sosyal açıdan canlı işyerleri, kültürlerarası öğrenme, hızlı kariyer ilerlemesi fırsatları, girişimcilik beklentileri ve aktarılabilir becerilerin geliştirilmesi yer alır. Turizm iş ilanlarının analizi, daha sosyal ve kişilerarası becerilerden son derece uzmanlaşmış ve teknik becerilere kadar çok çeşitli becerilerin turizm işinde arandığını göstermektedir (CEDEFOP, 2020<sup>[2]</sup>). Turizmin kişilerarası doğası, çalışanlarının genellikle oldukça gelişmiş duygusal zekaya, iletişim ve ekip çalışması yeteneklerine sahip olduğu anlamına gelir ve turizm çalışanlarını diğer sektörler için arzu edilir kılan, oldukça aktarılabilir olan bu 'yüksek temas' veya 'kişilerarası/insan becerileri'dir. Politika yapımcılar, özel sektör, çalışan ve işveren örgütleriyle yakın bir şekilde çalışarak, iş gücü piyasası katılımını iyileştirerek turizm işlerini yetersiz hizmet alan nüfusların ve ekonominin bir bütün olarak yaşamlarını iyileştirmek için bir araç olarak kullanabilirler.

Ancak, sektör için uzun süredir bir zaaf olan turizm işgücü sorunları ve insana yakışır iş zorluklarının ele alınması gerekiyor. Birçok ülke, salgın öncesinde turizmde işgücü kitliği ve beceri boşluklarıyla karşı karşıyaydı. Bunlar, vasıflı işçi eksikliği; geçici ve gayri resmi işlerin yaygınlığı; değişken ve uzun çalışma saatleri; düşük ücretler; sosyal korumaya sınırlı erişim; cinsiyete dayalı ayrımcılık; zayıf mesleki güvenlik ve sağlık uygulamaları; ve işgücünün zayıf düzenlemesi, uygulanması ve örgütlenmesi (ILO, 2022) gibi karmaşık bir temel itici güç ağından kaynaklanıyordu.<sup>[33]</sup> Bu sorunlar, turizm sektöründeki çalışmalara ilişkin kötü algılara katkıda bulunmuştur ve turizmdeki çalışmaları düşük beceri gerektiren ve vazgeçilebilir olarak gören tutumlara karşı mücadele etmek için ele alınması gerekmektedir (ILO, 2023<sup>[41]</sup>) sektöre işçi çekmek ve sektörde tutmak için turizm işlerinin kalitesini artırmak.

COVID-19 salgını, turizm iş gücünde önemli bir aksama yarattı ve birçok çalışanın ekonomideki başka yerlerdeki işlere geçmesine neden oldu; geçici veya gayri resmi istihdamda olanlar orantısız bir şekilde etkilendi. Turizmde güçlü bir toparlanmaya rağmen, sektör turizm işlerine yeterli sayıda çalışan çekemedi. Bu, turizm işinin gerektirdiği ve diğer sektörler için de arzu edilen becerilerin aktarılabilirliğini vurguladı. Ayrıca, iş gücünün karşı karşıya olduğu yapısal sorunlara ilişkin farkındalık yarattı ve hükümet ile endüstriyi bunları ele almak için harekete geçmeye teşvik etti.

Özel sektörün, hükümetle yakın bir şekilde çalışırken, kendi kontrolü altındaki faktörleri değiştirmek için önlemler uygulayarak bu sorunları ele almak için oynayacağı öncü bir rol vardır; hükümetin rolü uygun çerçeve koşulları yaratmaktır. Politikanın katkısı, daha iyi çalışma ortamları oluşturmak için hükümet genelinde iş birliğini sağlamak ve özel sektörün değişme kapasitesini sınırlayabilecek sektör dışındaki bir dizi faktörü (göç, barınma, bakım, toplum hizmetleri) ele almak için hükümetin diğer alanlarını (yatay ve dikey olarak) harekete geçirmektir.

Turizm ekonomisinde dayanıklılık oluşturmak, yeni ve mevcut kırılmalıkların sistemsel bir şekilde ele alınmasını gerektirir. Turizm talebi, yavaş ekonomik büyüme ve jeopolitik belirsizlik ortamında güçlü bir dayanıklılık göstererek güçlü bir şekilde geri döndü. Ancak bu, turizm ekonomisinin dayanıklılığını engellemeye devam eden arz tarafındaki yeni ve mevcut yapısal zayıflıkları maskeliyor.

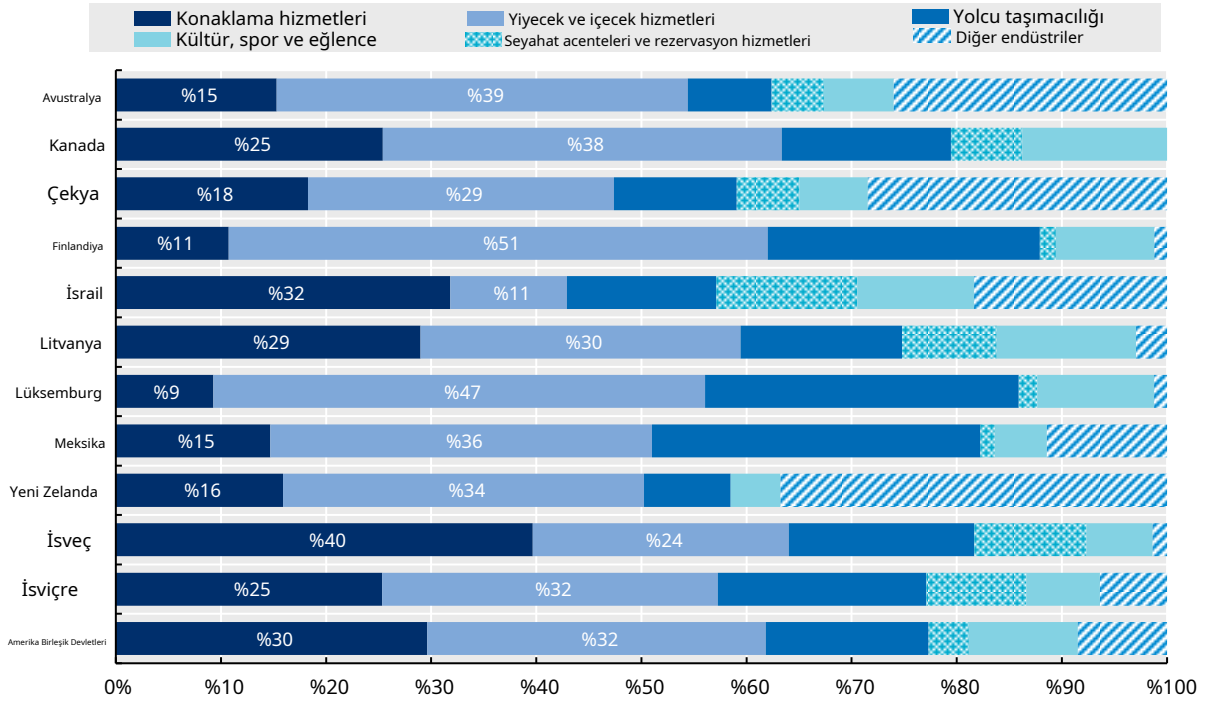
Sektörün krize uyum sağlamasını ve yanıt vermesini sağlamanın ötesinde, ortaya çıkan riskleri azaltmak ve gelecekteki şoklara hazırlık olarak dayanıklılığı artırmak için ileriye dönük sistemik bir yaklaşıma ihtiyaç vardır. Ayrıca, turizm gibi hizmetlere ve insan sermayesine oldukça bağımlı olan diğer sektörlerden, örneğin bazı ülkelerin pandemiden bu yana daha iyi çalışma koşulları sunmak ve sağlık işgücünün dayanıklılığını artırmak için adımlar attığı sağlık sektöründen (ILO, 2023) ders alma fırsatları da vardır.<sup>[41]</sup>

### ***Turizm işgücünün karmaşıklıklarını anlamak***

Turizm son derece çeşitli bir sektördür ve bu, turizm işgücünde sunulan istihdam fırsatlarına ve işin doğasına yansır. Bu çeşitlilik, turizmi oluşturan alt sektörlerin çeşitliliğinde (Şekil 2.1) ve farklı lokasyonlara dağılmasında ve mikro ve KOBİ'lerden çeşitli mülkiyet ve işletme modellerine sahip küresel şirketlere kadar çeşitli işletmelerde yansıtılır. Turizmde platform ekonomisinin ortaya çıkması, sektörün işletme ortamına ve turizm istihdamının doğasına daha fazla karmaşıklık katmıştır.

Turizmde dayanıklılık oluşturmak, turizm işgücünün karmaşıklığını ve genişliğini anlamak ve turizm sektörünün tüm alanlarının aynı sorunlarla karşılaşmadığını kabul etmek gerektirir. Örneğin, hem misafirperverlik hem de havacılık son yıllarda genel bir işgücü açığıyla karşı karşıya kalırken, nedenleri farklıdır ve birincisinde çalışma koşullarını, ikincisinde ise eğitim, akreditasyon ve izin maliyetlerindeki sorunların neden olduğu tıkanıklıkları yansıtır.

Şekil 2.1. 2019 yılında turizm ekonomisinin alt sektörlerinde turizm işlerinin payı, seçilmiş ülkeler



Not: Paylar, 2019'da tüm turizm alt sektörleri için TSA verilerinin mevcut olduğu seçili ülkeler için gösterilmektedir. 2019 baz yılı, COVID-19'un etkilerinden etkilenmeden turizm istihdamının dağılımını gösterdiği için seçilmiştir.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

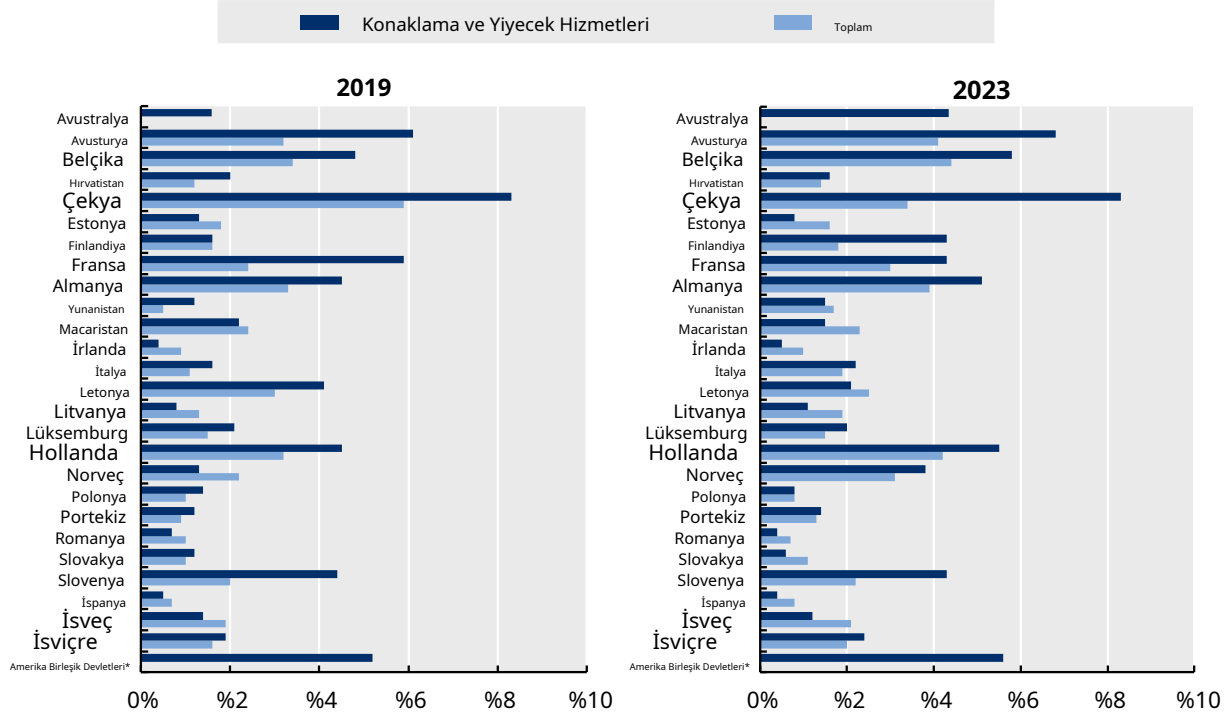
İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/6ewz2d>

Sektörün karmaşıklığı, istihdam fırsatlarında önemli bir çeşitlilik ve turizm iş gücünde ihtiyaç duyulan geniş yelpaze ve beceri düzeyi yaratır. Sektördeki iş yelpazesini ve bunun çalışanları çekmek, elde tutmak ve geliştirmek için getirdiği farklı sorunları anlamak, hedefli çözümler geliştirmek için önemli bir ilk adımdır. Turizm gibi çeşitli ve parçalanmış bir sektördeki iş gücü zorluklarına yönelik tek bir çözüm yoktur. Ancak, ülkelerden elde edilebilen TSA verilerine göre (Şekil 2.1), konaklama ve yiyecek hizmetleri işlerinin tüm turizm işlerinin yarısından fazlasını oluşturması değişmez bir gerçektir. Ayrıca, birçok ülkede COVID-19'dan önce, sırasında ve sonrasında kalıcı iş gücü kıtlığı yaşayanlar da bu alt sektörlerdir (Şekil 2.2).

İşgücü piyasalarındaki arz ve talep dengesizlikleri artık azalıyor ve işsizlik OECD ülkeleri genelinde rekor düşük seviyelerde veya bu seviyelere yakın seviyelerde kalmaya devam ediyor (OECD, 2024)<sup>[51]</sup>. Ekonomideki veya sektördeki boş işlerin payını ölçen iş boşluğu oranları çoğu ülkede düşüyor. Ancak, 2023'te konaklama ve yiyecek hizmetleri endüstrilerindeki boşluk oranları genel olarak tüm endüstrilerin oranından hala yüksekti (Şekil 2.2). İş baskıları azalmaya devam ederken, konaklama ve yiyecek hizmetleri endüstrilerindeki iş boşluğu oranları 2019'dakinden daha yüksek kalmaya devam ediyor ve kalifiye işçi eksikliği kısa vadede konaklama işletmeleri için önemli bir zorluk (Booking.com, Statista.com, 2024)<sup>[6]</sup>. Bu alt sektörlerdeki temel sorunların ele alınarak sektördeki istihdamın iyileştirilmesi, ülkeler genelinde karşılaşılan ortak bir zorluktur.

## Şekil 2.2. Turizmdeki iş açığı oranları, daha geniş ekonomiyyle karşılaştırıldığında, seçilmiş ülkeler

Konaklama ve yiyecek hizmetleri sektöründeki iş ilanlarının 2019 ve 2023 yıllarında tüm sektörlerle karşılaştırılması.



Not: Avustralya boşluk oranları mevcut verilerden türetilmiştir. Zaman dilimleri belirtilen yılın 4. çeyreğine aittir. \*Amerika Birleşik Devletleri boşluk oranları mevsimsel olarak ayarlanmıştır.

Kaynak: OECD hesaplamaları.

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/v98ugi>

## Daha güçlü bir turizm işgücü için öncelikli konular

COVID-19 salgınının neden olduğu uzun süreli kapanma ve kesintiler, birçok çalışanın ekonomideki diğer iş fırsatları için turizm sektörünü terk etmesine ve işçi hareketliliğini kısıtlamasına yol açtı. Ortaya çıkan işgücü kıtlığı ve beceri boşlukları turizm için yeni değil, ancak COVID-19'dan bu yana, çalışanları işlerinde tutmak için benzeri görülmemiş desteğe ve sektörden ayrılan birçok çalışanın geri dönmemesine rağmen derinleşti. Pandemi ayrıca sektördeki birçok çalışanın erken emekliliğini daha da kötüleştirdi ve bazı ülkeler için eğitim ve göç hatlarında kesintiler yarattı. Bu, sektördeki tarihi kıtlıkların ardından geliyor, hatta Avusturya gibi turizm işgücünün sayısal olarak 2019'daki seviyelerinin ötesine geçtiği ülkelerde bile sektör hala işgücü kıtlığı ve beceri boşluklarıyla karşı karşıya.

Daha geniş ekonomik ve istihdam ortamı durumu daha da kötüleştirdi. Düşük işsizlik oranları ve işgücü kıtlığı arasında işçilere olan yüksek talep, turizmi diğer sektörlerle doğrudan rekabete sokarken, enflasyonist baskılar düşük ücretli işçileri orantısız bir şekilde etkiledi. Mevcut kıtlıkları doldurmak için işçileri sektöre geri çekmek ve daha fazla açığı önlemek için mevcut işçileri elde tutmak bu nedenle işletmeler ve politika yapımcılar için bir önceliktir ve işgücü kıtlıkları, turizm de dahil olmak üzere sistemi dayanıklı hale getirmenin en büyük risklerinden birini oluşturmaktadır (OECD, 2023<sup>[7]</sup>).

Gelişen turizm ve yeşil ve dijital geçişler ve yaşlanan nüfuslar gibi daha geniş eğilimler de sektördeki işin doğasını değiştiriyor. Bu, değişen tüketici ve iş ihtiyaçlarına uyum sağlamak ve yanıt vermek için turizm iş gücünün becerilerinin artırılması ve yeniden eğitilmesi ihtiyacını vurguladı. İş gücünün gelecekteki ihtiyaçları karşılamak için doğru becerilerle donatılmasını sağlamak, daha güçlü bir turizm iş gücü oluşturmanın anahtarıdır. Çekici, üretken ve sürdürülebilir bir sektör yaratmak için beceri geliştirmeye yönelik stratejik bir yaklaşım gereklidir. Etkili eğitim ve kariyer geliştirme stratejilerinin yanı sıra çalışan memnuniyeti ve elde tutma, sektörün üretkenliğini olumlu yönde etkileyebilir (ILO, 2022<sup>[8]</sup>).

### ***Rekabetçi işgücü piyasalarında turizm çalışanlarını çekmek ve elde tutmak***

Turizm işgücündeki işgücü eksikliklerini ve beceri boşluklarını doldurmak için uygun becerilere sahip çalışanları çekmek ve elde tutmak ülkeler için önemli bir önceliktir. Sektör, küresel yetenek yarışı yoluyla nitelikli işgücü için rekabetin yoğunlaştığı bir dünyada işgücü açığı sorunuyla karşı karşıyadır (Avrupa Komisyonu, 2023<sup>[9]</sup>). Son aylarda ekonomi genelindeki işgücü kıtlığı hafiflemiş olsa da OECD genelindeki işsizlik oranları tarihi düşük seviyelere yakın kalmaya devam ediyor (OECD, 2024<sup>[5]</sup>). Dolayısıyla turizm, işçiler için diğer sektörlerle doğrudan rekabet etmeye devam ediyor ve sektörün işçi çekme kabiliyetini etkiliyor.

Esnek çalışma koşullarına olan talep, birçok sektördeki çalışanların zorunluluktan dolayı uzaktan çalışmaya geçmesiyle birlikte pandemiden bu yana hızlandı ve bu da birçok işte esneklik olasılığını vurguladı. Birleşik Krallık ve Avustralya'dan elde edilen kanıtlara göre, düzenli olarak evden çalışma seçeneği, çalışanlar için ortalama yıllık maaşın %20'sinden biraz fazlasına eşdeğerdir (OECD, 2023<sup>[10]</sup>). Turizm için zorluk, bu istihdam esnekliği arzusunun nasıl yanıt verileceğidir. Birçok turizm işinin ön cephede olması, bu tür esnek çalışma düzenlemeleri arayanlar için daha az cazip hale getirebilir.

Turizm sektöründen ayrılan çalışanların, örneğin erken emeklilik yoluyla diğer sektörlerle geçmek veya işgücünden ayrılmak için kurumsal bilgi ve becerilerini kaybetmesi, bazı durumlarda deneyimsiz çalışanların daha üst düzey pozisyonlardaki eksiklikleri doldurmak için terfi ettirilmesine yol açmıştır. Bu, turizm sektörünün ihtiyaçları ile mevcut işgücü arasındaki beceri uyumsuzluğunu artırmış ve hizmet kalitesinin sağlanması için sonuçlar doğurmuştur.

İşgücü rekabeti yüksek vasıflı işçilerin ötesine uzanır. Uluslararası öğrenciler ve çalışan tatilciler de dahil olmak üzere turizm işgücündeki eksiklikleri doldurmak için geçici göçmenlerin önemli bir işgücü kaynağı olduğu ülkelerde, bu boru hatları ve işçi akışları pandemi sırasında kesildi. Bu işçiler genellikle yoğun turizm sezonlarında varış noktalarındaki mevsimsel artışlara yanıt vermek için daha kolay ulaşılabilir durumdadır. Bu işçileri ülkelere geri çekmek, vizeler ve diğer konularda hükümet genelinde yatay koordinasyonu gerektirir.

### ***Turizm çalışanlarının değişen ihtiyaç ve değerlerine uyum sağlamak***

Pandemi sonrası, çalışan değer önerisi değişti. İş arayanlar, refah ve iş-yaşam dengesi artık temel farklılaştırıcılar olarak işlerinde daha fazla anlam bulmaya çalışıyor. Rekabetçi maaşlar ve yan haklar çalışanlar için önemli olmaya devam ediyor ancak artık iş-yaşam dengesi ve iş güvenliğinin önemi yakından takip ediliyor (Randstad, 2022<sup>[11]</sup>). Geleneksel profesyonel kariyer modeli, ekonomik ve sosyal bir amaca ulaşmak için bir araç olarak çalışma lehine giderek daha fazla reddediliyor. Çalışma hayatları içindeki hareketlilik, daha fazla çekicilik ve önem kazandı (Avrupa Komisyonu, 2022<sup>[12]</sup>).

Daha esnek çalışma biçimlerine uyum sağlamak, hizmet sunum modellerinin çalışanların turistlerle şahsen, genellikle belirli ve bazen antisosyal saatlerde etkileşim kurmasını gerektirdiği turizm sektörü için zor olabilir. İş gücüne giren veya geri dönen birçok kişi artık daha kısa saatler ve çalışma koşullarında daha fazla esneklik tercih ediyor. İzlanda, 2.500'den fazla çalışanın maaş kesintisi olmadan 40 saatlik çalışma haftasından 35 veya 36 saatlik çalışma haftasına geçmesiyle çalışma saatlerini kısaltmak için pilot projeler uyguladı. Bu pilot, hem çalışan refahı hem de üretkenlik açısından başarılı sonuçlar gösterdi. Benzer şekilde,

OECD ülkelerinin bir kısmı, geleneksel çalışma haftasına alternatif olarak eşdeğer saatlerden oluşan dört günlük bir çalışma haftası pilot uygulaması başlattı. Bu esnek çalışma modellerini anlamak ve uygulamak, turizm sektörü için üstesinden gelinmesi gereken bir zorluk olacak.

Çalışma dünyasındaki hızlı değişimler, şirketler, çalışanlar ve toplum için potansiyel maliyetlerle birlikte tüm sektörlerde daha fazla iş istikrarsızlığıyla da ilişkilidir (OECD, 2023)<sup>[10]</sup>. OECD genelinde, aynı çalışanın sahip olduğu bir işteki ortalama süre 2012 ile 2019 arasında yaklaşık dokuz ay azaldı; iş değiştirmenin başlıca nedenleri düşük ücret, değersiz hissetme ve ilerleme eksikliğidir (OECD, 2023<sup>[10]</sup>). Bunlar genellikle turizm işleriyle ilişkilendirilen temel sorunlardır ve çalışanların elde tutulması üzerinde olumsuz etkilere sahip olabilir.

Özellikle iş gücüne katılan gençlerin beklentileriyle ilgili olarak değişen iş gücü ortamını anlamak, kuruluşları mevcut ve gelecekteki çalışanlarının aradığı şeylerle uyumlu olmak için iş yeri kültürlerini ele almaya ve değiştirmeye yöneltti. Pandemiden sonra kültürel sorunları ele almak için Intercontinental Hotel Group, özellikle ekiplerine çeşitliliği dahil etmeyi kutlayarak çeşitli bir iş gücünün yaşam tarzına, esnekliğine ve refahına odaklandı (Kutu 2.1).

### **Kutu 2.1. Intercontinental Hotel Group'ta kapsayıcı bir çalışma kültürü yaratmak**

Intercontinental Hotels Group'un (IHG) işe alım açısından zorlu bir ortama verdiği yanıt, pandemi sonrası işgücü piyasasının beklentileriyle daha uyumlu, bireysel ihtiyaçlara saygılı ve çalışanların refahına odaklanan bir organizasyon kültürü yaratmaya odaklanmak oldu.

2022'de IHG, sağlık, yaşam tarzı ve iş yeri gibi çeşitli önemli alanlarda çalışanları desteklemek için bir çerçeve olan myWellbeing'i başlattı. myWellbeing kaynakları arasında çalışanların refah el kitabı, insan yöneticileri için refah yönergeleri ve çalışanların hızlı ve kolay bir şekilde erişebileceği bütünsel bir refah teklifi sunmak için tasarlanmış finansal eğitim materyalleri yer almaktadır.

Hibrit çalışmaya yönelik küresel değişime yanıt olarak, IHG ayrıca çalışanların pratik olduğu durumlarda uzaktan ve ofiste çalışma arasında bir denge kurmalarına olanak sağlamak için daha esnek çalışma alanları oluşturmak için adımlar attı. 'myFlex' İK sistemi, sistem kapsamında aktif olan çalışanların Avustralya'daki herhangi bir IHG tarafından yönetilen otelde kendi saatlerini kendilerinin planlamasını sağlar. Çalışanlar istedikleri zaman ve istedikleri şekilde çalışabilirken tam şartlar ve avantajlar kapsamında ödeme alabilirler. Yeni oldukça esnek düzenlemeler, konaklama ve misafirperverlik sektöründeki yeni ve deneyimli çalışanlara hitap etmek ve kritik bir beceri açığını gidermek için bir çabadır.

### **Turizmde yeşil ve dijital dönüşümlerden faydalanmak**

Çağdaş turizmin birçok yönü, teknolojinin büyüyen ve dönüşen etkisiyle şekilleniyor. Teknoloji, misafirler için turizm deneyimini, ilk fikri aramaktan, seyahat planlamaya, sağlayıcılar ve operatörlerle etkileşime, finansal işlemlere, deneyimlerin paylaşılmasına ve giderek artan bir şekilde hizmet sunumuna kadar yönlendiriyor. Turizm sektörü, bu dijital dönüşümün tüm yönleri nedeniyle hızla gelişiyor. Örneğin platform ekonomisi, işin organize edilme ve gerçekleştirilme biçimini dönüştürüyor ve platformlardaki çalışanların insana yakışır işe erişimini sağlamada yeni zorluklar ortaya çıkıyor (ILO, 2024<sup>[13]</sup>). Artık her nesilden müşteri, etkileşimde buldukları teknolojiyle kusursuz bir deneyim ve buna bağlı olarak servis sağlayıcılardan yüksek düzeyde dijital olgunluk bekliyor.

İş dünyasında üretken Yapay Zeka (YZ) ve robotizasyonun hızla gelişmesi ve ekonominin daha geniş çapta dijitalleşmesi hem inovasyonu hem de üretkenlik artışını teşvik ediyor, ancak aynı zamanda işin ve üretimin organize edilme biçimini de değiştiriyor ve bu da işler ve beceriler için zorluklar yaratıyor. YZ'nin benimsemesi hala nispeten düşük olsa da, üretken YZ dahil olmak üzere hızlı ilerleme, düşen maliyetler ve YZ becerilerine sahip çalışanların artan bulunabilirliği, OECD ülkelerinin bir YZ devriminin eşliğinde olabileceğini gösteriyor (OECD, 2023<sup>[14]</sup>). Bu durumun turizm sektöründeki çalışmalar açısından önemli yansımaları bulunmaktadır.

Turizm geleneksel olarak emek yoğun bir sektördür ve turizmdeki dijital dönüşüm iş gücü için fırsatlar ve zorluklar yaratır. Dijitalleşme, havayolları ve oteller için rezervasyon ve check-in gibi alanlarda otomasyon ve çevrimiçi işlemler yoluyla turizmde iş kaybına zaten katkıda bulunmuştur. Bu tür eğilimler hız kazanmaya devam edecektir. Aynı zamanda, turizm işinin bazı alanları, hizmet sunumunun müşteriye dönük doğası ve turizm deneyiminin bir parçası olarak kişiler arası etkileşimlerin merkeziliği göz önüne alındığında, kısa ila orta vadede dijitalleşmenin etkilerine karşı nispeten bağışık kalabilir.

Küresel turizmdeki operatörlerin çoğunluğunu oluşturan küçük işletmeler, maliyetler, bütçe kısıtlamaları, işgücü eksikliği ve uygulama karmaşıklığı nedeniyle dijital dönüşümden yararlanma ve benimseme konusunda önemli zorluklarla karşı karşıyadır. Turizm KOBİ'lerinin gelecekte başarılı olmak için dijitalleşmelerine yatırım yapmaları gerekecektir. Bu, küçük turizm işletme sahiplerinin ve çalışanlarının, bazen KOBİ'ler için erişilemez görünebilen bu dijital araçlardan yararlanmak için yeterli beceri ve bilgiye ihtiyaç duydukları anlamına gelir.

Teknolojik çözümler, iş yerinde yeşil bir dönüşüme önemli bir katkı sağlayabilir. Ancak, şirketler robotizasyonu benimsedikçe ve turizm ürünleri, hizmetleri ve deneyimlerinin sunumunda yapay zekanın gücünden yararlandıkça dijital dönüşüm iş yerinde zorluklar ve fırsatlar da sunar. Ayrıca, turizmin net sıfır hedeflerine uymak için yeni, daha yeşil uygulamalara uyum sağlaması gerekir ve işletmelerin daha yeşil bir geleceğe geçişini sağlamak, kuruluşlar içinde her düzeyde yeni beceri setleri gerektirir (OECD, 2023<sup>[15]</sup>).

Pratik açıdan yeşil geçiş, turizm çalışanlarının enerji kullanımı, gıda standartları ve atık yönetimi gibi alanlarda sektördeki yeni sürdürülebilir standartları anlamak ve bunlara uymak için becerilerini geliştirmelerini gerektirecektir. Doğru becerilerin mevcudiyeti, karbon nötr, çevresel olarak sürdürülebilir ve sosyal olarak kapsayıcı ekonomilere ve insana yakışır işe geçişin yolunu açar (ILO, 2022<sup>[16]</sup>). Bu geçişin sektöre kimlerin alınacağı, aldıkları giriş öncesi eğitim ve öğretim ve sektördeki çalışanların beceri geliştirme ihtiyaçları üzerinde etkileri vardır. Bu nedenle geçiş, özellikle turizmdeki küçük işletmeler için yeni gereksinimleri karşılamak ve beceri uyumsuzluklarını önlemek için beceriler geliştirmek üzere eğitime yatırım yapılmasına bağlıdır. Gençleri eğitmek ve mevcut turizm iş gücünü geçiş sürecinde oluşturulan yeni işlerin beceri ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde yeniden eğitmek için ileriye dönük beceri stratejileri gereklidir.

Yeşil ve dijital geçişler turizm işgücü için zorluklar sunarken aynı zamanda fırsatlar da sunar. Yapay zeka gibi dijital teknolojiler, genellikle çekici olmayan ve düşük ücretli olarak görülen tekrarlayan görevleri otomatikleştirebilir ve üretkenliği artırabilir. Bu, sektördeki bazı işlerin daha yaratıcı ve yüksek beceri gerektiren işlere yeniden dağıtılmasına yol açabilir ve bu da ortalama ücretlerin artırılmasına ve sektörün daha çekici hale getirilmesine yardımcı olabilir. İnsan merkezli deneyimleri korurken artan yenilik ve üretkenlik arasında denge kurmak turizm sektörü için devam eden bir zorluk olacaktır. Tutarlı politikalar, sosyal diyaloga birlikte, adil bir geçiş teşvik etmede önemli bir rol oynar (OECD, 2022<sup>[17]</sup>).

### ***İşgücünü etkileyen dış yapısal faktörlerin anlaşılması***

Turizmin işgücü zorlukları ve fırsatları izole bir şekilde mevcut değildir ve yalnızca turizm sorunları değildir. Turizm istihdamı ile sektörün etkileşimde bulunduğu daha geniş ekonomik ve toplumsal ekosistem arasında karmaşık bir karşılıklı ilişki vardır. Turizm istihdamının dayanıklılığı, turizm politika yapımcılarının ve daha geniş sektör çıkarlarının sınırlı etkiye sahip olabileceği daha geniş bir konumsal, yapısal ve altyapı politikaları, uygulamaları ve ilgili faktörler yelpazesinden etkilenir.

Turizm faaliyeti genellikle diğer ekonomik fırsatları sınırlamış olabilecek mevsimsel veya uzak yerlerde gerçekleşir. Örneğin, konut bulunabilirliği ve karşılanabilirliği önemli bir konudur. Ardışık krizlerin kümülatif etkileri, gerçek ücretler durgun kalırken yaşam maliyetini önemli ölçüde artırdı. COVID-19 krizinden önce bile, OECD ülkelerinde konut fiyatları, özellikle kiracılar için önemli ölçüde artıyordu ve uygun fiyatlı konut arzı talebi karşılayamadı (OECD, 2024<sup>[18]</sup>).

Konut stoklarını artırmak için kaynak hattı da pandemi nedeniyle inşaatın yavaşlaması nedeniyle tıkanıklıklar yaşadı. Kısa süreli kiralama ve konut işçilerine olan ihtiyacın en yüksek olduğu yoğun sezonda konut bulunabilirliği ve karşılanabilirliği üzerinde artan bir baskı yarattı.

Yalnızca turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak için geliştirilen turizm destinasyonları, istikrarlı bir iş gücünü çekmek ve elde tutmak için gereken temel toplum hizmetlerinden yoksun kalabilir. Bazı önemli hususlar şunları içerebilir: iş vardiyanının ihtiyaçlarına uygun toplu taşıma; bakmakla yükümlü olunan kişiler için eğitim ve sağlık hizmetlerine erişim; turizm işçisi vardiya düzenlerinin ihtiyaçlarına uygun çocuk bakımı ve daha genel olarak turizm işçilerine toplum yaşamına tam olarak katılma fırsatı vermek için toplum altyapısı. Turizmin toplumlar üzerindeki etkisi genellikle yaşam maliyetinde artışlara neden olur ve bu da yerel sakinler için daha zor hale getirir. Turizmi daha geniş ekonomik ve bölgesel kalkınma planlarına entegre etmek ve politika yapımcıların yeni programlar uygularken insanların ve toplumun ihtiyaçlarını dikkate almasını sağlamak bu sorunları ele almak için önemlidir.

### **Daha dayanıklı bir turizm ekonomisi için turizm işgücü sorunlarının ele alınması**

Daha dayanıklı bir turizm ekonomisi için politikalar oluşturmak, mevcut zayıflıkları ele alırken aynı zamanda sektörün gelecekteki ihtiyaçlarını da öngörmeyi gerektirir. Sektördeki uzun süredir devam eden işgücü sorunları, son kesintilerle daha da kötüleşti ve turizm sektörünün dar işgücü piyasalarında çalışanları çekme ve elde tutma zorluklarını artırdı. Bu sorunları kısa vadede ele alma konusunda acil bir ihtiyaç olsa da, bu, işgücünü etkileyen uzun vadeli değişiklikler çerçevesinde yapılmalıdır.

Acil ve kısa vadeli eylemler, mevcut gücün korunmasına ve eksiklikleri doldurmak için sektöre yeni işçiler çekilmesine dayanıyordu. Avustralya, Kolombiya ve Peru gibi bazı ülkeler, kadınlar, gençler, kültürel açıdan çeşitli ve yerli işçiler de dahil olmak üzere yaşlı işçiler veya iş gücünde yeterince temsil edilmeyen kişilerle stratejiler araştırdı. Örneğin Avustralya, işçi talebini karşılamaya ve geçim maliyeti krizinden kurtulmaya yardımcı olmak için, emeklilerin gelir desteğini etkilemeden önce kazanç potansiyellerini artırmak için bir Çalışma Bonusu getirdi (Kutu 2.2). Turizm sektörü ayrıca, Estonya ve Polonya da dahil olmak üzere, Rusya'nın işgalinin ardından Ukrayna'dan gelen mülteci akını, çoğunlukla kadınlar için istihdam fırsatları sağladı. Diğer girişimler arasında turizmi kadınların güçlendirilmesi için bir araç olarak konumlandırmak yer aldı. Turizm, kadınların eşit şartlarda iş fırsatlarına erişmesini engelleyen engelleri belirlemek ve azaltmak için bir kamu ve özel sektör girişimi olan Meksika'nın Cinsiyet Eşitliği Girişimi kapsamında öncelikli bir sektördür.

Daha geniş eğilimleri ve bunların turizm sektörü, özellikle de iş gücü için ne anlama gelebileceğini belirlemek, gelecekteki zorluklara ve şoklara hazırlıklı girişimleri daha iyi şekillendirmeye yardımcı olacak ve sistem içinde dayanıklılık oluşturmaya yardımcı olacaktır. İklim, demografik ve teknolojik değişim gibi megatrendler ortaya çıkmıştır ve önümüzdeki on yıllarda toplumları kökten dönüştürme potansiyeline sahiptir (OECD, 2023<sup>[19]</sup>). Örneğin, doğa turizmi ve dijital göçebeler gibi turizmdeki değişen tüketici eğilimleri, sektörde ihtiyaç duyulan çalışan türlerini değiştirebilirken, turistlerin popüler destinasyonların dışına daha fazla dağılması, iş gücünün farklı bölgelerde yaşamasını gerektirebilir ve bu da yeni toplum hizmetleri ve altyapının geliştirilmesini gerektirebilir.

Özel sektörün işgücü sorunlarının ele alınmasında oynayacağı önemli bir rol vardır ve hükümet, eğitim kanalı da dahil olmak üzere işletmeleri desteklemek için doğru politika ve düzenleyici çerçevelerin yerinde olduğundan emin olmak için çalışmaktadır. Aynı zamanda, değerlere dayalı çalışma, iş-yaşam dengesi ve refaha doğru eğilim, işgücü politikası değerlendirmelerinde toplumun rolünün giderek daha önemli hale geldiği anlamına gelir. COVID-19 salgını sırasında oluşturulan iyi iş birliği çerçevelerinin sürdürülmesi, hükümet içinde ve özel sektör ve eğitim sağlayıcılarıyla daha fazla iletişim, danışmanlık ve koordinasyon sağlayarak daha sorunsuz ve köklü kapsamlı iş birliği ve koordineli eylem için süreçler oluşturabilir.

### Kutu 2.2. Avustralya'daki turizm boş pozisyonları için yaşlı çalışanlara yönelik ekonomi çapındaki planın kullanılması

Avustralya, turizm sektöründeki işgücü eksikliklerini gidermek için dokunulmamış bir pazar olarak yaşlı çalışanları belirledi. Eylül 2023'te sektörde Aralık 2019'a göre 90.500 daha az çalışan vardı. İşverenlere sunacakları yılların bilgi ve becerileriyle yaşlı çalışanlar, yaşam maliyeti krizinden kurtulurken işçi talebini karşılamaya yardımcı olabilir. İşgücü katılımını artırmak için bir Çalışma Bonusu teşviki getirildi ve emeklilere gelir desteği ödemelerinden önce 1 Aralık 2022 ile 31 Aralık 2023 arasında istihdam gelirlerinden ek 4.000 AUD kazanma fırsatı sağlandı.

İstihdam ve İşyeri İlişkileri Departmanı ve Sosyal Hizmetler Departmanı tarafından uygulanan bu faydalar, uygun emeklilere otomatik olarak yatırıldı. Bu reform sadece turizm boşluklarıyla sınırlı değildi, ancak Turizm sektörü bu ekonomi çapındaki girişimden önemli ölçüde yararlandı ve Eylül 2023 itibarıyla yıllık 85.600 çalışan artışı yaşadı. 1 Ocak 2024'ten itibaren, Work Bonus'a uygun tüm yeni katılımcılar, ek gelir maksimum 11.800 AUD (önceki adıyla 7.800 AUD) olmak üzere istihdam gelirinde ek 4.000 AUD (önceki adıyla 0 AUD) kazanabilir.

### **Güçlü ve yetenekli bir turizm işgücünü teşvik etmek için iş koşullarının iyileştirilmesi**

Ücret, çalışma koşulları ve iş kalitesi, turizm sektörünün birçok bölümünde yaygın olarak kabul görmüş sorunlardır ve birçok ülkede turizm işletmelerinin yaşadığı uzun süreli beceri boşlukları, işgücü kıtlıkları ve yüksek işten ayrılma oranlarına katkıda bulunan temel faktörlerdir. Bunları bir politika ve uygun olduğu durumlarda düzenleyici düzeyde ele almak, çalışanların çekilmesi ve elde tutulması için fayda sağlayabilecek ve nihayetinde turizm işletmelerinin dayanıklılığına katkıda bulunabilecek sonuçlarla değişime giden bir yol sunar (ILO, 2017<sup>(20)</sup>).

Uzun zamandır uygulanan bir yaklaşım, yetenekli genç çalışanları çekmeye yardımcı olmak için sektörü çalışmak ve kariyer inşa etmek için dinamik bir yer olarak konumlandırırken turizm işlerini teşvik etmeye yönelik politika eylemleri olmuştur ve benzer girişimler pandemi sonrasında da kullanılmaktadır. Fransa'nın turizm sektörünün çekiciliğini güçlendirmek için 2022'de başlatılan Destinasyon Planı'nın bir parçası olarak, Turizm Kariyer Haftası girişimi turizm eğitimi ve meslekleri konusunda farkındalığı artırmayı, fırsatları teşvik etmeyi ve gençleri ve iş arayanları sektöre çekmeyi amaçlamaktadır. Ülke çapında 2.300'den fazla etkinlik düzenlemek için ulusal ve alt ulusal düzeyde eğitim ve öğretim sektöründen kamu ve özel paydaşları harekete geçiren 2024'te düzenlenen edisyonun ardından üçüncü bir edisyon planlanmaktadır. Buna, aynı zamanda Fransa Cumhurbaşkanı'nın Make it Iconic, Choose France girişiminin elçisi olan Michelin yıldızlı şef Mory Sacko'nun sponsor olduğu bir etkinlik de dahildir. Son zamanlarda Avusturya ve Slovenya'da da turizm alanında kariyer ve meslekleri teşvik etmek, misafirperverlik ve turizm mesleklerinin profilini yükseltmek ve turizmle ilgili eğitim programlarına kayıtları artırmak amacıyla ulusal kampanyalar başlatıldı.

Çalışan refahını ve motivasyonlarını ön plana çıkarmak, çalışma koşullarını ele almak için bir öncelik haline geldi. Turizmi ödüllendirici iş ve kariyerler için bir yer olarak tanıtmak, ancak sektörün olumsuz gerçeklikleri ele alındığında başarılı olabilir. İşletmelerin sektörün potansiyel çalışanlar için çekiciliğini artırmasını desteklemek, Fáiilete Ireland'ın İşveren Mükemmellik Programı (Kutu 2.3) tarafından kullanılan bir stratejidir.

### Kutu 2.3. İrlanda'da daha iyi turizm istihdam uygulamalarının teşvik edilmesi

Ulusal turizm geliştirme ajansı Fáilte Ireland, turizm sektöründe personel çekme ve elde tutma ile ilgili uzun süredir devam eden zorlukları ele almak için Employer Excellence Program'ı oluşturdu. Program, turizm işletmelerinin yetenekleri çekmesini, elde tutmayı teşvik etmesini ve sektörde kaliteli istihdam uygulamaları kültürünü yerleştirmesini destekleyerek ve turizm ve misafirperverlik sektörlerini çalışmak için ödüllendirici ve çekici yerler olarak konumlandırarak bu sorunu ele almayı amaçlıyor.

2022'de başlatılan Program, sektörü potansiyel çalışanlar için ödüllendirici ve çekici bir çalışma yeri olarak profillemek için üç yıl boyunca işverenleri öne çıkarır. Programın temel bileşenleri şunlardır:

- Çalışan katılımı konusunda uzman bir kişi tarafından sağlanan gizli bir çalışan anketi ve uygulanabilir içgörüler.
- İnsan ve performans yönetiminin temelleri üzerine çevrimiçi eğitim.
- Çalışan katılımını artırmak ve iş yerinin çekiciliğini artırmak için bir eylem planı geliştirilmesi ve uygulanması konusunda destek sağlamak.
- İşletmeleri Mükemmel İşveren olarak tanıtmak için pazarlama materyalleri oluşturmak.
- Sürekli iyileştirme desteklerine erişim sağlanması.

Programın ilk yılında 225 işletme kaydoldu ve 2.100 yönetici eğitimi tamamladı. Bu olumlu deneyimin ardından odak noktası artık 2024'te 20'den az çalışanı olan daha küçük işletmeleri desteklemeye kayıyor.

Turizm işinin sıklıkla istikrarsız, düzensiz ve mevsimsel doğası, sektörde uzun vadeli istihdam için bir engel olmaya devam ediyor. Pazarlama ve yeni ürün inovasyonu yoluyla sezonları uzatma önlemleri, turizmde istihdamı korumaya ve sektörde bireylerin, işverenlerinin ve topluluklarının yararına daha istikrarlı, uzun vadeli pozisyonlar yaratmaya yardımcı olabilir. Bu, örneğin etkinlikler ve festivaller yoluyla veya toplantılar, teşvikler, konferanslar ve etkinlikler (MICE) pazar faaliyetlerini geliştirerek turizm sezonunu uzatmak için tekliflerini çeşitlendirmeyi amaçlayan dağ ve kıyı destinasyonları gibi oldukça mevsimsel destinasyonlarda özellikle önemlidir.

Hırvatistan'ın Sürdürülebilir Turizm Geliştirme Stratejisi 2030'un temel önceliklerinden biri, yüksek katma değerli turizm ürünlerinin geliştirilmesi ve kamu turizm altyapısına ve tanıtımına yatırımlar yoluyla, iç turizmi hedeflemek de dahil olmak üzere, sezonu uzatmaktır. 2023'te kabul edilen Stratejinin temel amaçlarından biri, kısa süreli sabit sözleşmelerle çalışan turizm çalışanlarının sayısını azaltmaya yardımcı olmaktır.

Sezonu uzatmak için turizm teklifini değiştirmek tüm destinasyonlar için uygulanabilir değildir ve bu nedenle daha yaratıcı önlemler düşünülmektedir. Fransa, özellikle 2024 Paris Olimpiyat Oyunları öncesinde turizm çalışanlarının işe alınmasında artan endişelere yanıt olarak 2023 ile 2025 yılları arasında mevsimlik turizm çalışanlarını desteklemek ve eğitmek için hükümet liderliğinde 3 yıllık bir plan geliştirdi. Bu planın bir parçası olarak Fransa, eğitim için bir mükemmellik merkezleri ağı kuruyor, mevsimlik işçilere kişisel, idari ve profesyonel yaşamlarında yardımcı olmak için hizmetleri artırıyor ve konaklama ihtiyaçlarını karşılamak için konut çözümleri sunuyor. Fransız Hükümeti ayrıca, mevsimlik işçileri yıl boyunca tutmak için mevsimlik işçilerin becerilerini kullanmak veya paylaşmakla ilgilenen şirketlerle yerel ortaklıklar geliştirmek için çalışacaktır.

Finlandiya'da turizm işverenleri, yıl boyunca veya daha uzun vadeli istihdam sunmak ve yetenekli iş gücünü korumak için farklı yoğun sezonlarda faaliyet gösteren işletmeler arasında iyi işleyen bir işbirliği geliştirdiler. Örneğin, kış sezonu için bir turizm safari şirketinde çalışan çalışanlar, ara sezonlar ve yaz sezonu için aynı lokasyondaki bir otele veya restorana transfer olma fırsatına sahiptir. Benzer şekilde, TUI Grubu, mevsimsellik sorunlarını ele almak ve çalışanların becerilerini çeşitlendirmek için iş fonksiyonları arasında çalışan paylaşımı fırsatlarını araştırıyor. Sektörde sınırlı kalmaya devam eden bu tür uygulamaları genişletme potansiyeli mevcuttur.

Çalışan faydaları, işçi koruma ve istikrarlı istihdam, turizm işgücündeki yapısal zayıflıkları gidermek için hükümetin müdahale ettiği devam eden bir alandır. Türkiye, turizmde KOBİ'ler işleten yerel girişimcilerin uluslararası çalışma standartlarına ve düzenlemelerine uymasını sağlamak için mekanizmalar kurmuştur ve bu da çalışanların haklarını koruyan saygılı, güvenli ve emniyetli bir çalışma ortamı sağlamaktadır. İşletmeler, adil ve saygılı bir çalışma ortamı yaratmayı amaçlayan çalışan memnuniyeti anketleri aracılığıyla maaş seviyeleri, çalışma koşulları ve iş güvenliğiyle ilgili sorunları ve beklentileri anlamaları ve ele almaları için daha da desteklenmektedir.

Rekabetçi toplu pazarlık anlaşmalarının veya rekabetçi asgari ücretlerin getirilmesi, çalışan faydalarını iyileştirmek için olası mekanizmalardır. Slovenya'da, turizm çalışanları için sendika ile yapılan müzakereler, asgari yıllık izin ödeneği ve temel asgari ücretin belirlenmesi konusunda bir anlaşmaya varılmasına yol açmıştır. Ancak, özellikle iş ve işçilik maliyetlerinin zaten nispeten yüksek olduğu ve yaşam ve iş yapma maliyetinin son krizlerden olumsuz etkilendiği yerlerde, daha yüksek ücretlerin zorunlu kılınmasının etkisini de dikkate almak önemlidir. Toplu sözleşmeler, turizm işletmelerinin ve çalışanlarının enflasyon maliyetini adil bir şekilde paylaşmak ve ücret-fiyat sarmalından kaçınmak için özel ve özel çözümler bulmalarına yardımcı olabilir (OECD, 2022<sup>[21]</sup>).

Uygun ücretler ekonomik ve sosyal kalkınmanın ve sosyal adaletin ilerletilmesinin merkezinde yer alır. İşçilere ve ailelerine yeterli kabul edilen bir düzeyde geçinmeleri için yeterli gelir sağlayan bir ücret olan geçim ücreti fikri son yıllarda yeniden popülerlik kazanmıştır. Geçim ücreti, OECD ülkelerinde genellikle düşük ücretten ziyade yetersiz istihdamın sonucu olan iş içi yoksulluğa karşı kesin bir çözüm olmasa da, geçim ücretleri adil ücret normu oluşturmada ve firmaların ve sosyal ortakların turizm de dahil olmak üzere ücret belirleme süreçlerine yerleştirebilecekleri yaşam maliyeti hakkında değerli bilgiler sağlamada yararlı olabilir (OECD, 2023<sup>[22]</sup>). Mart 2024'te ILO Yönetim Kurulu, Uzmanlar Toplantısında asgari ücret konusunda varılan bir anlaşmayı onayladı ve ILO'yu, asgari ücretlerle ilgili ücret belirleme süreçlerini ve faaliyetlerini güçlendirme yönünde hükümetlere ve sosyal ortaklara destek sağlamaya devam etmeye çağırdı (ILO, 2024<sup>[23]</sup>).

Bireysel girişimler turizm işçilerinin koşullarını iyileştirmeye yardımcı olur, ancak güçlü ve istikrarlı bir iş gücü oluşturmak için bir dizi eylem gerekebilir. Yeni Zelanda, talep dalgalanmaları, ücret ve koşullar, firma olgunluğu ve ölçek ve mevcut ve gelecekteki beceri açığı dahil olmak üzere iş gücünün karşı karşıya olduğu temel sistemik sorunları ele almak için 14 girişim içeren 2023'te Daha İyi İş Eylem Planı'nı başlattı. Plan, istihdam uygulamalarını geliştirmeyi; turizm için eğitim ve öğretim sistemini iyileştirmeyi; işin mevsimsel olduğu bir sektörde daha tutarlı ve istikrarlı istihdam sağlamayı; daha çeşitli ve kapsayıcı işyerleri oluşturmak için kültürel yeterliliği iyileştirmeyi; teknoloji kullanımını ve inovasyonu artırmayı; ve turizmdeki kariyer yollarını ve insanları sergilemeyi amaçlıyordu.

### ***Turizm işgücü baskılarını hafifletmek için dijital kullanımın teşvik edilmesi***

Yeni teknolojilerin evrimi ve uygulanması, insanların yaşama, çalışma, seyahat etme ve iş yapma biçimlerini kökten değiştiriyor. Ayrıca, sektördeki işin doğası ve organizasyonu için etkileri olan turizmi dönüştürüyor ve yeniden şekillendiriyor. Turizm sektöründe üretkenliği ve çalışma koşullarını iyileştirmek için yeni teknolojilerin nasıl benimsenebileceği (örneğin yapay zeka, sanal gerçeklik, robotizasyon) ve turizm iş gücü üzerindeki sonuçlar ve etkiler konusunda daha fazla değerlendirme yapılması gerekiyor.

Özellikle yapay zeka ile ilgili hızlı gelişmeler, iş ve üretkenlikte önemli değişikliklere yol açma potansiyeline sahiptir (OECD, 2023)<sup>(14)</sup>. Ortaya çıkan fırsatlar, teknoloji odaklı ve küresel olarak bağlantılı turizm işletmeleri ile geleneksel mikro ve küçük işletmeler ve kentsel ve bölgesel destinasyonlar arasındaki büyüyen uçurum da dahil olmak üzere eşit rekabet ortamına zorluklar sunmaktadır. Müşteri verileri, makine öğrenimi ve üretken yapay zeka ile desteklenen otomasyon, KOBİ'ler için teknoloji uçurumunu genişletme riski taşımaktadır.

Dijitalleşmeyi turizm ekosistemi genelinde benimsemek, insan sermayesine ve kalifiye bir iş gücünü elde tutma ve geliştirme becerilerine yatırım yapmak da dahil olmak üzere dayanıklılığın oluşturulmasında da önemlidir (OECD, 2021)<sup>(24)</sup>. Bu da turizm işletmeleri tarafından bu tür teknolojilerin geliştirilmesini ve uygulanmasını destekleyen becerilere olan talebi artıracaktır. Teknolojik ilerlemenin giderek artan hızına yanıt vermek, turizm çalışanlarının resmi ve gayri resmi eğitimde yumuşak, teknik ve sert becerilerle arayüz oluşturmaları gereken dijital beceriler de dahil olmak üzere çok çeşitli beceriler geliştirmesini gerektirecektir (OECD, 2023)<sup>(25)</sup>. Turizm tüketim modellerindeki sürekli değişimler, deneyim sunumu, yeni işyerleri/mekanlar ve gereken beceriler üzerinde etkilere sahip olacaktır. İş gücünün gelecekteki ihtiyaçları karşılamak için doğru becerilerle donatılmasını sağlamak, işçi ve işveren örgütleri ve eğitim sağlayıcıları da dahil olmak üzere sektörle yakın bir şekilde çalışmayı gerektirecektir.

Turizmde teknoloji odaklı inovasyon özel sektör tarafından yönetilir. Havayolları, seyahat araçları, tur operatörleri ve büyük konaklama sağlayıcıları sektörde yeni teknolojileri benimsemeye uzun zamandır ön saflarda yer alıyor ve sıklıkla tüketici ile hizmet sağlayıcı arasındaki arayüzü devrim niteliğinde değiştiriyor. Turizm sağlayıcıları, misafirleri için deneyimleri kişiselleştirmek için teknolojik çözümlerde inovasyon gösterdi. Örneğin Hilton Hotels, misafir memnuniyetini artırırken misafir deneyimini kolaylaştırmak için dijital check-in ve anahtarsız giriş sistemlerine yatırım yaptı.

Dijital dönüşüm ayrıca küçük işletmelere mevcut işgücü eksikliklerini gidermeleri için fırsatlar da sağlıyor. İskoçya'daki küçük bir kırsal otel olan Brambles of Inverary, devam eden işe alım zorluklarıyla karşı karşıya kaldığında hizmet sunumunun kalitesini ve verimliliğini korumak ve iyileştirmek için dijital teknolojiye yatırım yaptı (Kutu 2.4).

Birçok turizm KOBİ'si ve işletme sahibi için dijital araçların sunduğu fırsatlar genellikle bilinmez veya erişilemez görünür. Uygun turizm KOBİ'lerini bilgilendirmek ve onlarla etkili bir şekilde etkileşim kurmak ve personel gelişimini dijital benimsemeye bütünleştirmek için destek programları oluşturulması gerekir. Estonya'daki Turizm Sektörü Yazılımı için Entegrasyon ve Arayüz Desteği girişimi, turizm hizmet sağlayıcıları için iş süreçlerinin dijitalleştirilmesine ve otomasyonuna yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Nakit kayıt sistemi ve muhasebe yazılımıyla bütünleşen yeni kaynak yönetim yazılımı gibi yazılımların benimsenmesini destekler.

Ülkeler artık turizm paydaşlarını desteklemek için politika belgeleri ve araçları üzerinde çalışıyor ve ayrıca veri yönetimi, büyük veri kullanımı ve yapay zeka konusunda ek destek sağlıyor. Lüksemburg'un Turizm Stratejisi, yatırımı teşvik etmek ve sektöre nitelikli çalışanlar çekmek de dahil olmak üzere sektörün dijitalleşmesini sağlamayı amaçlıyor. Bu arada Romanya'nın Rekabetçilik İçin Yeterlilikler Projesi, belirli bölgelerdeki turizm ve misafirperverlik endüstrilerindeki 380 çalışanın dijital becerilerini geliştirerek mesleki kapasitelerini artırmayı ve değişen sektörel ihtiyaçlara daha uyumlu hale getirmeyi amaçlıyor.

#### Kutu 2.4. İskoçya'daki küçük bir kırsal otelde işgücü eksikliklerini gidermek için teknoloji kullanımı

COVID-19 salgınının ardından yaşanan ciddi iş gücü eksikliklerine yanıt olarak, İskoçya'daki Brambles of Inveraray, mevcut personel üzerindeki yükü azaltmak için dijital çözümlere yöneldi. Uzak ve oldukça mevsimsel bir destinasyonda bulunan küçük bir işletme olarak, yeterli bir iş gücünü çekip elde tutamama, işletmenin sürdürülebilirliği konusunda endişelere yol açmıştı. Amaç, turistlerin beklediği olumlu ve organik müşteri deneyimini bozmadan, dijitalleştirme ve otomasyon yoluyla iş gücü ihtiyacını azaltmaktı.

BT ve veri analitiği alanında geçmişte olan sahipleri, müşterilerin ve personelin gereksinimlerini karşılamak için teknolojiyi yavaşça tanıtarak işgücü ihtiyacını azaltmanın alternatif yollarını araştırdı. Bugüne kadar aşağıdakiler de dahil olmak üzere birkaç girişim uygulandı:

- QR kodlu yiyecek ve içecek siparişi – geleneksel sipariş verme tarzına bir alternatif olarak sunulan bu yöntem, dijital zihniyete sahip olanlar veya ayrı ödeme yapmayı seven gruplar arasında popüler hale geldi. Servis personelinin üzerindeki baskıyı azaltır ve misafirlerin en az %30'unun sipariş vermek için bu yöntemi kullanması hedeflenir.
- Gelir yönetimi uygulaması – uygulama, talebi karşılamak için oda fiyatlarının otomatik olarak değiştirilmesini sağlar.
- Muhasebe ve finans uygulamaları – finans uygulamaları geleneksel muhasebe sistemleriyle senkronize edilebilir ve bir muhasebeciyle birlikte çalışıldığında idari evrak işlerini dosyalama ve gönderme yükünü ortadan kaldırır.
- Çalışanlar için refah uygulamaları – çalışan refahının teşviki temel bir odak noktası olmuştur. Bazı refah uygulamaları bir Çalışan Yardım Programı ve Sanal GP içerir ve yönetimle İK desteği ve 'kahve buluşmaları' ile birlikte kullanıldığında faydalı olmuştur.

Küçük bir işletme modeli için henüz uyarlanmamış birçok mevcut otomatik sistem bulunmaktadır. İşletme sahipleri, AI daha yaygın hale geldiğinde (ve daha ucuz olduğunda) daha küçük işletmelerde olumlu bir yer edineceğini beklemektedir.

#### ***Eğitimin turizm işyerlerinin ihtiyaçlarıyla daha iyi uyumlu hale getirilmesi***

Turizm çalışanlarının çalışma hayatları boyunca beceri, yeterlilik ve yeterlilik edinmelerinin teşvik edilmesi, krizden kurtulma ve işin geleceğine yönelik insan merkezli bir yaklaşımın merkezinde yer almaktadır (ILO, 2022)<sup>[8]</sup>. Örneğin, beceri geliştirme ve yaşam boyu öğrenme, çalışanların yeni işler bulmasına, sektörün dijitalleştirilmesi ve yeşillendirilmesi için gerekli becerileri geliştirmesine ve uzun vadeli iyileşme stratejilerine dayanıklılık katmasına yardımcı olabilir. Kanada, ortaya çıkan mesleki becerilere esnek ve geleceğe yönelik bir yaklaşımı kolaylaştırmak için turizm eğitimini desteklemek üzere bir Gelecek Becerileri Çerçevesi uyguladı (Kutu 2.5).

Birçok ülkenin pandemi sonrası yanıtlarında, turizm için her düzeyde eğitim ve öğretime odaklanma yer almaktadır. Birçoğu, turizm çalışanlarının kapanmalar sırasında becerilerini geliştirmelerine yardımcı olmak için ücretsiz çevrimiçi eğitim platformları sunmuş ve bunları geliştirmeye ve uyarlamaya devam etmişlerdir.

Kosta Rika, pandemi boyunca turizm sektöründe işgücü katılımını iyileştirmek için ücretsiz bir sanal eğitim platformu olan ICT CAPACITA'yı başlattı. Pandemi sonrasında platform, sürdürülebilir finansmana ve sertifikasyona erişim gibi turizm dayanıklılığı ve sürdürülebilirlik konularında turizm girişimcilerini ve işletmelerini desteklemeye devam ediyor. Lüksemburg, turizm sektörüyle ilgili mesleki eğitimi merkezileştirmek için Turizm Akademisi platformunu başlattı. Lüksemburg Seyahat web sitesinde bulunan platform, en son iletişim ve dijital pazarlama teknikleri ve bunların turizm profesyonelleri için nasıl kullanılacağı hakkında bir dizi çevrimiçi kaynak sunuyor.

**Kutu 2.5. Kanada'da gelecekteki turizm becerileri ve işgücü zorluklarını ele almaya yönelik çerçeve**

Kanada'nın Gelecek Becerileri Çerçevesi, turizm sektörünü güçlendirmek ve beceri ve işgücü zorluklarını ele almak için tasarlanmıştır. Günümüz işyerlerindeki artan değişim hızına uyum sağlamak için kolayca güncellenebilen bir yeterlilik öğeleri kütüphanesi aracılığıyla Çerçeve, iş bazında mesleki becerileri güncellemeyle ilişkili maliyetli ve zaman alıcı süreçleri ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır. Çerçeve, turizm paydaşlarına Kanada işgücü piyasasındaki bireylerin becerilerini hizalamak, boşlukları ve uyumsuzlukları en aza indirmek için daha iyi bir yol sağlar. Gelecek Becerileri Yeterlilik Çerçevesinin potansiyel kullanıcıların ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamasını sağlamak için devam eden geri bildirimlerle bilgilendirilmektedir. Kanada, bu önemli tartışmayı bilgilendirmek için işverenler, Yerli turizm işletme temsilcileri ve öğrenimlerinin sonuna yaklaşan misafirperverlik öğrencileriyle aktif olarak etkileşim kurmaktadır. Tüm sektörün eksiksiz bir resmini sunarak bilgi toplama, analiz etmeyi ve haritalamayı kolaylaştırır.

COVID-19'dan kurtulmanın bir parçası olarak Yunanistan, AB'nin Kurtarma ve Dayanıklılık Tesisi tarafından finanse edilen turizm iş gücünün becerilerinin artırılması ve yeniden beceri kazandırılması için bir program uyguladı. Program, yeşil ve dijital geçişe uygun olarak iş gücünü işgücü piyasasında ihtiyaç duyulan becerilerle donatmak için kısa mesleki programlar sundu. Programa katılımı desteklemek için eğitim kuponlarının 2025 yılına kadar 18.000 yararlanıcıya verilmesi bekleniyor. Yunanistan ayrıca, çağdaş turizm eğitimi sunmak, turizm pazarının ihtiyaçlarını izlemek ve hükümet denetimi altında sektördeki istihdam fırsatlarını iyileştirmek için 2023 yılında ülkenin ilk turizm akademisini kuracağını duyurdu.

Diğer girişimler, bir işçi havuzu oluşturmaya ve öğrencilerin ve gençlerin resmi eğitimden iş hayatına geçişini desteklemeye odaklanmaktadır. Türkiye, turizm meslek liselerinin eğitimini, sektörün ihtiyaçları doğrultusunda turizm tesislerinde pratik eğitim sağlamak üzere yeniden yapılandırmıştır. Benzer şekilde, Kanada'da turizm sektörü, öğrenciler için kaliteli iş-entegre öğrenme fırsatları yaratmak amacıyla başlatılan Öğrenci İş Yerleştirme Programı'na dahil edilmiştir.

Slovenya'nın Turizmde Yenilik için Stratejik Kalkınma Ortaklığı, gençlerin misafirperverlik ve turizm için mesleki, ortaöğretim ve yükseköğretim programlarına kaydolmasını teşvik etmek için özel bir program uygulamaktadır. Program faaliyetleri, ileri eğitim, beceri geliştirme veya yeniden beceri edinmeyi düşünen gençlerin yanı sıra ebeveynleri, öğretmenleri ve okul danışmanlık hizmetlerini hedeflemektedir.

Avustralya, First Nations işletmelerini yetenekli ve deneyimli mentorlarla eşleştiren First Nations Turizm Mentorluk Programı'nı tanıttı. Bu program, mentorluk alan kişilerin turizm işletmelerini büyütmelerini ve iş hedeflerine ulaşmalarını desteklemek için tasarlanmıştır; mentorluk alan kişiler uzman tavsiyelerine, özel eğitime ve kültürel açıdan saygılı endüstri uzmanlarına erişebileceklerdir.

Eğitim ve öğrenme fırsatlarına rağmen, beceri uyumsuzlukları sektör için kritik bir sorun olmaya devam ediyor. Müfredatların, öğrencinin işyerine girdiğinde sektördeki beceri ihtiyaçlarını önceden tahmin etmek için istihdam öngörüsünü göz önünde bulundurarak sektörün devam eden ihtiyaçlarıyla uyumlu olması ve bunları karşılaması gerekiyor. İş dünyası ile eğitim ve öğretim kurumları arasında daha yakın bağlantılar kurmak ve eğitimi ve öğretimi işgücü sistemine daha yakından dahil etmek, stajlar ve müfredatın geliştirilmesi ve sunulmasında özel sektörle yakın iş birliği dahil olmak üzere iş başında öğrenmeyi tamamlayabilir. Turizm Meslekleri Gündemi'nin bir parçası olarak Portekiz, yüksek öğrenimi, mesleki eğitimi, araştırma ve geliştirmeyi ve girişimciliği entegre edecek Uluslararası Turizm Akademisi'ni hayata geçiriyor. Les Roches Uluslararası Otel Yönetimi Okulu, müfredatta ele alınan konulara uygun olarak öğrencilere sektörün güncel eğilimleri ve ihtiyaçları hakkında bilgi veren ustalık sınıfları sağlamak için özel sektörle iş birliği yapıyor.

Sektörün değişen ihtiyaçları, turizm ve otelcilik eğitim kurumlarının müfredatlarına büyük önem verilmesine neden oldu ve birçok ülke mevcut eğitim programlarını gözden geçiriyor.

sistemler. Fas, turizm sektöründeki orta düzey yöneticilere yönelik bir eğitim programı uyguladı ve mesleki eğitim yönetimi için yeni bir kamu-özel sektör ortaklığı modeli geliştirdi. Bu, Tangier'deki Uluslararası Yüksek Turizm Enstitüsünü otel ve turizm yönetimi için bir referans merkezi ve önde gelen bir işletme okulu olarak yeniden konumlandırma çabalarını ve altı yeni yeterlilik tabanlı programın oluşturulmasını içerir. Başka bir mesleki eğitim enstitüsü olan Ouarzazate Enstitüsü, dört yeni program oluşturdu ve bir programı da yeterlilik tabanlı bir yaklaşım kullanarak uyarladı. Almanya'da, meslek okulunda eğitim ile işletmede iş başında eğitimden oluşan ikili mesleki eğitim sistemi zamanla etkili olduğunu kanıtladı. Bu tür eğitimlerin potansiyel öğrenciler ve çalışanlar için çekiciliğini daha da artırmak için, uyarlanmış eğitim yönetmelikleri içeren yedi yeni veya güncellenmiş misafirperverlik mesleği oluşturuldu.

Avrupa düzeyinde, AB Turizm Becerileri Paketi, 2030 yılına kadar mevcut ve gelecekteki zorlukları ele almak için bir vizyon belirlemektedir (Kutu 2.6). Uluslararası düzeyde, BM Turizm Akademisi Eğitimde Ortaklık girişimi, özel eğitim programları geliştirmek için eğitim kurumlarıyla ortaklıkları teşvik etmektedir. ILO'nun kırsal alanlarda turizmde insan onuruna yakışır işler yoluyla sosyal adalet hakkındaki e-öğrenme modülü, kırsal ekonomide insan onuruna yakışır işleri teşvik etmek ve sosyal adaleti ilerletmek için yenilikçi yaklaşımlar, araçlar ve yöntemler hakkında bilgi edinme fırsatı sağlayan bir çevrimiçi kursun parçasıdır. Brezilya G20 Başkanlığı ve İtalya G7 Başkanlığı da, Hindistan ve Endonezya G20 Başkanlıklarından elde edilen sonuçlara dayanarak, 2024'te turizmdeki insan sermayesi ve beceri sorunlarını ilgili çalışma akışlarında öncelikli konular olarak belirlemiştir.

#### **Kutu 2.6. Avrupa genelinde turizmin gelecekteki beceri ihtiyaçlarının karşılanması**

AB Turizm Becerileri Paketi, turizm sektörünün potansiyelini en üst düzeye çıkarmak, dayanıklılığı artırmak ve yeşil ve dijital geçişin zorluklarıyla başa çıkmak için bir beceri geliştirme ve yeniden beceri kazandırma çerçevesi uygulamak üzere bir kurtarma stratejisi olarak uygulandı. Daha geniş AB Becerileri Paketi girişimi kapsamında 2021'de başlatılan turizm girişimi, sosyal ortaklar, eğitim ve öğretim sistemi ve kamu otoriteleri arasındaki yakın bir iş birliği yoluyla 2030 yılına kadar Avrupa genelinde elde edilecek 12 hedef ve gösterge vizyonu belirliyor. Temel hedeflerden bazıları şunlardır:

- Tüm turizm işgücünün becerilerini geliştirmek ve genişletmek
- Tüm turizm hizmetleri için farkındalığı artırmak ve eğitime erişimi artırmak
- 2022-2030 yılları arasında turizm iş gücünün her yıl %10'una eğitim ve öğretim sağlanarak hem mevcut iş gücü hem de sektöre yeni katılanlar için turizm ekosistemindeki beceri açığının kapatılması.
- Karma kavramlar aracılığıyla daha fazla uygulamalı öğrenme ve eğitim yaratın
- 2025 yılına kadar istihdam edilen işgücünün %40'ı ve işsiz işgücünün %80'i oranında eğitim faaliyetlerini ve katılımı artırmak
- Veri madenciliği yoluyla yeni ve ortaya çıkan becerileri tespit edin ve boşlukları önlemek için eğitim fırsatları sağlayın
- Mevcut çalışanları elinizde tutun ve turizmde çalışmak üzere yeni çalışanlar çekin
- Daha yüksek kalifikasyon nedeniyle daha istikrarlı ve daha iyi ücretli sözleşmeler geliştirin.

#### **Özel sektör öncülüğündeki işgücü girişimlerini teşvik etmek**

Özel sektör öncülüğündeki girişimler, sahadaki sorunları hesaba katarak ve özel çözümlere olanak tanıyarak işgücü sorunlarını daha ayrıntılı bir düzeyde hedefleme fırsatları sunar. Ancak, hükümet müdahalesi, işletme koşullarını iyileştirmeye ve mevcut özel sektör programlarını, özellikle KOBİ'ler için sektör genelinde daha erişilebilir hale getirmek için kullanmaya yardımcı olabilir. Yapısal sorunların ele alınması

Turizm işgücünün kamu-özel sektör işbirliğiyle artırılması, yerel uygulamaların, sürekli geri bildirimlerin ve mevcut girişimlerin uyarlanmasının sağlanmasına yardımcı olabilir.

Uluslararası otel zincirleri ve tur operatörleri, ailelere ve çalışanların fiziksel ve duygusal refahına destek sunarak daha iyi ortamlar yaratmak için adımlar attılar. Bu büyük işletmeler bu programları sağlamak için daha büyük kapasiteye sahip olsalar da, sektör için daha geniş çapta yararlanılabilecek girişimlerin pratik örneklerini sunuyorlar. Örneğin, Marriott çalışanlarına sağlık sigortası kapsamı, emeklilik tasarruf planları, çalışan yardım programları, seyahat indirimleri ve çalışan refahı desteği gibi kapsamlı bir fayda paketi sunuyor. TUI Group, çalışanların geri bildirimlerini ve işlerin merkez ofislerden ziyade yerden nasıl daha iyi yapılabileceği ve adayları için en iyi fayda paketinin daha iyi anlaşılması konusunda öneriler istedi.

Turizm endüstrisi dernekleri, özel sektörün endüstri liderliğindeki girişimler aracılığıyla mevcut işgücü sorunlarını ele almak için kaynakları birleştirmesine olanak sağlayabilir. Restaurants Canada, üyeleri için olumlu ve kapsayıcı bir işgücünün sağlanması da dahil olmak üzere konularda bilgi yayınladı.

Kamu-özel sektör ortaklıkları, sektörün bilgisinden yararlanırken hedef desteği sağlama fırsatları sunar. Örneğin, İsviçre'nin otel ve catering birliği GastroSuisse, 2023'te yerel işgücünü daha iyi kullanarak işgücü eksikliklerini gidermek için beş maddelik bir plan başlattı. İsviçre Hükümeti, bu özel sektör öncülüğündeki girişimi uygulamak için mali yardım sağlıyor (Kutu 2.7).

Birleşik Krallık'ta, Misafirperverlik Stratejisi: Yeniden Açılış, Kurtarma, Dayanıklılık kapsamında 2021 yılında bir Misafirperverlik ve Turizm Becerileri Kurulu kuruldu. Kurulun amacı, yenilikçi yeni işe alım kampanyaları geliştirmek de dahil olmak üzere işe alım, elde tutma ve beceri geliştirme konusunda koordineli, proaktif, işveren liderliğinde bir yaklaşım izlemektir. Kurul, KOBİ'ler de dahil olmak üzere misafirperverlik, turizm ve seyahat sektörlerinden kıdemli operatörler ve iş liderlerinden oluşmaktadır.

### **Kutu 2.7. İsviçre'de özel sektör öncülüğündeki bir girişim için hükümet desteği**

GastroSuisse, 2023 yılında misafirperverlik sektöründe daha fazla yetenekli çalışan yaratmak ve yerel işgücü potansiyelini daha iyi kullanmak için 5 maddelik bir plan başlattı. Bu, mevcut çıraklık sistemindeki beceri eksikliklerine ve algılanan başarısızlıklara doğrudan yanıt olarak formüle edildi ve ek finansal ve operasyonel destek sağlayan İsviçre Hükümeti tarafından tanınan faydalarla. Entegre ve uzun vadeli program şunları içerir:

- Sektörün ve mesleğin imajının yükseltilmesi.
- Girişimcilere yönelik hedefli eğitim.
- Veraset.
- Mesleki yeniden eğitimde olan kişilerin nitelikleri.
- Çalışma koşullarının çekiciliğini artırın.

Girişimin güçlü yönleri uzun vadeli perspektif, önlemlerin bir araya getirilmesi, şirketlerin katılımı, uyarlanabilirlik ve çalışma koşullarını ve sektörün algısını iyileştirmeyi amaçlayan mevcut programların yenilikçiliği ve entegrasyonudur. GastroSuisse, eğitim kurslarına 250 işletmenin katılımını ve sektördeki mevcut çalışma koşullarını test etmek için 50 işletmenin katılımını sağlamayı amaçlamaktadır. Mayıs 2024'te, önlemlerin dinamik ve geleceğe yönelik doğasını vurgulamak için projeye "Avanti!" adı verildi.

İzlanda, İzlanda turizm sektöründeki yetkinliği ve kaliteyi artırmayı temel amaç edinen Turizm Beceri Merkezi'ne fon sağlıyor. İzlanda Turizm Kurulu, Turizm Beceri Merkezi ile işbirliği içinde 2023 yılında "Bilmekte Fayda Var" adlı yeni bir web sitesi başlattı. Bu web sitesi, turizm işgücü için bilgilendirici bir merkez görevi görerek İzlanda ve

İzlanda turizm sektörü. 2022'de Avusturya'daki Yenilik - Deniz Feneri Fonu, hem turizm işletmeleri hem de destinasyonlar için devam eden işgücü zorluklarını ele almak üzere turizmde yeni istihdam modelleri ve çalışan konseptleri konusunda yenilikçi projeler aradı. Uzmanlardan oluşan bir jüri tarafından altı yenilikçi proje seçildi ve kazanan projeler federal turizm fonundan ve Avrupa Kırsal Kalkınma Fonu'ndan toplamda yaklaşık 1 milyon AB aldı.

### ***Turizm işgücü sorunlarına stratejik ve bütünlük bir politika yaklaşımının benimsenmesi***

Turizm, birçok alt sektöre yayılan karmaşık bir sektördür, bu da politika kaldırıcılarının genellikle turizm politika yapımcılarının ötesinde olduğu anlamına gelir. İşgücü söz konusu olduğunda, düzenleme ve politika kararları genellikle çalışma veya istihdam bakanlıklarında bulunur. Bu nedenle turizm işgücü için özel politikalar oluşturmak bakanlıklar arasında iş birliği gerektirir. Ancak, birçok durumda, iş yasaları tüm hükümet eylemleri veya turizm sektörünün belirli alt sektörleriyle hedeflenen eylemler yoluyla ele alınacaktır.

İstihdamın turizm sektörü, bölgesel kalkınma ve sosyokültürel ekosistemler için önemini kabulü, daha genel turizm stratejileri ve planlarıyla birlikte yer alan bağımsız turizm işgücü analizleri ve stratejilerinin hazırlanmasıyla ortaya çıkmaktadır. Avustralya'nın Ziyaretçi Ekonomisi İşgücü ve Becerileri Geçici Eylem Planı 2023-24, yapısal zorlukları ve yerel ve uluslararası işgücü arz sorunlarını ele alarak, turizm işgücünün becerilerini ve yeteneklerini iyileştirerek ve sektörü tercih edilen bir kariyer olarak tanıtarak turizm işgücü kapasitesiyle ilgili önceliklere odaklanmaktadır. Eylem planı, temel önceliklerin her birinde ilerleme fırsatlarını dikkate almakta ve özel sektörden gelen mevcut ulusal ve eyalet eylemlerini ve girişimlerini değerlendirmektedir. Potansiyel önlemlerle desteklenen yapısal eğilimlerin anlaşılmasını iyileştirmek veya stajlar veya endüstri yerleştirmeleri yoluyla sektöre girme fırsatlarını artırmak gibi turizm işgücü sonuçlarını içerir.

Kanada'da, İstihdam Engelleri ve Beceri Uyumsuzlukları raporu, COVID-19'dan kurtulma sürecinde sektörün karşı karşıya olduğu temel işgücü zorluklarını inceliyor; bunlar arasında daha esnek çalışmaya geçiş, azalan genç işgücü piyasası ve çoğu turizm mesleği için uzmanlaşmış eğitime duyulan ihtiyaç yer alıyor. Ayrıca, mevsimlik istihdam, göç kısıtlamaları ve konut, ulaşım ve eğitim gibi bölgesel kalkınma ve planlama faktörleri de dahil olmak üzere turizm işgücündeki yapısal zorlukları ele alma ihtiyacını da ele alıyor (Turizm HR Kanada, 2022<sup>[26]</sup>).

Birleşik Krallık'ın Misafirperverlik İşgücü Stratejisi: Krizi Düzeltmek, sektör genelinde işbirlikçi eylem için bir çerçeve sunar ve işe alım, beceriler ve eğitim, sektör imajı, insanların çalışma hayatları ve işgücünü desteklemek için gereken altyapı ile ilgili sektörün devam eden ihtiyaçlarını dikkate alır. Strateji, endüstri kuruluşları, eğitim ve istihdam paydaşları ve hükümet arasındaki bir ortaklık yaklaşımına dayanmaktadır. Şili'nin İnsan Sermayesi Stratejik Planı 2023-26, turizm işgücü sorunlarını bütünlük bir yaklaşımla ele almak için turizm, otel ve gastronomi sektörlerinden aktörleri bir araya getiriyor.

Turizm işgücünün daha geniş stratejik düşünce ve işgücü planlaması içinde konumlandırılması da gerekiyor. Fas Turizm Yol Haritası 2023-26, turizmi ulusal ekonomide kilit bir sektör olarak yeniden konumlandırmayı, belirli turizm istihdam yaratma hedeflerini, sektör genelinde insan sermayesini güçlendirmeyi ve gençler için daha iyi beklentiler ve kariyerler sunmayı amaçlıyor. Bu arada, Kolombiya ve Slovenya'da ekonomi genelindeki ulusal işgücü stratejileri, turizm istihdamının sosyal, politik, ekonomik dönüşüm ve katılım için bir araç olarak hareket etme potansiyelini vurguluyor.

Turizm işgücü sorunlarının ele alınması, ulusal turizm stratejilerinde daha belirgin bir odak noktası haline geldi. Turizm sektörünün sürdürülebilir ve dayanıklı gelişimini sağlamak için güçlü bir turizm işgücünün önemi giderek daha fazla anlaşılıyor. Turizm işgücünü turizm gelişimine yönelik ulusal bir yaklaşımın parçası olarak dahil etmek, daha geniş bağlamda yapısal zayıflıkları ele almak için fırsatlar sunarken aynı zamanda işgücünün sektör için önemini de işaret eder. Bu, ulusal işgücünde gözden kaçabilecek turizm sektörünün karşılaştığı sorunların daha iyi tanınmasına yardımcı olabilir

yaklaşımlar. Bu ulusal turizm stratejileri içerisinde, turizm işgücü her zaman tek başına bir sütun değildir, ancak sıklıkla net bir hedef veya eylem olarak dahil edilir (Kutu 2.8).

Hükümetin rolü, eğitim ve kazançlı istihdam için iyi çerçeve koşulları yaratmaktır ve turizm işgücünü etkileyen turizm sisteminin ötesindeki konularda eylem gerektirebilir. Bunlara popüler turizm destinasyonlarında uygun fiyatlı ulaşım ve konut eksikliği, turizm çalışma saatleri sırasında çocuk bakımı gibi olanakların bulunması ihtiyacı ve göçmen işçilerin bulunabilirliğinin kolaylaştırılması dahildir. Bu sorunların ele alınması ulusal düzeyde eylem gerektirebilir, ancak bazı sorunlar yerel düzeyde de ele alınabilir. Örneğin Fransa'da, La Baule sahil beldesi mevsimlik işçilerin konut ihtiyaçlarını karşılamak için çeşitli girişimlerde bulunmuştur. 2023 yaz sezonu boyunca, eski bir belediye kamp alanı mevsimlik işçilere adanmış 80 konuta dönüştürülürken, ev sahipleri ve mevsimlik işçileri bir araya getirme kampanyası 32 çalışan için daha konut sağladı ve ayrıca birimler yeni sosyal konut projelerinde turizm işçileri için ayrıldı. Turizm işçilerinin ihtiyaçlarının daha geniş hükümet politika belirlemesine entegre edilmesini sağlamak için daha fazla şey yapılması gerekiyor.

### Kutu 2.8. Ulusal turizm stratejilerinde işgücünün önceliklendirilmesi - seçili ülkeler

Turizm işgücü sorunlarının ele alınması, turizmin stratejik gelişimini desteklemek için odaklanılması gereken temel bir alandır. Birçok ülke, turizm işgücü ve beceri eksikliklerini turizm gelişimine yönelik daha geniş bir yaklaşımın parçası olarak ele almaya odaklanarak işgücü sorunlarını ulusal turizm stratejilerine entegre etmiştir. İşgücüyle ilgili hedeflenen eylemler şunları içerir:

**Malta:**Malta Turizm Stratejisi 2021-30, sürekli eğitim fırsatlarını artırarak ve rekabet eden sektörlerle göre ücret çekiciliğini iyileştirerek insan sermayesini güçlendirmeyi ve sektörün çekiciliğini artırmayı amaçlamaktadır. Bunu bilgilendirmek için, çalışanların beceri ihtiyaçlarını ve boşluklarını ve algılarını anlamak için bir anket ve potansiyel yeni çalışanların görüşlerini değiştirmek için bir kampanya 2023'te yürütülmüştür.

**Norveç:**Ulusal Turizm Stratejisi 2030, turizm sektörünün ilgili ve güncel becerilere sahip personele erişimini sağlamayı amaçlamaktadır. Bu, eğitimin çalışanların ve işletmelerin ihtiyaçlarını karşılamasını sağlamak için Norveç Yetişkin Öğrenme Enstitüsü ile çalışmayı içerir.

**İsviçre:**Federal Hükümet Turizm Stratejisi kapsamındaki bir eylem maddesi, turizm işgücü piyasasının potansiyelinden yararlanmaktır. İsviçre Hükümeti, rolünün işbirliğini ve diyalogu teşvik etmek, aynı zamanda tartışmayı desteklemek ve yenilikçi ve yaratıcı çözümlere olanak sağlamak için analiz sağlamak olduğunu düşünmektedir.

**Amerika Birleşik Devletleri:**2022 Ulusal Seyahat ve Turizm Stratejisi kapsamında ABD, federal kara ve sulardaki müşteri hizmetleri pozisyonları da dahil olmak üzere çeşitli bir iş gücünü çekmeyi ve elde tutmayı amaçlamaktadır. Belirlenen eylemlerden biri, geçerli yasalar çerçevesinde, iyi ücretli, kaliteli işler yaratan ve sürdüren ve iş gücü boşluklarını doldurmak için sakinler arasında becerileri artıran yerel iş gücü geliştirme ve girişimcilik girişimlerini desteklemek ve finanse etmektir.

Çalışanların değişen ihtiyaçları ve değerleri, işe ek olarak mevcut topluluğa ve yaşam ortamına daha fazla vurgu yapıldığını gördü. Yaşanabilir turizm destinasyonları yaratmak, özellikle kırsal ve uzak bölgelerdeki veya oldukça mevsimlik olan destinasyonlara çalışanların çekilmesi ve tutulmasında şu anda görülen engellerden bazılarını ele almaya yardımcı olabilir. Kaliteli kamu hizmetlerine ve altyapıya eşit erişimin sağlanması ve bölgesel işgücü piyasalarında doğru beceriler ve kaliteli iş fırsatları sağlanması da bölgesel eşitsizlikleri azaltmak için temel önerilerdir, ancak bunlar farklı hükümet düzeylerinde koordineli ve sıralı eylemler gerektirir (OECD, 2023<sup>[19]</sup>Ülkeler, yerleşik destinasyonların ötesinde turizm tekliflerini çeşitlendirmeyi hedefledikçe, çalışanların topluluk ihtiyaçlarının karşılanması temel bir husus olmalıdır.

Turizm, göçmen işçiler için önemli bir işveren konumundayken, uluslararası işçiler de birçok ülkede işgücü ve beceri ihtiyaçlarını karşılamada önemli bir rol oynuyor. Ancak, bu işçi akışları ve boru hatları pandemi sırasında birçok ülkede kesintiye uğradı. Birçok ülke, bu işçi akışlarını yeniden başlatmak ve daha fazla işçiye ulaşma baskılarına yanıt vermek için girişimlerde bulundu ve turizm kilit bir sektör olmaya devam etti. Örneğin, Avusturya'da turizmdeki mevsimlik işçiler için yıllık kota 2022'de 1.200'den 3.000'e çıkarıldı ve 2023'te 3.400'e ve 2024'te 4.300'e çıkarıldı. Ayrıca, aşçıları, temizlikçileri, otel görevlileri ve garsonlar gibi yeni meslekler kıtlık listesine eklendi. Kanada'nın Geçici Yabancı İşçi Programı da dahil olmak üzere diğer ülkelerin de bu alanda uzun süredir devam eden programları var. Bu program, uzun yıllardır yürürlükte ve işgücü piyasasındaki değişikliklere yanıt verecek şekilde tasarlanmış olup işverenlerin sektör dahil olmak üzere işgücü ve beceri kıtlıklarını geçici olarak doldurmalarına yardımcı oluyor.

### ***Turizm işgücü sorunlarının çözümü için daha iyi ölçüm***

Turizm sektöründe kanıta dayalı karar almaya olanak sağlamak için zamanında ve ayrıntılı turizm verilerinin önemi iyi bilinmektedir (daha fazla tartışma için Bölüm 3'e bakın). Turizm işgücü için kanıta dayalı politikalar oluşturmada önemli bir konu, resmi istatistiklerde turizm çalışanlarını belirlemektir. Sadece bir avuç ülkede turizm endüstrilerindeki istihdam hakkında anlamlı istatistikler vardır (UN Tourism, 2024<sup>[27]</sup>), pandemi sırasında mevcut istihdam verilerindeki eksiklikler vurgulandı çünkü birçok ülkenin turizm çalışanları için hedef politikalar tasarlamak üzere ilgili verilere erişimi yoktu.

Turizm Uydusu Hesabı ve OECD İstihdam Modülü, dokuz turizmle ilgili endüstriden çalışanların oranlarını toplayarak, turizm istihdamını standart ve karşılaştırılabilir bir şekilde hesaplamak için uluslararası kabul görmüş bir metodoloji sunar. Ancak, bu hesaplamaları hazırlamak için temel veriler birçok ülkede bir zorluk olmaya devam etmektedir. Turizm işgücü, birçok endüstri ve coğrafyada çalışan insanların karmaşık bir bulmacasıdır ve bunların çoğu turizm çalışanı olarak tanımlanmayabilir ve sektördeki yüksek düzeydeki geçici ve gayri resmi çalışanlar, turizm çalışanlarının genellikle resmi işgücü veya işgücü istatistiklerinde yer almadığı anlamına gelir.

Turizm çalışanlarını belirlemek ve sektördeki eğilimleri anlamak, güçlü ve istikrarlı bir iş gücü oluşturmak için kanıta dayalı politika için elzemdir. Bunun için, turizm alt sektörlerindeki çeşitli istihdam kategorileri ve bunların içindeki beceri düzeyleri ile ilgili net tanımlar ve paylaşılan anlayış, hem büyük şirketler hem de KOBİ'ler için önemli bir başlangıç noktası olarak geçerlidir. Birçok turizm iş gücü sorununun çalışan sayısı, ortalama ücretler ve çalışılan saatler gibi toplu tahminlerin dışında olduğu giderek daha fazla kabul görmektedir.

BM Turizmi ve ILO, turizm işgücü piyasasıyla ilgili konuları bilgilendirmek için veri temeli olarak turizm mesleklerinin istatistiksel bir listesini geliştirmek için çalışmalar yürütüyor ve bu, turizmin ötesinde daha geniş istatistiksel rehberlikle uyumlu. Ancak, birçok ülkede ve uluslararası alanda ülkeler arasında böyle bir netliğin olmaması, tutarlı politikanın geliştirilmesinde büyük bir sınırlamadır.

Birçok ülke, turizm için bir vekil olarak konaklama ve yiyecek hizmetleri alt sektörüne güvenir, bu da temel sorunları belirlemek için faydalı olabilir, ancak aynı zamanda kısmi bir görünüm sağlar ve turizm sektöründeki sorunların analizini çarpıtabilir. Ülkeler ayrıca kanıt oluşturmak ve turizm işgücünü daha iyi anlamak için daha derinlemesine anketler ve çalışmalar uygulamaya başladı, örneğin İrlanda ve İsviçre'de federal ve alt ulusal düzeyde yürütülen turizmdeki işgücü piyasasına ilişkin son derinlemesine çalışmalar. Turizm işgücünü daha iyi anlamak için diğer girişimler arasında, Şili'deki Ulusal Turizm İnsan Sermayesi Modeli'ne girdi sağlayan turizm faaliyetlerindeki istihdam hakkında üç aylık bir infografik geliştirilmesi ve turizmin hem arz hem de talep taraflarındaki eğilimlerin çevresel taraması ve analizi ve bunların Kolombiya'daki istihdam üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi yer almaktadır.

Turizm refahı ve duygusunun öneminin daha fazla anlaşılması, bazı ülkelerde yeni veri toplamalarının başlatılmasına yol açtı. Yeni Zelanda'nın Ön Cepheden Sesleri Anketi ve Turizm

ve Misafirperverlik İşgücü Anketi, karşılaşılan sorunları daha iyi anlamak için turizm işgücünün sıklıkla göz ardı edilen seslerini dinlemeye vurgu yaparak işgücü sorunlarını daha iyi anlamak üzere tasarlanmıştır (Kutu 2.9). Finlandiya, Sürdürülebilir Seyahat Finlandiya programının bir parçası olarak turizm istihdamı ve çalışan refahı hakkında nitel verileri doğrudan işletmelerden topluyor ve bu veriler gelecekte ulusal turizm stratejisinin hedef belirlemesini ve turizm istihdamıyla ilgili eylemlerini değerlendirmeye ve geliştirmeye yardımcı olacak göstergeler geliştirmek için kullanılacak.

### Kutu 2.9. Yeni Zelanda'daki turizm işgücü duygusuna ilişkin kanıt oluşturma

Hem çalışanları hem de çalışma koşullarını daha iyi anlama ihtiyacı, Yeni Zelanda'nın iki özel turizm istihdam anketi uygulamasına neden oldu. Voices from the Front Line anketi, turizm işiyle ilgili 40 soru sordu ve 396 yanıt topladı. Anket, çalışanların genellikle göz ardı edilen veya marjinalleştirilen seslerini hedef aldı. Bulgular, haksız ve yasadışı uygulamaları vurgularken aynı zamanda misafirperverlik sektörü için iş deneyimlerini ve uzun vadeli sürdürülebilirliği iyileştirmek için tartışmanın başlangıç noktası olmayı amaçlıyor.

Turizm ve Misafirperverlik İşgücü Anketi, Yeni Zelanda'da gerçekleştirilen turizm ve misafirperverlik çalışanları ve istihdam koşullarıyla ilgili en ayrıntılı anket olup, misafirperverlik ve turizm endüstrilerinin tüm alt sektörlerini kapsayan 902 geçerli yanıtla sahiptir. Anket bulguları, düşük ücret, tatmin edici olmayan çalışma koşulları, yetersiz kariyer ilerlemesi ve yüksek düzeyde işten ayrılma niyeti gibi yerleşik endişe modellerini takip etmektedir.

## Turizm işgücünü güçlendirmeye yönelik politika değerlendirmeleri

Turizm işgücünü güçlendirmek, ücret, çalışma koşulları ve beceri geliştirmeye ilgili gerçek ve algılanan sorunların ele alınmasını gerektirir. Özel sektör, sektördeki çalışanları çekmek ve elde tutmak için koşullar yaratmada önemli bir role sahipken, hükümetler ve politika yapıcılar, destekleyici politika koşulları yaratarak bu girişimleri kolaylaştırmak için önemli bir role sahiptir. Sektör mevcut işgücü baskılarını ele almaya odaklanırken, politika yapıcıların hem turizm hem de işgücü için uzun vadeli değişikliklerin stratejik etkilerini ve bunun daha dayanıklı bir turizm sektörü inşa etmek için çalışanların, işletmelerin ve toplulukların ihtiyaçları açısından ne anlama gelebileceğini de dikkate almaları gerekir.

Bu bölümde tartışılan analize dayanarak, turizm işgücünü güçlendirmeye yönelik temel politika hususları şunlardır:

- **Turizm çalışanlarının ihtiyaçlarını daha geniş ekonomik ve toplumsal kalkınma stratejilerine ve planlarına entegre edin.** Turizm işini daha çekici ve uygulanabilir bir seçenek haline getirmek için çalışanların ihtiyaçlarını anlamak ve ele almak için daha fazla şey yapılması gerekiyor. Bu, turizm idarelerinin yetki alanı dışında kalan konut, ulaşım ve çocuk bakımı hizmetleriyle ilgili sorunlar da dahil olmak üzere işin kendisi dışında meydana gelen faktörleri içerir. Bu sorunları etkili bir şekilde ele almak, hükümet genelinde yatay ve dikey olarak güçlü bir koordinasyon gerektirir. Turizm çalışanlarının özel ihtiyaçlarının daha geniş ekonomik, toplumsal ve işgücü geliştirme stratejilerine dahil edilmesi, sürdürülebilir turizm gelişiminin önemi ve yerel topluluklarda faydaların nasıl yakalanıp en üst düzeye çıkarılabileceği konusunda daha fazla düşünülmesini de teşvik edebilir.
- **Çalışma koşullarını iyileştirmek ve turizm çalışanlarını çekmek ve elde tutmak için özel sektör girişimlerinden yararlanın.** Özel sektör, iş ve sektör düzeyindeki işgücü ve beceri ihtiyaçları ile çalışanları işe alma ve elde tutma engelleri konusunda derinlemesine bir anlayışa sahiptir. Hükümetlerin, işletmelerin ücret, koşullar ve kontrolleri altındaki diğer faktörlerle ilgili sorunları ele almalarını desteklemek ve teşvik etmek için çerçeve koşullarının yerinde olmasını sağlamada oynayacakları bir rol vardır.

Ayrıca, işgücü sorunlarını ele almak ve sektördeki koşulları iyileştirmek için yeni eğitim ve çalışma modelleri uygulamak üzere büyük çokuluslu şirketler ve endüstri dernekleri de dahil olmak üzere özel sektör girişimlerinden ders çıkarma ve bunlardan yararlanma potansiyeli de mevcuttur. Bu, bu girişimlerin faydalarını sektör genelinde genişletmeye yardımcı olmak için finansal veya operasyonel destek içerebilir. Yerel ortaklıkların geliştirilmesini desteklemek, mevcut girişimlerin faydalarını da artırabilir ve kariyer ilerlemesi ve mevsimlik işçilerin elde tutulması fırsatları yoluyla sektörün çekiciliğini artırabilir.

- **Turizm sektörünün değişen ihtiyaçlarını karşılamak ve yeşil ve dijital dönüşümlere hazırlanmak için özel sektör ve eğitim sağlayıcıları arasındaki bağlantıları kolaylaştırın.** Resmi eğitim, çalışanların işe hazır olduğundan emin olmak için iş başında eğitimle desteklenerek turizm iş gücünün birçok bölümü için ayrılmaz bir parça olmaya devam ediyor. İşletmeler ve eğitim sektörü arasındaki iş birliğini teşvik etmek, çalışanların iş gücüne girerken daha iyi hazırlanmalarına ve şimdi ve gelecekte ihtiyaç duydukları becerilere sahip olmalarını sağlamaya yardımcı olabilir. Ayrıca, turizm sektörünün yeşil ve dijital dönüşümlerin yarattığı fırsatlardan yararlanabilmesini ve çalışanların bu dönüşümlerin işgücü piyasaları üzerindeki önemli etkilerini yönetmesine yardımcı olmak için eğitim ve beceri eğitimini sektörde ihtiyaç duyulan becerilerle daha iyi uyumlu hale getirecektir.
- **Turizm KOBİ'lerinin ve çalışanlarının dijitalleşmeye uyum sağlamalarını destekleyin ve turizm iş gücündeki baskıları azaltmak ve yenilik yapmak için dijital teknolojinin benimsenmesini teşvik edin.** Turizm KOBİ'leri dijital geçişte geride kalma riskiyle karşı karşıyadır, manuel görevlerin yükünü sürdürmektedir ve kaliteli bir iş gücünü çekme ve elde tutma yeteneklerini etkilemektedir. Otomatik insan kaynakları planlama ve rezervasyon sistemleri, dijital pazarlama ve yapay zeka dahil olmak üzere turizm iş gücünü destekleyebilecek dijital teknolojilerin farkındalığını ve kullanımını artırmak için daha fazla şey yapılması gerekmektedir. Turizm işletmelerine finansmana erişim konusunda destek sağlamak ve işletme sahiplerinin ve çalışanların bu teknolojileri kullanmak için gereken araçlara ve becerilere sahip olmasını sağlamak, bu hızı korumaya ve daha yenilikçi iş ve çalışma uygulamaları sunmaya yardımcı olacaktır.
- **Turizm istihdamı ve işgücü sorunları hakkında sağlam ve ayrıntılı verileri toplayın ve paylaşın.** Turizm karar vericilerinin sektörün değişen ihtiyaçlarını anlamaları ve bunlara yanıt vermeleri gerekir. Bu, turizmdeki iş ve işgücü sorunlarının doğası ve bunun nasıl değiştiği konusunda daha iyi bir anlayış geliştirmeyi içerir. Derinlemesine işgücü çalışmaları ve turizm işgücünün çalışan duygusunu ve çalışma koşullarını yakalamak için çalışan anketlerinin tanıtılması, sektör için temel yapısal sorunları ve politika çerçevesi koşullarını ele almak için gereken kanıtları oluşturmak için bir yaklaşım sağlar. Bu verileri politika kararlarını bilgilendirmek için kullanılacak bir şekilde paylaşmak, ayrıca özel sektörü işgücü planlaması ve karar alma konusunda desteklemek için de önemlidir.

## Referanslar

- Booking.com, Statista.com (2024), *Avrupa Konaklama Barometresi 2024*, [6]  
<https://www.statista.com/study/168004/2024-european-accommodation-barometer/> .
- CEDEFOP (2020), *Turizm sektöründe beceri geliştirme ve trendler*, [2]  
[https://www.cedefop.europa.eu/en/data-insights/skills-developments-and-trends-tourismsector#\\_job\\_and\\_skills\\_demand\\_in\\_tourism](https://www.cedefop.europa.eu/en/data-insights/skills-developments-and-trends-tourismsector#_job_and_skills_demand_in_tourism) .
- Avrupa Komisyonu (2023), *Komisyon beceri ve yetenek konusunda yeni önlemler öneriyor*, [9]  
[https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/EN/ip\\_23\\_5740](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/EN/ip_23_5740) .
- Avrupa Komisyonu (2022), *Eurobarometre: Pandemi sonrası AB içi işgücü hareketliliği*, [12]  
<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2671> .
- ILO (2024), *ILO'nun asgari ücret tanımına ilişkin anlaşması "sosyal adalet için bir sıçrama"*, [23]  
<https://www.ituc-csi.org/ILO-agreement-on-living-wagedefinition#:~:text=The%20new%20definition%20states%20that,work%20performed%20durinq%20normal%20hours.%E2%80%9D> .
- ILO (2024), *Platform ekonomisinde insana yakışır işlerin gerçekleştirilmesi*, [13]  
[https://webapps.ilo.org/wcmstp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_909906.pdf](https://webapps.ilo.org/wcmstp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_909906.pdf) .
- ILO (2023), *Bir daha asla 'düşük vasıflı' olarak değerlendirilmesinler*, ILO, [4]  
[https://www.ilo.org/wcmstp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms\\_871016.pdf](https://www.ilo.org/wcmstp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_871016.pdf) .
- Uluslararası Çalışma Örgütü (2022), *Adil bir geçiş için beceri geliştirme*, [https://www.ilo.org/wcmstp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/belgeler/yayin/wcms\\_860617.pdf](https://www.ilo.org/wcmstp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/belgeler/yayin/wcms_860617.pdf) . [16]
- Uluslararası Çalışma Örgütü (2022), *COVID-19 ve turizm sektöründe sürdürülebilir toparlanma konulu teknik toplantı*, [3]  
[https://www.ilo.org/wcmstp5/groups/public/---ed\\_dialogue/---sector/documents/meetingdocument/wcms\\_844312.pdf](https://www.ilo.org/wcmstp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/meetingdocument/wcms_844312.pdf) .
- Uluslararası Çalışma Örgütü (2022), *Turizm sektöründe işin geleceği: Sürdürülebilir ve güvenli iyileşme ve insan onuruna yakışır covid-19 salgını bağlamında çalışma*, [https://www.ilo.org/sector/Resources/publications/WCMS\\_840403/lang--en/index.htm](https://www.ilo.org/sector/Resources/publications/WCMS_840403/lang--en/index.htm) . [8]
- Uluslararası Çalışma Örgütü (2017), *ILO'nun İnsana Yakışır İş ve Sosyal Sorumluluk Turizmi Hakkındaki Kılavuzları*, [20]  
[https://www.ilo.org/wcmstp5/groups/public/---ed\\_dialogue/---sektor/belgeler/normativeinstrument/wcms\\_546337.pdf](https://www.ilo.org/wcmstp5/groups/public/---ed_dialogue/---sektor/belgeler/normativeinstrument/wcms_546337.pdf) .
- OECD (2024), *Uygun fiyatlı konut*, <https://www.oecd.org/housing/topics/affordable-housing/> . [18]
- OECD (2024), *OECD Ekonomik Görünüm, Mayıs 2024*, OECD Yayıncılık, [5]  
<https://doi.org/10.1787/69a0c310-en> .
- OECD (2023), *Yeşil geçiş için becerilerin değerlendirilmesi ve öngörülmesi: Yeteneklerin kilidini açmak sürdürülebilir gelecek*, Becerileri Doğru Şekilde Edinme, OECD Yayıncılık, Paris, <https://doi.org/10.1787/28fa0bb5-en> . [15]
- OECD (2023), *İstihdam Görünümü 2023: Yapay zeka ve işler*, OECD Yayıncılık, [14]  
<https://doi.org/10.1787/19991266> .

- OECD (2023), *Yaşam ücretleri bağlamında: OECD ülkeleri için karşılaştırmalı bir analiz*, OECD Yayıncılık, <https://doi.org/10.1787/2e622174-en> . [22]
- OECD (2023), *Bir sonraki krize hazır mısınız? Sağlık sisteminin dayanıklılığına yatırım yapın*, OECD Yayıncılık, <https://doi.org/10.1787/1e53cf80-en> . [7]
- OECD (2023), *Bölgesel Görünüm 2023: Eşitsizliklerin uzun süredir devam eden coğrafyası*, OECD Yayıncılık, <https://doi.org/10.1787/92cd40a0-en> . [19]
- OECD (2023), *Her yaşta yeteneğin korunması*, OECD Yayıncılık, <https://doi.org/10.1787/00dbdd06-en> . [10]
- OECD (2023), *Beceri Görünümü 2023: Dayanıklı Yeşil ve Dijital Geçiş İçin Beceriler*, OECD Yayıncılık, <https://doi.org/10.1787/27452f29-en> . [25]
- OECD (2022), *Yaşam maliyeti kriziyle başa çıkmak: Artan enflasyon dönemlerinde asgari ücretler*, <https://www.oecd.org/employment/Minimum-wages-in-times-of-rising-inflation.pdf> . [21]
- OECD (2022), *Geçişleri desteklemek ve işleri güvence altına almak: Daha güçlü bir toplum oluşturmak için sosyal diyalog pandemi sonrası toparlanma*, OECD Yayıncılık, <https://www.oecd.org/coronavirus/policyresponses/supporting-transitions-and-securing-jobs-social-dialogue-shaping-a-strongerrecovery-from-the-pandemic-83b6b310/> . [17]
- OECD (2022), *Turizm Trendleri ve Politikaları 2022*, OECD Yayıncılık, <https://doi.org/10.1787/a8dd3019-en> . [1]
- OECD (2021), *Turizm iş gücünü dijital geleceğe hazırlamak*, OECD Yayıncılık, <https://doi.org/10.1787/9258d999-en> . [24]
- Randstad (2022), *İşveren markası araştırması 2022: Küresel rapor*, [https://www.randstad.com/s3fs-medya/rscom/public/2023-05/rebr\\_2022\\_küresel\\_rapor.pdf](https://www.randstad.com/s3fs-medya/rscom/public/2023-05/rebr_2022_küresel_rapor.pdf) . [11]
- Turizm İK Kanada (2022), *Turizmin çift taraflı işgücü sorunu: Engeller istihdam ve beceri uyumsuzlukları*, <https://tourismhr.ca/labour-marketinformation/reports/workforce-strategy/tourisms-double-barrelled-labour-challenge-barriers-toemployment-and-skills-mismatches/> . [26]
- BM Turizmi (2024), *Turizmde istihdam ve insana yakışır iş - ILO ve BM Turizm ortak projesi*, <https://www.unwto.org/project/employment-and-decent-work-tourism-ilo-unwto-joint-project> . [27]

## Bölüm 3. Sürdürülebilir turizm politikaları için kanıt tabanının oluşturulması

---

Son krizler sürdürülebilir turizm için ivmeyi artırdı ve dengesiz turizm gelişimini ele almaya ve turizm başarısını farklı şekilde ölçmeye yenilenmiş bir odaklanma getirdi. Turizm talebindeki güçlü toparlanma, bu turizm akışlarının destinasyonlar, yerel topluluklar ve çevre üzerindeki etkilerini yönetmek için daha fazla ve daha iyi verilere olan ihtiyacı vurguladı. Turizmin ekonomik, çevresel ve sosyal boyutlarını ölçmek, uluslararası, ulusal ve ulusal altı düzeyde önemli bir odak alanıdır. Farklı yaklaşımlar ve çerçeveler arasında gezinmek ve bunların ülkelerdeki politika ihtiyaçlarıyla nasıl uyumlu olduğunu anlamak bir zorluk olmaya devam ediyor. Bu bölüm, veri boşluklarını gidermek ve turizmin sürdürülebilir gelişimini desteklemek için farklı çerçeveleri ve yaklaşımları değerlendiriyor. Destinasyonların sürdürülebilir turizmi planlamak ve yönetmek için politika ihtiyaçlarıyla bağlantılı pratik, ayrıntılı ve zamanında önlemler geliştirmek ve uygulamak için daha fazla çalışmaya ihtiyaç olduğunu vurguluyor.

---

COVID-19 salgınının tetiklediği krizlerin ardından turizmin ekonomik ve sosyal ilerlemeye katkısının tanınması önemli ölçüde arttı. Turizm sektörünün 'daha iyi yeniden inşa etme' çağrısı, sürdürülebilir turizm için artan bir ivmeye ve dengesiz turizm gelişimini ele almaya yenilenmiş bir odaklanmaya yol açtı. Ancak, talepteki güçlü toparlanma ve COVID öncesi seviyelere dönme konusundaki ekonomik öncelik, turizm başarısını farklı şekilde ölçme ihtiyacını güçlendirdi. Turizm gelişimiyle ilişkili faydalar ve maliyetler arasında daha iyi bir denge sağlamak ve sürdürülebilirlik ilkeleri ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH) ile daha iyi uyumlu bir turizm geleceği vizyonu uygulamak için kanıta dayalı politika eylemine ihtiyaç vardır (OECD, 2021<sup>[11]</sup>).

Her düzeydeki hükümetlerin turizmin ekonomiler, destinasyonlar ve yerel topluluklar üzerindeki etkilerini daha iyi anlamak, hedefli ve somut eylemler tasarlamak ve daha iyi sonuçlar elde etmek için takasları yönetmek için sağlam, zamanında ve ilgili verilere ihtiyacı vardır. Ancak, son krizler mevcut turizm verilerinde, özellikle sürdürülebilir turizm gelişiminin ilerlemesini izlemek ve stratejilerin, politikaların ve programların etkinliğini değerlendirmek için önlemler açısından eksiklikler ortaya koydu.

Sürdürülebilir turizm politikaları için kanıt tabanını iyileştirmek yeni bir çalışma alanı değildir. Ancak konu, son yıllarda daha sürdürülebilir turizm modellerine geçişi desteklemek için politika ve veri gündeminde üst sıralara yükseldi. Bu, turizmin ekonomik, çevresel ve sosyal boyutlarını daha iyi ölçmek için uluslararası, ulusal ve ulusal altı düzeylerde önemli çalışmalarla sonuçlandı. Bu çabalar toplu olarak bu önemli gündemi ilerletmeye yardımcı olsa da, farklı yaklaşımlar ve çerçeveler arasında gezinmek ve bunların ülkelerdeki politika ihtiyaçlarıyla nasıl uyumlu olduğunu anlamak bir zorluk olmaya devam ediyor.

Bu bölüm, veri boşluklarını gidermek ve turizmin sürdürülebilir gelişimini desteklemek için farklı çerçeveleri ve yaklaşımları ele almaktadır. Ülke düzeyindeki çalışmalar ve uluslararası düzeyde onaylanmış Turizmin Sürdürülebilirliğini Ölçmek İçin İstatistiksel Çerçeve ve diğer girişimler de dahil olmak üzere sağlam ve karşılaştırılabilir önlemler konusunda uluslararası fikir birliğinin oluşturulmasına yönelik son gelişmeler üzerine inşa edilen turizmin sürdürülebilirliğini ölçme ve izleme girişimlerini incelemektedir. Bölüm, farklı yerlerde turizmi sürdürülebilir bir şekilde planlamak ve yönetmek için belirli bağlam ve önceliklere bağlı pratik, ayrıntılı ve zamanında önlemler geliştirmek ve uygulamak için daha fazla çalışmaya ihtiyaç olduğunu ele almaktadır. OECD üye ve ortak ülkelerine yönelik bir anketten belirlenen sürdürülebilir turizm gelişimi için öncelikli politika konuları sunulmakta ve göstergelerin ve veri araçlarının destinasyonların politika ihtiyaçlarına göre uyarlanmasının önemi vurgulanmaktadır.

## Daha sürdürülebilir bir gelecek için turizm gelişimini dengelemek

Sürdürülebilir turizm, mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini tam olarak hesaba katan, ziyaretçilerin, endüstrinin, çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarını karşılayan turizm olarak tanımlanmıştır (BM Turizm ve UNEP, 2005)<sup>[21]</sup>. Sürdürülebilir turizm gelişiminin öneminin, 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi'ne (Birleşmiş Milletler, 2022) turizmin entegre edilmesi de dahil olmak üzere, tüm hükümet düzeylerinde ve özel sektörde vurgulanması için önemli ilerlemeler kaydedildi.<sup>[3]</sup> Ancak, bu artan tanınırlığı sürdürülebilir turizm gelişimi ve yönetimini teşvik etmek için anlamlı eylemlere dönüştürmek için daha fazla şey yapılması gerekiyor. Bu, daha sürdürülebilir turizm için stratejiler ve politikalar ile politikaların sahada işe yaraması için ölçüm araçları, göstergeler ve diğer araçların geliştirilmesini gerektirir (UN Tourism ve UNEP, 2005)<sup>[21]</sup>.

Sürdürülebilir turizm gelişimi artık birçok ulusal turizm politikası, stratejisi ve planında ana akım haline gelmiş olup, gelecekteki programlar ve koordineli eylemler için bir yol belirlemektedir. Birçok ülke, pandemi sonrası değişen ve gelişen politika bağlamını ve önceliklerini yansıtmak için yeni turizm stratejileri ve planları geliştirmiş veya mevcutlarını güncellemiştir (Kutu 3.1). Stratejilerdeki hedefler temel olarak turizmin ekonomik kalkınmanın itici gücü olarak rolüne dayanmaya devam ederken, ilerlemeyi izlemek için daha geniş sürdürülebilirlik hedefleri ve göstergeleri giderek bu stratejilere yerleştirilmekte veya daha sonra ulusal ve ulusal altı düzeyde izleme çerçevelerinin bir parçası olarak geliştirilmektedir.

### Kutu 3.1. Sürdürülebilirliğin turizm stratejilerinde ana akıma dahil edilmesi – seçili ülke örnekleri

**Avustralya:**Sürdürülebilir büyüme için THRIVE 2030 Stratejisi, turizm sektörünün 2024'e kadar 166 milyar Avustralya doları ve 2030'a kadar 230 milyar Avustralya doları olan pandemi öncesi ziyaretçi harcamalarına geri döndürülmesi de dahil olmak üzere 60'tan fazla eylem içeriyor ve bu harcamaların yaklaşık %40'ı bölgesel Avustralya'ya gidecek. Önemli bir eylem maddesi, sürdürülebilirliğin turizm sektörü için ne anlama geldiği konusunda netlik sağlamak, sektör için bir vizyon, hedefler ve öncelikli eylemler ortaya koymak ve işletmelerin sürdürülebilirlik uygulamalarını uygulamasına ve iyileştirmesine yardımcı olmak için bir endüstri sürdürülebilirlik çerçevesi ve araç takımının geliştirilmesi olmuştur.

**Kolombiya:**Turizm Sektörü Planı 2022-2026 Yaşamla Uyum İçinde Turizm, sürdürülebilirlik ve kapsayıcılığa özel vurgu yaparak turizm sektörünün temel önceliklerini ele almak için ayrıntılı bir yol haritası ortaya koymaktadır. Planın genel hedefleri, dört yıllık dönemde 7,5 milyon turisti ağırlamak ve 2026 yılına kadar turizmle ilişkili faaliyetlerde ayda ortalama 300.000 ek kişiyi istihdam etmektir. Sürdürülebilir turizmi teşvik eden girişimler şunları amaçlamaktadır: iş birliğini güçlendirmek; yenilikçiliği ve bilgi alışverişini teşvik etmek; yerel toplulukların ve kültürel ve doğal mirasın refahına öncelik vermek; ve sürdürülebilir ekonomik kalkınmayı teşvik etmek.

**Fransa:**Destination France Planı, Fransa'yı 2030 yılına kadar dünyanın önde gelen sürdürülebilir destinasyonu olarak konumlandırarak turizmi canlandırmayı ve dönüştürmeyi amaçlamaktadır. Fransa şunları amaçlamaktadır: turizmle bağlantılı çevresel sorunlar hakkında farkındalık yaratmak; turizm sezonunu 'dört mevsime' doğru uzatmak; yerel turizmi teşvik etmek ve turistlerin ülke genelindeki dağılımını iyileştirmek; konaklama altyapısının sürdürülebilirliğini artırmak ve ulaşımı karbondan arındırmak. Plan, sürdürülebilir turizm altyapısını desteklemek için 44 milyon avro yatırım yapma hedefi de dahil olmak üzere beş stratejik alanda 20 önlem ortaya koymaktadır.

**İzlanda:**Sürdürülebilir Kalkınmada Liderlik uzun vadeli vizyonu, İzlanda'yı sürdürülebilir kalkınmada lider olarak konumlandırmayı amaçlamaktadır. Vizyon, ülke ve ulusla uyum içinde karlı ve rekabetçi bir turizm endüstrisinin gelişimini destekleyen ekonomi, toplum, çevre ve ziyaretçiler olmak üzere dört birbirine bağlı sütun üzerine inşa edilmiştir.

**Slovenya:**Slovenya Turizm Stratejisi 2022-28, 'biraz daha fazla ve çok daha iyi' ilkesi altında dengeli bir büyüme senaryosu uygulamayı amaçlamaktadır. Strateji beş hedef belirlemektedir: 'dört mevsim' turizminin kalitesini ve değerini artırmak; çalışanların ve ziyaretçilerin memnuniyetini artırmak; turizmi bir değer ve sürdürülebilir kalkınma üreticisi olarak konumlandırmak; karbondan arındırma; ve yetkin ve verimli bir turizm yönetim yapısı sağlamak. İlerlemeyi izlemek için Strateji, 2028 hedefleri ile toplamda 14 gösterge ve 25 önlem tanımlamaktadır.

**Amerika Birleşik Devletleri:**Ulusal Seyahat ve Turizm Stratejisi 2022, doğal afetlere, halk sağlığı tehditlerine ve iklim değişikliğinin etkilerine karşı dayanıklı bir sektör oluşturmayı ve doğal kaynakları koruyan, turizm ekonomisini destekleyen ve eşit kalkınmayı sağlayan sürdürülebilir bir turizm sektörü oluşturmayı amaçlamaktadır. ABD, 2027 yılına kadar 90 milyon uluslararası varışa ve 279 milyar ABD doları tutarında turist harcamasına ulaşmayı hedeflemektedir. Genel hedef, dört stratejik hedefle desteklenmektedir: ABD'yi bir seyahat destinasyonu olarak tanıtmak; ABD'ye ve ABD içinde seyahati kolaylaştırmak; çeşitli, kapsayıcı ve erişilebilir turizm deneyimleri sağlamak; dayanıklı ve sürdürülebilir seyahat ve turizmi teşvik etmek.

Turizm, diğer birçok sektörden daha fazla, çevrenin kalitesine büyük ölçüde bağımlıdır ve aynı zamanda onu etkiler. Ekonomik etkiye öncelik veren büyüme odaklı turizm modelleri, genellikle çevre ve topluluklar üzerinde beklenmeyen olumsuz etkiler ve uzun vadede de dahil olmak üzere olumsuz ekonomik dışsallıklarla birlikte gelir. Sürdürülebilirliğin üç boyutunu da (ekonomik, çevresel ve sosyal) dikkate alan daha dengeli bir turizm geliştirme ve yönetim modeli, acil ve genellikle kısa vadeli ekonomik faydaların bir destinasyonun çevresini veya sosyal yapısını ve dolayısıyla uzun vadeli ekonomik büyümeyi tehlikeye atmamasını sağlamak için gereklidir.

Turizm gelişimi ve yönetimi arasında denge sağlayacak tek bir çözüm yoktur. Önceki OECD Turizm Komitesi çalışmaları, turizm yönetimini iyileştirmek ve bireysel destinasyonlar için uygun istenen turizm türünü ve ölçeğini belirlemek için sağlam, zamanında ve ayrıştırılmış bir turizm istatistikleri sistemine olan ihtiyacı vurgulamıştır (OECD, 2021<sup>[11]</sup>). Politikaların her bir destinasyon için turizm gelişiminin özel özelliklerini dikkate alması gerekir ve farklı turizm geliştirme modellerinin avantajlarını ve dezavantajlarını anlamak daha fazla çalışma gerektiren bir alandır.

### ***Turizmin sürdürülebilirliğinin ölçülmesi ve izlenmesi***

Turizmin sürdürülebilirliğini ölçmek ve izlemek, otuz yılı aşkın bir süredir ülke ve uluslararası düzeyde (örneğin, OECD Çevresel ve Sürdürülebilirlik Endişelerinin Turizm Politikalarına Entegrasyonuna İlişkin Göstergeler, 2003; BM Turizm Rehberi, Turizm Destinasyonları için Sürdürülebilir Kalkınma Göstergeleri, 2004; Avrupa Komisyonu'nun Avrupa Turizm Göstergeleri Sistemi, 2016; Avrupa Komisyonu'nun AB Turizm Pano, 2023; BM Turizminin Sürdürülebilir Turizmi Ölçmek İçin İstatistiksel Çerçevesi, 2024) çalışılan bir alandır. Bu süre zarfında turizm verilerinin kalitesi ve ulaşılabilirliği artmaya devam etmiş, ancak genellikle Uluslararası Turizm İstatistikleri Tavsiyeleri ve Turizm Uydu Hesapları metodolojik çerçevesi tarafından yönlendirilen ekonomik etkilerin yakalanmasına odaklanmıştır.

Birleşmiş Milletler İstatistik Komisyonu tarafından İstatistiksel Çerçeve - Turizmin Sürdürülebilirliğinin Ölçülmesi'nin (SF-MST) yakın zamanda onaylanması, turizmin ekonomik, çevresel ve sosyal yönleri hakkında güvenilir ve karşılaştırılabilir verilerin üretilmesi konusunda uluslararası bir fikir birliğinin oluşturulması yolunda önemli bir adımdır (BM Turizm, 2023<sup>[4]</sup>). Eş başkanlar Avusturya ve İspanya liderliğindeki bu BM Turizm liderliğindeki istatistiksel çerçeve, ekonomik, sosyal ve çevresel etkiler genelinde turizm istatistikleri için temel kavramlar, tanımlar ve veri organizasyon yapıları sağlar. Çerçevenin somut uygulanmasını desteklemek ve sürdürülebilir turizm gelişimi için anlamlı bir uluslararası karşılaştırılabilir göstergeler kümesi üretmek için metodolojik rehberlik sağlamak için daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır.

Bu ilerlemeye dayanarak, sosyal ve çevresel etkiler ile ekonomik etkilere bakarken genellikle hesaba katılmayan olumsuz ekonomik dışsallıklar da dahil olmak üzere daha geniş bir sonuç kümesini ölçmek ve izlemek için daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır; bu, tutarlı ve anlamlı bir şekilde ölçülmesi daha zor olabilir. Çevresel boyut ve doğal varlıkların tükenmesi gibi ilgili olumsuz ekonomik dışsallıklar son zamanlarda daha fazla ilgi görmüştür ve Çevresel Ekonomik Muhasebe Sistemi (SEEA) gibi daha geniş çevresel ölçüm çerçevelerinden de faydalanmıştır. Ancak, sosyal etkilerin ölçümü geride kalmaktadır. Bunun bir nedeni de sosyal boyutun genellikle insanların öznel algılarıyla ilişkilendirilmiş olmasıdır; bu da karşılaştırılabilir bir şekilde ölçülmesi zor olabilir (OECD, 2023<sup>[5]</sup>).

Son yıllarda OECD Refah Çerçevesi de dahil olmak üzere sosyal etkiler için sağlam ve karşılaştırılabilir önlemler geliştirmek için önemli ilerlemeler kaydedildi. Örneğin, OECD Refah ve Sosyal İlerlemeyi Ölçme Göstergeleri ve OECD Daha İyi Yaşam Endeksi, ülkeler arasında yaşam koşullarını ve yaşam kalitesini ölçmek ve karşılaştırmak için bir çerçeve sağlar (konut harcamaları, iş-yaşam dengesi, geceleri tek başına yürürken güvende hissetme dahil) (OECD, 2023<sup>[6]</sup>).

Bu çerçeveleri inşa etme ve bunları turizm bağlamına göre uyarlama potansiyeli mevcuttur. Turizm ziyareti ve mevsimsellik gibi turizme özgü önlemlerle birleştirildiğinde, refah göstergeleri turizm için bazı temel çevresel ve sosyal zorlukları anlamaya ve ele almaya yardımcı olabilir. Bu göstergeleri ulusal altı düzeyde daha da geliştirmek, popüler turizm destinasyonlarında turizmin sürdürülebilir gelişimini izlemek için fırsatlar sağlayabilir. İsveç'in OECD Better Life Index'i belediye düzeyinde yaşam kalitesini ölçmek için uyarlama deneyimi, Endeksin destinasyon düzeyinde turizmin sosyal etkisinin daha iyi anlaşılmasını sağlamak için nasıl uyarlanabileceğine dair dersler sağlayabilir.

Turizmin sürdürülebilirliğini ölçmek ve izlemek için güçlü bir baskı, birçok girişimin eş zamanlı olarak yürütülmesiyle sonuçlandı. Bu girişimler birlikte gündemi ilerletmeye katkıda bulunuyor. Ancak, bu çeşitli ve dinamik çalışma gövdesinde gezinmek, politika yapıcılar ve veri uygulayıcıları için farklı girişimlerin katkısını ve amacını anlamak ve sınırlı kaynakları maksimum etki için en iyi şekilde nereye odaklayacaklarını belirlemek açısından zorlayıcı olabilir. Tablo 3.1, turizmin sürdürülebilir gelişimini ölçmek ve izlemek için kullanılan farklı çerçevelerin ve bunlarla ilişkili kullanımların, faydaların ve zorlukların bir genel görünümünü ortaya koymaktadır.

**Tablo 3.1. Sürdürülebilir turizmin ölçülmesine yönelik çerçevelerde gezinme**

Çerçeve türü	Faydalar	Zorluklar	Örnekler
İstatistiksel çerçeve	Uluslararası olarak kabul görmüş yerleşik istatistiksel kavramlar Genellikle politik veya stratejik ölçekte mantıklıdır	Verilerde zaman gecikmesi, ayrıntı eksikliği, kaynaklar hesaplanması gerekir, belirli konular için mutlaka ilgili değildir	İstatistiksel Çerçeve – Sürdürülebilir Turizmi Ölçmek (SF-MST), Önerilen Metodolojik Çerçeve – Turizm Uydusu Hesabı (RMF:TSA)
Metodolojik çerçeve	İstatistiksel kavramlara bağlı yerleşik yöntemlerle uluslararası olarak karşılaştırılabilir	Belirli sorunlar için mutlaka geçerli olmayabilir	Uluslararası Turizm İstatistikleri Önerileri (IRTS)
Karşılaştırılabilir gösterge ayarlamak	Mevcut ve yerleşik verilere dayalı olarak uluslararası olarak karşılaştırılabilir (göstergeler birden fazla ülke için hesaplandığında)	Ayrıntılı bilgi eksikliği, belirli sorunlar için mutlaka geçerli olmayabilir	Dünya Ekonomik Forumu Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksi, Avrupa Turizm Gösterge Sistemi (ETIS), AB Turizm Gösterge Paneli
Hedeflenen Gösterge seti	Ülkeye özgü veya konuya, politikaya ve/veya stratejiye özel olarak hedeflenmiş	Kesinlikle değil uluslararası olarak karşılaştırılabilir, hatta olmayabilir bile bölgeler arasında karşılaştırılabilir	Sürdürülebilir Seyahat Finlandiya, UNWTO-JICA Projeler için Göstergeler Araç Seti

### ***Turizmin sürdürülebilirliğini izlemek ve kıyaslamak için uluslararası girişimler***

İlerlemeyi etkili bir şekilde ölçmek ve izlemek için göstergeleri belirlemek ve uygulamak zorlu olmuştur. Şu anda dengeli ve sürdürülebilir turizm gelişimini desteklemek için uluslararası olarak kabul görmüş bir gösterge seti bulunmamaktadır. Uluslararası ve ülke düzeyindeki mevcut ve devam eden son girişimlerden elde edilen deneyimlerden ve içgörülerden yararlanmak, politika yapımında göstergeler geliştirme ve kullanma çabalarını ilerletmek ve ülkeler arasında değerli karşılaştırma ve kıyaslama için bir temel sağlamak için bir fırsat sunmaktadır (BM Turizm, 2023<sup>[4]</sup>; Avrupa Komisyonu, 2022<sup>[7]</sup>; Avrupa Komisyonu, 2016<sup>[8]</sup>; ETC/ ULS, 2018<sup>[9]</sup>) (Ek 1: Tablo A.1).

Küresel düzeyde, SF-MST uluslararası göstergelerin temel bir setini türetmek için bir çerçeve sağlar, ancak şimdi belirli göstergeler ve bunların nasıl ölçüleceği konusunda daha fazla çalışma ve pratik rehberliğe ihtiyaç vardır. BM Turizmi, daha geniş MST girişiminin bir parçası olarak ilk gösterge setini önermiştir ve karşılaştırılabilir veri ve göstergelerin üretimini desteklemek için derleme rehberliğinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

Avrupa düzeyinde, turizme ilişkin istatistiklerin ve göstergelerin iyileştirilmesi, Turizm Gündemi 2030 ve AB Turizm Geçiş Yolu'nun temel bir ayağıdır ve kamu ve özel paydaşların taahhüt ve taahhütleri için en yaygın konudur (Avrupa Birliği Konseyi, 2022<sup>[10]</sup>; Avrupa Komisyonu, 2022<sup>[11]</sup>; Avrupa Komisyonu, 2023<sup>[12]</sup>). Bu gündemi ilerletmek için bir dizi girişim devam ediyor. Bunlar arasında, Eurostat'ın mevcut verilere dayanarak turizmin sürdürülebilirliğini ölçmek için bir dizi gösterge geliştirme ve uygulama çalışmaları, AB Turizm Panosu ve sürdürülebilirliği ölçmeye özel bir konuya sahip olan ve sonuçları önümüzdeki Paydaş Destek Platformu aracılığıyla tüm paydaşlarla paylaşılacak olan AB Turizmi İçin Birlikte (T4T) uzman grubunun çalışmaları yer alıyor.

Özel sektörde de, turizm işletmelerinin ve destinasyonlarının sürdürülebilirlik performans seviyelerini izlemelerine destek olmak için girişimler geliştirmek ve uygulamak, kriterlere uyumu ölçmede rehberlik sağlamak için performans göstergeleri sağlamak için çalışmalar ilerlemektedir. Örneğin, WTTC Seyahat ve Turizm'in Küresel Ayak İzi panosu, çevresel, sosyal, ekonomik ve SDG'lerin tüm sütunlarında göstergeler sağlar. Diğer örnekler arasında Dünya Ekonomik Forumu Seyahat ve Turizm Kalkınma Endeksi ve Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi'nin seyahat ve turizmde sürdürülebilirlik standartları (Kutu 3.2) yer almaktadır.

### Kutu 3.2. Son uluslararası sürdürülebilir turizm gösterge çerçeveleri – seçilmiş örnekler

Bu mevcut çerçeveleri geliştirme ve uygulama çalışmalarına dayanarak, gösterge geliştirme sürecini hızlandırma fırsatı sağlanır. Gösterge çerçeveleri üzerine mevcut uluslararası çalışmaların seçilmiş örnekleri aşağıda özetlenmiştir.

- **Avrupa Turizm Göstergeleri Sistemi**–Çerçeve, ek göstergelerle desteklenen 43 temel göstergeden oluşmaktadır. Avrupa turizm destinasyonlarının sürdürülebilirliğini ölçmek için tasarlanmış gönüllü bir araçtır (Avrupa Komisyonu, 2016<sup>[13]</sup>).
- **AB Turizm Panosu**–Pandemiye yanıt olarak geliştirilen Pano, yeşil ve dijital geçişleri ve turizm sektörünün sosyo-ekonomik dayanıklılığını teşvik etmek ve izlemek için tasarlanmış 19 gösterge ve 13 tanımlayıcı sunmaktadır. Göstergeleri hazırlamanın başlangıç noktası, tüm AB üye ülkelerinde mevcut olan verilerin belirlenmesi olmuştur (Avrupa Komisyonu, 2023<sup>[14]</sup>).
- **BM Turizm, turizmin sürdürülebilirliğini ölçmek ve izlemek için bir dizi gösterge önerisi**–SF-MST'yi hazırlama çalışmalarıyla bağlantılı olarak BM Turizmi, 4. aşamada 30 başlangıç göstergesinden oluşan bir set önerdi.<sup>inci</sup>Eylül 2023'te Turizmin Sürdürülebilirliğini Ölçme Uzman Grubu (BM Turizm, 2023)<sup>[15]</sup>.
- **Dünya Ekonomik Forumu Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksi**–Daha önce rekabet gücüne odaklanan Endeks, turizmin dayanıklılığını ve sürdürülebilir gelişimini izleme odaklı olarak revize edildi. 'Seyahat ve Turizm Sürdürülebilirliği'ne ayrılmış bir sütun, üç tema (çevresel sürdürülebilirlik, sosyoekonomik etki ve seyahat ve turizm talebi sürdürülebilirliği) genelinde 24 göstergeyi izliyor (WEF, 2024<sup>[16]</sup>).
- **Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi 'Seyahat ve Turizmin Küresel Ayak İzi' panosu**– turizm sektörünün küresel ekonomik, sosyal ve çevresel ayak izini 11 temel ölçü ve turizmle ilgili yedi SDG üzerinden tahmin eder. Araç, ülkeler ve uluslararası bölgeler arasında kıyaslama yapılmasına olanak tanırken, aynı zamanda ülkelerin kendi ilerlemelerini izlemelerine olanak sağlamak için mevcut olduğunda tarihsel veriler de sağlar (WTTC, 2024<sup>[17]</sup>).

Göstergeleri geliştirmek ve uygulamak için mevcut çalışma, yeni veriler ve göstergeler için çabaları geliştirmek ve hızlandırmak için bir platform sağlar. Mevcut uluslararası çerçevelerin analizi (Ek A), sürdürülebilir turizm etrafındaki tartışmanın evrimleşmesiyle birlikte ölçüm çerçevelerinin de evrimleştiğini göstermektedir. Çoğu çerçeve ve gösterge ekonomik, çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik temelleri etrafında yapılandırılmış olsa da, kapsanan göstergelerin kapsamı ve yelpazesinde önemli bir çeşitlilik vardır ve bu da uluslararası karşılaştırılabilirlik için zorluklar yaratır ve ayrıca destinasyonlardaki karar vericilerin (genellikle sınırlı kapasite ve kaynaklara sahip) hangi öncelikli konulara ve göstergelere odaklanıp toplayacaklarını anlamaları için zorluklar yaratır.

Genel olarak, çoğu çerçevede aşağıdaki ölçütler ve ilişkili göstergeler yer almaktadır:

- Ekonomik önlemler: örneğin mevsimsellik, ziyaretçi pazar payı, GSYİH payı, istihdam payı, ortalama harcama ve ortalama kalış süresi.

- Çevresel önlemler: örneğin su ve enerji tüketimi, hava ve sera gazı emisyonları, atık (su ve katı), çevre sertifikasyonu ve ulaşım şekli.
- Sosyal önlemler: örneğin; cinsiyet eşitliği, turistik yerlere erişilebilirlik, yerel toplumun memnuniyeti, turist memnuniyeti, kültür ve mirasın değerlendirilmesi.

Gösterge kümelerine bakarken önemli bir husus, bunların birbirine bağlı doğasıdır. Örneğin, yüksek sera gazı emisyonları yalnızca iklim değişikliğini hızlandırmakla kalmaz, aynı zamanda toplumların sağlığını da etkiler ve sonuç olarak çeşitli alanlarda ekonomik etkilere sahiptir.

### ***Sürdürülebilir planlama ve yönetim için göstergeler geliştirmeye yönelik ülke girişimleri***

Birçok ülkede, ülkelerindeki turizm politikası ihtiyaçlarına ve stratejik önceliklere daha iyi yanıt vermek için özel gösterge setleri ve veri araçları geliştirmek ve uygulamak için çalışmalar devam etmektedir. Bazı ülkelerde bu gösterge çerçeveleri bağımsız araçlardır; diğer ülkeler ise doğrudan ulusal turizm stratejilerine bağlı sürdürülebilir turizm izleme çerçeveleri oluşturmuştur. Uluslararası gösterge çerçeveleri, sürdürülebilir turizm gelişimini ölçmek için sağlam bir gösterge seti sağlarken, ulusal politika önceliklerini desteklemek ve ilerlemeyi izlemek için özgüllükten yoksun olabilir. Göstergelerin uygun mekansal ve zamansal ölçekte ölçülmesi ve izlenmesi gerekir. Karar vericiler için etkili olmak için temel politika konularına bağlanmaları gerekir ve yalnızca bunları ölçmek için veri mevcut olduğunda değerlidirler.

Birçok ülke girişimi, çeşitli uluslararası çerçevelerde halihazırda oluşturulmuş çalışmalardan yararlanır. Örneğin, Portekiz'deki Sürdürülebilir Turizm Gösterge Sistemi temel olarak Avrupa Turizm Gösterge Sistemi'ne (ETIS) dayanmaktadır. 43 ekonomik, sosyal ve çevresel gösterge, Portekiz'in 2027 Turizm Stratejisi'ndeki somut hedeflerle bağlantılıdır ve mevsimsellik, ekonomik faydalar, istihdam, erişilebilirlik, baskı, turist memnuniyeti, yerel memnuniyet, çevre yönetimi, enerji yönetimi, su yönetimi ve katı atık yönetimi dahil olmak üzere 11 tematik alanı kapsamaktadır (Kutu 3.6).

Kolombiya Ulusal Turizm Bilgi Sistemi, turizm mevsimselliği, istihdam, ekonomik faydalar ve çevresel etkiler gibi alanlara odaklanan kapsamlı bir gösterge seti benimser. Önlemler, şu anda küresel olarak 40'tan fazla aktif Gözlemevi sayan BM Turizminin Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Gözlemevleri Ağı (INSTO) girişimi tarafından gerekli görülen uluslararası standartlar ve yönergelerle genel olarak uyumludur ve Kolombiya ek veri, araç ve göstergelerin geliştirilmesini araştırmaktadır.

Visit Finland'ın Sürdürülebilir Seyahat Finlandiya girişiminin bir parçası olarak, turizmin sürdürülebilirliğine görünürlük sağlamak için ulusal sürdürülebilir turizm programı ve sertifikasyon şemasından iş, bölgesel ve ulusal düzeyde veri sağlayan göstergeler oluşturulmuştur. Bu göstergelerin bir sonraki turizm stratejisinin (Kutu 3.3) geliştirilmesi ve uygulanmasının değerlendirilmesine ve bilgilendirilmesine yardımcı olması amaçlanmaktadır. Kosta Rika, ulusal Sosyal İlerleme Endeksi'nde yüksek turizm faaliyeti olan bölgelerin performansını değerlendirmek için yedi turizm sürdürülebilirlik endeksine (30 gösterge) sahiptir. Portekiz, turizm işletmelerinin çevresel, sosyal ve yönetim performanslarına ilişkin verileri raporladığı Turizm Şirketleri 360° Girişiminden mikro verilerden yararlanarak, turist faaliyetinin farklı segmentleri için uygun kamu politikalarını daha iyi anlamak ve tasarlamak için kullanmaktadır.

Turizm karar alma süreçlerini bilgilendirmek için ilgili göstergeleri kullanarak veri boşluklarını belirlemek ve ele almak gerekir. İsviçre'de, sürdürülebilirlik göstergelerinin pilot çerçevesi, SF-MST ile uyumlu olarak çevresel ve sosyal göstergeleri TSA'dan gelen ekonomik göstergelerle birleştirmeyi amaçlamaktadır. Ekonomik boyutlar, brüt katma değer (GVA) ve istihdamı içerirken, çevresel faktörler turizmle ilgili sektörlerdeki enerji kullanımını ve hava emisyonlarını dikkate alır. Sosyal boyut, veriler mevcut oldukça bir sonraki döngüye dahil edilecektir. Yeni Zelanda'nın Sürdürülebilir Turizm Gezgini, sürdürülebilir turizmin beş ayağında 109 önlem belirlemiştir. Ancak, şu anda bu önlemlerden yalnızca 54'ü için veri mevcuttur ve yeni verileri derlemek için çalışmalar devam etmektedir (Kutu 3.4).

### Kutu 3.3. Finlandiya'da sürdürülebilir turizm programı aracılığıyla kanıt oluşturma

Visit Finland, Finlandiya'daki seyahat şirketleri ve bölgeleri için Sürdürülebilir Seyahat Finlandiya (STF) programını geliştirdi. Programın bir parçası olarak, şirket, bölgesel ve ulusal düzeyde turizm verileri sağlayan sürdürülebilir turizm için ulusal göstergeler geliştirildi. Gelecekte, bu göstergeler ulusal turizm stratejisinin ve eylemlerinin hedef belirlemesini değerlendirmeye ve geliştirmeye yardımcı olacaktır. Göstergeler, sürdürülebilir turizm sertifikasyon şemasının bir parçası olarak işletmelerden toplanan verilerden çıkarılmıştır. Bu verileri paylaşmak ve turizm sektörü ve ötesinde görünür kılmak için yeni raporlama araçları eklenmiştir. Bu ayrıca sektörü ortak hedeflere ulaşmak için daha sürdürülebilir seçimler yapmaya motive etmek için bir fırsat görevi görmektedir. Göstergeler, işletmelerden, bölgelerden, ziyaretçi ve yerleşik anketlerinden ve İstatistik Finlandiya'dan toplanan verilere dayanarak derlenmiştir. Dört boyut boyunca yapılandırılmıştır:

- Destinasyon yönetimi: Örneğin, STF programına katılan turizm şirketlerinin sayısı, destinasyon sakinlerinin ikamet ettikleri yerdeki turizmin etkisinden memnuniyet oranı.
- Ekonomik değer: örneğin sürdürülebilir turizmle ilgili eğitim ve öğretim kurslarının sayısı, mevsimlik işçilerin payı.
- Sosyal ve kültürel etki: örneğin, çok dilli iletişime sahip şirket sayısı, hareket kabiliyeti kısıtlı kişilere hizmet sağlayan işletmelerin payı, LGBTQ+ topluluğuna hizmet sağlayan şirketlerin oranı.
- Çevresel etki: örneğin, karbon ayak izini ölçen şirketlerin oranı, iklim değişikliği azaltma önlemlerine aktif olarak katılan şirketlerin oranı.

Programın eylemlerine ve göstergelerine yönelik ilerlemeyi izlemek ve şeffaf bir şekilde iletmek için Visit Finland, Mayıs 2023'te ilk yıllık raporu Sürdürülebilir Turizmin Durumu'nu yayınladı ve ikinci baskısı Haziran 2024'te yayınlandı. Visit Finland, sonuçlara dayanarak hangi göstergelerin daha iddialı eşiklere ihtiyaç duyabileceğini değerlendiriyor, örneğin yerel biyoçeşitliliğin korunmasını, muhafazasını ve sürdürülmesini aktif olarak destekleyen şirketlerin payı, 2022'de %67'den, daha iddialı hedef belirlemenin ardından 2023'te %41'e düştü. Ayrıca sektörün hangi konularda daha fazla desteğe ihtiyaç duyabileceğini de gösteriyor. 2022 verileri, turizm işletmelerinin yalnızca %27'sinin karbon ayak izlerini ölçtüğünü gösterdi. Daha fazla farkındalık, yetkinlik oluşturma ve içerik eklendi ve karbon ayak izlerini ölçen işletme sayısının 2023'te %49'a çıkmasını sağladı.

Sürdürülebilir turizm gelişimi için kanıt tabanını güçlendirmek amacıyla Brezilya, SDG'lerin başarılmasına katkıda bulunan toplum temelli turizmle bağlantılı 32 gösterge seti geliştirdi. Set, turizm hizmetleri ve ürünleri alanında yeterlilik için topluluklara sunulan ücretsiz eğitim kurslarının sayısını, yaratıcı ekonomi teşvik programlarının sayısını ve topluluk üyeleri için konaklama tesislerinde sunulan yatak sayısını izlemek de dahil olmak üzere ilerleme sağlamak için tasarlanmış girişimleri, eylemleri ve yatırımları vurgular. Sosyo-ekonomik yönler kültürel ve çevresel faktörlerle yakından etkileşime girdiğinden, Brezilya toplulukları için çevre eğitimini ve doğal ve/veya kültürel özelliklerin turizm hizmetleri ve ürünlerine entegrasyonunu ölçmeyi amaçlamaktadır.

Uzman çalışma grupları, veri boşluklarını ele alma ve işbirlikçi bir şekilde göstergeler oluşturma fırsatı sunar. Hollanda'da, kanıta dayalı karar almayı desteklemek için bir Ulusal Veri İttifakı oluşturulmuştur. İttifak, SDG'leri ve sürdürülebilir turizm göstergelerini ölçmek için uluslararası gelişmeleri takip eder ve ayrıca Hollanda'ya ve Hollanda içinde seyahatle ilişkili karbon ayak izi de dahil olmak üzere turizmin sosyal ve çevresel etkisini değerlendirmek için yeni göstergeler geliştirmektedir.

Avustralya'da, Endüstri Veri ve Uzman Analizi (IDEA) Çalışma Grubu, Ziyaretçi Ekonomisi için Uzunlamasına Göstergeler (LIVE) çerçevesi de dahil olmak üzere dört veri ve araştırma projesi başlattı. LIVE çerçevesi, sosyal, çevresel ve ekonomik ölçümleri kapsayan ziyaretçi ekonomisi için bir dizi öncü ve geride kalan ilerleme göstergesi olacak.

### **Kutu 3.4. Yeni Zelanda'da Sürdürülebilir Turizm Gezginini Geliştirilmesi**

Yeni Zelanda'nın Sürdürülebilir Turizm Gezginini, hükümet, özel sektör ve eğitim sektörünün birlikte çalışmasıyla geliştirildi. Süreç, 2018'de mevcut önlemlerin Yeni Zelanda Turizm Stratejisi, Yaşam Standartları Çerçevesi ve BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile karşılaştırılmasıyla başladı. Amaç, izleyicinin bilimsel güvenilirliği, eksiksizliği ve devam eden ekonomik uygulanabilirliğini dengelemek ve Gezginin hedef kitle için iyi çalışmasını sağlamaktır.

Girişim, çevre, uluslararası ve yerel ziyaretçiler, ekonomi, Yeni Zelandalılar ve topluluklarımız ve bölgelerimiz dahil olmak üzere sürdürülebilir turizmin beş ayağında 109 önlem belirledi. Veriler şu anda yalnızca bu önlemlerden 54'ü için mevcut olup atık yönetimi, kültürel mirasın korunması, turizme yönelik toplum tutumları ve bölgesel düzeyde kaynak yönetimi ve (sürdürülebilir) ulaşım için altyapı yatırımı dahil olmak üzere yeni verilerin derlenmesi için devam eden çalışmalar gerekiyor.

Yeni Zelanda Hükümeti, sektör genelinde veri paylaşımını iyileştirmek ve sürdürülebilir turizm etkilerini daha iyi ölçmek için temel veri kümeleri oluşturmak ve geliştirmek amacıyla özel sektörle ortaklık kurdu. Resmi veri paylaşım anlaşmaları, yeni bilgi yönetim sistemleri ve yeni dijital altyapı uygulandı ve sistemleri geliştirmek için gereken becerileri sağlamak üzere kapasite oluşturma çalışmaları yapıldı. Explorer'ın, özellikle kullanımını kolaylaştırmak ve veri boşluklarını doldurmak için daha fazla geliştirmeye ihtiyacı var.

### **Sürdürülebilir turizme yönelik politikaların ve ilerlemenin bilgilendirilmesi ve değerlendirilmesi**

Göstergeleri politika konularıyla daha iyi uyumlu hale getirmek ve politika yapımcıların ve karar vericilerin bilgilendirilmiş, kanıta dayalı kararlar almak için gereken bilgilere erişme ve kullanma kapasitesini oluşturmak için daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır. Sürdürülebilir turizm için gösterge çerçevelerinin politika etkisine ilişkin yakın zamanda yapılan bir inceleme, mevcut sürdürülebilir turizm çerçevelerinin göstergelerin kendilerine ve sürdürülebilir turizm için farkındalığı artırmaya odaklandığını ve politika sonuçlarıyla daha az uyumlu olduğunu buldu (Miller ve Torres-Delgado, 2023<sup>[18]</sup>). Bu, göstergelerin politika amacından başlamak yerine mevcut verilerle tanımlanması eğiliminden kaynaklanıyor olabilir. Bu, bireysel göstergelerin ve ölçümlerin ötesinde kullanıcı odaklı bir sonuç yaklaşımına doğru bir kaymayı gerektirir.

Son kullanıcı odaklı güçlü bir politika perspektifi, mevcut verileri politika sorunlarıyla daha iyi eşleştirmeye ve ele alınması gereken öncelikli veri boşluklarını belirlemeye yardımcı olabilir. Bu, önlemlerin destinasyonlar için özel ve anlamlı olmasını sağlamaya yardımcı olacaktır. Değişim için gereken öncelikli eylemlere odaklanmak, daha sürdürülebilir turizm modellerine geçişi hızlandırmaya yardımcı olabilir.

Tüm destinasyonlar için turizm sürdürülebilirliğinin tüm yönlerini anlamlı bir şekilde izlemek için tek bir ölçü veya ölçü seti, muhtemelen birçok destinasyonun farklı sorunlarla karşılaşması nedeniyle tüm ülkeler için geçerli olmayan önemli sayıda gösterge içerecektir. Ortak bir kararlaştırılmış gösterge seti geliştirme çalışmalarından elde edilen deneyim ve kanıtlar, turizmin karmaşık yapısı ve üretilen çok çeşitli etkiler nedeniyle bunu desteklemektedir. Ülkelerin karşılaştığı temel sürdürülebilirlik zorluklarına karşı uluslararası karşılaştırma ve kıyaslama olanağı sağlayan sağlam bir veri setini hedefleyen daha küçük bir temel gösterge setine odaklanmak, bir ülkenin veya destinasyonun stratejik hedeflerine, politika ihtiyaçlarına ve kaynaklarına göre uyarlanmış bir dizi göstergeyle desteklendiğinde daha verimli bir yaklaşım olabilir.

Politika sürecini, bağlamı ve hedefleri anlamak, kanıtların karar vericilerin ihtiyaçlarına göre uyarlanmasını sağlamaya yardımcı olabilir. Politika yapımcılar ve diğer kullanıcıların en baştan dahil edilmesi ve süreç boyunca sürekli olarak danışılması gerekir. Bu, OECD ve Avrupa Komisyonu tarafından düzenlenen Turizm Veri Paylaşımı, Entegrasyonu ve Yönetimi konulu son Çalıştay'da net bir genel mesajdı. Ortaya çıkan bir diğer önemli mesaj, her şeyi ölçmeye çalışmaktansa doğru şeyleri iyi ölçmenin daha iyi olduğuydu.

Kapasite ve kaynak kısıtlamaları, hedeflerin verileri tutarlı bir şekilde geliştirme ve izleme veya hatta yeni ve mevcut veri kaynaklarının potansiyelini baştan keşfetme yeteneğini engellemeye devam ediyor. Politika hedeflerini ve karar alma için gerekli önlemleri, gerekli verilerin ayrıntınlığı ve zamanlaması dahil olmak üzere anlamak, veri kümesinin mevcut kaynaklara göre genişletilmesi ve daraltılması için önceliklendirilmesini mümkün kılar. Bu, uygun ölçüm çerçevelerini anlayarak ve kullanarak da sağlanabilir.

### Sürdürülebilir turizmi teşvik etmek için politika önceliklerini ele almak

Turizm stratejileri, sürdürülebilir kalkınmayı yönlendirmek ve turizm için en uygun işletme modelini tanımlamak için iyi bir temel sağlamak üzere uzun vadeli vizyonlar ortaya koyar. Ancak, sürdürülebilirliğin bireysel bir ülke veya varış noktası için ne anlama geldiğini anlamak ve temel sürdürülebilirlik önceliklerini ve bunları ele almak için somut eylemleri doğru bir şekilde tanımlamak, daha fazla çalışmanın gerekli olduğu bir alandır.

Ülkeler ulusal stratejilerin ötesinde, çeşitli temel sürdürülebilirlik konularında girişimlere öncelik veriyor. Daha sürdürülebilir bir turizm modeli oluşturmak için neyin gerekli olduğunu daha somut bir şekilde anlamak için kullanılacak öncelikler veya konular bunlardır. OECD üye ve ortak ülkelerine yönelik bir ankete yanıt olarak sağlanan öncelikli turizm sürdürülebilirliği konularının analizi, on ortak konuyu ortaya koydu:

- **Kabul ve dahil etme:** Turizm, insanlara yeni kültürler ve yaşam biçimleri deneyimleme fırsatı sunar. Destinasyonların ve işletmelerin hem çalışanlar hem de ziyaretçiler için kapsayıcı bir ortam yaratmaya muktedir ve istekli olmasını sağlamak (örneğin cinsiyet, etnik köken, erişilebilirlik ihtiyaçları), ekonomik ve sosyal faydaları teşvik edebilir.
- **Biyçeşitlilik:** Doğal çevre turistler için önemli bir cazibe merkezi olmaya devam ediyor, ancak turizmden de etkileniyor. Turizmin biyolojik çeşitlilik üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak ekosistem istikrarına katkıda bulunacak, iklim değişikliğine karşı dayanıklılığın oluşturulmasına yardımcı olacak, insan sağlığına katkıda bulunacak ve doğal cazibe merkezlerinin ömrünü uzatacaktır.
- **Dairesel ekonomi:** Turizm faaliyetleri önemli kirlilik ve atık üretir. Turizmde dairesellik ilkelerinin daha fazla benimsenmesi atık ve kirliliği azaltmaya yardımcı olabilir ve hem çevre hem de ekonomi üzerinde olumlu etkilere sahip olabilir.
- **Topluluk ve ziyaretçi duygusu:** Yerel topluluklar genellikle turizmden faydalanırlar, ancak aynı zamanda turizmin olumsuz etkileriyle de uğraşırlar. Yerel toplulukların turizm planlama sürecine dahil edilmesini sağlamak, yerel kabulü ve ziyaretçiler için deneyimi iyileştirmeye yardımcı olabilir ve hem sosyal hem de ekonomik faktörleri olumlu yönde etkileyebilir.
- **Ulaşımın karbonsuzlaştırılması:** Turizm insanların hareketine dayanır. Sürdürülebilir havacılık yakıtlarının geliştirilmesi ve toplu taşıma ve 'yumuşak mobilite' seçeneklerinin kullanımının artırılması yoluyla ulaşımın çevresel etkisinin azaltılması karbon emisyonlarının azaltılmasına yardımcı olabilir.
- **Dijitalleşme:** Ekonomimizin ve toplumumuzun her ekosisteminde olduğu gibi, dijitalleşme turizmi de etkiliyor ve dönüştürüyor (Avrupa Komisyonu, 2021)<sup>[19]</sup> İşletmeler ve ziyaretçiler için dijital araçlar, karar alma süreçlerinde yeni veri ve kanıt biçimleri sağlamanın yanı sıra üretkenliği ve memnuniyeti artırmaya yardımcı olabilir.

- **Şoklara dayanıklılık:** Doğal ve fiziksel afetler de dahil olmak üzere şokların daha sık hale gelmesi bekleniyor. Sürdürülebilir büyümeyi sürdürmek için turizm sektörü bu şokların etkisini en aza indirmeli ve daha güçlü bir şekilde yeniden inşa etmelidir. Artan dayanıklılık istikrar sağlayabilir ve turizmin ekonomik ve sosyal faydalarını iyileştirebilir.
- **Turizm yoğunluğu:** Destinasyonlar genellikle turizmdeki hem mekansal hem de zamansal zirvelere bağımlıdır. Turistleri farklı yerlere dağıtmak ve turizm sezonunu omuz dönemlerini de kapsayacak şekilde yaymak, ekonomik faydaları artırırken zirve sezonların toplum ve çevre üzerindeki etkisini azaltabilir. Bir destinasyondaki mevcut altyapıyı iyileştirmek gibi diğer müdahaleler de bir destinasyonun ziyaretçi akışlarını yönetme kapasitesini etkiler.
- **Turizm işgücü:** Bir hizmet sektörü olarak turizm, iş gücü tarafından yönlendirilir. Turizm sektörünün adil ve insana yakışır işler sağlamasını sağlamak ve sosyal, yeşil ve dijital becerileri artırmaya yardımcı olmak, yerel halkın yaşamlarını iyileştirmenin yanı sıra ekonomik faydalar da sağlayabilir.
- **Turist davranışları:** Turizmin etkisi yalnızca sayılara değil, aynı zamanda turizmin gerçekleştiği mekansal bağlama ve turistlerin davranış biçimlerine de dayanır. Turist davranışlarını anlamak ve turistlerin daha sürdürülebilir seçimler yapmasını kolaylaştırmak çevresel, sosyal ve ekonomik faydalar sağlayabilir.

Bu sorunlar destinasyonlar arasında farklılık gösterir ve hepsinin aynı anda veya aynı yoğunlukta ele alınması gerekmediğinden değerlendirilmeye devam edilmelidir. Örneğin, kıyı turizmüne bağımlı destinasyonlar su kalitesi ve biyolojik çeşitlilik gibi konuları daha fazla dikkate alırken, ada ve uzun mesafeli destinasyonlar ulaşımın karbondan arındırılması ihtiyacını belirler. Ancak, mevsimsellik, ziyaretçilerin daha az ziyaret edilen bölgelere mekansal dağılımı ve ziyaretçilerin topluluklar ve doğal çevre üzerindeki etkisi gibi birkaç sorun da destinasyonlar arasında yaygındır. Tablo 3.2, yanıt veren ülkeye göre önceliklerin bir dökümünü sunmaktadır. Yeni politikalar ve programlar uygulanarak bu sorunların çoğunu ele almak için çalışmalar çoktan başlamıştır ve yeni öğrenme fırsatları sağlayabilir.

**Tablo 3.2. OECD üye ve ortak ülkeleri tarafından belirlenen öncelikli turizm sürdürülebilirliği konuları**

Temel sürdürülebilirlik sorunları belirlendi	Ülkeleri tanımlama
Kabul ve katılım	Avustralya, Brezilya, Kanada, Finlandiya, Japonya, Lüksemburg, Romanya
Biy çeşitlilik	Avustralya, Avusturya, Almanya, Litvanya, Peru, Polonya, Slovenya
Dairesel ekonomi	Avusturya, Brezilya, Çekya, Almanya, Yunanistan, İtalya, Japonya, Malta, Peru, Polonya, Romanya, Slovenya, İsveç, İsviçre, Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri
Topluluk ve ziyaretçi duygusu	Avustralya, Avusturya, Çekya, Fransa, İzlanda, İtalya, Japonya, Lüksemburg, Malta, Romanya, İsveç
Taşımacılığın karbondan arındırılması	Avustralya, Brezilya, Kanada, Finlandiya, Fransa, Almanya, İzlanda, İtalya, Litvanya, Yeni Zelanda, Peru, Slovenya, İsveç, İsviçre, Türkiye
Dijitalleşme	Kosta Rika, Estonya, Almanya, Yunanistan, Letonya, Lüksemburg, Türkiye
Şoklara dayanıklılık	Avustralya, Brezilya, Kanada, Kosta Rika, Fransa, Yunanistan, Amerika Birleşik Devletleri
Turizm yoğunluğu	Avusturya, Brezilya, Çek Cumhuriyeti, Yunanistan, İzlanda, İtalya, Japonya, Litvanya, Lüksemburg, Malta, Yeni Zelanda, Polonya, Romanya, Slovenya, İsviçre, Türkiye, Birleşik Krallık
Turizm işgücü	Avustralya, Avusturya, Kanada, Kosta Rika, Estonya, Finlandiya, Almanya, Yunanistan, İzlanda, Yeni Zelanda, İsveç, İsviçre
Turist davranışları	Avustralya, Japonya, Litvanya, Polonya, İsviçre

Kaynak: OECD ülke anketi.

## Turizm karar alma süreçlerinde kanıt tabanının güçlendirilmesi

Hedeflenen ve anlamlı politika eylemleri, sürdürülebilir turizm gelişimi ve yönetimi için kanıt tabanı sağlamak üzere göstergeler, araçlar ve ölçütler geliştirmeye yönelik stratejik bir yaklaşım gerektirir. Mevcut verilerin önemli alt-yukarı analizini, politikayı dikkate alan yukarıdan aşağı bir yaklaşımla birleştirmek

öncelikler ve niyet, önlemlerin hem ulaşılabilir hem de varış noktasında anlamlı olmasını sağlamaya yardımcı olabilir. Bu entegre, politika odaklı yaklaşım, göstergelerin karar almaya bilgi verecek şekilde uyarlanmasını sağlayabilirken, hedefleri, eşikleri ve temel performans göstergelerini uygulamak, politika çabalarının etkinliğini değerlendirmeye ve sektöre somut hedefler sağlamaya yardımcı olabilir.

Mevcut verilerin turizmin sürdürülebilirliğini ölçme ve izleme potansiyelini anlamak için önemli çalışmalar yürütülmüştür, ancak veri boşlukları hala devam etmektedir. Mevcut çalışmalara dayanarak, özellikle dijital geçişle yaratılan verileri kullanarak bu boşlukları gidermek ve kanıta dayalı politika yapımını mümkün kılmak için yeni veri kaynakları ve ürünleri belirleme fırsatları vardır.

Turizm politikasının geliştirilmesine yönelik işbirlikçi yaklaşımlar, kamu ve özel sektör arasında veri paylaşımı için yeni fırsatlar yaratabilirken, karar vericilerin turizm verilerini, sınırlamaları da dahil olmak üzere, daha iyi anlama kapasitelerini de artırabilir.

### ***Sürdürülebilir turizm politikası için göstergelerin değerlendirilmesi, seçilmesi ve uygulanması***

İyi tasarlanmış göstergeler, turizmin sürdürülebilir gelişimini destekleyen hedefli ve etkili politikaların geliştirilmesini destekleyebilir. Bu göstergeler, turizm geliştirme ve yönetim kararlarını bilgilendirmek ve sürdürülebilir sonuçlar elde etmedeki ilerlemeyi izlemek için güvenilir, zamanında ve tutarlı olmalıdır. En azından başlangıçta, belirli politika önceliklerine yanıt veren ve genellikle sınırlı kaynakların kısıtlamaları dahilinde gerekli politika gerekliliklerine odaklanan sınırlı bir pratik ve ulaşılabilir gösterge kümesine odaklanmanın avantajları vardır.

Turizmin sürdürülebilirliğini izleyen göstergeleri geliştirme ve uygulama konusunda oldukça ileri olan ülkeler, genel olarak hükümetin tüm kademelerinden politika yapıcılar ve veri profesyonelleriyle ve özel sektör, akademi ve yerel topluluklardan diğer ilgili aktörlerle yakın bir şekilde çalışmışlardır. Bu katılımcı yaklaşım, göstergeleri seçme ve kabul etme sürecinin aktörleri ortak bir hedef etrafında harekete geçirmede önemli bir rol oynayabileceğini ve göstergeleri başarılı bir şekilde uygulama ve kullanma kapasitesi oluşturmaya yardımcı olabileceğini kabul eder. Ayrıca göstergeleri politika döngüsüne yerleştirmeye, paylaşılan bir vizyon oluşturmaya ve gelişmiş politika tutarlılığına katkıda bulunmaya yardımcı olabilir.

Plan T - Turizm Ana Planı kapsamında Avusturya, kullanılabilirlik, zamanında olma, uygulanabilirlik ve süreklilik ile ilgili veri kriterlerine dayalı bir dizi gösterge tasarladı. İlk gösterge listesi, veri, turizm ve bilim alanlarında uzmanlardan oluşan bir çalışma grubu kullanılarak 26'lık kısa bir listeye daraltıldı. Son bir danışma ve analiz turu, düzenli olarak gözden geçirilen ve şu anda 14 göstergenin kullanıldığı 12 göstergelik nihai bir listeye sonuçlandı (Kutu 3.5). Benzer şekilde, Yeni Zelanda'nın Sürdürülebilir Turizm Gezginini, Yeni Zelanda Hükümeti'nin süreçte bir yöneticilik rolü üstlenmesiyle işbirlikçi bir süreç geliştirildi (Kutu 3.4).

Bu tür katılımcı yaklaşımlar, turizm topluluğunun politika sorununu tanımlamak, mevcut ve olası veri kaynaklarını değerlendirmek ve uygun bir ölçü geliştirmek için birlikte çalışması için bir fırsat sağlar. Süreç, gösterge setinin ötesinde bir değere sahip olabilir ve sorunlar hakkında farklı bakış açılarından ve başkalarının düşünmesinden artan bilgiyle sonuçlanabilir. Ayrıca, gösterge derleyicileri ve politika yapıcılarının son kullanıcılar olarak verileri ve ilişkili zorlukları ve sınırlamaları öğrenmeleri için bir kapasite geliştirme egzersizi olarak da işlev görebilir. Dahası, ileride daha iyi iş birliği eylemleri için temel oluşturabilir (UNEP, 2015<sup>[20]</sup>).

İşbirlikçi süreçler, göstergelerin politika yapıcılarının ihtiyaçlarına göre uyarlanmasını sağlamaya yardımcı olur ve göstergeleri uygulamak ve kullanmak için gereken katılımı ve sahipliği yaratır. Bu da göstergelerin uzun ömürlülüğünü artırmaya yardımcı olur ve kullanıcılar için ek veri bağlamı sağlar. Bu süreç ayrıca mevcut verileri iyileştirmeye de yardımcı olabilir. Örneğin, temel turizm göstergelerini belirlemenin yanı sıra, Avustralya'nın Endüstri Veri ve Uzman Analizi Çalışma Grubu, belirlenen metrikler için veri toplama yöntemlerini belirlemek ve iyileştirmek için önerilerde bulunmakla görevlendirildi.

### Kutu 3.5. Avusturya'da sürdürülebilir turizm gelişiminin izlenmesi ve yönlendirilmesi

Avusturya, Plan T – Turizm Ana Planı kapsamında sürdürülebilirliğin ekonomik, çevresel ve sosyal boyutlarını göz önünde bulundurarak bir dizi temel göstergede geliştirmiştir. Göstergeler, çok paydaşlı bir danışma süreciyle seçilmiştir ve değişen koşullara uyum sağlamak için sürekli olarak geliştirilmektedir ve şunları içerir:

- Turist gelişleri ve geceleme sayıları, harcamalar, GSYİH, istihdam verileri TSA'dan temin edilebilir.
- Fiyatlarda rekabet gücü.
- Avusturya Turizm Geliştirme Bankası'ndan alınan mevcut oda başına gelir ve hayali borç ödeme dönemi.
- İstatistik Avusturya'ya göre gastronomi ve konaklamada yenilenebilir enerji kaynaklarının payı; temel turizm sektörlerinde enerji tüketimi.
- T-MONA misafir anketi ile ulaşılabilen misafir memnuniyeti.
- Yerel halkın turizme karşı tutumu/turizmi kabullenmesi.
- Avusturya Eko-etiketi ile sertifikalandırılmış işletme ve destinasyon sayısı.

Göstergeler seti, Avusturya'nın ulusal, bölgesel, destinasyon ve işletme düzeyinde sürdürülebilir turizm gelişimine ilişkin ilerlemeyi izlemek ve yürürlüğe koymak için uyguladığı bütünsel yaklaşımın bir parçasıdır ve şunları da içerir:

- İki turizm bölgesinde Bölgesel Bilgi ve İzleme Sistemleri üzerine yürütülen pilot projenin ardından, 2024'ün ilk yarısında herkesin erişimine açık yeni bir gösterge paneli yayınlanacak. Ziyaretçi ve işletme sayılarından işgücü piyasası, hareketlilik ve çevresel verilere kadar uzanan bölgesel verileri (30 temel göstergede) içeren, turizm paydaşları için de sürekli bir gözlem ve yönetim aracıdır.
- Yönetim, sosyoekonomik etki, çevre koruma, hareketlilik ve kültür ile ilgili değerlendirme kriterlerine dayalı destinasyonlar için Avusturya eko-etiketi.
- ESG Veri Merkezi, işletmelerin ESG temel performans verilerini raporlamasına ve erişmesine olanak tanıyan dokuz turizme özgü göstergeler sunarak finansmana ve fonlamaya erişimi kolaylaştırmayı ve sürdürülebilirliği ilerletmek için özel sektörün temel rolünü hızlandırmayı amaçlamaktadır.
- Avusturya yerleşik halkının turizm kabulü hakkında ulusal düzeyde uygulanan ve yasal olarak turizm talebi ve kabul istatistikleri düzenlemesine dayanan üç aylık anketler. Turizm kabulü anketi, mevcut seyahat davranışı anketinin bir parçası olarak yürütüldüğünden, hem içerik hem de kaynaklar açısından sinerji etkileri elde edilebilir. Anket, 2024'ün ilk referans çeyreğiyle başladı. Kabul istatistiklerinin devam eden derlemesi, turizmin algılanan etkilerini kaydetmeyi, nüfusun turizm olgusuna yönelik tutumunun bütünsel bir resmini sağlamayı ve uzun vadede gelişimi izlemeyi amaçlamaktadır.

Sürdürülebilir turizm politikalarını geliştirmek ve izlemek için kullanılan göstergeler ve kanıtlar, zaman içinde öncelikli sorunları ele almak için gözden geçirilmeye ve güncellenmeye devam etmelidir. Sürdürülebilirlik uygulamaları ve veri kullanılabilirliği geliştikçe, göstergeler de gelişmelidir. Bu yalnızca göstergeler eklemek anlamına gelmez, aynı zamanda mevcut göstergelerden hangilerinin hala geçerli olduğunu veya kaldırılması gerektiğini de dikkate almak anlamına gelir.

Politika bağlamını ve ölçülecek doğru seviyeyi anlamak, karar alma için doğru göstergeleri belirlemede ve geliştirmede önemli bir rol oynar. Sadece ulusal ve bölgesel düzeydeki girişimlere odaklanmak, uluslararası düzeyde ele alınması gereken bazı daha geniş küresel sürdürülebilirlik sorunlarının (örneğin uluslararası havacılık) göz ardı edilmesine yol açabilir. OECD Hava Taşımacılığı Veritabanı CO gibi girişimler 186 ülkeye ait yurtiçi ve yurtdışı havacılık verilerini (yolcu ve yük uçuşları) içeren Emisyonlar

lkeler ve hem bölgesel hem de ikamet yaklaşımı için SEEA muhasebe erevesi içinde uygun olup, hava taşımacılığından kaynaklanan emisyonların tamamlayıcı ve karşılaştırılabilir bir Şekilde daha iyi izlenmesine yardımcı olabilir (OECD, 2023<sup>[21]</sup>).

### ***İlerlemeyi izlemek için araçlar ve ölçümler geliştirmek***

Göstergeler ve veri noktalarının anlamlı ve yararlı olması için bağlam içinde ele alınması gerekir. Bu, politika yapıcıların turizm destinasyonlarının sürdürülebilir gelişmelerin istenen sonucuna doğru mu yoksa ondan mı uzaklaştığını izlemelerini sağlamak için göstergeler için hedefler benimsemenin önemini vurgular (Miller ve Torres-Delgado, 2023<sup>[18]</sup>). Hedefler, eşikler ve ulusal ve alt ulusal düzeydeki ilerleme gibi kanıtların paylaşılması (rneğin evrimii merkezler ve gösterge panelleri aracılığıyla), turizm politikasını ve iş karar alma süreçlerini bilgilendirmeye ve sürdürülebilir kalkınmayı ve faydalarını daha somut hale getirmeye yardımcı olabilir.

Sürdürülebilir turizm önlemleri için hedefler, ulusal, alt ulusal ve yerel olmak üzere bireysel turizm destinasyonlarının farklı bağlamlarına göre değişecektir ve her önlem için özel ihtiyaçları veya uygun eşikleri dikkate alacaktır. Uygun eşiği belirlemek karmaşıktır ve statik değildir. Ancak, nlemin hangi yönde hareket etmesi gerektiğini anlamak olumlu bir başlangıçtır. Bu bağlamı sağlamak, karar vericilerin istenen sonuca doğru ilerlemeyi izlemelerine ve politikaların ve programların etkinliğini değerlendirmelerine yardımcı olabilir.

Sürdürülebilirlik birçok ülkede ulusal ve alt ulusal turizm stratejileri ve planlarında giderek daha fazla ana akıma girerken, bu stratejilerde ve planlarda ortaya konulan hedefler ve temel performans göstergeleri hala tipik olarak ekonomik önlemlere odaklanmaktadır (Kutu 3.1). Sürdürülebilir ilkeleri turizm gelişimine yerleştirmek için, bu stratejilerde sürdürülebilirliğin tüm yönlerini kapsayan, turizm varışları ve harcamaları için tarihi hedeflerin ötesine bakan ve ülkenin veya varış noktasının özel ihtiyaçlarına odaklanan hedefler ve amaçlar belirlemeye ihtiyaç vardır.

#### **Kutu 3.6. Portekiz'de sürdürülebilir turizm gelişimi için stratejik hedefler belirleme**

2027 Turizm Stratejisi, sürdürülebilirliği Portekiz'deki turizm politikalarının merkezine, bölge genelinde ekonomik, sosyal ve çevresel kalkınmanın merkezi olarak turizm vizyonu altında yerleştirmiştir. Strateji, sürdürülebilirliğin  ayağında sekiz stratejik hedef veya amaç belirler:

- 2027 yılına kadar mevsimsellik endeksini %36,3'ten %33,5'e düşürmek (sosyal).
- Eğitim yeterliliklerinin sayısını %30'dan %60'a (sosyal) ıkarın.
- Yerel halkın %90'ından fazlası turizmin kendi bölgelerindeki etkisinin olumlu (sosyal) olduğunu düşünüyor.
- Şirketlerin %90'ından fazlası enerji verimliliği (evresel) nlemlerini benimliyor.
- Şirketlerin %90'dan fazlası faaliyetlerinde suyun verimli kullanılmasını teşvik ediyor (evresel).
- Şirketlerin %90'ından fazlası verimli atık yönetimi eylemleri (evresel) geliştiriyor.
- 2027 yılında Portekiz'de geceleme sayısını 80 milyona çıkarmak (ekonomik).
- 2027 yılına kadar turizm gelirini 27 milyar avroya çıkarmak (ekonomik).

Bu, BM Turizm ve INSTO ağıyla ortaklaşa olarak 7 bölgesel DMO'nun her birinde Bölgesel Turizm Gözlemevleri kurulması planında yer alan 2023 hedeflerine ek olarak, niversiteleri ve bilgi merkezlerini destinasyon yönetim birimlerine yakınlaştırmayı amaçlıyor.

Bu, Portekiz'in turizmi bölge genelinde ekonomik, sosyal ve çevresel kalkınmanın merkezi haline getirmeyi ve Portekiz'i dünyanın en rekabetçi ve sürdürülebilir turizm destinasyonlarından biri olarak konumlandırmayı amaçlayan 2027 Portekiz Turizm Stratejisi kapsamında benimsenen yaklaşımdır. Strateji, sosyal, çevresel ve ekonomik sütunlardaki hedefleri içerir ve işletmeleri sürdürülebilir kalkınmanın merkezine koyar (Kutu 3.6).

Norveç'in 2030 Ulusal Turizm Stratejisi, turizm için genel bir "büyük etki, küçük ayak izi" hedefine sahiptir. Stratejinin temel hedefleri, değer yaratımını ve işleri artırmak, Norveç'in düşük emisyonlu bir topluma geçişine yardımcı olmak, mutlu sakinlerle toplulukları çekici hale getirmeye yardımcı olmak ve tekrar ziyaretleri ve daha fazla turist harcamasını teşvik etmek için olağanüstü müşteri hizmeti sunmaktır. Bu hedefleri desteklemek için Strateji, gelir ve istihdam hedeflerine ek olarak 2030 yılına kadar karbon emisyonlarını %50 oranında azaltmayı ve yıllık ulaşım emisyonlarını %10 oranında azaltmayı taahhüt eder. Stratejik hedeflere ulaşmak için girişimler ve önlemler arasında Norveç, şunları geliştirmeyi amaçlamaktadır: *Klimasmart*, turist harcamalarını karbon emisyonlarıyla ilişkilendirerek yüksek harcamalı düşük karbonlu pazarlara öncelik veren bir pazar geliştirme hesaplayıcısıdır.

Slovenya Turizm Stratejisi 2022-28, sürdürülebilir, butik, kişiselleştirilmiş ve yenilikçi deneyimlerin gelişimini güçlendiren ve teşvik eden akıllı destinasyonlar için Slovenya'yı bir rol model olarak belirlemeyi amaçlamaktadır. Kalite ve katma değerde hızlandırılmış büyümeye odaklanan turizm için dengeli bir büyüme modeline ulaşmak için Slovenya, her biri 2019 temel çizgisine dayalı kendi niceliksel hedefleri olan 25 etki ölçütü belirlemiştir (Kutu 3.7).

#### **Kutu 3.7. Slovenya'nın 2022-28 Turizm Stratejisinde hedef belirleme**

Slovenya Turizm Stratejisi 2022-28, 14 temel etki göstergesini (toplamda 25 metrik) tanımlar. 2019 temel verilerine dayanarak, Slovenya 25 metriğin her biri için 2028'e kadar ulaşılması gereken niceliksel hedefler tanımlamıştır. Hedef değerler, Slovenya'da aşağıdaki senaryo altında öngörülen turizm gelişimine dayanarak belirlenmiştir: "Biraz daha fazla ve çok daha iyi"; Örneğin Slovenya, beş hedef arasında kalite ve katma değerdeki iyileştirmelere öncelik vererek ılımlı niceliksel büyümeyi vurgulamaktadır:

- Çekirdek turizm sektöründeki toplam katma değeri 2019'da 0,9 milyar avrodan 2028'de 1,3 milyar avroya çıkarmak (iş ve finansal yön).
- Kalış süresini %20 oranında artırın (iş ve mali açıdan).
- Yeşil Program kapsamındaki destinasyonlarda nüfusun turizmin gelişimine ilişkin ortalama memnuniyetini 1 ile 5 arasındaki bir ölçekte 3,6 ile 4,3 arasındaki bir puandan artırmak (Toplumsal boyut).
- Turizm talebinin yarattığı istihdamın artırılması (ekonomik yön).
- Slovenya turizm sektörünün yıllık toplam karbon ayak izini en az %1 oranında azaltmak (çevresel ve iklimsel açıdan).
- Tüm destinasyon yönetim kurullarının bütçelerini %50 oranında artırın (yönetim yönü).

Performans göstergeleri, stratejinin beş stratejik hedefine yönelik ilerlemeyi izlemek için yıllık olarak izlenir. Gösterge derlemesi, Slovenya Turist Kurulu, Slovenya Cumhuriyeti İstatistik Ofisi, Slovenya Bankası ve Slovenya Ticaret Sicili tarafından yönetilen Yeşil Şema dahil olmak üzere birden fazla veri kaynağına dayanmaktadır.

Eşikler, performansı izlemek için başka bir araçtır. Ancak, bazı eşikler ölçülebilir olmayabilir ve daha nitel bir yaklaşıma ihtiyaç duyabilir. Destinasyonlardaki aşırı kalabalık, destinasyonların taşıma kapasitesini anlamaya daha fazla odaklanılmasına yol açmıştır. Bir destinasyondaki turizmin doyum noktasına yaklaştığını tahmin etmek ve etkileri ve takasları yeniden dengelemek için etkili karşı önlemleri belirlemek için daha iyi kanıtlara ihtiyaç vardır, böylece faydalar ev sahibi topluluklar, işletmeler, çevre ve turistler için maliyetlerden daha ağır basar.

Turizmin altyapı, çevre ve ev sahibi topluluk üzerinde yarattığı tavizleri ve baskıları yönetmek için varış noktalarının kapasitelerini anlamak ve kritik eşikleri belirlemek giderek daha önemli hale geliyor. Varış noktası taşıma kapasitesi yeni bir kavram değil, ancak varış noktaları turizm akışlarındaki güçlü toparlanmanın etkileriyle mücadele ederken yenilenen ilginin odak noktasıdır. Yakın zamanda yapılan bir çalışma, taşıma kapasitesinin belirli bir sayı ile temsil edilemeyen akışkan bir kavram olduğunu ve göstergelerin tek başına taşıma kapasitesi hakkında uygun ifadeler sağlamayabileceğini öne sürüyor (ESPON, 2020<sup>[22]</sup>). Ayrıca, taşıma kapasitesini değerlendirirken turistik yerlerin belirli bölgesel özelliklerini hesaba katmanın tek bir yolu olmadığı, dolayısıyla kılavuzların uyarlanabilir olması gerektiği, turist akışlarının yenilikçi verilerinin ve görselleştirmelerinin yerel turizm dinamiklerinin tam resmini yakalayabileceği belirtildi.

Ülkeler içinde ve arasında ilerlemenin kıyaslanması, genellikle ilerlemeyi izlemenin bir yolu olarak kabul edilir ve ortak bir referans noktası sağlar. Avrupa düzeyinde, AB Turizm Panosu, ülkelere ve bölgelere 19 ortak ölçüt ve 13 temel tanımlayıcı kümesi genelinde ilerlemelerini kıyaslama fırsatı sunar. Uygulanabilir olduğu durumlarda, ölçütler için hedefler ve veri noktaları için olumlu yön değişikliği gösterilir. Bu ölçütler, hem ulusal hem de bölgesel olarak mümkün olan en ayrıntılı düzeyde veri görselleştirmesi sağlayan açık kaynaklı, çevrimiçi bir araçta sağlanır.

Anlamli kıyaslama ve hedef belirleme için bağlamsal faktörlerin dikkate alınması gerekir. İsviçre gibi karayla çevrili, merkezi bir destinasyon, toplam ulaşım emisyonlarını Yeni Zelanda veya Malta gibi uzak bir ada destinasyonu ile anlamli bir şekilde karşılaştırmaz. İspanya'da Endülüs, Katalonya, Navarra ve Valensiya Bölgesi'nden oluşan dört bölge, AB tarafından finanse edilen Teknik Destek Aracı kapsamında OECD tarafından desteklenen bir sürdürülebilirlik göstergeleri taslağı geliştirdi ve pilot uygulamasını yaptı. Amaç, ortak veri kaynaklarına dayanarak tüm İspanyol bölgelerindeki sürdürülebilirlik performansını karşılaştırmaktır. Ancak proje, doğrudan karşılaştırmaların farklı ziyaretçi hacimlerine, farklı turizm faaliyeti türlerine, farklı coğrafi özelliklere ve farklı altyapıya sahip bölgeler için sınırlı bilgilendirici değere sahip olabileceğini vurguladı. Karşılaştırılabilir ülkelere veya bölgelere göre kıyaslama, iyi uygulama örneklerini ve hedeflerini belirleme fırsatları sunarken, bir bölge veya ülke içinde zaman içinde gelişimi izlemek de sürdürülebilir turizm gelişimine doğru ilerlemek için değerli bir yaklaşım olabilir.

Politika, destinasyon yönetimi ve iş kararlarını bilgilendirmek için verileri kullanılabilir hale getirmek, ilerleme kaydetmek ve daha fazla eylemi harekete geçirmek için önemlidir. Pandeminin etkileri, karar alma için kolayca erişilebilir bilgilere sahip olmanın önemini gösterdi; turizm verileri ve istatistikleri için çevrimiçi gösterge panelleri ve araçlar uluslararası, ulusal ve alt ulusal düzeylerde giderek daha fazla kullanılabilir hale geldi. Slovenya, üç günlük bir gecikmeyle cari yıldaki turist varışları ve gecekalmeleri hakkında yayınlanan günlük verilerle Slovenya'da Günlük turizm akışları gösterge panelini tanıttı. Veriler deneysel olarak yayınlanmaktadır, çünkü değişebilirler ve resmi aylık verilerle eşleşmezler, ancak değişen turizm performansına dair zamanında bir gösterge sağlarlar.

### ***Sürdürülebilirlik veri boşluklarının geleneksel yöntemlerle ele alınması***

Politika ve karar vericiler, eldeki verilere dayanarak kararlar alırlar; bu veriler, söz konusu sorunu tam olarak anlamak ve ele almak için yeterince sağlam, zamanında ve alakalı olmayabilir. Bu, yetersiz kararlara ve yetersiz hedeflenmiş programlara ve eylemlere yol açabilir. Dahası, göstergeler yalnızca bunları ölçmek için veri mevcut olduğunda değerlidir. Politika önceliklerine odaklanarak ve kanıtları kullanılabilir hale getirerek veri boşluklarını gidermek, turizm gelişimine yönelik daha dengeli bir yaklaşıma doğru kayma çabalarını destekleyebilir ve politika konularının karşılıklı etkileşimlerini, ekonomik dışsallıkları ve birbiriyle bağlantılılığını göz önünde bulundurarak kararları bilgilendirebilir.

Ekonomik önlemler artık turizm sektörü için iyi bir şekilde belirlenmiş durumda, ancak sürdürülebilir turizm politikasının temel öncelikleri hala kanıta dayalı karar almaya olanak sağlayacak verilerden yoksundur (*örneğin* kabul ve katılım, biyolojik çeşitlilik, döngüsel ekonomi, topluluk ve ziyaretçi duygusu, ulaşımın karbondan arındırılması ve dijitalleşme). Mevcut resmi belgeler, ulusal uzun vadeli stratejik planların oluşturulması için yeterlidir, ancak daha fazla çalışma gerekmektedir.

Farklı veri kaynaklarını birleştirmek, kanıta dayalı turizm politikalarının etkinleştirilmesine yardımcı olabilir. Turizm sektörünün genel bir sorunu, birçok aktörün kendi operasyonlarına bağlı sınırlı verilere erişebildiği parçalanmış bir sektör olmasıdır. Avusturya Ulusal Turizm Veri Alanı içinde, bu sorunu ele almaya yardımcı olmak için çeşitli kullanım örnekleri geliştirilmiştir (*örneğin* enerji tüketimi ve mobilite). Vizyon, misafir deneyimlerini yeniden düşünmek ve yeni iş modelleri, daha iyi hizmetler, kusursuz deneyimler yaratmak ve ayrıca senaryo planlaması (ziyaretçi yönetimi, mevsimsel ve zamansal eşitsizlik) için verileri kullanmaktır. Veri alanı aracılığıyla turizmdeki paydaşlar, gastronomi, konaklama, mobilite, hava durumu, cep telefonu şirketleri gibi çeşitli kaynaklardan gelen verileri kullanabilir. İlgili veriler, uygulamalar ve görselleştirmeler için bir platform olarak geliştirilmiştir.

Avrupa Komisyonu, turizm işletmelerinin ve kamu otoritelerinin veri paylaşımına olanak sağlayarak mevcut veri boşluklarını doldurma ve turizm sektöründe inovasyonu teşvik etme fırsatı sunacak ortak bir Avrupa Turizm Veri Alanı geliştirmek için çalışıyor.

Ülkeler ayrıca TSA'yı SEEA'ya bağlayarak çevresel verilerdeki boşluğu doldurmanın yollarını araştırıyor. Almanya, 2017 yılında TSA ve SEEA'yı birbirine bağlamak için kapsamlı bir metodoloji geliştirdi ve uyguladı ve bu metodoloji bir Turizm Uydusu Hesabı - Ekonomi ve Çevre (TSA-EE) ile bütünleştirildi. Bu, turizm sektörünün ekonomik etkisinin yanı sıra turizmle ilgili enerji tüketimi, hava emisyonları, hammadde girdisi ve Almanya'daki çevre koruma harcamaları hakkında veri sağlar. Bu çalışma, Kanada, Suudi Arabistan, İsviçre ve Amerika Birleşik Devletleri gibi sağlam TSA ve SEEA'ya sahip ülkeler için bir deney alanı haline geldi. BM Turizmi, 2018 yılında TSA ve SEEA'yı birbirine bağlamak için bir teknik not geliştirdi (BM Turizmi, 2018<sup>[23]</sup>).

2023 yılında Hırvatistan, kapsamlı bir turizm reformu gündeminin parçası olarak TSA ve SEEA'yı birbirine bağlamak için bir metodoloji geliştirdi. Ancak, özellikle su akışları ve katı atıklar için mevcut verilerle çevresel önlemleri tahmin etmede hala önemli zorluklar olduğu bulundu. Hırvatistan, Sürdürülebilir Turizm Uydusu Hesabı'nın uygulanmasındaki bu boşlukları gidermek için ulusal ve bölgesel düzeyde veri kullanılabilirliğini artırmak üzere bir dizi on özel anket yürütüyor (Kutu 3.8). İtalya, turizmle ilgili enerji ve hava emisyonları için tahminler türetmek için benzer bir yaklaşım kullandı. Ancak, bu yalnızca üretim perspektifinden mümkündür ve bu nedenle arabayla seyahat eden turistlerin (sahip olunan veya kiralanan) kullandığı yakıt miktarı gibi temel tüketim girdilerini kaçırır.

TSA ve SEEA'nın birbirine bağlanması, tüm ülkeler veya destinasyonlar için mevcut olmayan karmaşık bir istatistiksel metodoloji ve sağlam ayrıntılı veriler gerektirir. Tam bir resim olmasa da vekillerin kullanımı, sektördeki çevresel ilerlemenin bir göstergesini sağlamaya yardımcı olabilir. Örneğin, Türkiye, Ulusal Sürdürülebilir Turizm Programı'nın bir parçası olarak konaklama tesislerinin su ve enerji tüketimi, atık hacmi, karbon ayak izi ve sera gazı emisyonu verilerini izlemek ve yönetmek için web tabanlı bir raporlama sistemi geliştirmiştir. Norveç'te, CO2rism, CO2'yi hesaplamak için bir araç sağlar<sup>2</sup> Norveç'e ve çevresine turist taşımacılığında kaynaklanan emisyonlar.

Ülkeler, turizmin yerel sakinler ve toplulukları üzerindeki etkilerini daha iyi anlamak için adımlar atıyor. Yerel sakinlerin duygu ve memnuniyet anketleri, yerel nüfus üzerindeki etkileri anlamının bir yoludur. İzlanda, yerel sakinlerin memnuniyetine ilişkin anket istatistikleri toplar. Avusturya, turizmin yerel nüfus üzerindeki etkilerini daha iyi anlamak için her yıl yayınlanacak yeni bir anketi yakın zamanda başlattı.

İspanya, destinasyonlar için anlaşılması kolay, uygulanması kolay bir turizm kabul/reddi göstergesi geliştirmek amacıyla çevrimiçi bir panel anketi uyguladı. Ana sorular arasında "On

1'den 5'e kadar bir ölçekte, sizce turizm yerel topluluğunuzu nasıl etkiliyor?" ve "1'den 5'e kadar bir ölçekte, şehrinizdeki turizmin sizi kişisel olarak nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz?". Bu, İspanya'nın hem kişisel etkiyi hem de toplumsal etkiyi yakalamasını sağlar.

### Kutu 3.8. Hırvatistan'daki turizmin çevresel etkisini tahmin etmek için ulusal hesap verilerinin kullanılması

Hırvatistan'ın Ulusal Kurtarma ve Dayanıklılık Planı, sürdürülebilir turizm planlamasını ve gelişimini teşvik etmek için kapsamlı bir reform gündemi belirledi. Bu iddialı gündemin bir parçası olarak Hırvatistan, Turizm Uydu Hesabı (TSA) ve Çevresel Ekonomik Muhasebe Sistemi (SEEA) ulusal hesap çerçevelerini birbirine bağlayarak Sürdürülebilir Turizm Uydu Hesabı oluşturmanın uygulanabilirliğini değerlendirmek için çalışmalar üstlendi. Bu, turizm sektöründe enerji tüketimi, karbon emisyonları, su kullanımı ve atık üretimiyle ilgili veriler sağlayarak turizmin ekonomik ve çevresel etkilerinin ölçülmesini iyileştirmeyi amaçlamaktadır.

Temel bir ilke olarak bu metodoloji, TSA'da hesaplanan turizm sektörünün ekonomik payını kullanır ve bu oranları, turizm faaliyetinin çevresel etkisini tahmin etmek için alt sektörel düzeyde SEEA'da mevcut çevresel etki ölçümlerine uygular. Olanaklılık çalışması, bu yaklaşımın uygulanmasının, Hırvatistan SEEA'sından (iki basamaklı NACE düzeyinde) yeterince ayrıntılı veriler mevcut olduğundan, ulusal düzeyde hava emisyonları ve enerji kullanımı için mümkün olduğunu buldu. Benzer şekilde, turizm kaynaklı sera gazı emisyonları, turizmle ilgili kirletici emisyonları ve turizmle ilgili enerji tüketimi, hem mutlak terimler hem de yoğunluk açısından hesaplanabilir. Ancak, su tüketimi, atık üretimi ve çevre koruma harcamalarıyla ilgili göstergeler ek veri kaynakları gerektirir.

Hırvatistan, Adriyatik Hırvatistan'ın NUTS 3 bölgelerine vurgu yaparak Sürdürülebilir Turizm Uydu Hesabı metodolojisini bölgesel düzeye genişletmeyi hedefleyecektir. Metodoloji, seçilen 10 destinasyon için toplumsal verileri içerecek şekilde genişletilecektir.

Slovenya, Slovenya Turizmi Yeşil Programı'nın bir parçası olarak yerel nüfusun turizmden memnuniyetini ölçmek için bir anket başlattı. Slovenya Yeşil Destinasyon etiketini almanın bir koşulu olarak, destinasyonlar anketi gerçekleştirir ve bu da yerel nüfusun ihtiyaçlarına yanıt vermek için ulusal düzeyde ayrıntılı ölçüm ihtiyacını yansıtır. Yeşil Program kapsamında Slovenya, destinasyon yönetimi, doğa ve manzara, çevre ve iklim, kültür ve gelenek, sosyal iklim ve turizm işletme operasyonları ve iletişimiyle ilgili büyük ölçüde nitel göstergeleri izler.

### **Yeni ve alternatif verilerin potansiyelinden yararlanma**

İyi kurulmuş yaklaşımlara dayanan resmi önlemler sağlam ve karşılaştırılabilir bir veri seti sağlar ancak gereken ayrıntı ve zamanlama eksikliği olabilir. Ülkeler ve özel sektör yeni veri kaynaklarının sunduğu fırsatları araştırmaktadır. Banka ve kredi kartı şirketleri veya mobil ağ operatörleri gibi özel kaynaklardan gelen veriler turizmin performansını ve etkisini izlemek için yeni fırsatlar sunarken, idari veri kaynakları da yeni olasılıklar sunmaktadır.

Yeni veri kaynakları, maliyet/etkinlik farkı giderek artan anketler kullanılmadan, geleneksel olarak yakalanması zor olan etkinlikler gibi turizm unsurlarını izlemeye yardımcı olabilir. Örneğin, cep telefonu verileri, ziyaretçilerin ilgi çekici yerler ile konaklama yerleri arasındaki hareket modellerini anlamaya yardımcı olarak, politika yapımcıların toplu taşıma veya yumuşak hareketlilik seçenekleri ekleme gibi uygun önlemleri almasını sağlayabilir. Turizm konaklama yerlerinde akıllı sayaçların kullanılması, turistlerin enerji kullanımına ilişkin zamanında içgörüler sağlayabilir.

Bu yeni kaynakların bir kombinasyonunu kullanmak, karar vericileri yalnızca turizmin ekonomik etkilerini değil aynı zamanda sosyal ve çevresel etkilerini de anlamaları için daha iyi bir şekilde donatabilir. Bu, turizmi daha sürdürülebilir hale getirmek için gereken takasların nasıl en iyi şekilde dengeleneceğini düşünmeye yardımcı olabilir. Ülkeler, resmi turizm istatistiklerini güçlendirmek de dahil olmak üzere, turizm bilgi sistemine yeni veri kaynaklarını entegre etme yönünde giderek daha fazla hareket ediyor.

Örneğin Yeni Zelanda'da, Küresel Navigasyon Uydu Sistemi izleme birimlerinden gelen tekne ve uçak hareketlerine ilişkin verilerle, sesin havada ve suda nasıl hareket ettiğine ilişkin ses modelleme yazılımı birleştirilerek ses manzaralarının kalitesinin nasıl izlenebileceğini değerlendirmek için bir pilot uygulama yürütülüyor. Bu arada Malta, turizm gelişimini haritalamak ve çevresel etkiyi izlemek için uydu görüntüleme ve yapay teknolojinin bir kombinasyonunu kullanıyor. Bu çalışma, Malta'nın 2021-30 Recover, Rethink, Revitalize Turizm Stratejisi'nde ortaya konulan vizyonu destekliyor ve ülkedeki turizmin sürdürülebilirliğini ölçen ve izleyen bir dizi özel göstergenin geliştirilmesine katkı sağlıyor (Kutu 3.9).

### **Kutu 3.9. Malta'daki turizm eğilimlerini ve etkilerini izlemek için gelişmiş uydu verilerinin kullanılması**

Malta'da pandemiden sonra turizmde güçlü bir toparlanma yaşanmasıyla birlikte ülke, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri doğrultusunda ülke genelinde turizmin etkilerini izlemeyi amaçlıyor. Malta'nın 2021-30 Recover, Rethink, Revitalize Turizm Stratejisi'nde belirtilen vizyonu desteklemek için Malta, Malta Turizm Otoritesi ve Gözlemevi tarafından izlenecek bir dizi sürdürülebilirlik göstergesi geliştiriyor. Girişim, Malta Turizm Bakanlığı'nın turizmin dinamiklerini ve eğilimlerini anlamasına ve izlemesine olanak tanıırken, aynı zamanda Malta'nın orta ve uzun vadeli turizm stratejisinin izlenmesini ve uygulanmasını da destekliyor.

Malta, ülkedeki turizmin çevresel etkisini izlemek için etkileşimli bir gösterge panelinde toplanan uydu verilerini birleştiriyor. On iki gösterge bitki örtüsü sağlığı, doğa ve kentsel yeşil alan, tarımsal potansiyel, orman sağlığı, su kalitesi (klorofil, bulanıklık, tuzluluk, sıcaklık), kentleşme evrimi ve kültürel veya doğal mirasa yakınlığı ile şehir hava kalitesini kapsıyor. Bu girişim, Malta Turizm Otoritesi ve teknoloji şirketi Murmuration arasındaki bir iş birliğidir.

Malta, teknolojik olarak gelişmiş uydu verilerinin kullanımını daha geleneksel göstergeler kümesine yeni ve yenilikçi bir ek olarak ve karar almaya bilgi vermek için farklı araçları ve veri kaynaklarını birleştirmenin faydalarını kabul etti. Teknoloji, Malta adaları gibi küçük bir bölgedeki yerel farklılıkları anlamak için yeterli çözünürlüğe sahiptir ve hem yerleşim hem de doğal alanlarda turizm gelişmelerinin çevresel etkisinin değerlendirilmesine olanak tanır.

Coğrafi konum verileri (ör. mobil konumlandırma veya uydu görüntüleri) gibi yeni veri kaynaklarının kullanımı, ziyaretçi akışlarını etkili bir şekilde haritalamak için fırsatlar sunar. Örneğin, Litvanya, turizm alanlarındaki ziyaretçi sayısını göstermek için mobil konumlandırma verilerini kullanan ısı haritaları uyguladı. Bu ısı haritası, bölgedeki turist faaliyetlerine göre karar verenlere (ör. turizm hizmet sağlayıcıları) veya turistik tesislerin geliştirilmesi veya altyapı yenilenmesinin planlanmasına katılanlara (ör. yerel yönetimler) yardımcı olmak için herkese açıktır. Avustralya, Kanada, Şili, Kosta Rika, Çekya, Macaristan, İrlanda, İtalya, Kore, Litvanya, Hollanda, Polonya, Portekiz, Suudi Arabistan, Slovenya, İspanya, İsveç ve Birleşik Krallık gibi ülkeler, turizm ölçümü kapsamında mobil konumlandırma verilerini araştırıyor.

İsviçre, bölgesel çeşitliliğin daha iyi ölçülmesini ve yerel paydaşların daha iyi bilgilendirilmesini sağlayan İsviçre kantonları arasındaki turizm akışlarını tahmin etmek için tren bileti verilerini kullandı. Bu tür verileri turizm akışlarını tahmin etmek için kullanmak, turistlerin araba gibi diğer ulaşım araçlarına kıyasla toplu taşımayı kullanmasına dayanmaktadır. İtalya, sosyo-kültürel etkileri anlamaya ve iyileştirme alanlarını belirlemeye yardımcı olurken turistlerin algıları, tercihleri ve deneyimleri hakkında içgörüler sağlamak için sosyal medya verilerini analiz ediyor.

Gelecekteki seyahatlerle ilgili tahmini verilere yönelik bir talep de var. Bu, ülkelerin ve varış noktalarının toplu taşıma gibi kaynakları gelecekteki talebe göre planlamalarına olanak tanıyabilir. Macaristan, İtalya ve Portekiz gibi ülkeler, gelecekteki talebi tahmin etmek için ülkeleri veya bölgeleri için internet arama analizlerini kullanıyor.

Yeni veri kaynakları, turizmin etkilerini daha iyi anlamak ve izlemek ve turizm politikalarının ve programlarının etkinliğini değerlendirmek için çok çeşitli yeni fırsatlar sunmaktadır. Ancak, bu kaynakları dikkatli bir şekilde kullanmak, veri kalitesi, kapsam, karşılaştırılabilirlik ve temsiliyet sorunları ile maliyet ve veri gizliliği yasalarıyla ilgili sorunlar dahil olmak üzere mevcut sınırlamaları anlamak önemlidir. Örneğin, sosyal medya kullanıcıları tüm turist nüfusunu temsil etmeyebilir, bu da sosyal medya dinlemesinin turistlerin gerçek duygularını temsil etmeyebileceği veya arama yapanların seyahat etmeyebileceği anlamına gelir. İşlemler ve mobil konumlandırma verileri gibi yeni veri kümelerinde turist tanımında hala sorunlar bulunmaktadır. Bu kaynaklar resmi istatistiklerle birlikte kullanılmalı ve daha fazla veri mevcut oldukça araştırılmaya devam edilmelidir.

### ***Turizmde veri okuryazarlığı ve kanıta dayalı karar alma kapasitesinin oluşturulması***

Sağlam ve sürdürülebilir turizm politikaları formüle ederken, turizm politikası yapımcıları karar alma süreçlerinde veri odaklı yaklaşımların önemli rolünü giderek daha fazla fark ediyor. Mevcut verileri anlamak önemlidir ve veri okuryazarlığı, politika yapımcıların eldeki bilgilerin güvenilirliğini, alakalılığını ve sınırlamalarını eleştirel bir şekilde değerlendirmelerine olanak tanır. Bu, politika yapımcıların bilgilendirilmiş yargılarda bulunmalarını ve politika müdahalelerinin olası sonuçlarını tahmin etmelerini sağlarken, aynı zamanda bu kararların arkasındaki mantığı iletir, önerilen müdahalelerin faydalarını dile getirir ve daha fazla paydaş katılımı yaratır.

Mevcut verilerin hem fırsatlarını hem de sınırlamalarını anlamak karar vericiler için önemlidir. Verilerin kapsamı, zamanlaması ve hedeflerine uygunluğu açısından yeteneklerini tanımak, kararların sağlam kanıtlara dayalı olmasını sağlamaya yardımcı olabilir. Aynı zamanda, önyargılar ve kapsamdaki boşluklar dahil olmak üzere veri sınırlamalarının farkında olmak, karar alma sürecinde temel sorunların ele alınmasını sağlamaya yardımcı olabilir. Karar alma için verilerin ve analitik yeteneklerin önemi giderek daha fazla kabul görürken, bunu turizm ortamına aktarmak ek karmaşıklıklarla birlikte gelir. Kore'de, özellikle Kore Turizm Veri Laboratuvarı'nın (Kutu 3.10) başlatılmasıyla birlikte analiz ve veri hizmetleri daha kullanılabilir hale geldikçe veri okuryazarlığı eğitimine olan talep artmaktadır. Kore Turizm Veri Laboratuvarı, 2023 yılında 220 acemi kullanıcıya 13 eğitim programı sağlamıştır.

Kanıtları anlama ve etkili bir şekilde iletme becerisini geliştirmek, özel kaynaklar, eğitim ve kapasite geliştirme gerektirir. Verilere, analitik araçlara ve uzmanlığa erişim, politika yapımcıların kanıta dayalı karar alma karmaşıklıklarında gezinmesi için olmazsa olmazdır. Sürekli eğitim programları ve kapasite geliştirme girişimleri, politika yapımcıların veri okuryazarlığını artırmada önemli bir rol oynar. Litvanya, hareketlilik verileri ve turizm gösterge panolarının iletişimde gösterge panolarını tanıtmak için iki saate kadar eğitim oturumları sağladı ve katılımcılardan ilgili verileri kendilerinin bulmaya çalışmaları istendi. Avusturya'da, yetersiz veri yeterliliği, Ulusal Turizm Veri Alanı'nın başlatılmasındaki ana sorunlardan biri olarak belirtildi ve bu nedenle Veri Yöneticileri Ağı başlatıldı. Bu sorun, birkaç eğitim oturumuyla ele alındı ve şimdi ortak zorlukların tartışılmasıyla tamamlanan bir "yaparak öğrenme" yaklaşımını savunuyorlar.

Politika yapımcılar ve istatistikçiler veya verilerle yakından çalışan diğer kişiler arasındaki iş birliği ve iletişim, kanıta dayalı karar alma için önemlidir. Politika yapımcılar, karar alma süreçlerini bilgilendirmek için doğru, güvenilir ve zamanında veri sağlamak üzere istatistikçilere ve veri uzmanlarına güvenir. Buna karşılık, istatistikçilerin politika yapımcıların ihtiyaçlarını karşılamak üzere veri toplama, analiz etme ve raporlamayı uyarlamak için politika hedefleri ve öncelikleri hakkında bir anlayışa sahip olmaları gerekir. Bu iki grup arasındaki iş birliği ve iletişimi teşvik ederek, politika kararları sağlam kanıtlara dayandırılabilirken, veri odaklı içgörüler etkili bir şekilde eyleme dönüştürülebilir politikalara dönüştürülebilir.

### Kutu 3.10. Kore'de turizm veri kapasitesinin oluşturulması

Kore Turizm Veri Laboratuvarı, Kore Turizm İstatistikleri ve Yabancı Turist Anketi dahil olmak üzere resmi istatistiklerin yanı sıra turizm büyük verilerini sağlar. Kore büyük verilerinin resmi istatistiklere tamamlayıcı bir araç olduğunu ve kullanıcıların güncellik düzeyi nedeniyle resmi rakamlar yerine büyük veriler aracılığıyla turizm eğilimlerini görmelerini teşvik ettiğini görmektedir. Veri Laboratuvarı'nın kullanımını iyileştirmek ve mevcut turizm verilerinin olanaklarını sergilemek için çeşitli girişimlerde bulunulmuştur.

Kore Turizm Veri Laboratuvarı En İyi Kullanım Örneği Yarışması, Kore Turizm Veri Laboratuvarı'nın gerçek iş sorunlarını çözmek için nasıl kullanıldığını belirlemek için her yıl düzenlenir. 2023'te, bir turist girişimiyle birlikte toplam 53 ekip katıldı. *Nolowa Gurye* Popüler turistik destinasyonları ve önemli çekim faktörlerini analiz ederek yedi bölgede tur programları geliştirmek için Veri Laboratuvarı'nı kullandı.

Veri Laboratuvarı'nı tamamlamak için Kore, Veri Laboratuvarı'ndan gelen verileri şirket verileriyle entegre ederek pazarlama stratejileri oluşturmaları için yüksek büyüme potansiyeline sahip turizm şirketlerine özelleştirilmiş destek sağlıyor. 2023 yılında 15 şirket desteklendi.

Kullanıcıların yeni veri ve analiz hizmetlerine yönelik ihtiyaçlarını anlamak için düzenli olarak kullanıcı anketleri yapılır; yeni başlayanlardan ileri düzey teknik becerilere sahip kullanıcılara kadar her seviyedeki kullanıcıya yönelik veri analizi eğitimi için özelleştirilmiş hizmetler sunulur.

## Sürdürülebilir turizm için kanıt tabanını iyileştirmeye yönelik politika değerlendirmeleri

Turizm sektörünün gücünü ve kalitesini optimize etmek, geçmişte sektörü engelleyen yapısal zayıflıkları ele alırken daha sürdürülebilir uygulamalara geçiş yapmayı içerir. Bunlara mevsimsellik, ekonomik sızıntı, aşırı bağımlılık ve aşırı kalabalıklık, iş kalitesi ve kariyer beklentileri ile bağlantılı sorunlar dahildir. Aynı zamanda, yeşil turizm geçişini hızlandırmak ve sektörün dijital geçişin sunduğu fırsatlardan tam olarak yararlanabilmesini sağlamak için eylemlere ihtiyaç vardır.

Sürdürülebilirlik artık turizm stratejilerine ana akım olarak dahil ediliyor, ancak bunun tüm hükümet seviyelerinde turizmi sürdürülebilir bir şekilde geliştirmek ve yönetmek için etkili politikalar ve uygulama yapılarıyla desteklenmesi gerekiyor. Bu sürdürülebilir turizm gündemini yerine getirmek, kanıta dayalı ve ilgili verilerle bilgilendirilmiş politikaların ve programların geliştirilmesini ve uygulanmasını gerektirir. Ülkeler, turizm planlama, politika ve karar alma sürecini bilgilendirmek için yeterince ayrıştırılmış ve karşılaştırılabilir sağlam ve zamanında verilere ihtiyaç duyar. Ayrıca, bireysel destinasyonlar için uygun istenen turizm türünü ve ölçeğini belirlemek için de verilere ihtiyaç vardır.

Sürdürülebilir turizm gelişimi için kanıt tabanını iyileştirmeye yönelik politika değerlendirmeleri şunları içerir:

- **Göstergeleri belirlemede politika odaklı bir yaklaşımın dikkate alınması, kanıta dayalı politikaları destekleyecektir..** Temel politika sorularıyla başlanması ve ardından bu soruları yanıtlamak için kapatılması gereken veri kullanılabilirliği ve boşlukların analiz edilmesi, destinasyonların ve karar vericilerin kaynakları öncelikli konulara yönlendirmesini sağlar. Bu entegre yaklaşım, en büyük etkiye sahip olabilecek ve istenen sonuçları sağlayabilecek bir temel sete yönelik göstergelerin sayısını en aza indirmeye yardımcı olabilir. Politika hedeflerini anlamak, seçilen verilerin sorunları ölçmesini ve izlemesini, turizm sektörünün karmaşık ve birbirine bağlı yapısını anlamasını ve politika yapma sürecinde gereken takasları dengelemeye yardımcı olabilir.
- **Sürdürülebilir turizm gelişimi için öncelikli konuların ölçülmesindeki veri boşluklarının giderilmesi.** Turizm verileri geleneksel olarak sektörün ekonomik etkilerine odaklanmıştır. Bu, bazen çevre pahasına ekonomik gelişmeye vurgu yapmıştır

ve yerel topluluklar. Sektördeki çevresel ve sosyal sorunlarla ilgili eylemleri izlemek ve ölçmek için yeni fırsatları keşfetmek, daha sürdürülebilir turizm modellerine geçişi hızlandırmaya yardımcı olabilir. Bu, geleneksel istatistiksel anket ölçümlerinin ötesinde yeni verilerin rolünü göz önünde bulundurmaya ve bu tür kaynakların potansiyel sınırlamalarını hesaba katmayı da içerir.

- **Kanıtla dayalı karar almayı kolaylaştırmak için göstergeler, araçlar ve ölçümlerden oluşan özel bir araç takımı tasarlamak.** Dijital geçişin sunduğu yeni yöntemlerle sürdürülebilir turizm göstergeleri üzerine mevcut önemli çalışma gövdesinin üzerine inşa etmek, kısa vadeli eylemleri uzun vadeli stratejik hedeflerle uyumlu hale getirmeye yardımcı olabilir. Farklı veri ve araç türlerinin farklı amaçları vardır ve karar vericilerin yararına kullanılmalıdır. Sağlam ve uluslararası olarak karşılaştırılabilir verileri daha hedefli, zamanında ve ayrıntılı önlemlerle bir araya getirmek, ulusal ve uluslararası hedeflerle uyumlu yerel ve bölgesel destinasyonlar için özel planlar oluşturma fırsatları sağlar. Araç setindeki önlemler, politika ihtiyacını karşıladıklarından emin olmak için düzenli olarak gözden geçirilmeli ve değerlendirilmelidir.
- **Turizmin izlenmesi için araç ve ölçütlerin tasarlanması sürecinde iş birliğine dayalı yaklaşımların teşvik edilmesi.** Sürdürülebilir turizm gelişimi için kanıt tabanını geliştirmek üzere hem veri uzmanlarını hem de karar vericileri bir araya getirmek kalıcı faydalar sağlayabilir. Politika yapıcıyı erken dahil etmek, karar vericinin ihtiyaçlarını karşılayan, ürün için destek oluşturan, kaynaklara yardımcı olabilen ve hem politika yapıcının hem de veri profesyonelinin kapasitesini artıran daha hedefli araçlara olanak tanıyabilir. Özel sektör de dahil olmak üzere tüm seviyelerdeki karar vericilerden girdi alarak geliştirme aşaması boyunca çeşitli iş birliği yapıları oluşturmak, yeni bilgi kaynaklarını ortaya çıkarabilir ve farklı destinasyonların değişen ihtiyaçlarını dikkate alacak şekilde uyarlanmış araçlar sağlayabilir.
- **Karar vericilerin veri okuryazarlığını geliştirmek.** Sürdürülebilir turizm gelişimini ölçmek ve izlemek için en iyi tasarlanmış araç bile, karar vericiler bunu kullanamıyorsa etkisiz olacaktır. Yeni veri araçları ve ölçümleri tasarlamak ve uygulamak için veri ve politika uzmanları arasındaki iş birliği gerekli olsa da, karar vericilerin (hem politika hem de özel sektörde) doğru kararlar almak için bu araçları tam olarak sindirebilmeleri ve kullanabilmeleri gerekir. Karar vericilerin veri okuryazarlığını artırmak ve yeni veri girişimlerinin ve araçlarının hem potansiyeli hem de engelleri anlamak için uygun eğitim seviyelerine sahip olmasını sağlamak, daha sağlam politika ve iş kararlarını desteklemeye yardımcı olabilir.

## Referanslar

- Avrupa Birliği Konseyi (2022), *Avrupa Turizm Gündemi'ne ilişkin Konsey sonuçları 2030*, <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-15441-2022-INIT/en/pdf> . [10]
- ESPON (2020), *Turizm için taşıma kapasitesi metodolojisi*, [https://www.espon.eu/sites/default/files/attachments/Tourism\\_final-report.pdf](https://www.espon.eu/sites/default/files/attachments/Tourism_final-report.pdf) . [22]
- ETC/ULS (2018), *Turizm ve çevre - Avrupa'da bir raporlama mekanizmasına doğru*, <https://www.eionet.europa.eu/etcs/etc-uls/products/etc-uls-reports/etc-uls-report-01-2018-turizm-ve-çevre-avrupa'da-bir-raporlama-mekanizmasına-doğru> . [9]
- Avrupa Komisyonu (2023), *AB Turizm Panosu*, <https://turizm-Dashboard.ec.europa.eu/?lng=tr> . [14]
- Avrupa Komisyonu (2023), *Turizm için Geçiş Yolu: Paydaş taahhütlerinin özeti ve 31 Mart 2023'te yayınlanan taahhütler*, <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/54074> . [12]
- Avrupa Komisyonu (2022), *AB Turizm Panosu*, [https://tek-pazar-ekonomi.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-and-businesses/fundedprojects/sustainable/indicators\\_en](https://tek-pazar-ekonomi.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-and-businesses/fundedprojects/sustainable/indicators_en) . [7]
- Avrupa Komisyonu (2022), *Turizmde Geçiş Yolu*, Yayın Ofisi Avrupa Birliği, <https://doi.org/10.2873/344425> . [11]
- Avrupa Komisyonu (2021), *Turizmin dijital dönüşümü*, [https://tek-pazar-ekonomi.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition/digital-transition-tourism\\_en](https://tek-pazar-ekonomi.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition/digital-transition-tourism_en) . [19]
- Avrupa Komisyonu (2016), *Sürdürülebilir destinasyonlar için Avrupa Turizm Göstergeleri Sistemi yönetmek*, [https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-andbusinesses/funded-projects/sustainable/indicators\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-andbusinesses/funded-projects/sustainable/indicators_en) . [13]
- Avrupa Komisyonu (2016), *Avrupa Turizm Gösterge Sistemi - ETIS araç takımı sürdürülebilir destinasyon yönetimi*, Avrupa Birliği Yayın Ofisi, <https://doi.org/10.2873/983087> . [8]
- Miller, G. ve Torres-Delgado (2023), "Sürdürülebilir turizmin ölçülmesi: son teknoloji bir inceleme sürdürülebilir turizm göstergeleri", *Sürdürülebilir Turizm Dergisi*, s. 1-13, <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2213859> . [18]
- OECD (2023), *Hava taşımacılığı CO2 emisyonları*, [https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=AIRTRANS\\_CO2](https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=AIRTRANS_CO2) . [21]
- OECD (2023), *Daha İyi Yaşam Endeksi*, <https://www.oecdbetterlifeindex.org/#/111111111111> . [6]
- OECD (2023), *Daha İyi Yaşam Endeksi: Yaşam memnuniyeti*, <https://www.oecdbetterlifeindex.org/topics/life-memnuniyet/> . [5]
- OECD (2021), *Sürdürülebilir ve kapsayıcı iyileşmenin turizm gelişimini yönetmek*, OECD Yayıncılık, <https://doi.org/10.1787/23071672> . [1]
- BM Turizmi (2023), *Turizmin Sürdürülebilirliğinin Ölçülmesi*, <https://www.unwto.org/tourism-istatistik/ölçme-sürdürülebilirlik-turizm> . [4]

- BM Turizmi (2023), *Turizmin Sürdürülebilirliğinin Ölçülmesi (MST): Bir dizi öneri göstergeler*, [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-09/MST\\_Indicators\\_EG\\_version\\_13092023.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-09/MST_Indicators_EG_version_13092023.pdf) . [15]
- BM Turizm (2018), *TSA ve SEEA'nın bağlanması: Teknik bir not*, <https://seea.un.org/content/linking-tsa-and-seea-technical-note> . [23]
- BM Turizmi ve UNEP (2005), *Turizmi daha sürdürülebilir hale getirmek - Politika yapımcılar için bir rehber*, <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284408214> . [2]
- BM Çevre Programı (2015), *Sürdürülebilir tüketim ve üretim: Politika yapımcılar için bir el kitabı*, <https://www.unep.org/resources/report/sustainable-consumption-and-production-handbookpolicymakers> . [20]
- Birleşmiş Milletler (2022), *Sürdürülebilir Turizm*, <https://sdgs.un.org/topics/sustainable-tourism> . [3]
- DEF (2024), *Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksi*, <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/> . [16]
- İK (2024), *Seyahat ve Turizmin Küresel Ayak İzi*, <https://globaltravelfootprint.wttc.org/> . [17]

## Ek A.1. Uluslararası sürdürülebilir turizm çerçeveleri

Tablo A.1. Uluslararası sürdürülebilir turizm çerçeveleri

Gösterge çerçevesi	Yıl	Tip	Sütunlar/boyutlar	Göstergelerin sayısı
<b>Turizme Özgü Çerçeveler</b>				
Avrupa Çevre Ajansı - Turizm ve Çevre Raporlama Mekanizması [ <a href="#">Bağlantı</a> ]	2013	Bildirim mekanizması	Odak noktası turizm ve çevre	19 gösterge (10 konu başlığı altında)
Avrupa Komisyonu: Avrupa Turizm Göstergeleri Sistemi [ <a href="#">Bağlantı</a> ]	2016	Sürdürülebilir destinasyon yönetimi için araç seti	1. Hedef yönetimi 2. Sosyal ve kültürel etki 3. Ekonomik değer 4. Çevresel etki	43 çekirdek, 13 ek
Avrupa Komisyonu: AB Turizm Pano [ <a href="#">Bağlantı</a> ]	2023	Gösterge panosu	1. Çevresel etki 2. Dijitalleşme 3. Sosyo-ekonomik kırılganlık	19 gösterge, 13 temel tanımlayıcı
Eurostat - Turizmin sürdürülebilir gelişiminin ölçülmesine yönelik metodolojik çalışma [ <a href="#">Bağlantı</a> ]	2006	Teknik rapor	1. Çevre (ana odak) 2. Ekonomik 3. Sosyal	20 gösterge
Eurostat - Turizmin sürdürülebilirliğine ilişkin göstergeler - Turizm İstatistikleri Çalışma Grubu [ <a href="#">Bağlantı</a> ]	2006	Taslak göstergeler için çekişme	1. Ekonomi (parasal, hacim/akışlar) 2. İşgücü piyasası 3. Sosyal ve kültürel 4. Çevresel 5. Dijitalleşme	29 gösterge, 11'i daha fazla araştırılacak
OECD Çevresel ve Sürdürülebilirlik Endişelerinin Turizm Politikalarına Entegrasyonuna İlişkin Göstergeler [ <a href="#">Bağlantı</a> ]	2003	Tartışma/rehberlik belge	1. Çevresel ve sosyal öneme sahip turizm eğilimleri ve kalıpları 2. Turizm, çevre ve sosyal koşullar arasındaki etkileşimler 3. Ekonomik bağlantılar ve politika yönleri	80 gösterge
OECD Turizmde Rekabet Gücünü Ölçme Göstergeleri [ <a href="#">Bağlantı</a> ]	2013	Rehberlik belgesi	1. Turizm performansı ve etkileri 2. Kaliteli ve rekabetçi turizm hizmetleri sunmak 3. Hedefin çekiciliği 4. Politika yanıtları ve ekonomik fırsatlar	11 temel gösterge, 5 tamamlayıcı ve 4 gelecekteki geliştirme için
OECD Turizm Raporu - Turizmde Kaliteli İşleri Destekleme [ <a href="#">Bağlantı</a> ]	2015	Politika belgesi	Göstergelerin hepsi ekonomik veya ekonomik/sosyaldır	11 gösterge
OECD Turizm Trendleri ve Politikaları 2022: Turizm dayanıklılığı göstergeleri için ilk fikirler [ <a href="#">Bağlantı</a> ]	2022	Gösterge fikirleri/önerileri	1. Sosyal 2. Ekonomik 3. Çevre 4. Kurumsal	29 gösterge

Gösterge çerçevesi	Yıl	Tip	Sütunlar/boyutlar	Göstergelerin sayısı
BM Turizm 2004: Turizm Destinasyonları için Sürdürülebilir Kalkınma Göstergeleri Bir Rehber <a href="#">[Bağlantı]</a>	2004	Rehberlik belgesi	Sorunlara göre bölünmüştür (örneğin kanalizasyon arıtma, istihdam, vb. Sorunlar ekonomik, sosyal ve çevresel olarak ayrılabilir)	700'den fazla gösterge
BM Turizmi ve JICA Turizm Yoluyla Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine Ulaşmak - Projeler için Göstergeler Araç Seti <a href="#">[Bağlantı]</a>	2023	Ölçmek için araç takımı turizmin etkisi projeler	1. Ekonomik 2. Sosyal 3. Çevresel Tüm göstergeler SDG çerçevesine (17 hedef ve 169 hedef) ve temalar/boyutlar ile SDG'ler arasında çeviri yapan bir tabloya bağlıdır	Yaklaşık 500 gösterge (3-20 gösterge için (kapsanan 104 hedefin her biri)
Sürdürülebilir Turizmi Ölçmek İçin BM Turizm İstatistiksel Çerçevesi (SF-MST) <a href="#">[Bağlantı]</a>	2024	İstatistiksel çerçeve	1. Ekonomik 2. Çevresel 3. Sosyal	
Dünya Ekonomik Forumu Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksi <a href="#">[Bağlantı]</a>	2022	Stratejik kıyaslama araç (indeks)	1. Çevresel Sürdürülebilirlik 2. Sosyoekonomik Dayanıklılık ve Koşullar 3. Seyahat ve Turizm Talebi Baskısı ve Etkisi	29 gösterge
Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi Çevresel ve Sosyal Raporlama <a href="#">[Bağlantı]</a>	2023	Bildirim mekanizması	Çevresel ve sosyal raporlama	SDG'lerle bağlantılı 13 gösterge
<b>Turizme özgü olmayan çerçeveler</b>				
İş Kalitesinin Ölçülmesi ve Değerlendirilmesi - OECD İş Kalitesi Çerçevesi (2015) <a href="#">[Bağlantı]</a>	2015	Çerçeve	1. Kazançlar 2. İşgücü Piyasası Güvenliği 3. Çalışma Ortamının Kalitesi	10 (4 başlık), 1 ek
OECD Hayat Nasıl? 2020 - Refahı Ölçmek <a href="#">[Bağlantı]</a>	2020	Gösterge panosu	Refahın 11 boyutu (Gelir ve Zenginlik, Konut, İş ve İş Kalitesi, Sağlık, Bilgi ve Beceriler, Çevresel Kalite, Öznel Refah, Güvenlik, İş-Yaşam Dengesi, Sosyal Bağlantılar, Sivil Katılım)	36 (başlık), 44 ek
OECD Bölgesel sosyal ve çevresel göstergeler (2021 Sürümü) <a href="#">[Bağlantı]</a>	2021	İstatistiksel veritabanı	1. Çevre 2. Sağlık 3. Güvenlik 4. Sosyal katılım 5. Konut	42 gösterge
OECD Yeni Küresel Çevre'de Bölgesel Cazibeyi Yeniden Düşünme raporu: Cazibe göstergeleri <a href="#">[Bağlantı]</a>	2023	Nicel çerçeve	6 çekicilik alanında 14 boyut (ekonomik çekicilik, bağlantılılık, ziyaretçi çekiciliği, doğal çevre, sakin refahı, arazi kullanımı ve konut)	54 gösterge
BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SDG'ler) <a href="#">[Bağlantı]</a>	2016	Çerçeve	Ekonomik, sosyal ve çevresel olmak üzere üç ana sütuna bölünebilen 17 SDG (169 hedefe bölünmüştür)	169 hedef

# Bölüm I OECD ülke profilleri

## Avustralya

### Ekonomide turizm ve görünüm

Turizmin Avustralya ekonomisine katkısı COVID-19 salgınının tetiklediği şoktan kurtulmaya devam ediyor. Turizm, 2022-23 mali yılında toplam GSYİH'nin %2,5'ini veya 63,0 milyar Avustralya dolarını oluşturdu ve bu oran 2020-21'deki %1,4'lük düşük seviyeden yükseldi. Pandemiden önce (2018-19), turizmin ulusal GSYİH'deki payı %3,1 idi. 2022-23'te turizm, 626.400 işe veya toplam istihdamın %4,1'ine katkıda bulundu, ancak 2018-19'daki 700.900 işe veya %5,1'lik rekor seviyenin altında kalmaya devam ediyor. Turizmle ilgili ihracat, 2021-22'deki %38'lik düşük seviyeden yükselerek 2022-23'te toplam hizmet ihracatının %58'ini oluşturdu.

Avustralya, 2023 yılında 7,2 milyon uluslararası ziyaretçi varışı veya 2019 seviyelerinin %75,9'unu kaydetti ve 2022 başından bu yana istikrarlı bir büyüme kaydetti. Uluslararası turistlerin harcamaları 2023 yılında resmi konaklamalarda 242,3 milyon gece ile 27,9 milyar Avustralya dolarına ulaştı ve sırasıyla 2019 seviyelerinin %89'una ve %88'ine ulaştı. Bu dönemde Avustralya'nın en büyük 5 uluslararası turist pazarı Yeni Zelanda (%18), Amerika Birleşik Devletleri (%9), Birleşik Krallık (%8), Çin (%7) ve Hindistan (%6) oldu.

Yurtiçi gecelik seyahatler 2023'te 112,6 milyon seyahatle büyüme gösterdi ve pandemi öncesi seviyelerin %4 altında kaldı. 2023'teki toplam yurtiçi gecelik harcama, 2019'daki aynı döneme göre %35 artışla nominal olarak 109,3 milyar Avustralya dolarıydı. Harcamadaki artış kısmen seyahat ve ilgili hizmetler için daha yüksek fiyatlara atfedilebilir.

Uluslararası turist varışlarının 2025'e kadar pandemi öncesi seviyeleri aşarak 10,2 milyona ulaşması bekleniyor. 2028'e kadar uluslararası ziyaretlerin 12,1 milyon ziyaretçi olması ve Avustralya'da 50,7 milyar AUD harcama yapılması öngörülüyor. Yurt içi turizmin 2028'e kadar 128,9 milyon yurt içi gecelik seyahate çıkması ve 2019'a göre %10 artması öngörülüyor.

### Turizm yönetimi

Avustralya Ticaret ve Yatırım Komisyonu (Austrade), turizm politikası, programları ve araştırmalarından sorumlu federal hükümet kuruluşudur. Austrade kapsamında, Tourism Research Australia uluslararası ve yerel turizm verileri, istatistikleri ve analizleri sağlar.

Tourism Australia, ülkeye uluslararası ziyaretçileri çekmekten sorumlu bir hükümet kuruluşudur. Tourism Australia, uluslararası turizm kampanyaları başlatmak ve Avustralya turizm endüstrisinin turizmi büyütmesini desteklemek için Avustralya'nın eyalet ve bölge turizm örgütleri ve önemli ortaklarla yakın bir şekilde çalışır.

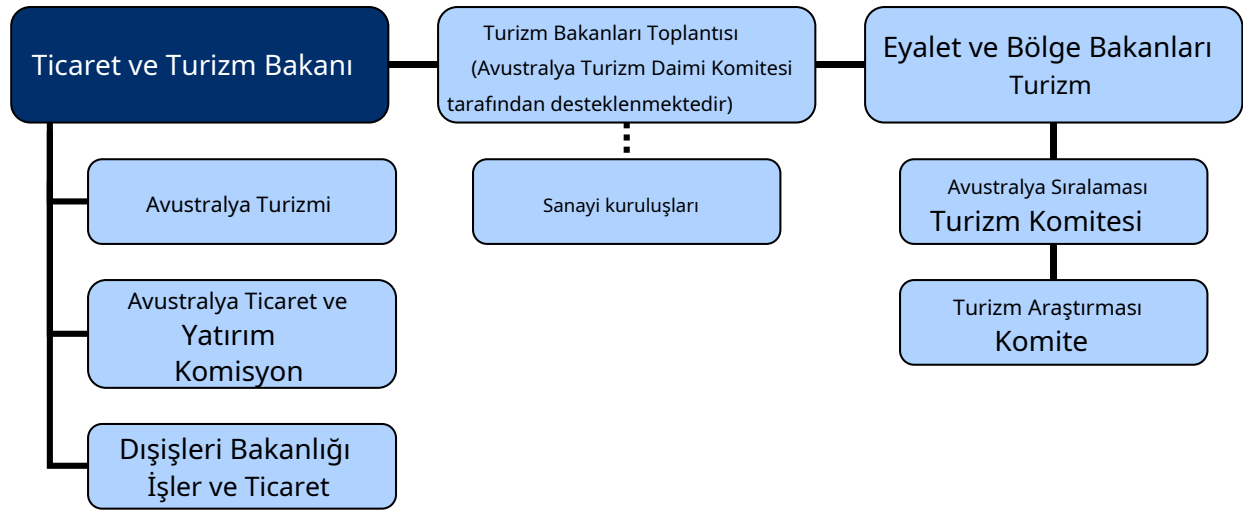
Austrade, ikili turizm ilişkilerini güçlendirmek ve çok taraflı turizm kuruluşlarının kilit rollerini üstlenmek için Dışişleri ve Ticaret Bakanlığı ile birlikte çalışmaktadır. Avustralya'daki tüm eyalet ve bölge hükümetleri, etkili uluslararası ve yerel turizm tanıtımını ve sektör gelişimini sağlamak için portföylerine turizmi dahil etmektedir. Turizm Bakanları Toplantıları (TMM), karşılıklı ilgi duyulan turizm politikası konularını görüşmek üzere federal, eyalet ve bölge hükümetlerinden turizm bakanlarını bir araya getirir. Bu çalışma, Austrade başkanlığındaki Avustralya Turizm Daimi Komitesi (ASCOT) tarafından desteklenmektedir.

ve Tourism Australia, eyalet ve bölge turizm örgütleri ve turizm politikasından sorumlu ilgili eyalet departmanlarından temsilciler içerir. Turizm sektöründen ve diğer ilgili federal ve eyalet departmanlarından temsilciler, gerektiğinde ASCOT ve TMM toplantılarına katılmaya davet edilebilir. Austrade, çok çeşitli turizm endüstrisi kuruluşlarıyla düzenli olarak bir paydaş katılım forumu düzenler.

Sektör liderleri ve hükümet yetkililerinden oluşan THRIVE 2030 Uygulama Danışma Grubu, THRIVE 2030 stratejisine yönelik ilerlemeyi inceler ve Avustralya Turizm Bakanı'na COVID-19 salgınından kurtulma ve uzun vadeli sürdürülebilir turizm büyümesi sağlama konusunda tavsiyelerde bulunur.

Avustralya Turizm Bakanlığı'nın 2023-24 mali yılında faaliyetlerini desteklemek için ayırdığı bütçe 184,5 milyon Avustralya dolarıydı.

### Avustralya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Avustralya Hükümeti'nden uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

THRIVE (Yeniden Tasarlanmış Ziyaretçi Ekonomisi) 2030, Avustralya'nın ziyaretçi ekonomisinin uzun vadeli sürdürülebilir büyümesi için ulusal stratejisidir. Strateji, tüm hükümet düzeyleri ve turizm sektörü için 64 stratejik eylemle yedi politika önceliği alanına odaklanmaktadır:

- Kapsamlı işbirliğiyle başarıya ulaşın.
- Verileri ve içgörülerini iyileştirin.
- Güvenli ve dayanıklı bir iş gücü yetiştirin.
- Önde gelen iş uygulamalarını benimseyin.
- Ziyaretçi altyapısını geliştirin.
- Pazarlar oluşturun ve ziyaretçileri çekin.
- İlk Milletlerin deneyimleri de dahil olmak üzere benzersiz ve yüksek kaliteli ürünler yetiştirin.

Stratejinin uygulanmasında 21 federal hükümet kurumu yer almaktadır. Tamamlanan öncelikli eylemler genellikle danışma konseyleri atamak ve çalışma grupları kurmak gibi yönetim yapısının kurulmasıyla ilgilidir. Mayıs 2024 itibarıyla 22 eylem tamamlandı, 40 eylem devam ediyor ve iki eylem beklemede.

Strateji, 2024 sonuna kadar pandemi toparlanma aşamasına odaklanıyor. Aralık 2024'e kadar pandemi öncesi ziyaretçi harcamalarının 166 milyar Avustralya dolarına geri dönmesi hedefi 2023'te aşıldı. Uzun vadeli hedef, ziyaretçi ekonomisini 2030 yılına kadar 230 milyar Avustralya dolarına çıkarmak ve eyalet ve bölge başkentleri dışındaki bölgesel destinasyonların bu hedefin yaklaşık %44'ünü oluşturmasıdır. Strateji, belirlenen hedeflere ve ilgili Eylem Planına göre ilerlemeyi kontrol etmek ve Stratejinin gelecekteki Konsolidasyon (2025-27) ve Büyüme aşamaları (2028-30) için öncelikli eylemleri tasarlamak amacıyla 2024'te gözden geçirilecektir.

Strateji sunumunun bir parçası olarak, Tourism Australia, sektörün 2019 seviyelerine dönmesine yardımcı olmak için ticaret ve tüketici pazarlama programlarına yoğunlaşarak, önemli uluslararası pazarlardan gelen ziyaretleri ve harcamaları yeniden inşa etmeye odaklanıyor. Buna, Çin'de bir kampanya başlatarak Come And Say G'Day kampanyasının küresel etkisini en üst düzeye çıkarmak, havayolu ve önemli dağıtım ortaklarıyla çalışarak talebi dönüştürmek; 2023'te Avustralya ve Yeni Zelanda'nın ev sahipliği yaptığı FIFA Kadınlar Dünya Kupası ile başlayan büyük bir etkinlik stratejisi başlatmak; potansiyel çalışma tatili yapanlara Avustralya genelinde iş ve seyahati tanıtmak; Yerli, sürdürülebilir ve erişilebilir turizmi yükseltmek ve desteklemek; ve iş etkinliklerinin dikkate alınmasını ve dönüştürülmesini sağlamak için eylemler dahildir.

Mayıs 2023'te Ziyaretçi Ekonomisi için Uluslararası Çeşitlendirme Stratejisi tartışma belgesi yayınlandı ve tam stratejinin 2024 yılı sonundan önce yayınlanması planlanıyor. Turizm ayrıca Avustralya ile Güneydoğu Asya arasındaki iki yönlü ticareti ve yatırımı önemli ölçüde artırmak için pratik bir yol belirleyen Yatırım Yapılan: Avustralya'nın 2040'a Kadar Güneydoğu Asya Ekonomik Stratejisi'ndeki 10 öncelikli sektörden biridir. Güneydoğu Asya talebini karşılamak için turizm tanıtımını genişletmek ve endüstri kapasitesini oluşturmak için öneriler eklenmiştir.

Avustralya turizminin karşılaştığı zorluklara ve fırsatlara yönelik diğer önemli politika yanıtları şunlardır:

- Havacılıkta büyüme ve inovasyon için uzun vadeli politikalar belirlemek, verimliliği, sürdürülebilirliği, tüketici haklarını, erişilebilirliği ve katılımı sağlamak, havacılık sektöründe uygun becerilere sahip çalışanların bulunmasını sağlamak üzere bir Havacılık Beyaz Bülteni hazırlamak (daha geniş hükümet girişi).
- Ziyaretçi ekonomisi işletmelerinin sürdürülebilirlik uygulamalarını hayata geçirmelerini ve geliştirmelerini desteklemek. 2023 sonlarında yayınlanan Sürdürülebilirlik Çerçevesi, çevresel, kültürel, sosyal ve ekonomik faktörleri göz önünde bulunduran sürdürülebilir turizm için ulusal bir tanım ve vizyon oluşturur. Tamamlayıcı Sürdürülebilir Turizm Araç Seti, çok sayıda mikro ve küçük turizm işletmesinin sürdürülebilirlik uygulamalarını hayata geçirmesine yardımcı olmak için rehberlik ve tavsiye sağlar.
- İstihdam Beyaz Bülteni, Göç Stratejisi ve Kuzey Avustralya işgücü ihtiyaçlarına yönelik bir parlamento soruşturması da dahil olmak üzere işgücü sorunlarını incelemek. Geleneksel olmayan işgücü de turizm işgücüne teşvik ediliyor (Kutu 2.2). Austrade, Avustralya Hükümeti, Eyalet ve Bölge Hükümetleri ve endüstri genelinde işgücü kapasitesi eylemlerini yakalamak için bir Ziyaretçi Ekonomisi İşgücü ve Becerileri Geçici Eylem Planı geliştirdi.
- Şubat 2023'te 10 milyon Avustralya doları bütçeyle başlatılan ve Ulusal Yerli Avustralyalılar Ajansı tarafından sunulan İlk Milletler Turizm Mentorluk Programı da dahil olmak üzere İlk Milletler topluluklarını desteklemek. Bu program, İlk Milletler turizm sektörünün büyümesini teşvik etmeyi ve İlk Milletler kültürünü turizm sektörüne yerleştirmeyi amaçlamaktadır.

## İstatistiksel Profil

## Avustralya: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	310 166	365 797	236 706	242 543	309 626
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	104 822	117 448	72 514	82 074	108 212
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	205 344	248 349	164 192	160 469	201 414
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	371 528	417 907	275 404	321 109	399 726
Oteller ve benzeri işletmeler	95 298	101 047	51 589	67 162	106 270
Diğer toplu işletmeler	94 416	111 905	79 557	90 006	104 781
Özel konaklama	181 814	204 955	144 258	163 940	188 675
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	9 246	9 466	1 828	246	3 694
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Yeni Zelanda	1 385	1 434	243	97	698
Birleşik Krallık1	733	716	201	22	399
Amerika Birleşik Devletleri	789	818	189	17	326
Hindistan	358	399	84	13	303
Singapur	448	479	58	16	296
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	273 793	274 477	68 973	16 779	126 098
Oteller ve benzeri işletmeler	29 232	28 840	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	135 269	138 774	..	..	..
Özel konaklama	109 293	106 863	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	11 061	11 309	2 832	301	5 226
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
Yeni Zelanda	1 437	1 463	439	160	708
Endonezya	1 280	1 401	310	2	612
Amerika Birleşik Devletleri	1 096	1 056	236	17	463
Birleşik Krallık1	663	663	147	15	416
Hindistan	393	426	186	12	329
<b>TURİZM GELİRLERİ VE HARCAMALARI, MİLYON AUD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	63 253	68 949	38 382	..	..
Uluslararası seyahat gelirleri	60 276	65 484	37 520	22 615	34 755
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	2 977	3 197	861	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	56 853	59 507	11 573	..	..
Uluslararası seyahat harcamaları	50 043	50 778	11 060	1 570	23 469
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	7 339	7 737	1 742	..	..

.. Müsait değil

1. Birleşik Krallık, Kanal Adaları ve Man Adası dahil. Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/nl7gcu>

## Avustralya: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	202&	2022
<b>Toplam</b>	.	700 900	597 800	402 000	442 600	626 400
<b>Turizm endüstrileri</b>	358 203	678 200	581 000	391 800	432 900	610 200
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	14 351	85 300	88 900	53 900	61 500	84 400
Oteller ve benzeri işletmeler	.	.	.	.	.	.
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	96 549	269 100	227 300	188 800	187 500	257 800
Yolcu taşımacılığı	44 831	54 300	46 200	27 400	32.000	41 200
Hava yolcu taşımacılığı	5 718	45 000	40 400	24 100	28 000	33 900
Demiryolu yolcu taşımacılığı	85	1 900	.	.	.	.
Karayolu yolcu taşımacılığı	39 028	7 400	5 800	3 300	4 000	7 300
Su yolcu taşımacılığı	.	.	.	.	.	.
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	.	.	.	.	.	.
Taşıma ekipmanı kiralama	.	.	.	.	.	.
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	8 647	35 300	29 100	21.000	31 300	35 300
Kültür endüstrisi	19 950	10 700	9 300	6 400	8 500	13 200
Spor ve rekreasyon endüstrisi	17 115	32 600	29 200	19 000	24 100	38 200
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malların perakende ticareti	156 760	119 900	93 800	72 200	74 700	107 200
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	.	71.000	57 100	3 100	13 100	32 700
<b>Diğer endüstriler</b>	.	22 700	16 800	10 200	9 700	16 200

.. Müsait değil

1. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/2ondr4>

## Avustralya: İç turizm tüketimi

Milyon Avustralya doları

	2022		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	.	.	.
<b>Tüketim ürünleri</b>	138 423	26 105	164 528
Turizm karakteristik ürünleri	85 014	12 276	97 290
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	19 313	3 775	23 090
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	24 860	2 513	27 373
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	20 850	3 536	24 387
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	.	.	.
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	.	.	.
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	.	.	.
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	.	.	.
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	.	.	.
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	2 001	557	2 558
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	8 600	1 130	9 730
Kültürel hizmetler	.	.	.
Spor ve rekreasyon hizmetleri	9 390	763	10 153
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	.	.	.
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	.	.	.
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	53 408	13 830	67 238
Turizm bağlantılı ürünler	52 158	12 889	65 047
Turizm dışı tüketim ürünleri	1 250	941	2 191
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	.	.	.

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/yatp09>

## Avusturya

### Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Avusturya ekonomisinin önemli bir itici gücüdür. Sektörün 2023'te doğrudan 20,3 milyar avro veya toplam GSYİH'nin %4,3'üne katkıda bulunacağı tahmin ediliyor, bu 2021'deki miktarın (8,9 milyar avro) iki katından fazla ancak yine de 2019'daki 21,9 milyar avro veya GSYİH'nin %5,5'i olan pandemi öncesi seviyelerin altında.

Avusturya, 2022 yılında konaklama ve restoranlara bağlı 217.500 çalışanı saydı ve bu da toplam istihdamın %5,6'sına katkıda bulundu. Uluslararası seyahat gelirleri 2022 yılında 19,1 milyar avroya veya toplam hizmet ihracatının %23,9'una ulaştı - bu, 2021'deki miktarın (10,5 milyar avro veya hizmet ihracatının %14,8'i) neredeyse iki katı ancak yine de 2019 seviyelerinin (22,9 milyar avro veya hizmet ihracatının %29,9'u) altında.

2023'te tüm konaklama tesislerinde (ticari ve özel) kaydedilen uluslararası turist varışlarının sayısı 30,9 milyondur veya 2019 seviyelerinin %97'siydi. Bu, 2021'deki pandeminin en düşük seviyesinden %144 daha fazla. Almanya, gecelik konaklamaların %52'sini oluşturarak en büyük uluslararası kaynak pazarı olmaya devam ediyor, ardından Hollanda (%10) ve İsviçre (%4) geliyor.

Ücretli konaklamada yerli turist varışları 14,3 milyona ulaştı (2019 seviyelerine göre %99,9 iyileşme), 39,9 milyon geceleme kaydedildi (2019 seviyelerine göre %99,9).

Avusturya Ekonomik Araştırma Enstitüsü'nün Mayıs 2024 tarihli son tahminlerine göre, 2024 yaz sezonu için yaklaşık 81,5 milyon geceleme bekleniyor; bu, 2019'un aynı dönemine kıyasla %3,3'lük bir artış anlamına geliyor. Ancak, enflasyonun sürekli yüksek olması ve ziyaretçilerin daha az para harcaması nedeniyle turizm gelirinin reel olarak 2019 seviyelerinin altında kalması bekleniyor.

### Turizm yönetimi

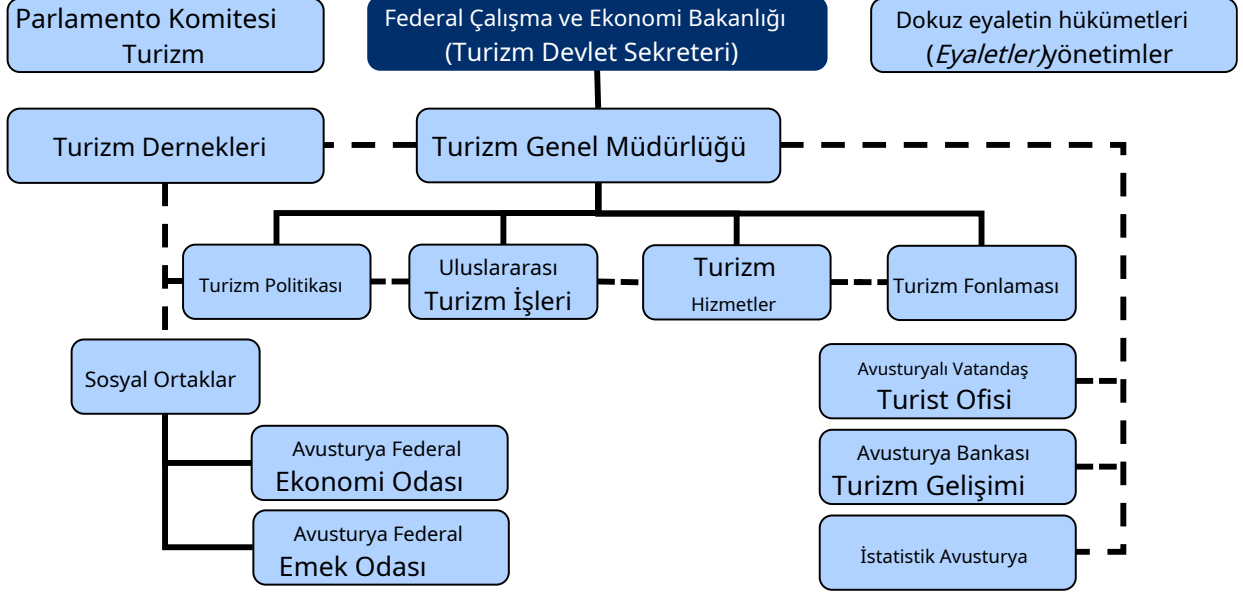
Ulusal düzeyde, Federal Çalışma ve Ekonomi Bakanlığı turizm politikasından sorumludur ve Parlamento Turizm Komitesi tarafından denetlenir. Turizm işlerine ilişkin yasama ve yürütme sorumluluğu dokuz eyalettedir (*Eyaletler*). Bakanlık ile Bakanlık arasındaki koordinasyon *Eyaletler* Turizm Yönlendirme Grubu tarafından desteklenmektedir. Ayrıca Bakanlık, kalıcı gruplar, yuvarlak masalar veya vaka bazında (örneğin yeni finansman planları, turizmi etkileyen yeni mevzuat) belirli konularda diğer bakanlıklar, departmanlar, kurumlar ve özel sektörle birlikte çalışmaktadır.

Ulusal Turizm Ofisi olan Austria Tourism, pazar araştırması, marka yönetimi, pazarlama, turizm ağı, inovasyon ve bilgi sağlamadan sorumludur. Austrian Bank for Tourism Development, Bakanlık ile kamu-özel sektör ortaklığında faaliyet gösteren uzmanlaşmış bir turizm bankasıdır. Statistics Austria, turizm verilerini toplar ve yayar.

Ulusal turizm idaresinin 2023'te toplam 65,7 milyon avroluk bir bütçesi vardı. Bunun 28 milyon avrosu Avusturya Turizm Kalkınma Bankası tarafından yönetilen KOBİ'lere yönelik mali desteğe ayrılmıştı ve 30,1 milyon avro daha Avusturya Ulusal Turizm Ofisi'ne tahsis edildi. Bakanlık, ortak finanse edilen turizm projeleri ve hizmet sözleşmeleri için bireysel sübvansiyonlar aracılığıyla 5,8 milyon avro dağıttı. Ayrıca, turizm sektöründeki KOBİ'ler Avrupa Kurtarma Programı'ndan 23,3 milyon avro aldı.

Ulusal bütçeye ek olarak, dokuz *Eyaletler* Belirli turizm geliştirme programlarını desteklemek için turizm bütçeleri vardır.

#### Avusturya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Federal Çalışma ve Ekonomi Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Avusturya'nın ulusal turizm stratejisi - Plan T - Turizm Ana Planı - 2019 ilkbaharında başlatıldı ve ulusal turizm politikasının temeli olmaya devam ediyor. Plan T, BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerini karşılamak için Gündem 2030'un uygulanmasına katkıda bulunmayı amaçlıyor. Plan T'nin, kısa vadeli hedefleri ve ilgili önlemleri özetleyen belirli eylem planlarıyla desteklenen dokuz öncelikli alanı vardır ve 2023-24 yılları için bunlar şunlardır:

- Turizm farkındalığını güçlendirme: sürdürülebilirliğin tüm boyutlarında başarıyı ölçmek için turizm göstergelerini daha da geliştirmeye yönelik eylemler (örneğin turizm enerji karışımı, enerji tüketimi, turizm kabulü, enflasyon/fiyat rekabet gücü, Ecolabel sertifikalı işletme ve destinasyon sayısı). Diğer eylemler arasında politika eğilimleri konusunda uzmanlığın bir araya getirilmesi ve paydaş katılımının yeni biçimleri aracılığıyla hedeflenen ağ oluşturmanın teşvik edilmesi yer almaktadır.
- Kooperatif kültürünün oluşturulması: Genel olarak sürdürülebilirlik, sürdürülebilir mobilite, dijitalleşme, finansman ve turizm pazarlaması konularında federal eyaletler ve siyasi/özel paydaşlarla işbirliğinin yoğunlaştırılmasına yönelik eylemler.
- Dijital potansiyelin kullanımı: Ziyaretçilerin ve işletmelerin yararına turizmle ilgili verileri toplamak, değiştirmek ve birbirine bağlamak ve ziyaretçi yönetimi, yapay zeka destekli rezervasyon/fiyat tahmini, enerji verimliliği optimizasyonu konularında kullanım örnekleri çalıştırmak için bir Turizm Veri Alanının devam eden gelişimini destekleme eylemleri. Diğer eylemler arasında konuk kayıt sisteminin dijitalleştirilmesi ve dijital bir konaklama kaydı oluşturulması; ve Avusturya Ulusal Turizm Ofisi'nin Veri Yöneticileri programı aracılığıyla dijital becerilerin güçlendirilmesi yer almaktadır.
- Çekici bir iş ortamının tasarlanması: Kısa dönemli kiralama için çerçeve koşullarının iyileştirilmesine yönelik eylemler ve işletme devri için destekleyici tedbirler.

- Eğitim ve işgücü piyasasını geleceğe uygun hale getirmek: Eylemler arasında Haziran 2023'te sosyal medyada ve özel bir web sitesinde uzun vadede personel çekmek ve elde tutmak için başlatılan Team Tourism = Strong Industry = Your Chance adlı çevrimiçi farkındalık yaratma kampanyası yer alıyor. Diğer eylemler arasında turizm okulları için yeni müfredatlar geliştirmek ve AB dışındaki turizm profesyonellerinin Kırmızı-Beyaz-Kırmızı kart ve mevsimsel kotaların artırılmasıyla Avusturya işgücü piyasasına girişini kolaylaştırmak yer alıyor.
- Geçimimizi sürdürülebilir kılmak: Eylemlerimiz arasında sertifikalı işletme ve destinasyonların sayısını artırmak (Avusturya Eko Etiket'i'ne odaklanarak) ve sektöre sürdürülebilir turizm hareketliliği ve enerji verimliliği gibi konularda sertifika stratejisi ve çalıştaylar (etkinlik serileri, özel platformlar, bilgi materyalleri, yönergeler) temelinde destek sağlamak yer alıyor.
- Herkes için bölgesel katma değer yaratmak: Eylemler arasında, Haziran 2024'te başlatılan çeşitli göstergeler için belediye düzeyinde veri içeren RESY-Gösterge Tablosu yer alıyor. Gösterge tablosu, bölgesel bilgi ve izleme sistemlerinin uygulanmasına yönelik iki varış noktasına sahip bir pilot projenin sonucudur; bir mutfak ağı aracılığıyla tarım sektörüyle iş birliği; ve mutfak deneyimlerine odaklanan Avusturya'nın Turizm İnovasyon Fiyatı'nın 2024 baskısı.
- Turizm pazarlamasının daha da geliştirilmesi: Ulusal Turizm Ofisi'nin başlıca faaliyet alanları şunlardır: i) İletişim: güncel kampanya Avusturya'da Bir Yaz - Günlük 'Yaşam Dozunuz', sanat ve kültür üzerine pazarlama girişimleri (örneğin Feel Austria Festivali, influencer gezileri); ii) İşbirliği: paydaşlarla ve Avusturya Turizm Günü ile ürün geliştirme ve pazarlama; iii) inovasyon: Yapay zeka projeleri, yeni B2C ve B2B web sitesi, sürdürülebilirlik girişimlerine odaklanma, pazar ve trend araştırmaları; ve iv) Avusturya büyükelçilikleri ve Avusturya Federal Ekonomi Odası'nın ticaret tanıtım organizasyonu ile dünya çapındaki ağın güçlendirilmesi.
- Finansman ve tanıtımı daha esnek hale getirmek: Dayanıklılık ve sürdürülebilirliğe odaklanarak turizm KOBİ'leri için yeni finansman yönergeleri geliştirmeye yönelik eylemleri içerir (aşağıdaki kutuya bakın); yenilikçi turizm projeleri için AB fonlarından yararlanılması; ve dağ altyapısına sürekli finansman desteği sağlanması.

#### Avusturya'daki turizm KOBİ'leri için yeni finansman yönergeleri: 'Sürdürülebilirlik bonusu' ve ESG göstergeleri

2023 yılında Avusturya Çalışma ve Ekonomi Bakanlığı, Avusturya Turizm Kalkınma Bankası aracılığıyla sürdürülebilirliği ve finansal dayanıklılığı güçlendirmek için aile tarafından işletilen ve sahibi tarafından yönetilen turizm KOBİ'lerinin yatırımlarını desteklemek üzere yeni finansman yönergeleri sundu. Program, sübvansiyonlu krediler ve garantilerin yanı sıra üç kategoriden birinde yatırım maliyetlerinin %7'si (maks. 350.000 Avro) tutarında bir 'sürdürülebilirlik bonusu' içeriyor: ekoloji, personel ve bölgeler, dijitalleşme.

Turizm yoğunluğu ve arazi kullanım sorunlarını ele almak için, kılavuzlar turizm yılı başına 500.000'den fazla gecelik konaklamaya sahip belediyelerde (başlangıç 2021-22) ve arazi yüzeyinin kapanmasını %25'ten fazla artıran projelerde yeni binalar için finansmanı hariç tutuyor. 2023 yılında, 12 turizm KOBİ'sine toplam 1,7 milyon Avro değerinde 'sürdürülebilirlik bonusu' verildi.

Ayrıca, bankaların ve işletmelerin sürdürülebilirlik performanslarını değerlendirmek için kullanmak üzere 2023 yılında çevre, sosyal ve yönetim (ESG) performans göstergelerine ilişkin turizme özgü bir anket geliştirildi. Bilgiler, kamu-özel banka OeKB Group tarafından ESG Veri Merkezi'nde toplanıyor. Ayrıca, Avusturya Turizm Kalkınma Bankası, işletmelerin başvuru sırasında ve finansman süresi boyunca ESG performans göstergelerini raporlamasını talep ediyor. Banka gelecekte düzenli aralıklarla toplu ESG verileri yayınlamayı planlıyor.

## İstatistiksel Profil

## Avusturya: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	14 033	14 312	9 939	9 416	13 580
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	39 390	39 944	31 596	29 599	38 881
Oteller ve benzeri işletmeler	34 201	34 767	25 724	24 577	33 457
Diğer toplu işletmeler	1 734	1 737	2 267	2 098	2 135
Özel konaklama	3 454	3 440	3 605	2 924	3 289
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	30 816	31 884	15 091	12 728	26 215
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Almanya	14 092	14 383	8 550	7 810	13 526
Hollanda	2 001	2 074	1 361	934	2 049
İsviçre ve Lihtenştayn	1 445	1 451	805	573	1 124
İtalya	1 099	1 108	331	335	821
Birleşik Krallık	996	966	304	86	653
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	110 430	112 765	66 280	49 964	98 031
Oteller ve benzeri işletmeler	84 078	85 982	47 408	35 753	73 752
Diğer toplu işletmeler	5 216	5 404	3 735	4 282	5 718
Özel konaklama	21 136	21 379	15 137	9 930	18 561
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	13 646	14 388	5 072	8 628	16 790
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	11 043	11 902	3 965	7 522	14 041
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	2 604	2 486	1 108	1 106	2 749
En iyi destinasyonlar					
Almanya	2 044	2 559	1 154	1 633	2 379
İtalya	2 058	2 269	749	1 994	2 997
Hırvatistan	1 375	1 000	237	845	1 549
İspanya	504	629	129	351	752
Yunanistan	322	577	93	469	571
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON AVRO</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	21 404	23 127	13 436	10 168	21 205
Uluslararası seyahat gelirleri	19 559	20 493	12 124	8 836	18 912
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	1 845	2 634	1 312	1 332	2 293
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	11 967	12 491	4 518	6 894	12 273
Uluslararası seyahat harcamaları	10 019	10 364	3 925	6 135	10 591
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	1 948	2 127	593	759	1 682

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/my54gz>

## Avusturya: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı	Çalışan kişi sayısı				
	kuruluşları	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	.	.	.	.	.	.
<b>Turizm endüstrileri</b>	89 544	199 300	205 700	128 600	107 800	.
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	.	130 600	134 700	94 800	79 600	.
Oteller ve benzeri işletmeler	16 577	.	.	.	.	.
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	31 597	.	.	.	.	.
Yolcu taşımacılığı	12 489	34 500	35 700	11 700	9 000	.
Hava yolcu taşımacılığı	169	.	.	.	.	.
Demiryolu yolcu taşımacılığı	32	.	.	.	.	.
Karayolu yolcu taşımacılığı	12 199	.	.	.	.	.
Su yolcu taşımacılığı	89	.	.	.	.	.
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	.	.	.	.	.	.
Taşıma ekipmanı kiralama	2 675	.	.	.	.	.
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	2 488	11 500	11 900	9 900	8 100	.
Kültür endüstrisi	21 980	22 700	23 300	12 200	11.000	.
Spor ve rekreasyon endüstrisi	1 738	.	.	.	.	.
Ülkeye özgü turizm karakteristik malların perakende ticareti	.	.	.	.	.	.
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	.	.	.	.	.	.
<b>Diğer endüstriler</b>	.	.	.	.	.	.

.. Müsait değil

1. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/3v6cgb>

## Avusturya: İç turizm tüketimi

Milyon EUR

	2022		
	Yurtiçi turizm harcama	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketim
<b>Toplam</b>	11 113	18 718	30 821
<b>Tüketim ürünleri</b>	.	.	.
Turizm karakteristik ürünleri	.	.	.
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	.	.	9 113
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	.	.	7 004
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	.	.	5 543
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	.	.	1 520
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	.	.	1 063
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	.	.	2 890
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	.	.	69
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	.	.	.
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	.	.	151
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	.	.	404
Kültürel hizmetler	.	.	3 067
Spor ve rekreasyon hizmetleri	.	.	.
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	.	.	.
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	.	.	.
Diğer tüketim ürünleri	.	.	5 540
Turizm bağlantılı ürünler	.	.	.
Turizm dışı tüketim ürünleri	.	.	.
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	.	.	.

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/h9giqm>

# Belçika

## Ekonomide turizm ve görünüm

Belçika'da turizm üç bölgenin ilgili yetkisi altındadır: Flaman, Valon ve Brüksel. Bu bölüm, ülkedeki turizmin etkisine dair ulusal bir genel bakış sunar ve ardından Flaman ve Valon bölgelerinin ilgili yönetim ve politika girişimlerinin ayrıntılarını sunar. Seyahat ihracatı, 2022'de toplam hizmet ihracatının %5,0'ını temsil ediyordu.

2022'de Belçika, otel konaklamalarında 5,7 milyon uluslararası turisti ağırladı (2019 seviyelerinin %84'ü), ülkede toplam 10,9 milyon gece geçirdiler. Bu rakamın 2,8 milyonu Flamanları, 2,2 milyonu Brüksel'i ve 730.000'i Valonya'yı ziyaret etti. 2022'deki en büyük üç kaynak pazar Hollanda (%22), Fransa (%17) ve Almanya (%11) oldu.

Belçika, bir seyahat anketine dayanarak, 2022'de tüm konaklama türlerinde 5,8 milyon iç seyahat yapıldığını tahmin ediyor. Bu, 2019 seviyelerinin %7,4 üzerinde.

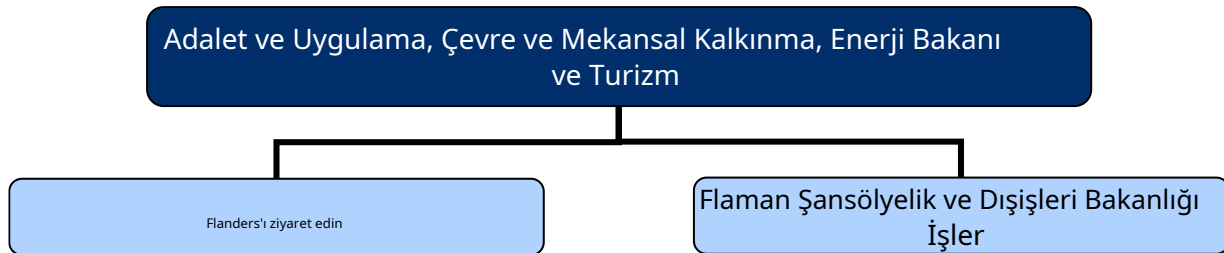
## Flanders Bölgesi

### Turizm yönetimi

Flaman Bölgesi'nde turizm, Flaman Adalet ve Uygulama, Çevre ve Mekansal Kalkınma, Enerji ve Turizm Bakanı'nın sorumluluğundadır. Flaman Şansölyelik ve Dışişleri Bakanlığı'nın Turizm Birimi, uluslararası turizm politikası ve ilişkilerinden sorumludur. Visit Flanders, Flaman Bölgesi'nin bir turizm destinasyonu olarak sürdürülebilir kalkınması ve tanıtımından sorumludur.

Turizme tahsis edilen toplam kamu sektörü bütçesi 2022 yılında yaklaşık 43 milyon avro seviyesinde sabit kalıyor.

#### Flaman: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Flaman Başbakanlık ve Dışişleri Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

## Turizm politikaları ve programları

Flaman Bölgesi'ndeki turizm, COVID-19 krizinin ekonomik gerilemesinden turizm de dahil olmak üzere tüm ekonomik sektörlerin toparlanmasına yardımcı olmayı amaçlayan daha geniş bir Flaman Dayanıklılığı 2022-26 bölgesel toparlanma planı tarafından yönlendirilmektedir. Planın toplam bütçesi yaklaşık 4,3 milyar avro olup bunun 130 milyon avrosu turizme ayrılmıştır. Planın turizm bileşeni, esas olarak daha büyük ölçekli altyapı ve yerel üstü ziyaretçi deneyimlerine odaklanan yatırımlara odaklanmıştır. 2023'ün başında, hepsi programa uygun olan projelere 122 milyon avro atfedilmiştir.

Flaman Bölgesi'ndeki turizm için 2030 uzun vadeli stratejisi, 2017'de başlatılan, kalite, yaratıcılık ve iş birliğini de göz önünde bulunduran denge ve sürdürülebilir turizm ilkeleri üzerine kurulu değer odaklı bir vizyon olan Travel to Tomorrow ilkelerine dayanmaktadır. Bu vizyon özel sektörle birlikte oluşturulmuştur ve gelişen topluluklar ve canlı destinasyonlar elde etmeyi amaçlamaktadır. Stratejinin dört ana hedefi vardır:

- Ziyaretçilerin taleplerinin, destinasyonun ve sakinlerinin ihtiyaçlarıyla dengede olmasını sağlayın.
- Daha etkili bir ziyaretçi deneyimi yaratmak için Flaman bölgesindeki grupları birbirine bağlayın.
- Engellerle karşılaşan herkesin tatil yapmasını mümkün kılın.
- Flaman çapında, yüksek kaliteli ve etkiyi artıran bir yaklaşım.

Stratejinin bir parçası olarak, Flanders Aralık 2023'te Everyone Deserves a Holiday adlı güncellenmiş bir program başlattı. Veriler, Flaman vatandaşlarının %13'ünün mali veya sağlık nedenleriyle yıllık bir hafta tatili karşılayamadığını gösteriyor. Sosyal arabuluculuk ofisleriyle iş birliği içinde, program alıcıların indirimli bir oranda tatil yapmalarına olanak tanıyor ve sosyal açıdan savunmasız grupları destekleyen kuruluşların ağını güçlendiriyor.

Ayrıca Visit Flanders iddialı bir Sürdürülebilirlik Planı oluşturdu. 2022'de başlatılan plan, Visit Flanders'ın destinasyon yönetimini ve iş operasyonlarını izlemek için 20 gösterge içeriyor ve zaman ufku 2030. Planın temel direkleri kapsayıcılık ve erişilebilirlik, ulaşım, iletişim ve bilgiye erişim, turizm teklifinin ve etkinliklerinin sürdürülebilirliği, yaşanabilirlik ve sera gazı emisyonlarının azaltılmasıdır. 2030 hedefleri şunlardır: Yeşil Anahtar Etiketli ile sertifikalandırılmış turizm işletmelerinin sayısını %44 artırmak; tüm konferans yerlerini hareket kabiliyeti kısıtlı ziyaretçiler için erişilebilir hale getirmek; turistik konaklama yerlerindeki sera gazı emisyonlarını %50 azaltmak; ulaşım operatörlerinin birincil enerji tüketimini %35 azaltmak; ve iş seyahati emisyonlarını %25 azaltmak.

## Valon Bölgesi

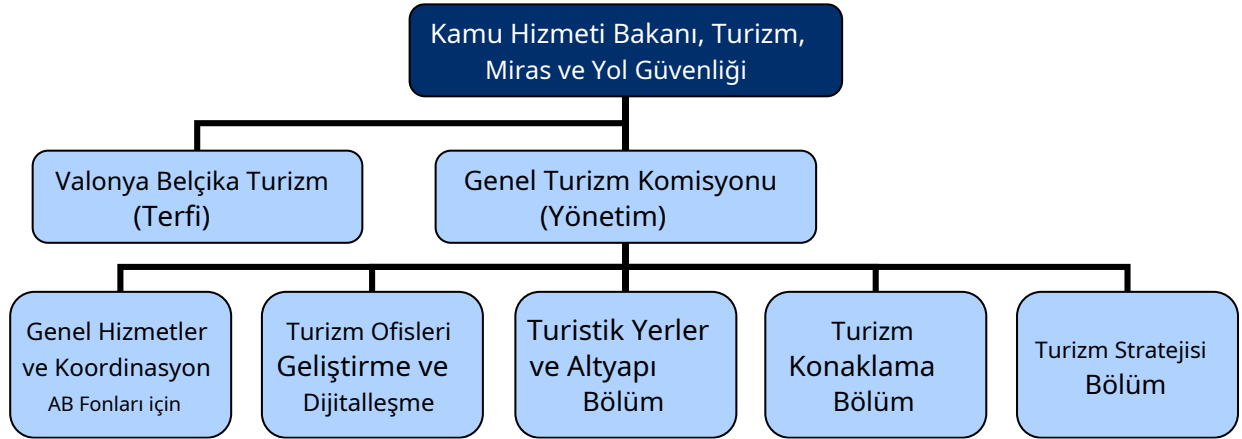
### Turizm yönetimi

Valonya'da turizm, Kamu Hizmeti, Turizm, Miras ve Yol Güvenliği Bakanı'nın sorumluluğundadır. Valonya'daki Almanca konuşan topluluk, Valonya ile topraklarında turizmi yönetme konusunda bir anlaşma yapmıştır. Valonya turizm sektörünü iki ana kuruluş desteklemektedir:

- Genel Turizm Komisyonu (CGT), Valonya'daki başlıca turizm idaresidir ve kaliteli turizmi geliştirmeye odaklanır. Sektöre danışmanlık, tanınma, etiketleme ve mali yardım yoluyla destek sağlar.
- Valonya Belçika Turizmi (WBT), Valon turizminin Belçika ve dış pazarlarda tanıtılmasından sorumludur.

Valonya'nın 2023 yılı turizm bütçesi 67 milyon avro olarak belirlendi.

### Valonya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Valonya Genel Turizm Komisyonu'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Valonya'daki turizm, 2021'de başlatılan Valonya Kurtarma Planı tarafından yönetilmektedir. 2022'de Planı uygulamak için öncelikli eylemler sendikalar, işverenler ve çevre temsilcileriyle ortaklıklar halinde taslak olarak hazırlanmıştır. Kısmen Avrupa Birliği tarafından finanse edilen Planın bir parçası olarak, Genel Turizm Komisyonu (CGT) 2023'te birkaç proje başlattı:

- Yeni bir dijital platform ve veritabanı: CGT ve VISITWallonia, turizm idarelerini turizm operatörleri ve kuruluşlarına (B2B) bağlamak için bir işlem platformunun uygulanmasını hazırlıyor. Valon turizm paydaşları için turizm yetkilendirmeleri, sübvansiyonlar, tanıtım ve diğer ilgili faaliyetler için uygun tek bir veritabanı olması amaçlanıyor. Veriler ve işlemler merkezileştirilecek ve yetkili paydaşlar tarafından gerçek zamanlı olarak görülebilecek.
- Dijital Bagajım: CGT, VISITWallonia, Forem Tourisme Yetkinlik Merkezi ve diğer turizm paydaşlarıyla işbirliği içinde başlatılan, 3.000'den fazla turist operatörüne dijital yetkinlikler ve dijital teklifler geliştirmek için hedefli araçlar sunan bir dijital platform. Başlangıçta, projenin pilot aşamasına 24 operatör katıldı. Bu proje aracılığıyla Wallonia, turizm teklifini tanıtırken turizm operatörlerinin dijitalleşmesini ve dayanıklılığını hızlandırmayı hedefliyor.
- Özellikle sosyal boyutlarda turizmin sosyal, çevresel ve erişilebilirliğini ölçmek için göstergeler geliştirmek. Valonya'daki mevcut göstergelerle turizm sektörünün Valon ekonomik kalkınması dışındaki boyutlara katkısını ölçmek mümkün değildir.
- Zor bir sosyal ve/veya ekonomik durumda yaşayan herkesin boş zaman ve turizm aktivitelerini keşfetmesi için katılımı kolaylaştırmak. Valonya, turizm aktivitelerinin erişilebilirliğini artırmak için yeni ortaklıklar başlattı. 2023'te 2.000'den fazla yararlanıcı katıldı ve 2021-22'de daha önce onaylanan 16'ya ek olarak 26 yeni turizm aktivite teklifi onaylandı.
- Valonya Destinasyon Kalitesi (WDQ) yaklaşımının sürekli iyileştirilmesi yoluyla destinasyonların kalitesinin iyileştirilmesi. WDQ, turizm operatörlerini misyonlarını, vizyonlarını ve değerlerini sorgulamaya teşvik eden atölyeler ve iş operasyonlarını desteklemek için somut araçlar sunar. Amaç, halihazırda mevcut araçları yeniden düzenlemek ve her turizm operatörünün hizmetlerinin ve/veya yönetiminin kalitesini güçlendirmeyi hedeflemesi için yeni araçlar yaratmaktır.
- Bir dizi proje aracılığıyla doğa turizmi teklifini iyileştirmek. Bunlara Valonya doğa parklarının markasını iyileştirmek, sürdürülebilir ve ekolojik olarak sorumlu Biodiversity 360° stratejisi dahildir.

turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi ve özellikle büyük veri analizi kullanılarak Valon doğal alanlarındaki turist akışlarının izlenmesinde dijital araçların kullanımının araştırılması.

- Turizm mesleklerinin beceri ve çekiciliğinin artırılması (aşağıdaki kutuya bakınız).

#### Valonya'daki turizm işverenleri ve çalışanları arasında daha iyi eşleşme sağlamak için veri ve bilgilerin iyileştirilmesi

Valonya, ortak bir turizm meslekleri, becerileri ve eğitimi listesi oluşturarak işgücü ve beceri arz-talep uyumunu iyileştirmek için çalışmalar yürütüyor. Turizm sektörü istihdamına ilişkin veriler genellikle dağınıktır ve sektörün farklı temsilcilerinin tek sesle konuşmasını sağlamaz. İlgili bir zorluk, turizm mesleklerinin değerini ve Valon turizm sektörünün çekiciliğini artırmaktır. Bu girişim, bunu koordineli bir şekilde ele almayı amaçlamaktadır ve çalışmayı desteklemek için iki çalışma grubu başlatılmıştır:

- Turizm Meslekleri Çalışma Grubu, mesleklerin ve ilişkili ana becerilerin (bilgi ve know-how) bir listesini geliştiriyor. Amaç, iş tekliflerinin ifadesini standartlaştırmak, turizm sektöründeki iş arayanların becerilerini geliştirmek ve sektör için bilgi araçlarını iyileştirmektir. Bu çalışma grubu, Forem Tourisme Yeterlilik Merkezi ve Genel Turizm Komisyonu tarafından yönetilmektedir.
- İstatistik Çalışma Grubu, istihdam piyasası izleme, analiz ve tahmin hizmeti aracılığıyla iş, açık, geçici işsizlik ve talep ve iş tekliflerinin evrimi açısından turizm sektörünün kapsamını belirlemeye çalışmaktadır. Amaç, sektörler/meslekler ve turizm meslekleri için yapısal izleme projeleri açısından turizmin kapsadığı kapsamı belirlemek için kullanılan yaklaşımları uyumlu hale getirmektir.

Bu girişimin amacı, çalışanları ve işverenleri birbirine bağlayarak turizm istihdamını iyileştirmek, Valonya'da turizm sektörünün önemli bir sektör olarak görünürlüğünü artırmak (iş tekliflerinin sayısı ve içeriğine göre), personel eksikliğini izlemek ve eğitim standartlarını iyileştirmektir.

## İstatistiksel Profil

## Belçika: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	4 872	5 362	4 284	6 911	5 759
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	18 480	..	..	19 013	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	19 925	18 627	17 407	26 169	20 150
Oteller ve benzeri işletmeler	11 092	10 376	9 458	16 048	12 286
Diğer toplu işletmeler	1 666	1 301	1 901	2 742	1 697
Özel konaklama	7 166	6 950	6 049	7 379	6 167
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	6 700	6 800	1 804	2 313	5 728
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	1 000	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Hollanda	1 037	1 038	361	611	1 243
Fransa	1 010	1 036	391	571	996
Birleşik Krallık	753	693	136	69	461
Almanya	726	756	234	268	633
Amerika Birleşik Devletleri	383	407	62	66	288
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	12 424	12 669	3 480	4 341	10 916
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	15 626	17 322	7 109	8 593	16 005
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	5 458	6 396	3 080	2 280	4 427
En iyi destinasyonlar					
Fransa	4 919	4 780	2 712	3 267	4 979
Hollanda	1 594	2 112	796	844	1 706
İspanya	1 797	1 813	550	964	1 929
Almanya	945	1 375	465	515	968
İtalya	933	1 289	504	636	1 202
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON AVRO</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	8 748	9 402	6 201	6 191	8 264
Uluslararası seyahat gelirleri	7 530	7 894	5 470	5 330	6 585
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	1 218	1 508	731	861	1 679
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	17 638	18 707	12 175	13 161	16 884
Uluslararası seyahat harcamaları	15 655	16 692	11 349	12 407	15 477
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	1 983	2 015	826	754	1 407

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/y9c2w4>

## Belçika: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
	2022	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	..	..	378 752	..	..	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	10 269..	..	23 969	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	17 687	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	..	..	185 250	..	..	..
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	..	..	75 907	..	..	..
Hava yolcu taşımacılığı	..	..	6 132	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	..	30 749	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	..	38 787	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı	..	..	239	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	..	..	2 828	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	..	..	7 145	..	..	..
<b>Kültür endüstrisi</b>	..	..	41 184	..	..	..
<b>Spor ve rekreasyon endüstrisi</b>	..	..	34 688	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	..	..	5 175	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	2 627	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/d6trcn>

# Kanada

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Kanada ekonomisinin önemli bir parçasıdır ve ülke genelinde iş ve sosyo-ekonomik büyüme yaratır. 2023'te turizm, 2020'deki %1,0'lık düşük seviyeden artarak, Kanada'nın toplam GSYİH'sinin %1,6'sına veya 42,7 milyar CAD'ye doğrudan katkıda bulundu. Turizm GSYİH, nominal olarak 2019'daki pandemi öncesi 43,5 milyar CAD seviyelerinin %98'ine ulaştı. 2023'te 676.700 iş doğrudan turizm tarafından desteklendi veya Kanada'daki toplam istihdamın %3,4'ü. Bu, 2020'ye (500.300 iş) göre %35 ve pandemi öncesi seviyelere (704.100 iş) göre %96'lık bir artışı temsil ediyor. Ziyaretçi ekonomisi, Kanada'nın en büyük hizmet ihracatlarından biridir ve 2021'deki %3,2'lik düşük seviyeden artarak 2023'te toplam hizmet ihracatının %13,3'ünü oluşturmaktadır.

2023'te Kanada, 18,3 milyondan fazla uluslararası turist varışı kaydetti veya 2019 seviyelerinin %83'ü. 2023'te uluslararası turistlerin harcamaları, 2020'deki 6,1 milyar CAN'a kıyasla 24,1 milyar CAN'a ulaştı. Toplam turizm harcamaları, 2023'te 113,4 milyar CAD'ye ulaşarak nominal olarak pandemi öncesi seviyeleri %8 aştı. Kanada'nın 2023'teki en büyük üç uluslararası kaynak pazarı Amerika Birleşik Devletleri (%70), Birleşik Krallık (%4) ve Fransa (%3) oldu.

Yurtiçi turizm, Kanada'da turizmin önemli bir omurgası olmaya devam ediyor ve toplam turizm harcamasının %76'sını oluşturuyor. 2023'te ülke, 2019 seviyelerinden %3,6 daha yüksek olan 97 milyondan fazla yurtiçi turist varışı kaydetti.

Destination Canada'nın 2023 Sonbahar Turizm Görünümü, Kanada'nın turizm sektörünün mevcut öngörülen yörüngede devam etmesi halinde, iç turizm harcamalarının 2030 yılına kadar 140 milyar Kanada dolarını aşabileceğini öngörüyor.

## Turizm yönetimi

Kanada'da, hükümetin tüm düzeyleri turizm sektörünü desteklemede rol oynar. Yenilik, Bilim ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı, federal düzeyde turizm politikası geliştirmeden sorumludur ve turizmle ilgili politikalarda hükümet genelinde iş birliği yapar.

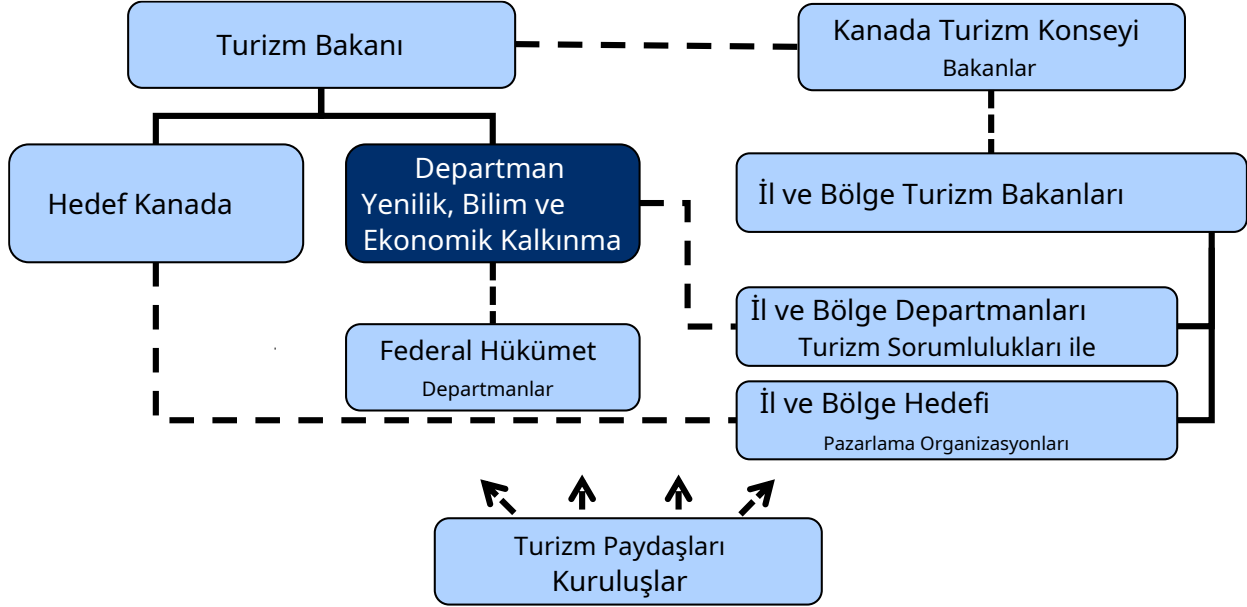
Destination Canada, Kanada'yı yurtdışında tanıtmak için ulusal bir destinasyon pazarlama organizasyonudur. Bir Crown şirketi olarak, turizmden sorumlu Bakan aracılığıyla Parlamento'ya rapor verir.

İl ve bölge hükümetleri, yurtiçi ve bazı uluslararası turizm tanıtımı, destinasyon ve ürün geliştirme, konaklama hizmetlerinin düzenlenmesi ve misafirperverlik ve turizm eğitimi konularında sorumludur. Belediye düzeyinde, turizm faaliyetleri pazarlama, toplantı ve kongrelerin çekilmesi ve yerel festivallerin ve etkinliklerin tanıtımı gibi faaliyetleri içerir.

Kanada, her yıl federal, eyalet ve bölge turizm bakanlarını bir araya getirerek Kanada turizm sektörünün karşı karşıya olduğu eğilimleri ve sorunları tartışan ve iş birliği fırsatlarını belirleyen Kanada Turizm Bakanları Konseyi aracılığıyla hükümet düzeyleri arasında yatay ve dikey koordinasyonu sağlar. Konsey, destinasyonlara erişim ve ekonomik büyümeye odaklanan çalışma grupları kurmuştur.

Kanada'da turizm için yıllık bütçeyi tahmin etmek zor olsa da, 2023 Federal Turizm Büyüme Stratejisi kapsamında dikkate değer fon tahsisleri şunlardır: Turizm Büyüme Programı için 108 milyon CAD, Trans Kanada Yolu için 55 milyon CAD, Yerli Turizm Fonu için 20 milyon CAD ve Destination Canada'nın iş etkinliklerini çekme çabaları için 48,7 milyon CAD. Ayrıca, Destination Canada'nın yıllık tahsisi 96,5 milyon CAD'dir.

**Kanada: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması**



Kaynak: OECD, Yenilik, Bilim ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

**Turizm politikaları ve programları**

Kanada, 2023 yılında yeni bir Federal Turizm Büyüme Stratejisi başlattı - Kanada 365: Dünyayı Her Gün Karşılama. Kanada'nın turizm sektörünün büyümeyi, yatırımı ve istikrarı artırması ve Kanada'nın ziyaretçi ekonomisini uluslararası başarısının bir sonraki seviyesine taşımasına yardımcı olması için bir vizyon ortaya koyuyor.

Strateji, Kanada'nın uluslararası turizm konumunu iyileştirmek için hedefler belirlemiştir. Bunlar arasında, turizmin Kanada GSYİH'sine katkısının 2030 yılına kadar %40 oranında 61 milyar CAD'ye çıkarılması ve turizmle ilgili işlerin 2030 yılına kadar Kanada'da 85.000 doğrudan iş ile toplam 790.000 turizm işi olacak şekilde artırılması yer almaktadır.

Strateji beş stratejik öncelik üzerine inşa edilmiştir:

- Turizm varlıklarına yatırım yapın: Hizmetlerin dijitalleştirilmesine ve fiziksel cazibe merkezlerinin iklim değişikliğine karşı daha sürdürülebilir ve dayanıklı hale getirilmesine destek sağlamanın yanı sıra turizm varlıklarını geliştirin ve yükseltin, daha büyük projelerin riskini azaltmak için destek sunun, işletmelere ve altyapı yatırımlarına doğrudan destek de dahil olmak üzere sermayeye erişimi kolaylaştırın.
- Rekreasyonu ve açık havayı kucaklayın: Kanadalı ve uluslararası misafirlerin doğal alanlara erişimini kolaylaştırın, turizmin sürdürülebilirliğini artırmak için ziyaretleri hem mevsimsel hem de coğrafi olarak dağıtmaya yardımcı olun.
- Yerli turizmi büyötmek için ortak olun: Ziyaretçilere geleneksel kültürleri paylaşma olanağı sunan, yerli topluluklar tarafından yönetilen cazibe merkezleri geliştirin ve tanıtın.

bilgi, tarih, hikayeler ve kültürel uygulamalar. Bu, yerli toplulukların ekonomilerini şimdiki ve gelecek nesiller için çeşitlendirirken doğal haklarını iddia etmelerine olanak tanır.

- Daha fazla uluslararası etkinlik çekin: Seyahatin dört mevsim itici gücü olarak daha fazla uluslararası etkinlik sağlayın, Kanada'ya daha fazla ziyaretçi çekin ve uzun vadeli sürdürülebilir büyümeyi sağlamak için turizm sezonunu uzatın.
- Bakanlık Turizm Konseyi aracılığıyla koordinasyonu iyileştirin: Turizmi etkileyen temel politika ve program araçlarını (örneğin istihdam ve beceriler, bölgesel ve ulusal ekonomik kalkınma, parklar, ulaşım, göç, sınır hizmetleri, konut) içeren görev ve departmanlara sahip Federal Bakanları, Federal Turizm Büyüme Stratejisini uygulamak ve ziyaretçi ekonomisine yönelik tüm hükümeti kapsayan bir yaklaşım sağlamak için harekete geçirin.

Strateji, turizm çeşitliliğini artırma, Yerli turizmi destekleme, Kanada'nın Cinsiyete Dayalı Analizini iletme, turizmin çevresel etkisini ele alma ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerini destekleme becerisine göre ölçülecektir. Strateji ayrıca Kanada'nın WEF Küresel Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksi sıralamasını 13'ten yükseltmeyi amaçlamaktadır. 2021'de 7'inci 2030 yılına kadar. Bu hedeflere ulaşmak için çeşitli programlar başlatıldı. Bunlar şunları içerir:

- Topluluklara, KOBİ'lere ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlara yerel turizm ürünleri ve deneyimlerini geliştirmede yardımcı olan Turizm Büyüme Programı (üç yıl boyunca 108 milyon CAD). Kanada'nın yedi bölgesel kalkınma ajansı, Kanada genelinde bölgesel ekonomik kalkınmayı teşvik etme yetkisiyle bu programı gerçekleştirecek. 2023'ten 2026'ya kadar sürecek olan program, bölgesel bağlamlara dayalı olarak kırsal ve uzak olanlar da dahil olmak üzere topluluklardaki turizm fırsatlarından yararlanmaya yardımcı olacak.
- Trans Canada Trail'deki rekreasyon kaynaklarının ve açık hava aktivitelerinin genişletilmesi (55 milyon CAD). Bu, 28.000 km'lik parkurların bakımı, geliştirilmesi ve genişletilmesi, kırsal toplulukların birbirine bağlanması, parkur altyapısının iyileştirilmesi ve kullanıcı erişilebilirliğinin artırılması için fonları içerir. Program 2022'de başlatıldı ve beş yıl boyunca devam ediyor.
- Doğayı koruma, insanları doğayla buluşturma ve Yerli Halklarla uzlaşmayı iletme ortak vizyonu üzerine kurulu ortaklıklar aracılığıyla Parks Canada tarafından yönetilen, Kanada'nın büyük kent merkezlerinde ulusal kent parkları ağının oluşturulması.
- Kanada'da Yerli turizminin büyümesini hızlandırmak amacıyla 2023 yılında başlatılan Yerli Turizm Fonu (20 milyon CAD) (aşağıdaki kutuya bakınız).
- Destination Canada'nın Kanada'ya büyük uluslararası kongreler, konferanslar ve etkinlikler çekme çabalarını desteklemek için 48,7 milyon CAD tutarında yatırım.

#### Kanada'da Yerli turizm ortaklıklarını güçlendirmeye yönelik eylemler

Yerli Turizmi Güçlendirmek, yeni Federal Turizm Büyüme Stratejisi kapsamındaki temel bir önceliktir. Bu nedenle, Yerli Turizm Fonu'nun oluşturulmasına 20 milyon CAD yatırım yapılarak, Yerli turizm sektörünün pandemiden kurtulması ve uzun vadeli, sürdürülebilir büyüme için konumlanması desteklenmektedir. Ayrıca, 2023 bütçesinde duyurulan 108 milyon CAD'lik Turizm Büyüme Programı'nın bir kısmı, özel fonlama yoluyla federal hükümetin Yerli turizm deneyimlerine yaptığı yatırımları daha da artıracaktır. Pandemiden önce, Yerli turizmi, Kanada turizm pazarında en hızlı büyüyen segmentti ve önemli iş yaratma kazanımları ve Kanada'nın GSYİH'sine katkıları vardı. Ancak, Yerli turizm sektörü COVID-19 pandemisinin etkisinden özellikle ağır bir darbe aldı ve turizm sektörünün diğer bölümlerine göre toparlanması daha yavaş oldu. Yeni yatırımlar, bu benzersiz deneyimlere yönelik artan talebi karşılamaya yardımcı olacak ve böylece Kanada'daki Yerli turizmi sürdürülebilir bir şekilde büyümeye ve gelişmeye devam edebilecek.

## İstatistiksel Profil

## Kanada: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	278 060	275 418	..	202 993	258 831
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	95 445	93 665	..	69 461	90 833
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	182 615	181 753	..	133 532	167 998
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	268 258	262 947	..	237 497	282 597
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	31 274	32 430	5 068	4 282	17 924
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	21 134	22 145	2 960	3 062	12 824
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	10 140	10 284	2 108	1 220	5 100
En iyi pazarlar					
Amerika Birleşik Devletleri	14 440	15 005	1 929	2 093	9 093
Birleşik Krallık	792	863	96	112	588
Çin (Halk Cumhuriyeti), anakara	737	708	94	40	64
Fransa	604	663	96	121	463
Almanya	406	415	40	54	249
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	56 340	56 157	14 605	7 906	31 936
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	33 440	33 064	8 971	4 954	21 400
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	22 900	23 094	5 634	2 951	10 536
En iyi destinasyonlar					
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE HARCAMALARI, MİLYON CAD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	39 959	44 323	18 894	17 847	..
Uluslararası seyahat gelirleri	35 391	39 547	18 217	18 123	..
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	4 568	4 816	780	694	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	54 830	57 383	18 739	12 824	..
Uluslararası seyahat harcamaları	44 740	46 901	16 203	9 895	..
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	10 090	10 482	2 536	1 593	..

.. Mevcut değil; | Seride kopukluk var

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/kho9wd>

## Kanada: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
		2022	2018	2019	2020	2021
<b>Toplam</b>	..	689 900	704 100	500 300	510 500	623 400
<b>Turizm endüstrileri</b>	216 602	565 800	578 400	405 000	408 300	505 800
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	22 144	141 100	146 900	95 600	99 100	125 600
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	87 526	215 000	219 500	149 500	161 600	198 400
Yolcu taşımacılığı	46 868	91 200	93 100	76 300	63 300	73 500
Hava yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	..	..	..	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	6 804	38 800	39 200	29 200	24 400	30 200
Kültür endüstrisi	..	..	..	..	..	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	53 260	79 700	79 700	54 400	59 800	78 100
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	124 200	125 700	95 300	102 200	117 600

.. Müsait değil

1. Veriler iş sayısına ilişkindir.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/3k1qs4>

## Kanada: İç turizm tüketimi

Milyon CAD

	2022		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	74 165	19 805	93 970
Turizm karakteristik ürünleri	45 952	15 082	61 034
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	11 514	5 956	17 470
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	11 461	2 738	14 199
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	16 016	4 492	20 508
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	1 453	452	1 905
Kültürel hizmetler	5 508	1 444	6 952
Spor ve rekreasyon hizmetleri	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	..
Diğer tüketim ürünleri	28 213	4 723	32 936
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/c3kn9o>

# Şili

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Şili ekonomisi için önemli bir sektördür. 2019 yılında turizm doğrudan ekonomiye 6,5 milyar CLP veya toplam GSYİH'nin %3,3'üne katkıda bulundu. Turizmle ilgili endüstriler 2019'da 668.500 kişiye veya toplam istihdamın %7,5'ine istihdam sağlarken, 2020'de 461.000 kişiye düştü (%5,9). Bu sayı o zamandan beri 2022'de 590.100 kişiye (%6,7) yükseldi, ancak turizmde istihdam edilen toplam kişi sayısı 2019 seviyelerinin %12 altında kalmaya devam ediyor. 2023 yılında turizmle ilgili endüstriler 620.000 kişiye (toplam istihdamın %6,8'i) istihdam sağladı, bu da 2019 seviyelerinin %7 altında. Turizm ayrıca Şili ekonomisinin ikinci büyük hizmet ihracatıdır ve 2021'deki %1,9'dan 2022'de toplam hizmet ihracatının %12,0'ını oluştururken, bu oran 2021'de %1,9'du.

Uluslararası turist varışları 2023'te 3,7 milyona ulaştı ve 2021'deki 190.000'lik pandemi düşük seviyesinden toparlandı ancak yine de 2019 seviyelerinin %17,4 altında. 2023'te Şili'nin ana gelen pazarları Arjantin (%32), Brezilya (%13) ve Bolivya (%9) oldu.

Şili'deki turizm talebinin omurgasını iç turizm oluşturuyor ve 2022'de pandemi öncesi seviyeleri aşarak 2019'a göre %13,7 daha fazla olan 61,1 milyon iç turizm gecelik ziyaretçisi kaydedildi. 2023'teki ilk rakamlar, iç turizm talebinin zayıflayabileceğini (%7,2) ancak 2019 seviyelerinin %22 üzerinde kalmaya devam ettiğini gösteriyor.

## Turizm yönetimi

Ekonomi, Kalkınma ve Turizm Bakanlığı Turizm Müsteşarlığı, turizmle ilgili kamu politikalarının tanımlanması ve eşgüdümünün sağlanması, sektördeki kamu ve özel aktörlerin sivil toplumun katılımıyla bir araya getirilmesi ve turizm için kurumsal sistemin sağlanması yoluyla ülkemizde turizmin sürdürülebilir gelişimini teşvik etme ve destekleme misyonunu yerine getirir ve böylece bölgeler ve yerel topluluklar üzerinde olumlu etki yaratır. Kamu politikalarının, planlarının ve ulusal turizm stratejilerinin tasarlanması ve uygulanmasından sorumludur. Turizm Bakanları Komitesi ve Turizm Tanıtım Danışma Kurulu, ulusal ve bölgesel düzeylerde turizm için iki ana koordinasyon ve danışma mekanizmasıdır.

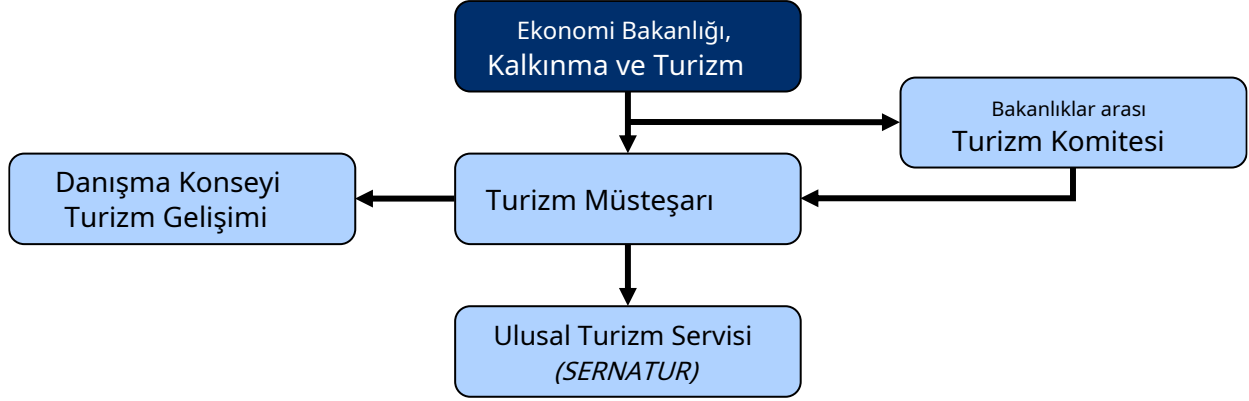
Ulusal Turizm Servisi (SERNATUR), Turizm Müsteşarlığı'nın gözetimi altında ve onunla birlikte çalışarak ulusal turizm politikalarını, planlarını ve stratejilerini uygular. SERNATUR, Şili'nin 16 idari bölgesinin (Bölge) her birinde, bir bölge Müdürünün başkanlığında bölgesel ofislere sahiptir. Ayrıca Paskalya Adası, San Pedro de Atacama, Chiloé ve Puerto Natales gibi bazı bölgelerde yerel turizm ofisleri de bulunmaktadır.

SERNATUR, Şili genelinde bir ağı olarak, bölgesel ofisler aracılığıyla turizm sektöründeki ilgili aktörlerle, örneğin bölgesel hükümetlerle faaliyetleri koordine eder. Bu organlar bölgelerin daha yüksek yönetiminden sorumludur. Bölgesel düzeyde, girişimciliği, yenilikçiliği ve rekabeti destekleyen Üretim Geliştirme Şirketi (CORFO) ve Teknik İşbirliği Servisi (SERCOTEC) gibi diğer hükümet kurumlarıyla da iş birliği içinde çalışır. Şili'nin yerel düzeyde komünler veya belediyeler adı verilen ve toplam

Ülke çapında 346 belediye. Ülke çapındaki belediyelerin toplam sayısının 309'unda yerel turizm ofisi bulunmaktadır.

2023 yılında Turizm Müsteşarlığı ve Ulusal Turizm Servisi'ne toplam 34,2 trilyon CLP bütçe tahsis edildi. Bu miktarın %36'sı personele, kalanı ise her iki kurum tarafından yürütülen kamu politikalarının ve programların uygulanmasına tahsis edildi. Bölgesel hükümetler ve Ulusal Bölgesel Kalkınma Fonu (FNDR) da bölgesel düzeyde turizm için ek fon sağlıyor ve ulusal düzeyde 12,5 milyar CLP'yi aşiyor.

### Şili: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Ekonomi, Kalkınma ve Turizm Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

2023 yılında geliştirilen Sürdürülebilir Turizm için Ulusal Strateji 2035, ülkenin 16 bölgesinde düzenlenen 32 yüz yüze çalıştay, ada topraklarında (Rapa Nui ve Chiloé) 3 çalıştay, 19 çevrimiçi tematik çalıştay, sendikalar ve diğer kilit paydaşlarla çalıştaylar ve ulusal, bölgesel ve yerel otoritelerle yapılan görüşmelerle katılımcı bir yaklaşım benimsedi ve 2.277 katılımcıyı bir araya getirdi. Bu strateji, Sürdürülebilir Kalkınma için 2030 Gündemi çerçevesinde oluşturulmuştur, bu taahhüde bağlı kalır ve sürdürülebilirlik vizyonuna doğru ilerler ve bir ülke olarak ekonomik üretkenliği, sosyal iyileştirmeleri ve çevre korumayı yenileyici bir bakış açısıyla uyumlu bir şekilde entegre etmek için bir kalkınma yolu tasarlar ve bu girdiden altı stratejik ayağı tanımlar: sektörel yönetim; sürdürülebilir turizm; konumlandırma ve benzersiz deneyimler; turizm zekası ve planlaması; yüksek etkili üretken ekosistemler; ve yeşil turizm yatırımı. Stratejinin kesişen ilkeleri şunlardır: ademi merkezîyetçilik; eşitlik ve kapsayıcılık; cinsiyet eşitliği; katılım; sürdürülebilirlik ve doğal, kültürel ve gastronomik mirasın korunması.

Şili ayrıca kısa, orta ve uzun vadede Şili'ye ziyaretçi çekmeyi, Şili turizm sektöründe bağlantıyı güçlendirmeyi, ortalama harcamayı artırmayı ve yeni destinasyonları tanıtmayı amaçlayan uluslararası bir turizm pazarlama planı uyguluyor.

Şili, üç temel girişimle sosyal turizmi destekliyor: Aile Turizmi, Çalışma Turları ve Yaşlı Tatilleri. Bu programlar, aileler, öğrenciler ve yaşlı vatandaşlar için turizm paketlerini destekleyerek iç turizmi ve yerel ekonomik kalkınmayı teşvik ediyor. Pandemi kesintilerine rağmen, 2022'de yeniden başladı ve çeşitli gruplara fayda sağladı. Gelecekteki hedefler arasında katılımı genişletmek, daha fazla turizm sektörünü dahil etmek ve sürdürülebilir turizmi teşvik etmek yer alıyor. Bu programlar, seyahat acenteleri, ulaşım, konaklama, restoranlar, tur operatörleri, rehberler, sigorta şirketleri, geziler, el sanatları, yaban hayatı alanları ve kültürel hizmetler dahil olmak üzere çeşitli hizmet sağlayıcıları birbirine bağlayarak orta ve düşük sezonlarda üretkenliği artırıyor.

Pandemi sırasında, ulusal topraklar içindeki seyahat etkilendi. Ancak, serbest hareketlilik yetkilendirildikten sonra (COVID-19 sağlık ve önleme kısıtlamalarıyla), programlar yeniden etkinleştirildi ve 2022'de 271.000'den fazla gecelik konaklamaya ulaşıldı.

Şili'deki son turizm politikaları sürdürülebilirlik ve iklim dayanıklılığına odaklanmaktadır. Turizm Sektöründe İklim Değişikliğine Uyum İçin 2020 Planı, kapasite oluşturma ve sektör, ev sahibi topluluklar ve turistler arasında iş birliği gerektiren eyleme geçirilebilir önlemler yoluyla 2024 yılına kadar sektörün sürdürülebilirliğini artırmayı amaçlamaktadır. Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi ve Paris Anlaşması'nın bir parçası olarak, plan 2024 yılında Şili'nin İklim Değişikliği Çerçeve Yasası ile uyumlu hale getirilmek üzere güncellenecektir. Ayrıca, Sürdürülebilir Sanitasyon Sistemleri Programı, kırsal turizm mikro işletmelerini içme suyu ve temel sanitasyon ekipmanı için teknik danışmanlık ve finansmanla desteklemektedir (aşağıdaki kutuya bakın).

Biyoçeşitlilik ve Korunan Alanlar Hizmeti, korunan alanlardaki turizm imtiyazlarına ilişkin mevzuatı değiştirir. 2023'te yürürlüğe girmesinden itibaren, korunan alanların bireysel yönetim planlarıyla uyumlu oldukları sürece parklar ve rezervler gibi korunan alanlarda düşük etkili turizm imtiyazları sağlar. Turizm Müsteşarlığı, korunan alan planlama süreçlerine müdahale edebilir ve birim başına imtiyazları ve imtiyaz gelirlerini belirleyecek Teknik Danışma Komitesi'nin bir parçası olacaktır.

Üretim Geliştirme Şirketi, ülkenin büyüme potansiyeline sahip farklı endüstrileri için şirketlerin ve bölgelerin rekabet gücünü artırmak için çeşitli programlara sahiptir. Turizm söz konusu olduğunda, bu kuruluş bölgelerin yönetimini ve üretken gelişimini teşvik etmek için bir dizi araç sağlamıştır. Bugüne kadar, Ulusal Dönüşüm Turizmi programı, Enotourism, Lagos Rios ve Volkanlar ve Patagonya Parkları'nın mezo bölgesel programları ve turizmin teşviki için 7 bölgesel program bulunmaktadır.

PAR Chile Apoya Turismo 2023 programı, eğitim, iş planları, danışmanlık, teknik yardım, işletme sermayesi ve yatırım projeleri için finansman yoluyla mikro, küçük ve orta ölçekli turizm işletmelerinin toparlanmasını destekler. Program Mart 2023'te başlatıldı ve 16 bölgedeki turizmle ilgili projelerin %100'üne kadarını finanse edebilir ve maksimum limit 3,24 milyar CLP'dir.

#### Şili'de sürdürülebilir sıhhi tesisat sistemleri

Turizm Müsteşarlığı tarafından Halk Sağlığı Müsteşarlığı ile işbirliği içinde tasarlanan Sürdürülebilir Sanitasyon Sistemleri Programı, kırsal alanlarda bulunan turizm mikro işletmelerini desteklemeyi amaçlamaktadır. Program, insan tüketimi için yağmur suyu toplama sistemleri, gri su yeniden kullanım sistemleri, inşa edilmiş sulak alanlar ve kuru tuvaletler uygulanması yoluyla uzak bölgelerde içme suyu ve temel sanitasyon ekipmanlarının sürdürülebilir tedarikini sağlamak için teknik danışmanlık ve finansman araçları sağlar. Amacı, kırsal turizm işletmelerinin kalitesini ve ziyaretçi deneyimini iyileştirmek, korunan alanlardaki koruma koşullarını iyileştirmek ve bu alanlardaki park bekçilerinin temel koşullarını iyileştirmektir. Bu programın ilk girişimleri, ücretsiz bir dijital rehberde alternatif ve sürdürülebilir sağlık teknolojilerinin derlenmesini içeriyordu. 2021'deki ilk projenin teslimi, Chiloé'deki Quehui Adası'ndaki bir turist kulübesinin parçası olarak insan tüketimi için yağmur suyu sağladı.

## İstatistiksel Profil

## Şili: Yurt içi, yurt içi ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm<sup>1</sup></b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	73 344	74 459	54 425	68 516	85 879
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	52 974 e	53 749 sayfa	39 323 sayfa	49 201 sayfa	61 093 sayfa
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	20 370 e	20 711 e	15 102 e	19 315 e	24 787 e
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	6 603	5 431	1 310	192	2 269
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	5 723	4 518	1 119	190	2 030
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	880	913	191	2	239
En iyi pazarlar					
Arjantin	2 422	1 435	414	21	652
Brezilya	589	542	78	14	247
Bolivya	541	468	133	4	146
Peru	389	411	98	27	183
Amerika Birleşik Devletleri	222	225	62	18	135
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	4 605	4 091	1 162	519	2 366
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	3 825	3 346	963	514	2 155
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	780	745	198	6	212
En iyi destinasyonlar					
Peru	1 055	1 018	..	..	..
Arjantin	1 123	996	..	..	..
Amerika Birleşik Devletleri	306	295	..	..	..
Brezilya	301	284	..	..	..
İspanya	82	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	3 937	3 317	841	535	1 907
Uluslararası seyahat gelirleri	2 897	2 303	413	113	1 024
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	1 040	1 014	428	422	883
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	3 182	3 191	756	588	2 355
Uluslararası seyahat harcamaları	2 394	2 459	539	303	1 718
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	788	732	217	285	637

.. Mevcut değil; e Tahmini değer; p Geçici veriler; | Seride kopma

1. Talep tarafı anketlerinden seyahatler; Arz tarafı anketlerinden geceler.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/y76vo9>

## Şili: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı				
		2022	2018	2019	2020	2021
<b>Toplam</b>	194 075	656 sayfa	668 sayfa	461 sayfa	507 sayfa	590 sayfa
<b>Turizm endüstrileri</b>	79 237	392 sayfa	397 sayfa	268 sayfa	312 sayfa	369 sayfa
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	14 223	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	4 351	..	..	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	60 663	..	..	..	..	..
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	37 742	114 sayfa	107 sayfa	83 sayfa	82 sayfa	84 sayfa
Hava yolcu taşımacılığı	199	..	..	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	11	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	37 135	..	..	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı	397	..	..	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler		150 sayfa	164 sayfa	110 sayfa	112 sayfa	137 sayfa
Taşıma ekipmanı kiralama	6 427	..	..	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	2 975	..	..	..	..	..
Kültür endüstrisi	5 312	..	..	..	..	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	7 953	..	..	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik malların perakende ticareti	5 991	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri		..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	52 789	..	..	..	..	..

.. Mevcut değil; p Geçici veriler

1. Veriler işletme sayısına ilişkindir.

2. Veriler çalışan sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/c1uj6w>

## Şili: İç turizm tüketimi

Milyon USD

	2022		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	7 923 e	1 439 e	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	..	..	..
Turizm karakteristik ürünleri	..	..	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	..	..	..
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	..	..	..
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	..	..	..
Kültürel hizmetler	..	..	..
Spor ve rekreasyon hizmetleri	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	..
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	..	..	..
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Mevcut değil; e Tahmini değer Kaynak: OECD

Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/8jvskd>

# Kolombiya

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Kolombiya ekonomisine önemli bir katkıda bulunmaktadır. 2023 yılında turizm, 2020'den beri devam eden bir toparlanma gösteren (1,2%) toplam GVA'nın 1,4 milyar COP'una veya %2,3'üne katkıda bulunmuştur, ancak 2019'da hala %2,6'nın altındadır. 2022 yılında turizm, 709.300 kişiye iş veya toplam istihdamın %3,2'sine destek sağlamıştır; bu, 2019'daki %3,6 ve 2020'deki %2,1 ile karşılaştırılabilir. Seyahat ihracatı, 2022'de toplam hizmet ihracatının %44'ünü oluşturmuştur.

Kolombiya, 2020'de 1,4 milyonluk pandemi düşük seviyesinden toparlanarak ve 2019'da 4,5 milyonluk pandemi öncesi seviyeleri aşarak 2023'te 6,1 milyon uluslararası turisti ağırladı. Uluslararası turistlerin harcamaları 2023'te toplam 51 milyar COP'a ulaştı. 2023'teki ana kaynak pazarlar Amerika Birleşik Devletleri (%27), Ekvador (%8) ve Meksika (%8) oldu.

Yurtiçi turizm de pandemi öncesi seviyeleri aştı. Yurtiçi gecelik seyahat sayısı 2023'te 47,4 milyona ulaştı, 2019'un (46,3 milyon) %2,5 üzerinde. Yurtiçi turistler 2023'te 17,7 milyar COP harcadı, bu da cari fiyatlarla 2019 seviyelerine göre %7,8'lik bir artış anlamına geliyor.

Kolombiya, 2026 yılına kadar 7,5 milyon uluslararası turist ve turizmle ilgili işlerde (yolcu taşımacılığı, konaklama ve seyahat acenteleri) 300.000 ek istihdam hedefliyor.

## Turizm yönetimi

Ticaret, Sanayi ve Turizm Bakanlığı (MINCIT), Kolombiya'daki turizm politikasından sorumludur. Her 4 yılda bir Ulusal Kalkınma Planı'na dayalı olarak Turizm Sektörel Planı oluşturur. Entegre Destinasyon Yönetim Stratejisi, turizme dahil olan faaliyetlerin, kaynakların ve paydaşların planlanması ve yönetiminde hükümetler arası koordinasyona olanak tanır.

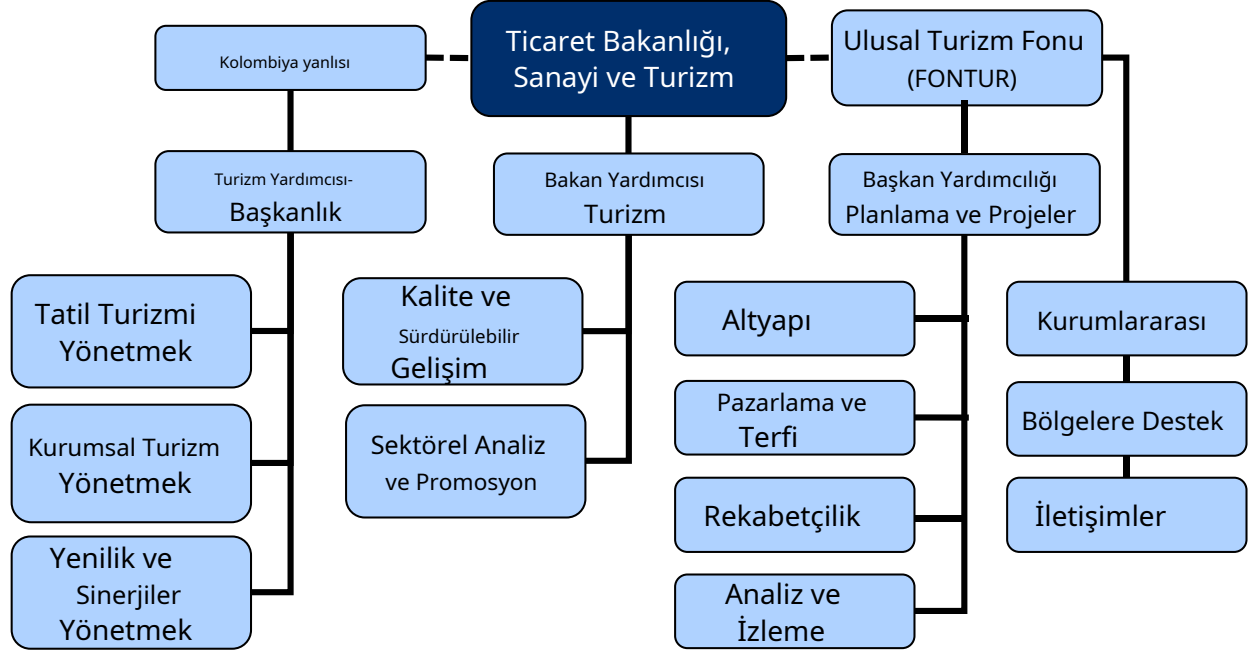
Ulusal düzeyde MINCIT üç ana kuruluşla çalışmaktadır: (i) FONTUR: Bakanlığa bağlı Ulusal Turizm Fonu; (ii) PROCOLOMBIA: Kolombiyalı şirketlerin uluslararası tanıtımı, genişlemesi, doğrudan yabancı yatırım çekilmesi, ülkenin bir turizm destinasyonu olarak konumlandırılması ve ülkenin markasıyla görevli kuruluş; ve (iii) Colombia Productiva: Sanayinin ve şirketlerin daha kaliteli hizmetler ve daha fazla katma değer üreterek üretkenliği ve rekabet gücünü artırmalarına yardımcı olur.

MINCIT ayrıca diğer bakanlıklarla (örneğin Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınma Bakanlığı, Kültür Bakanlığı, Ulusal Planlama Dairesi) birlikte çalışır ve tüm politikalar ve stratejiler konusunda paydaşlara ve özel sektör temsilcilerine danışır. Bölgesel düzeyde, turizm faaliyetleri merkezden uzaklaştırılır ve uygulama bölgesel yetkililer ve yerel topluluklarla koordine edilir. Turizm her bölgedeki yerel yetkililer tarafından desteklenir.

Turizm için finansman, genel ulusal bütçeden, turizm hizmet sağlayıcılarının zorunlu katkılarından, hükümete ait turizm mülklerinden ve markalarından elde edilen gelirlerden ve hava yoluyla uluslararası varışlar için 15 ABD doları tutarındaki vergiden gelir. 2023'te, Turizm Bakan Yardımcısı'nın genel ulusal bütçeden tahsisi, 2022'den değişmeden 3,8 milyar COP idi. Bu fonlar, Bakan Yardımcısı'nın operasyonlarını ve yönetimini finanse etmeye yardımcı olur ve öncelikle yükleniciler ve seyahat masrafları için kullanılır. Ulusal

Turizm Fonu (FONTUR), 2023'te turizm sektörünün tanıtımını ve rekabet gücünü desteklemek için genel bütçeden 194,8 milyon COP aldı; bu, 2022 seviyelerine göre %65'lik bir artış anlamına geliyor. Ayrıca, FONTUR'un parafiskal ücretler, para cezaları, bakiyeler, ibralar ve iadelerden elde ettiği gelir, 2022'deki 159,1 milyon COP'tan 2023'te 355,8 milyon COP'a %123,6 arttı.

### Kolombiya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Ticaret, Sanayi ve Turizm Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Sektörel Turizm Planı 2022-26, Kolombiya'da turizm gelişimini yönlendiren ulusal stratejiyi ortaya koymaktadır. Genel amaç, turizmi ekonomik kalkınma, sosyal katılım, çevre koruma ve barış inşası için bir katalizör olarak kullanmaktır. Plan, hedeflere göre ölçülecektir: 2026 yılına kadar hedef, 7,5 milyon uluslararası turiste ulaşmak, turizmle ilgili faaliyetlerde ek 300.000 kişi istihdam etmek ve Kolombiya'daki silahlı çatışmalardan etkilenen 12 alt bölge olan Barış Turizm Bölgelerinden 500 turizmle ilgili işletmeye ulaşmaktır. Bu hedeflere ulaşmak için temel öncelikler şunlardır: ekonomik geçiş ve doğa koruma; dairesel ekonomi uygulamaları; toplum temelli ve etnik turizmi artırmak ve teşvik etmek; inovasyonu ve teknolojiyi teşvik etmek; kamu-özel sektör ortaklıklarını teşvik etmek; kalite ve üretkenliği iyileştirmek; altyapı gelişimini teşvik etmek; ve turizm sektöründe kapsayıcılığa odaklanmak.

Plan ile bağlantılı olarak, 2022-26 Turizm Sürdürülebilirliği Politikası, Kolombiya'nın turizm sektörünü kapsayıcı ve sürdürülebilir ekonomik ilerleme için bir katalizör olarak konumlandırma, adil fırsatlar, toplum koruması ve kültürel miras ve değerlerin korunmasını sağlarken çevreyi koruma yaklaşımını ortaya koymaktadır. Politika, bilgi yönetimini güçlendirmeye, yönetimi sağlamlaştırmaya, yatırım ve inovasyonu genişletmeye, doğal sermayenin sürdürülebilir yönetimini teşvik etmeye, sürdürülebilir seyahat kültürünü teşvik etmeye ve Kolombiya'yı sürdürülebilir bir turizm destinasyonu olarak konumlandırmaya odaklanmaktadır.

Temel programlar ve girişimler, yenileyici ve dairesel turizmi teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Bunlar arasında sürdürülebilir turizm uygulamalarının benimsenmesi, uzun ömürlü ve toksik olmayan malzemelerin kullanımı ve turizmde geri dönüşümün ve yeniden kullanımın artırılması yer almaktadır. Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınma Bakanlığı ile ortaklık kurarak,

MINCIT'in 2026 yılına kadar 2.000 hizmet sağlayıcı, işletme ve turistik cazibe merkezine fayda sağlama planları. Bu, yenilenebilir enerji üretim modeliyle uyumlu yerel faaliyetleri, sürdürülebilir uygulamaları ve yeşil işleri artırmak için turizm işletmelerine teknik ve finansal destek içerir. Girişim ayrıca, etnik grupların bilgi ve deneyimine dayalı ekonomileri çeşitlendirmek için doğa turizmine odaklanarak turizm faaliyetlerinde bulunan toplulukları da destekler. Sürdürülebilir turizmde kadınlar ve gençler için bir turizm liderlik programının yanı sıra turizm işletmelerine ve genişletilmiş tedarik zincirine fon sağlanır.

Sorumlu Turizm Stratejisi uygulama programı (2022-26), Çocukların ve Ergenlerin Ticari Cinsel İstismarının (CSEC) önlenmesini, bitki ve hayvan ticareti, kültürel mirasın korunmasını, Temiz Kolombiya girişimini ve Sorumlu Turizmi içerir. Amaç, turizmin yerel topluluklar ve ekosistemler üzerindeki olumsuz etkisini en aza indiren sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik etmektir. Program, 2026 yılına kadar turizm ekosistemindeki 223.000 kişiye fayda sağlamayı amaçlamaktadır. 2024 yılında programa 11,1 milyon COP tahsis edildi.

Topluluk temelli örgütlere destek – EMPRETUR (2022-26), 74 topluluk temelli örgütün örgütsel ve ticari yeteneklerini güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Buna, 9,1 milyon COP tahsisi yoluyla sürdürülebilirlik ve rekabetçi entegrasyonun teşvik edilmesi dahildir. Ulusal düzeyde turizm sektörlerinin üretken ve sürdürülebilir gelişimini güçlendirme programı, 2022 ile 2026 yılları arasında 430 topluluk temelli örgütü destekleyecektir. Bu program için 21,1 milyon COP tahsis edilmiştir. Barış Turist Topraklarında Turizmi Güçlendirme girişimi, yerel ekonomiler için fırsatlar yaratarak bir barış kültürü inşa eder. Amaç, 2022 ile 2026 yılları arasında 12,6 milyon COP tahsisiyle 500 üretken birimi turizm değer zincirine entegre etmektir. Uzun vadede sektörün sürdürülebilir gelişiminin bilincinde olan turizm hizmet sağlayıcıları tarafından yeni biçimlere ve kaynaklara doğru ilerici geçiş konusunda kapasite oluşturmak için bir eğitim programı geliştirmek.

Diğer eylemler arasında, turizm faaliyetlerinde kullanılan hayvanların refahını ve onurlu muamelesini teşvik etmek için bir eylem çizgisi oluşturmak ve Ulusal İstatistik Sistemi ile uyumlu güvenilir verilerle kararları bilgilendirmek için bir Ulusal Turizm Bilgi Sistemi uygulamak yer almaktadır (aşağıdaki kutuya bakın).

### Kolombiya'da turizm bilgi sisteminin güçlendirilmesi

Turizm Sektörel Planı 2022-26, ekosistemlere ve yerel topluluklara saygı duyarak turizm sektörü için entegrasyon, denetim ve görselleştirme araçlarını geliştirmek için Ulusal Turist Bilgi Sisteminin uygulanması gerekliliğinin altını çiziyor. Turist Bilgi Merkezi, 2014'ten bu yana bölgesel sistemleri destekliyor ancak operasyonel ve kaynak yönetimi boşlukları, 2020'de Ulusal İstatistik İdari Dairesi tarafından tam bir yeniden yapılandırmanın belirlenmesine yol açan bir değerlendirmeye yol açtı.

Kolombiya, 2022'de Sektörel Analiz ve Tanıtım Müdürlüğü, Ulusal Turizm Bilgi Ağı ve Kolombiya Turist Bilgi Portalı'nı başlattı. Ağ, ulusal ve bölgesel bilgi sistemlerini denetler ve Ulusal Turizm Fonu'ndan turizm bilgisiyle ilgili projeler için fon tahsisini optimize eder. Portal, gerçeğe dayalı kararları desteklemek için turizm verilerini görselleştirir ve haftalık olarak yaklaşık 3.500 kullanıcıyı çeker.

Sistemin uygulanması sırasında Ulusal Turizm Fonu, Ulusal Kentsel Ekonomik Sayımı, Turizm (COP 10,7 milyon), Uluslararası Gezginler Anketi (COP 3,7 milyon), veri edinimi ve analiz hizmetleri (COP 2,1 milyon), Tarım Bursu programının etki değerlendirmesi (COP 626 milyon), aylık konaklama anketi (COP 581 milyon), Kolombiya'da Sürdürülebilir Destinasyonların Oluşturulması (COP 106 milyon), Yurtiçi Turizm Harcamaları Anketi (COP 5 milyar) gibi projeleri destekledi. Bu yatırımlar, turizmde bilinçli karar alma, eğilimleri, ekonomik etkileri ve programların ve girişimlerin etkinliğini anlama için kritik içgörüler sağlar.

## İstatistiksel Profil

## Kolombiya: Yurt içi, yurt içi ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022 yılı
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	81 084	83 856	32 457	48 052	70 955
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	45 280	46 279	19 419	29 269	43 567
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	35 804	37 577	13 038	18 782	27 387
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	219 303	219 816	123 614	163 609	201 214
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	4 398	4 531	1 387	2 146	4 721
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Amerika Birleşik Devletleri	648	705	230	517	904
Ekvador	164	159	38	58	241
Meksika	182	198	52	81	239
Venezüella	399	400	112	182	236
Peru	151	181	48	67	192
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	4 368	4 479	1 275	3 004	4 931
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
Amerika Birleşik Devletleri	1 383	1 410	485	1 553	1 576
Meksika	461	499	139	412	830
İspanya	427	489	105	223	588
Panama	404	396	103	149	325
Ekvador	300	285	78	55	192
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	6 655	6 785	1 932	3 054	6 948
Uluslararası seyahat gelirleri	5 621	5 682	1 568	2 596	5 919
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	1 034	1 102	364	458	1 029
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	5 531	5 658	1 540	3 020	5 014
Uluslararası seyahat harcamaları	4 784	4 935	1 358	2 626	4 304
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	747	723	182	394	711

.. Mevcut değil; p Geçici veriler Kaynak: OECD  
Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/g4v2qw>

## Kolombiya: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	2021 s	2022 yılı
<b>Toplam</b>						
<b>Turizm endüstrileri</b>	82 448				440 160	709 263
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri					239 157	419 195
Oteller ve benzeri işletmeler	61 376					
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	1 470					
Yolcu taşımacılığı					60 419	96 730
Hava yolcu taşımacılığı						
Demiryolu yolcu taşımacılığı						
Karayolu yolcu taşımacılığı	977					
Su yolcu taşımacılığı						
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler						
Taşıma ekipmanı kiralama	408					
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	12 492				30 016	36 963
Kültür endüstrisi						
Spor ve rekreasyon endüstrisi					82 956	130 467
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti						
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	5 725				27 613	25 908
<b>Diğer endüstriler</b>						

.. Mevcut değil; p Geçici veriler Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/ptxrgq>

## Kolombiya: İç turizm tüketimi

Milyon COP

	2022 yılı		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>			
<b>Tüketim ürünleri</b>			
Turizm karakteristik ürünleri	15 921 996	44 613 640	60 535 635
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	1 938 757	7 940 851	9 879 608
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	5 082 976	10 314 885	15 397 862
Yolcu taşımacılığı hizmetleri			
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	1 771 305	11 033 261	12 804 566
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri			
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	1 939 231	4 524 076	6 463 307
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri			
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	35 304	0	35 304
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	141 217	215 219	356 436
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	715 472	3 254 575	3 970 047
Kültürel hizmetler			
Spor ve rekreasyon hizmetleri	2 049 736	6 172 568	8 222 304
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	2 247 997	1 158 205	3 406 202
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri			
Diğer tüketim ürünleri			
Turizm bağlantılı ürünler			
Turizm dışı tüketim ürünleri			
<b>Tüketim dışı ürünler</b>			

.. Mevcut değil; p Geçici veriler Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/bv9w0k>

# Kosta Rika

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Kosta Rika'da önemli bir ekonomik sektör ve ekonomik kalkınmanın itici gücüdür. Pandemi öncesinde, doğrudan GSYİH'nın %4,8'ini ve istihdamın %7'sini oluşturuyordu. Seyahat ihracatı, 2019'da toplam hizmet ihracatının %36,6'sını temsil ediyordu.

2022'de sektör, ihracatın neredeyse %40'ını ve hizmet ihracatının yaklaşık %45'ini oluşturan 3,1 milyon ABD doları katkıda bulundu. Kosta Rika Merkez Bankası, turizmin 2023'te ekonomiye 1,1 trilyon CRC katkıda bulunduğunu ve GSYİH'nın %5'ine doğrudan katkıda bulunduğunu tahmin ediyor. Turizm istihdamı 2022'de toparlanarak toplam 169.200 işe ulaştı. Bu, 2019 seviyelerinin %99'una denk geliyor.

2023'te Kosta Rika, 2020'deki 1,0 milyonluk pandemi düşük seviyesinden toparlanarak tahmini 2,5 milyon uluslararası turisti ağırladı, ancak yine de 2019 seviyelerinin %79,6'sında. 2022'deki en büyük gelen pazarlar Amerika Birleşik Devletleri (%55), Avrupa (%20) ve Orta Amerika (%8) oldu.

Ülke, OECD ülkeleri arasında seyahat başına yaklaşık 13,5 gecelik ortalama kalış süresiyle en uzun kalış sürelerinden birine sahip ve turist başına seyahat başına ortalama harcama yaklaşık 1.590 ABD dolarıdır. Kosta Rika'da iç turizm, toplam turizm harcamalarının %15'ini oluşturmaktadır.

Kosta Rika, 2027'ye kadar 3,8 milyon uluslararası varış hedefliyor ve 4,9 milyar ABD doları döviz üretiyor. Önemli kaynak pazarlarla hava bağlantısı bu toparlanmanın temel itici gücü olacak - ziyaretçilerin %90'ı hava yoluyla geliyor. Enerji ve ulaşım maliyetleriyle bağlantılı artan fiyatlar, uzun mesafeli seyahat talebini etkileyebilir.

## Turizm yönetimi

Kosta Rika Turizm Enstitüsü, kamu politikasını formüle etmekten ve turizm politikasını uygulamak için teknik ve yasal araçları tasarlamak ve yürütmekten sorumlu özerk bir devlet kurumudur. Turizm Enstitüsü ayrıca Ulusal Turizm Planı'nı hazırlamak ve yönetmekle de görevlidir.

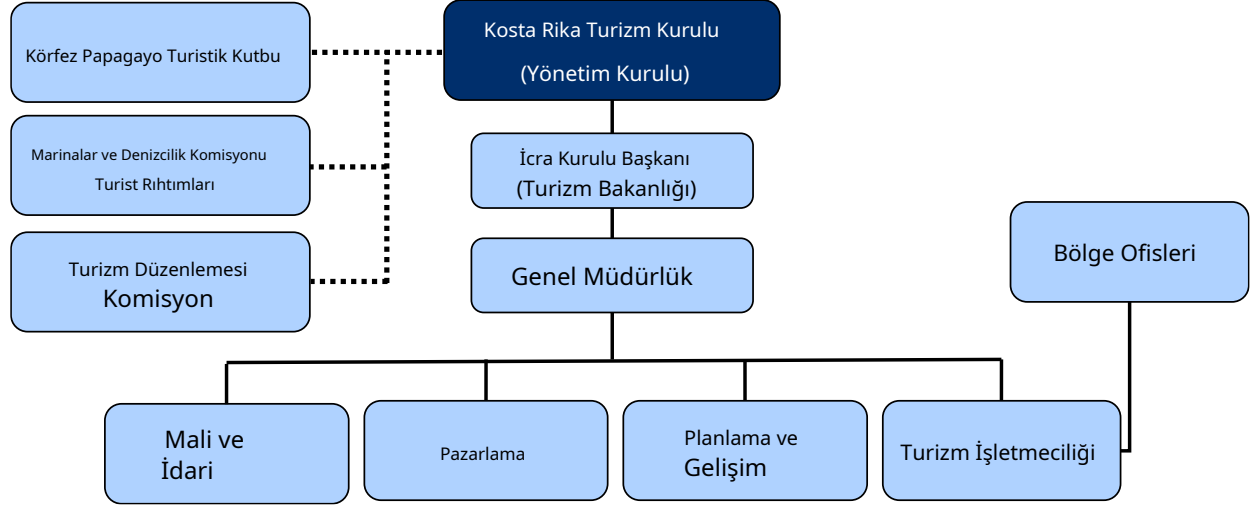
Turizm Enstitüsü, Kosta Rika'da turizmi artırmak, turistik konaklama tesisleri ve turistik yerlerin inşasını ve bakımını teşvik etmek, ülkeyi yurtdışında markalaştırmak ve tanıtmak, ulusal ve yabancı yatırımları çekmekle görevlidir.

Enstitü, Dışişleri, Ekonomi ve Ticaret, Ulaştırma, Çevre ve Enerji, Sağlık ve Dış Ticaret Bakanlıkları da dahil olmak üzere diğer ilgili kurumlarla işbirliği yapmaktadır. Özellikle Kosta Rika Yatırım Tanıtım Ajansı ile yapılan bir işbirliği anlaşması, turizm altyapısı için yabancı yatırım projelerinin tanıtımı ve çekilmesi için stratejik bir ittifak oluşturmaktadır.

Bölgesel Turizm Ofisleri, Turizm Beyanı ve Sürdürülebilir Turizm Sertifikası, turist taşımacılığı sertifikaları ve turist rehberi belgeleri gibi ülkenin kalite programlarını işleyerek turizm sektörüyle işbirliği yapar. Ayrıca, uluslararası basın turlarının geliştirilmesinde bölgelerinin tanıtımında işbirliği yaparlar.

Kosta Rika Turizm Enstitüsü, esas olarak giriş ve çıkış vergilerinden elde edilen gelirler ve kira ve kiralamalardan elde edilen vergi dışı gelirlerle finanse edilmektedir. Kosta Rika'nın 2024 yılında turizmle ilgili pazarlama faaliyetlerini desteklemek için ayırdığı bütçe 31 milyon ABD dolarıydı.

### Kosta Rika: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Kosta Rika Turizm Kurulu'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Ulusal Turizm Geliştirme Planı 2022-27, tüm Kosta Rikalıların daha iyi bir yaşam kalitesinin tadını çıkarması için turizmin faydalarını eşit bir şekilde dağıtma vizyonuyla toparlanmayı ve sürdürülebilir büyümeyi yönlendirir. Kosta Rika'nın doğal kaynaklarından yararlanırken ve bunları korurken turizmin önde gelen bir ekonomik sektör olmaya devam etmesini sağlamayı amaçlar. Plan, Kosta Rika Turizmi için üç ana hedefle sürdürülebilirlik, yenilikçilik ve kapsayıcılık olmak üzere üç temel sütuna dayalı bir turizm geliştirme modeli belirler:

- 2027 yılına kadar tüm 32 Turizm Geliştirme Merkezinde etkili destinasyon yönetim planları uygulanarak turizmin ve yerel mirasın sürdürülebilir kullanımını sağlayan dayanıklı bir turizm faaliyetini teşvik etmek.
- 32 Turizm Geliştirme Merkezi genelinde turizm talebinin dağıtımını sağlayarak, farklı bölgelerdeki toplumların yaşam kalitesinin iyileştirilmesine devam etmek.
- Kosta Rika ekonomisinin ana motoru olan turizmin sürdürülmesi için 2027 yılına kadar 3,8 milyon uluslararası turist varışından 4,9 milyar ABD doları gelir elde edilmesi hedefleniyor.

Bu hedeflere ulaşmak için Kosta Rika, aşağıdakiler de dahil olmak üzere çeşitli politikalar ve programlar geliştirip uyguladı:

- Karayip kıyı bölgesindeki gelişmeler için düzenlemeler. Enstitü, yatırımcılara turizm gelişimi konusunda net kurallar sağlayarak çevreyi korurken turizm gelişimini teşvik etmek için yerel belediye başkanlarıyla yakın bir şekilde çalışmaktadır.
- Destinasyon Yönetimi Programı, ülkenin farklı bölgelerindeki destinasyonların ve Turizm Geliştirme Merkezlerinin geliştirilmesine yardımcı olur. Rekabet güçlerini ve turizm geliştirme koşullarını iyileştirmelerine yardımcı olur, sosyal sermaye oluşturur ve sakinler için daha iyi yaşam koşulları sağlar.

- Turizm sektöründe işgücü katılımını iyileştirmek için ücretsiz bir sanal eğitim platformu olan ICT CAPACITA. 2020'de başlatılan platform, ilk yılda 13.058 kişiye eğitim verdi. Pandemiden sonra platform, sürdürülebilir finansmana ve sertifikasyona erişim gibi turizm dayanıklılığı ve sürdürülebilirlik konularında turizm girişimcilerini ve işletmelerini desteklemeye devam ediyor.
- Sürdürülebilir Turizm Sertifikasyonu ve Turizm işletmelerine yönelik sertifikaları genişletmek için Davranış Kuralları. Sertifikalar, sürdürülebilirliğin ekonomik, sosyal ve çevresel temellerine ve çocukların ve ergenlerin korunmasına yönelik bir işletme taahhüdüne dayalı kaliteli bir hizmetin sürdürülmesine yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Ocak 2024 itibarıyla yaklaşık 150 şirket sertifikalandırılmıştır.
- Sofía Network, tek başına seyahat eden tüm kadınlara faydalı öneriler ve bilgiler sağlayan bir platformdur. Ayrıca, kadın turistlerin tehdit altında hissettiği durumlarda işletmelere nasıl yanıt verecekleri konusunda rehberlik ve eğitim sağlar.
- Koltuklar, uçuşlar ve uçak bileti fiyatlarıyla ilgili değişkenleri içeren aylık raporlar aracılığıyla turizm verilerinin toplanması ve yayılmasının iyileştirilmesi. Bu bilgiler, liman ve uçuşa göre turist varışlarının ve Kosta Rikalıların yurt dışına çıkışlarının üç aylık izlenmesini tamamlar.
- Turizm istihdamındaki büyümeyi değerlendirmek için yeni göstergeler oluşturulması. Pandemi sırasında turizm istihdamındaki azalmanın ardından, sektörün toparlanmasını daha iyi ölçmek amaçlanmaktadır.
- 9 destinasyon için dijital Kültürel Turist Rehberleri geliştiriyoruz. Dijital rehberler, ziyaretçileri destinasyonlara çekmeyi amaçlıyor ve İspanyolca ve İngilizce olarak mevcut. Mobil cihazlara indirilebiliyor ve turistlerin önemli yerler ve alanlar hakkında bilgiye erişmesini sağlıyor. Şimdiye kadar 32 Turizm Geliştirme Merkezi'nden 31'inin kendi dijital rehberi var.
- Kosta Rika'nın BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri kapsamındaki hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmak amacıyla, vatandaşların refahını ölçmek ve turistik destinasyonlar da dahil olmak üzere sosyal performansı izlemek için yeni güncellenen bir Sosyal İlerleme Endeksi (aşağıdaki kutuya bakın).

Kosta Rika, 2023 turizm hedeflerinin üç alanda gerçekleştirildiğini düşünüyor: hava yoluyla turist varışlarının pandemi öncesi seviyelerine geri dönmesi, küçük işletmeler için erişilebilir finansman mekanizmalarının kullanılabilirliğinin artırılması ve turizmin sosyal katkısının görünürlüğünün artırılması. 2024'te ana hedef, korunan alanlarda ve turist rıhtımlarında turizm altyapısına odaklanmak ve kapsamlı destinasyon yönetim programının uygulanmasına devam ederken 2023'ten itibaren başarılı programları sürdürmektir.

### **Kosta Rika'daki Turizm Geliştirme Merkezlerinde vatandaşların refahının ölçülmesi**

Sosyal İlerleme Endeksi, Kosta Rika'nın turizm destinasyonlarındaki sosyal ilerlemeyi değerlendirmek için kullandığı, turizmi sosyal bir olgu olarak ölçme perspektifiyle vatandaşların refahını ölçmek için geliştirilen bir araçtır. Endeks, destinasyonların sosyal sürdürülebilirliğini değerlendirmek için yeni bir metodoloji ve çok boyutlu göstergeler kullanır. Kosta Rika'nın ülke içindeki önemli turizm destinasyonları ve diğer bölgeler arasındaki performansı kıyaslamasına olanak tanır. Hedef, Sosyal İlerleme Endeksi'nde beş yıl içinde 70 puan seviyesine ulaşmak veya onu aşmaktır. Yeni veriler 2024'te yayınlanacaktır.

Endeksin turizm destinasyonlarında kullanılmasının amacı, Kosta Rika'da sürdürülebilir kalkınma için bir katalizör olarak turizmin rolünü desteklemek ve BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerini karşılamaktır. COVID-19 nedeniyle kesintiye uğradıktan sonra, 2023 yılında 32 turizm geliştirme merkezinde veri toplama ve karşılaştırma tekrar başladı. Veriler, Kosta Rika genelinde veri odaklı turizm politikası geliştirmek için kullanılacaktır. Ayrıca, yerel topluluklar üzerinde olumlu bir etki yaratmayı amaçlayan kamu-özel sektör iş birliklerinin başlatılması için bir katalizör olması umulmaktadır.

## İstatistiksel Profil

## Kosta Rika: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	3 313	3 378	1 147	1 401	2 650
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	3 017	3 139	1 012	1 347	2 350
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	296	239	135	54	300
En iyi pazarlar					
Amerika Birleşik Devletleri	1 265	1 335	435	869	1 290
Orta Amerika	691	699	202	78	194
Avrupa	480	501	170	230	470
Kanada	217	235	116	53	184
Güney Amerika	190	196	50	60	111
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	35 295	39 552	13 054	18 320	31 719
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	1 079	1 153	324	588	934
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
Orta Amerika	583	604	167	222	414
Kuzey Amerika	376	418	131	333	380
Panama	301	310	89	128	226
Amerika Birleşik Devletleri	251	280	94	245	234
Nikaragua	141	151	47	44	102
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	4 072	4 340	1 464	1 834	..
Uluslararası seyahat gelirleri	3 769	3 989	1 328	1 717	..
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	304	351	136	117	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	1 198	1 451	426	764	..
Uluslararası seyahat harcamaları	838	1 036	243	566	..
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	360	415	183	198	..

.. : Mevcut değil; | Seride kopukluk Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/dv5ieu>

## Kosta Rika: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
	2022	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	4 392	160 976	170 870	127 570	150 483	169 205
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	..	..	..	..	..	..
<b>Oteller ve benzeri işletmeler</b>	3 133	27 622	31 743	17 938	24 293	29 602
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	429	99 402	103 099	89 448	100 963	107 393
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	..	8 353	6 993	2 744	6 131	3 959
Hava yolcu taşımacılığı	17	..	..	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
<b>Su yolcu taşımacılığı</b>	31	..	..	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	55	6 585	6 843	7 052	5 070	4 773
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	535	6 178	5 025	3 014	2 295	6 730
Kültür endüstrisi	..	5 777	8 122	3 746	6 685	9 630
Spor ve rekreasyon endüstrisi	126	7 059	9 045	3 628	5 046	7 118
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	66	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/6tl9pd>

# Çekya

## Ekonomide turizm ve görünüm

Çekya'daki turizm ekonomisi, pandemi vurmadan önce on yıllık istikrarlı bir büyüme yaşadı ve toparlanma devam ediyor. Turizm, 2019'da Çek ekonomisine doğrudan 166,5 milyar CZK katkıda bulundu ve bu toplam GSYİH'nın %2,9'una eşdeğerdi. Bu, 2020'de 85,8 milyar CZK'lık pandemi düşük seviyesine düştü ve o zamandan beri 2022'de 150,8 milyar CZK'ya veya GSYİH'nın %2,2'sine toparlandı. Turizm istihdamı 2022'de 225.500 kişiyi veya istihdamın %4,1'ini oluşturdu. Bu, 215.200 kişiyi veya toplam istihdamın %4,0'ını gören 2021'deki pandemi düşük seviyesine göre %4,8'lik bir artışı temsil ediyor, ancak yine de sırasıyla 2019'daki 239.500 kişinin veya %4,4'ün altında. 2022'de turizm, turizm ihracatının %15,0'sini oluşturdu ve hala pandemi öncesi seviyelerin (%24) altında.

Çekya, 2023'te toplu konaklama tesislerinde 9,6 milyon uluslararası turist kaydetti, bu sayı 2021'deki 2,6 milyonluk pandemi düşük seviyesinden yüksek, ancak yine de 2019 seviyelerine göre %12,2 düşüş gösterdi. En büyük uluslararası gelen pazarlar Almanya (%24), Slovak Cumhuriyeti (%9) ve Polonya (%8) olmaya devam etti. Uluslararası turizm, 2022'de turizm harcamalarının %49'unu oluşturdu (2019'daki %57'den düşüş). Uluslararası turizmin aksine, yurt içi gecelik geziler güçlü bir toparlanma kaydetti ve 2022'de 35,1 milyona veya 2019 seviyelerinin %109'una ulaştı.

Rusya'nın Ukrayna'ya yönelik saldırgan savaşı da dahil olmak üzere belirsiz ekonomik görünüm göz önüne alındığında, Çekya 2026 yılında uluslararası turizmin pandemi öncesi seviyelere dönmesini öngörüyor.

## Turizm yönetimi

Bölgesel Kalkınma Bakanlığı, Çekya'daki turizm politikası, rekabet gücü ve mevzuattan sorumludur. Bakanlık, stratejik belgeler geliştirir ve kamu turizm altyapısı, pazarlama ve STK'lara destek için sübvansiyonlar yoluyla turizmi destekler. Ulusal Turizm Koleji, Bakanın danışma ve tavsiye organıdır.

Turizm Departmanı tarafından temsil edilen Bakanlık, turizm çalışma grupları, yuvarlak masa toplantıları ve özel tematik toplantılar da dahil olmak üzere turizmin sürdürülebilir gelişimi konusunda diğer merkezi hükümet bakanlıkları, departmanları ve bölgeleri ile özel ve kar amacı gütmeyen sektörlerle koordinasyon sağlar. CzechTourism, Bakanlık tarafından kurulan ve Turizm Departmanı tarafından denetlenen devlet tarafından finanse edilen bir kuruluş olan Çekya'daki ulusal turizm ofisidir. Bölgesel düzeydeki kuruluşlarla pazarlama ve koordinasyonda önemli bir rol oynar.

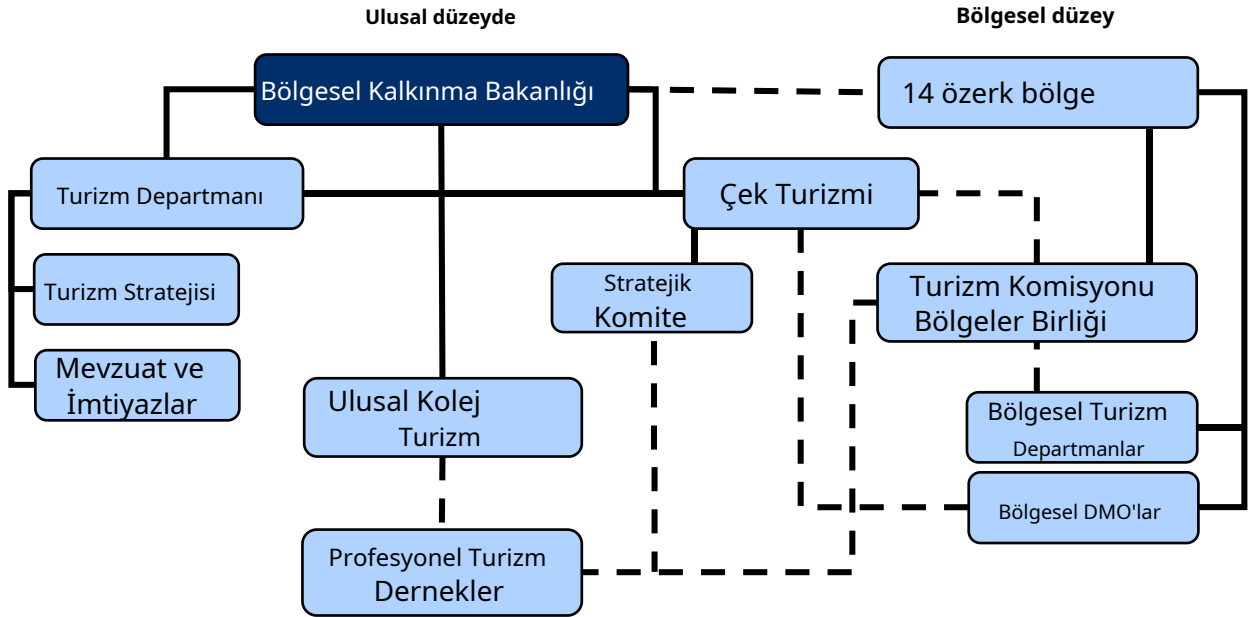
Son yıllarda çalışma grupları turizmle ilgili mevzuata, stratejik belgelerin koordinasyonuna, destek sistemlerinin veya eylem planlarının oluşturulmasına odaklanmıştır. Bakanlık, Turizm Bölgeleri Birliği Konseyi Komisyonu ve Parlamento Temsilciler Meclisi Turizm Alt Komitesi toplantılarına katılmaktadır.

CzechTourism ile bölgesel turizm örgütleri arasındaki yakın işbirliği, dengeli puan kartı modelini izleyen ve aşağıdakileri içeren CzechTourism'in kararlaştırılmış pazarlama stratejisine tabidir:

Hem paydaşların hem de sakinlerin bakış açıları. Neredeyse her bölgenin, tüm kamu turizm kuruluşları ve CzechTourism'deki pazarlama faaliyetlerini senkronize etme ve bölgesel kamu turizm kuruluşları ile CzechTourism arasında ulusal düzeyde iki yönlü iletişim sağlama rolü olan bir turizm koordinatörü vardır. Turizm koordinatörleri yılda iki kez CzechTourism ve Bakanlık temsilcileriyle bir araya gelir. Yılda bir kez, bölgesel destinasyon yönetim kuruluşları bilgi, ihtiyaç ve bilgi paylaşımında bulunmaya davet edilir.

2022 yılı turizm bütçesi 1,5 milyar CZK idi ve bununun 382 milyon CZK'sı CzechTourism'e tahsis edildi. Turizm bütçesinin ana finansman kaynağı devlet bütçesinden geliyor ancak AB Fonları da sektör için önemli bir destek mekanizmasını temsil ediyor, özellikle turizm altyapısına yatırım için. Ayrıca belediyeler tarafından yerel bir turizm vergisi toplanıyor ancak bunun için tahsisat yerel olarak belirleniyor.

### Çekya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Bölgesel Kalkınma Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

2021-30 Turizm Geliştirme Stratejisi, Çekya'da turizm gelişiminin temelini oluşturan çerçeveyi ortaya koymaktadır. Strateji ayrıca, tematik çalışma grupları ve ikili toplantılar aracılığıyla ilgili Çek bakanlıklarıyla iş birliği de dahil olmak üzere turizm konularının diğer ulusal stratejilere ve politika alanlarına daha fazla koordinasyon ve entegrasyonunu desteklemek için bir araçtır. Stratejide yapısal reformlar bağlamında belirlenen gündemi yerine getirmek ve hükümet ve daha geniş halk arasında turizm algısını değiştirmek için temel öncelikler şunlardır:

- Güvenli ve sürdürülebilir turizmin sağlanması.
- Bölgesel kalkınmanın aracı olarak turizmin kullanılması.
- Ziyaretçilerin destinasyonlara dağılımını etkin bir şekilde yönlendirmek.
- Pazarlama iletişiminin hedeflenmesi ve entegrasyonunun geliştirilmesi.

- Turizm verilerinin ulaşılabilirliğini ve paylaşımını iyileştirmek ve turizm sektörünün toptan dijitalleşmesini desteklemek.
- Turizmde çalışanların bulunabilirliğini ve kalitesini sağlamak.
- Turizm hizmet kalitesinin iyileştirilmesine destek olmak.

Stratejinin ara değerlendirmesinin 2025 yılında yapılması planlanıyor ve bu değerlendirme, Stratejinin ve hedeflerinin gerektiği gibi uyarlanması ve güncellenmesi için kullanılacak. Nihai değerlendirmenin 2030 yılında tamamlanmasının ardından yapılması planlanıyor.

Hedeflerine ulaşmak için bir dizi yıllık plan ve eylem uygulandı. 2022-23 için ilk Eylem Planı, turizmi yeniden başlatmaya ve turizm hizmetlerinin sağlanmasını mümkün kılmaya odaklandı. Öncelikler arasında turizm yönetimi ve finansman sistemlerini iyileştirmek; yenilikçi teklifler ve deneyimler geliştirmek; talebi teşvik etmek; araştırma ve izleme yoluyla anlayış oluşturmak; ve kaliteli bir turizm deneyiminin temel belirleyicisi olarak insanlara odaklanmak yer aldı.

Mevcut 2024-25 Eylem Planı, turizm sektörünün toparlanmasını destekleme, Rusya'nın Ukrayna'ya karşı saldırganlık savaşıyla bağlantılı turizm sonuçlarına ve enflasyon da dahil olmak üzere daha geniş ekonomik bağlama yanıt verme ihtiyacına dayanmaktadır. Altı önlemden, 12 faaliyetten ve 26 alt faaliyetten oluşmaktadır ve turizm organizasyon sisteminin geliştirilmesi, karar alma için verilerin iyileştirilmesi, iş gücü toparlanması, yeni turizm tekliflerinin oluşturulması ve pazarlama faaliyetlerinin desteklenmesine odaklanmaktadır.

CzechTourism, pandemi sonrası Avrupa ve Kuzey Amerika'dan gelen turizm talebini yeniden yakalamak için 2021-25 Çekya Destinasyon Stratejisi'ni geliştirdi. Bazı pazarlama çabaları Kore, Hindistan, Latin Amerika ve Birleşik Arap Emirlikleri'ne de yönlendirilecek. Bu pazarlardan ziyaretçi çekmek için Çekya, Çek geleneklerini, kültürel mirasını, gastronomiyi (bira ve şarap), Çek spa destinasyonlarını, dağ sporlarını ve kültürel ve spor etkinliklerini tanıtıyor.

Uzun mesafeli pazarları çekmek için Çekya, Kore, Çin ve Çin Taipei dahil olmak üzere Amerika ve Asya Pasifik bölgesine bağlantı sağlamak için yeni doğrudan rotalar açmaya da yatırım yaptı. CzechTourism tarafından uygulanan girişim, Prag Havalimanı ile bir iş birliği analizi ve ilgili havayollarıyla ortaklaşa pazarlama kampanyaları içeriyor.

Çekya, ülkedeki tüm konaklama tesislerinin kaydı olarak hizmet verecek yeni bir e-Turista platformu geliştiriyor. 2025 yılında başlatılması planlanan platform, girişimciler üzerindeki idari yükü azaltmaya, daha iyi turist verileri sağlamaya ve yerel turist ücretlerinin toplanmasını sağlamaya yardımcı olmayı amaçlıyor. Bölgesel Kalkınma Bakanlığı tarafından geliştirilen Kayıt, Airbnb, Booking, Expedia Group ve Tripadvisor gibi paylaşımlı konaklama platformları dahil olmak üzere tüm konaklama tesisi türleri için zorunlu olacak. Projenin uygulanması, yasal değişiklikler ve yerli ve yabancı turistlerin sayısı ve bileşimi hakkında gerçek zamanlı bilgi sağlayan sistemin geliştirilmesini gerektiriyor. Bilgi sistemi, Yabancı Polisi ve diğer yetkililere zorunlu raporların gönderilmesi için bir arayüz görevi görecek. Kayıt ayrıca, yakın zamanda onaylanan kısa süreli konaklama kiralamalarına ilişkin AB düzenlemesine uygun olarak tek bir dijital iletişim noktası olarak hizmet edecek.

Çekya, turizmin etkilerini daha iyi ölçmek ve daha sürdürülebilir turizmi teşvik etmeye yardımcı olmak için göstergeler geliştirmeye hazırlanıyor. Göstergeler, Avrupa Turizm Göstergeleri Sistemi, Avrupa Çevre Ajansı göstergeleri ve BM Turizminin Turizm Destinasyonları için Sürdürülebilir Kalkınma göstergeleri üzerindeki çalışmalarından alınmıştır. Amaç, özellikle kırsal alanlarda aktif tatillere yönelik yerel talebin artmasıyla birlikte turistlerin doğal çevre üzerindeki etkisini ölçmeye yardımcı olmaktır. Göstergelerden elde edilen veriler, etkileri dengelemek için politika ve program geliştirmenin temelini oluşturacaktır.

## İstatistiksel Profil

## Çekya: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021 s	2022 yılı
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	85 831	85 867	62 822	71 024	79 405
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	31 931	32 287	27 613	30 392	35 099
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	53 901	53 580	35 209	40 632	44 306
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	119 232	123 750	114 276	120 219	128 463
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	36 268	37 202	10 267	10 014	26 592
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	14 283	14 651	3 919	3 768	10 219
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	21 986	22 551	6 347	6 246	16 373
En iyi pazarlar					
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	46 077	46 617	13 785	12 894	32 823
Oteller ve benzeri işletmeler	24 427	24 916	6 699	6 067	16 630
Diğer toplu işletmeler	2 931	2 860	1 035	750	1 870
Özel konaklama	18 720	18 842	6 051	6 077	14 323
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	12 839	12 974	4 049	5 245	11 553
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	9 686	9 655	3 140	4 211	8 723
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	3 153	3 319	909	1 034	2 830
En iyi destinasyonlar					
Hirvatistan	813	740	412	607	846
Slovak Cumhuriyeti	1 504	1 357	670	422	1 150
Yunanistan	472	407	..	351	363
İtalya	607	605	..	225	519
Avusturya	676	692	465	..	537
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON CZK</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	179 957	182 740	89 365	72 764	124 031
Uluslararası seyahat gelirleri	161 717	167 476	83 368	66 838	118 035
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	18 240	15 263	5 997	5 925	5 997
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	131 879	138 372	79 847	70 995	117 590
Uluslararası seyahat harcamaları	129 653	135 042	78 328	69 974	116 033
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	2 226	3 329	1 519	1 021	1 558

.. Mevcut değil; p Geçici veriler Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/jlxo63>

## Çekya: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
		2022	2018	2019	2020	2021
<b>Toplam</b>	..	238 337	239 506	220 663	215 233	225 546
<b>Turizm endüstrileri</b>	..	234 812	235 969	217 174	211 727	221 988
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	12 306					
Oteller ve benzeri işletmeler	..	42 560	43 135	36 455	33 029	38 207
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	47 638	68 881	68 692	62 668	62 056	65 087
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	..					
Hava yolcu taşımacılığı	..	2 216	2 342	1 950	1 703	1 936
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	12 787	12 701	12 406	12 253	12 225
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	12 381	12 481	12 312	12 231	12 227
Su yolcu taşımacılığı	..	52	52	45	44	48
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	4 291	4 318	4 163	4 015	4 178
Taşıma ekipmanı kiralama	..	140	143	139	137	139
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	..	13 861	14 041	10 250	9 431	10 146
Kültür endüstrisi	..	12 492	12 511	11 935	11 659	11 955
Spor ve rekreasyon endüstrisi	..	2 835	2 831	2 702	2 642	2 670
Ülkeye özgü turizm karakteristik malların perakende ticareti	..					
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	62 316	62 723	62 150	62 526	63 168
<b>Diğer endüstriler</b>	..	3 524	3 537	3 488	3 506	3 558

.. Mevcut değil; p Geçici veriler Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/n8bs3d>

## Çekya: İç turizm tüketimi

Milyon CZK

	2022 yılı		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	136 317	139 511	285 925
Turizm karakteristik ürünleri	89 882	89 176	189 155
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	19 453	27 400	56 951
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	26 671	27 874	54 545
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	18 451	25 294	43 745
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	10 854	22 282	33 136
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	1 240	856	2 096
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	6 202	2 156	8 358
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	155	.	155
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	4 496	3 175	7 671
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	310	425	735
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	9 695	742	10 436
Kültürel hizmetler	6 753	3 499	10 252
Spor ve rekreasyon hizmetleri	3 039	767	3 806
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları			..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	1 013		1 013
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	46 435	50 335	96 770
Turizm bağlantılı ürünler	46 435	50 335	96 770
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Mevcut değil; p Geçici veriler Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/7jl8gk>

# Danimarka

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Danimarka ekonomisine önemli bir katkıda bulunmaktadır. Turizm, 2022'de doğrudan 45,6 milyar DKK veya toplam GSYİH'nin %1,8'ine katkıda bulunarak 2019 seviyelerine (46,9 milyar DKK veya toplam GSYİH'nin %2,3'ü) neredeyse toparlanmıştır. Buna karşılık, sektör doğrudan Danimarka'daki GSYİH'nin %1,8'ine ve toplam istihdamın %3,3'üne katkıda bulunmuştur (sırasıyla 2019'da %2,3 ve %3,7 ile karşılaştırıldığında). Turizm, 2022'de hizmet ihracatının %7,0'ını oluşturmuştur.

2023 yılında Danimarka, ticari konaklama tesislerinde 32,2 milyon uluslararası geceleme (2019 seviyelerinin %111,5'i) ve 30,8 milyon yurt içi geceleme (2019 seviyelerinin %113,3'ü) kaydetti ve bu da 2023'te 63,0 milyon toplam turist geceleme rekoruyla sonuçlandı. 2022'de en önemli dört uluslararası kaynak pazarı Almanya (%32), Norveç (%10), İsveç (%10) ve Hollanda (%6) oldu. Avrupa pazarlarından ve Amerika Birleşik Devletleri'nden gelen varışlar 2019 seviyelerinin üzerinde olsa da, özellikle Asya'dan gelen uzun mesafeli pazarlar toparlanamadı.

2022'de toplam turizm harcamaları 152,6 milyar DKK'ya ulaştı ve bu da cari fiyatlarla 2019'a göre %11,5'lik bir büyümeye denk geliyor. Yurt içi turizm harcamaları toplam harcamaların %57'si veya 86,9 milyar DKK'sına katkıda bulundu.

2022'de pandemi öncesi seviyelere geri döndükten sonra, Danimarka turizmi şimdi 2024 ve sonrasında sürdürülebilir büyüme için bu toparlanmayı sürdürmeyi hedefliyor. Konaklama istatistikleri ve fiyatlardaki gelişmelere dayanarak, 2023'teki toplam turizm harcamasının 163,9 milyar DKK olması tahmin ediliyor.

## Turizm yönetimi

Yazım sırasında, Danimarka'daki turizm geliştirme sorumluluğu Sanayi, Ticaret ve Mali İşler Bakanlığı'ndan Kentsel, Kırsal ve Kilise İşleri Bakanlığı'na devrediliyor. Danimarka Turizm Danışma Kurulu, Danimarka Ulusal Turizm Forumu'na Danimarka turizmi için fırsatlar ve zorluklar konusunda tavsiyelerde bulunur ve Bakanlığın ülkedeki turizm için stratejik yön belirlemesine destek olur. Bakanlığın Daimi Sekreter Yardımcısı başkanlığındaki Forum, diğer bakanlıklardan, endüstri temsilcilerinden ve sivil toplumdan üyeleri bir araya getirir ve Danimarka'daki turizm sektörü hakkında yıllık bir durum raporu yayınlar.

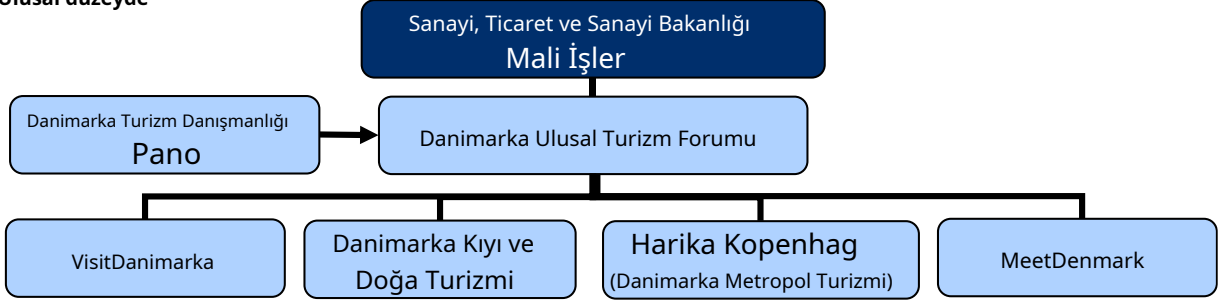
VisitDenmark, turizmin uluslararası pazarlamasını yönetir ve ayrıca pazar araştırması, analizi ve trendleri ve faaliyetleri izlemekten sorumludur. Üç diğer turizm tanıtım ve destinasyon yönetimi kuruluşuyla yakın bir şekilde çalışır: büyük şehirlerin dışında turizmi geliştirmek için çalışan Danish Coastal and Nature Tourism, iş turizmini geliştirmeye odaklanan MeetDenmark ve Danimarka Metropolitan Turizm Örgütü'ne ev sahipliği yapan ve başkentte turizmi geliştirmekten sorumlu Wonderful Copenhagen.

Ülke genelinde, 19 merkezi olmayan DMO, güçlü ve tutarlı turizm destinasyonları geliştirmek için yerel turizm işletmelerini ve turizm geliştirme girişimlerini destekler. DMO'lar öncelikle belediyeler tarafından finanse edilir ve uluslararası pazarlama faaliyetlerinde VisitDenmark ile yakın bir şekilde iş birliği yapar. DMO'lar, belirli projeler için uygulama bazında ulusal fonların tahsisi için bir çerçeve görevi gören ulusal turizm stratejisi tarafından yönlendirilir.

2024'te dört ulusal turizm örgütü, temel fonlamada toplam 218,7 milyon DKK tutarında bir bütçe aldı. Buna VisitDenmark için 138,6 milyon DKK, Ulusal Turizm Geliştirme Örgütleri için 28,7 milyon DKK ve Wonderful Copenhagen için 49,4 milyon DKK dahildir. Danimarka Hükümeti yakın zamanda 2024-27 arasında turizme her yıla eşit olarak dağıtılacak toplam 100 milyon DKK ek tahsis etmeyi önerdi. Ayrıca turizm örgütlerinin hibe alabilmesi için açık olan birkaç fon havuzu da bulunmaktadır.

### Danimarka: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması

#### Ulusal düzeyde



#### Merkezi olmayan seviye

19 Yerel Destinasyon Yönetim Kurulu

Not: Yazının yazıldığı sırada turizm, Sanayi, Ticaret ve Mali İşler Bakanlığı'ndan Kentsel, Kırsal ve Din İşleri Bakanlığı'na geçiyordu.

Kaynak: OECD, Sanayi, Ticaret ve Mali İşler Bakanlığı, 2024'ten uyarlanmıştır.

### Turizm politikaları ve programları

Sürdürülebilir Turizm Büyümesi için Ulusal Strateji, ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik boyutlarında sürdürülebilir turizm gelişimi için 9 genel hedefle, 2030 yılına kadar Danimarka'da turizm için stratejik rehber çerçeveyi sunmaktadır.

Strateji, başarılı ve geleceğe hazır bir turizm sektörü inşa etmenin tüm turizm iş alanlarında (doğa, iş ve metropol) geniş bir boyutlararası odaklanma gerektirdiğini kabul eder. 2022'de yayınlanan ve 2030'a kadar olan dönemi kapsayan Stratejinin 2024'te güncellenmesi planlanıyor.

Strateji, Danimarka turizminin karşı karşıya olduğu temel zorlukları şu şekilde sıralıyor:

- Danimarka'da daha sürdürülebilir turizme geçişi üç boyutta (sosyal, ekonomik ve çevresel) desteklemek ve ölçmek.
- Sektörün sürdürülebilir büyümesinin önündeki temel engel olan vasıflı ve vasıfsız işgücü açığının giderilmesi.
- Danimarka'da doğa ve kıyı turizmine olan talebin artmasına rağmen, yatırımların azaldığı büyük şehirlerin dışındaki konaklama ve turistik yerlere özel yatırımların artırılması.

Stratejide, 2030 yılına kadar gerçekleştirilmesi hedeflenen beş kalkınma yolu yer almaktadır: (i) Uluslararası turizmin mümkün olan en kısa sürede Danimarka'ya geri dönmesi; (ii) Kentsel turizmin toparlanmasının sürdürülebilir olmasını sağlamak; (iii) Danimarka'yı iş ve konferans turizmi için cazip bir destinasyon haline getirmek; (iv)

(v) Turistlerin değişen tercihlerini takip etmek ve bunlara uyum sağlamak.

Bu hedeflere ulaşmak için çeşitli programlar geliştirilmiş ve uygulanmıştır. Turizmi canlandırmak ve şehirdeki ziyaretçiler için yerel ve otantik bir deneyim yaratmak amacıyla kapsamlı bir Comeback Copenhagen Planı 2021'de başlatılmış olup 2025'e kadar uygulanacaktır. Planın, yerine getirilmesi için belirli girişimlerle desteklenen dört genel hedefi vardır: turistleri ve turizm gelirini yeniden büyüme yoluna sokmak, Danimarka iç pazarı ve yakın pazarlara odaklanarak yeni hedef pazarları çekmek için ayarlama yapmak, tüm başkentın yararına turizm ve temel bir rekabet faktörü olarak sürdürülebilir turizm davranışı. Plan şu anda uygulamanın son aşamalarında olup, gecelik turist konaklamaları 2023'te 2019'a kıyasla %18,2 ve 2022'ye kıyasla %10,8 artmıştır.

Ulusal marka The Land of Everyday Wonder, yerel düzeydeki rolünü güçlendirerek ve DMO'ların yerel markalaşmayı buna göre hizalamasına yardımcı olarak daha da geliştiriliyor. Uluslararası pazarlama kampanyaları olan tüm kamu tarafından finanse edilen alt ulusal DMO'lar Land of Everyday Wonder markasını kullanmalıdır. 2024'ün başlarında, bu markayı kullanan 50 uluslararası kampanya vardı ve 25'i daha planlanıyor.

Liman cepheleri ve patikalar dahil olmak üzere kamu turizm altyapısı için toplam 175 milyon DKK'lık fon iki dilim halinde tahsis edildi: Kasım 2023'te 110 milyon DKK ve kalanı 2024'ün sonuna kadar. Danimarka İş Geliştirme Kurulu, özel turizm yatırımı çekmek için büyük şehirler dışındaki projelere fon tahsis etti. Bölgesel kalkınmayı artırmak için Danimarka, 2023'te turizm karar alma süreçlerini desteklemeyi ve DMO'lara daha iyi veri sağlamayı amaçlayan yeni bir ulusal veri platformu da başlattı (aşağıdaki kutuya bakın).

Ek olarak, 2022'de Danimarka'da iş turizminin sürdürülebilir gelişimi için kapsamlı bir plan başlatıldı. Plan 11 girişim içeriyor ve şirketlerin turizm işletmelerinin sürdürülebilirliğini artırmaları için geliştirme programları içeriyor. 2024'ün başlarında, 58 işletme bu programlara katılmış ve olumlu sonuçlar bildirmişti.

#### Danimarka'daki yeni ulusal veri platformu aracılığıyla verileri kararlara bağlayın

Mayıs 2023'te VisitDenmark, Danish Coastal and Nature Tourism, NTT DATA Business ve West Denmark DMO'ları, DMO'lara ve ortaklara karar vermeyi desteklemek için veri ve araçlar sağlamak amacıyla turizm için yeni bir ulusal veri platformu başlattı. Çeşitli veri kaynaklarını birbirine bağlayarak ve verileri birleştirerek turizm paydaşları turist davranışına dair yeni içgörüler elde edebilir ve daha iyi iş kararları alabilir.

Platform, verileri sorumlu bir şekilde ele alır. DMO'lar, gece sayısı, ilgi çekici yerler ve ziyaretçi sayıları hakkında paylaşılan bilgi ve verilere erişim kazanır. Uzun vadede, bu DMO'ların diğer destinasyonların deneyimlerinden yararlanmasını ve yerel sonuçları yeni ilgili ölçütlerle karşılaştırmasını sağlayacaktır. Ayrıca, DMO'lar yalnızca kendilerinin erişebileceği verileri depolayabilir ve kullanabilir. Platform, hem kamusal hem de ticari kaynaklardan (örneğin, VISA, telekomünikasyon şirketleri) gelen verileri birleştirir. Bu nedenle DMO'lar, daha önce destinasyon düzeyindeki aktörlerin erişemediği, özel olarak hazırlanmış bilgi çözümleri yaratabilecektir. Ulusal platform, Rømø adasında başlayan ve o zamandan beri Destination Nordvestkysten, Destination Vesterhavet ve Destination Vadehavskysten aracılığıyla tüm batı kıyısını kapsayacak şekilde ölçeklenen Destination Digital projesini temel alır ve NTT DATA Business Solutions ve Danish Coastal and Nature Tourism ortak olarak yer alır.

2023'ün sonuna kadar tüm Danimarka DMO'ları platforma bağlandı. Şirketlerin de 2024'e kadar bağlanması bekleniyor. 2024'ün başlarında, projede yer alan farklı aktörler panonun ve veri ürünlerinin yayınlanması üzerinde çalışyordu.

## İstatistiksel Profil

## Danimarka: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	63 160	68 895	62 265	62 625	61 554
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	16 619	18 865	17 919	20 002	20 472
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	46 541	50 030	44 346	42 624	41 082
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	67 017	75 472	80 661  e	86 948	81 526
Oteller ve benzeri işletmeler	20 334	21 643	22 833	28 247	25 908
Diğer toplu işletmeler	9 789	8 441	9 484	10 455	9 393
Özel konaklama	36 894	45 389	48 344	48 246	46 224
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	30 089 e	32 065  e	16 031 e	18 372	31 530
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	12 749 e	14 725  e	6 229 e	7 555	14 190
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	17 340 e	17 340  e	9 802 e	10 817 e	17 340 e
En iyi pazarlar					
Almanya	3452 e	3 964	2 548	2 755	4 472
Norveç	1886 ve	1 517	593	539	1 465
İsveç	1572 ve	1 483	514	639	1 424
Amerika Birleşik Devletleri	942 e	1 039	250	452	772
Hollanda	780 e	712	345	594	854
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	55 931	58 006	31 179	35 823	59 760
Oteller ve benzeri işletmeler	29 306	31 240	16 547	17 450	31 994
Diğer toplu işletmeler	4 584	3 743	2 530	2 774	4 742
Özel konaklama	22 041 e	23 024	12 102	15 598	23 024
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar					
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	7 475 e	9 088	4 230	3 182	6 043
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)					
En iyi destinasyonlar					
..					
..					
..					
..					
..					
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON DKK</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	73 702	74 072	31 440	34 719	75 630
Uluslararası seyahat gelirleri	57 533	57 701	25 917	28 144	63 124
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	16 169	16 371	5 524	6 575	12 506
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	79 016	80 050	40 299	51 548	69 852
Uluslararası seyahat harcamaları	66 574	66 717	36 081	46 802	59 875
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	12 442	13 333	4 218	4 746	9 977

.. Mevcut değil; e Tahmini değer; | Seride kopukluk

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/kdvh97>

## Danimarka: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı	Çalışan kişi sayısı				
	kuruluşları	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	.	.	.	.	.	.
<b>Turizm endüstrileri</b>	24 913	267 140	273 199	253 694	247 854	279 005
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	1 995	21 370	21 940	18 384	17 859	22 918
Oteller ve benzeri işletmeler	912	.	.	.	.	.
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	14 515	119 601	123 092	114 010	113 722	130 420
Yolcu taşımacılığı	4 358	55 723	56 169	53 390	50 655	52 924
Hava yolcu taşımacılığı	89	4 320	3 757	5 171	2 798	2 274
Demiryolu yolcu taşımacılığı	117	6 074	6 058	6 031	5 871	5 801
Karayolu yolcu taşımacılığı	4 043	25 439	25 855	22 708	22 085	23 434
Su yolcu taşımacılığı	109	19 893	20 499	19 480	19 900	21 414
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	5	.	.	.	.	.
Taşıma ekipmanı kiralama	268	.	.	.	.	.
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	598	6 746	6 824	5 432	4 073	5 056
Kültür endüstrisi	1 091	29 419	65 174	62 478	61 545	67 687
Spor ve rekreasyon endüstrisi	2 083	34 281	.	.	.	.
Ülkeye özgü turizm karakteristik malların perakende ticareti	.	.	.	.	.	.
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	.	.	.	.	.	.
<b>Diğer endüstriler</b>	.	.	.	.	.	.

.. Mevcut değil; f Tahmin değeri

1. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/53pr0x>

## Danimarka: İç turizm tüketimi

Milyon DKK

	2022		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	.	.	.
<b>Tüketim ürünleri</b>	86 913	65 695	152 609
Turizm karakteristik ürünleri	54 263	32 648	86 911
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	12 548	10 339	22 887
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	13 239	9 608	22 847
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	17 682	7 753	25 435
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	11 820	3 043	14 863
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	257	513	770
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	799	1 270	2 069
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	4 806	2 927	7 733
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	1 311	949	2 260
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	1 532	1 473	3 005
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	2 581	707	3 288
Kültürel hizmetler	5 285	1 723	7 009
Spor ve rekreasyon hizmetleri	.	.	.
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	.	.	.
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	84	96	180
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	32 650	33 047	65 698
Turizm bağlantılı ürünler	21 451	17 858	39 309
Turizm dışı tüketim ürünleri	11 199	15 189	26 389
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	.	.	.

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/le8wht>

# Estonya

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Estonya ekonomisine önemli bir katkıda bulunmaktadır ve seyahat ve yolcu taşımacılığı hizmetleri 2023'te tüm hizmet ihracatının %16'sını oluşturmaktadır. 2022'de turizm, Estonya ekonomisinin GSYİH'sinin %3,7'sini oluşturmuştur (2019'daki %5,4 ile karşılaştırıldığında). Turizmle ilgili endüstriler 2022'de toplam istihdamın %7,1'ini oluşturmuştur (2019'daki %7,1 seviyesine geri dönmüştür).

2023'te Estonya 2,4 milyon uluslararası gecelik ziyaretçiyi ağırladı. Bu, 2021'deki 801.200'lük pandemi düşük seviyesinden önemli ölçüde yüksek, ancak yine de 2019 seviyelerinin %27 altında. En büyük üç uluslararası kaynak pazarı Finlandiya (%43), Letonya (%15) ve Almanya (%5) idi.

Yurt içi seyahatler de toparlanıyor ancak benzer şekilde 2019 seviyelerinin altında kalmaya devam ediyor. 2023'te Estonya'da 3,2 milyon yurt içi geceleme gezisi kaydedildi, bu 2020'deki 2,1 milyonluk pandemi düşük seviyesinden daha yüksek ancak 2019'dakinden hala %7,3 daha düşük. Ancak ticari konaklama tesislerinde yurt içi seyahatlerde geçirilen gece sayısı dikkate alınırsa, yurt içi turizm tamamen toparlandı ve 2019'daki 2,7 milyona kıyasla 2023'te 3,1 milyon gecelemeğe ulaştı.

Rusya'nın Ukrayna'ya karşı saldırganlık savaşını tırmandırmasının ardından Rusya'dan gelen turist sayısında yaşanan ciddi düşüş ve Estonya'nın komşu ülkeleri ile başlıca ticaret ortaklarının ekonomilerindeki yavaşlama nedeniyle uluslararası turizmin 2025 yılına kadar pandemi öncesi seviyelere dönmesi mümkün olmayabilir. Bu durum uluslararası turizmin toparlanmasını daha da geciktirebilir.

## Turizm yönetimi

Ekonomi ve İletişim Bakanlığı, KredEx ve Enterprise Estonia'nın ortak organizasyonunda turizm departmanı (Visit Estonia) ile yakın işbirliği içinde ulusal turizm politikasını koordine eder. Turizm politikası geliştirme ve uygulamasında düzenli olarak yer alan diğer kuruluşlar arasında Estonya Seyahat ve Turizm Derneği, Estonya Otel ve Restoran Derneği, Estonya Kırsal Turizmi, Estonya Spa Derneği ve Estonya Kongre Bürosu yer alır. Tüketici Koruma ve Teknik Düzenleme Kurumu, turizm için ana denetim otoritesidir.

Visit Estonia, turizm politikasının uygulanmasından sorumludur ve destinasyon yönetim kuruluşları (DMO) ağını güçlendirmede ve turizm ürünü geliştirme ve müşteri yolculuğu deneyimi faaliyetlerini koordine etmede önemli bir role sahiptir. Visit Estonia, 2021'de stratejik vizyonu ve destinasyonlarla iş birliğini geliştirmek için DMO yapılarının aşamalı bir reformuna başladı (aşağıdaki kutuya bakın).

Estonya'nın 15 ilçesinde bulunan bölgesel ilçe geliştirme merkezleri, işletmelere, yerel yönetimlere, kâr amacı gütmeyen derneklere ve vakıflara ücretsiz danışmanlık hizmetleri sunmaktadır. Visit Estonia, her ilçe için veri yönetimi hizmetleri sunan DMO'larda uzman ortaklara sahiptir. Daha büyük şehirlerin de kendi turizm geliştirme yapıları vardır.

2023 yılında turizme 21,1 milyon avro tahsis edildi, bunun 15,8 milyon avrosu devlet bütçesinden ayrıldı - 3,5 milyon avrosu Estonya turizm işletmelerinin rekabet gücünü geliştirmek ve katma değerini artırmak için kullanıldı,

Ürünler ve destinasyonlar; Akıllı veri odaklı turizm pazarlama programı için 9,4 milyon avro; Hedeflenen finansman için 2,8 milyon avro; Turizm sektöründe yazılım entegrasyonu ve bağlantı desteği için 100.000 avro ve AB fonlarından 5,3 milyon avro.

#### Estonya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Ekonomi ve Ulaştırma Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

2022-25 Turizm Stratejisi, Estonya'daki turizm politikasına rehberlik ediyor ve 2025 yılına kadar daha uyumlu, dayanıklı ve sürdürülebilir bir turizm ekonomisi hedefliyor; stratejik hedefler üç öncelikli alanda belirleniyor:

- Ürün ve destinasyon geliştirme: Ziyaretçilere her mevsimde farklı ve eşsiz bir seyahat deneyimi sunan sürdürülebilir bir turizm destinasyonu olmak.
- Talebin yeniden canlandırılması: Turist sayısının ve turizm hizmetlerinin ihracatının kriz öncesi seviyelerin üzerine çıkması.
- Bağlantının sağlanması: Ana pazarlara iyi bağlantılara sahip olun ve hem fiziksel hem de sanal olarak turizm ürünlerine ve hizmetlerine kolayca erişin.

Bu hedeflere ulaşmak için Strateji, uluslararası varış sayısını artırmaktan ziyade daha uzun konaklamalara ve ziyaretçi başına daha yüksek harcamaya öncelik veriyor. Bu stratejik değişim aynı zamanda turizmin sürdürülebilirliğini artırmayı ve daha fazla katma değer yaratmayı hedefliyor.

Stratejinin hayata geçirilmesi için kilit paydaşlarla iş birliği yapılması esastır. İş dünyası dernekleri, ulaştırma şirketleri ve Estonya'ya giriş noktaları (hava ve deniz limanlarına odaklanarak) ve Turizm Konseyi aracılığıyla diğer kilit ortaklarla etkileşimi güçlendirmek için bir dizi model ve yaklaşım benimsenmektedir. Konsey, turizmdeki güncel konuları görüşmek üzere Ekonomi İşleri ve İletişim Bakanlığı'nda toplanmaktadır.

Estonya'daki turizm, 2023 yılı sonuna kadar Strateji'de belirlenen hedefleri çoktan aşmıştı. Ancak Estonya'nın karşı karşıya olduğu yeni jeopolitik ve ekonomik zorluklar göz önüne alındığında, Turizm Konseyi 2023-24'te hedef seviyelerini değiştirmemeye karar verdi. Ancak Estonya, Strateji'de belirlenen turizm vizyonunu yerine getirmeye kararlı. Bağlantı, iş gücünün becerilerinin artırılması kadar önemli bir konu olmaya devam ediyor.

Estonya, 2022-25 Turizm Stratejisi'ne ek olarak, şu anda turizm için 2035 uzun vadeli bir vizyon taslağı hazırlıyor. Estonya, turizmin diğer sektörlerle bağlantılı yapısını kabul ederek, paydaşları Stratejik Öngörü (Kutu 1.2) kullanarak uzun vadeli vizyonunu geliştirmeye dahil etmek için atölyeler, anketler, görüşmeler ve doğrulama seminerleri de dahil olmak üzere çok seviyeli bir yaklaşım benimsedi.

2022-25 Turizm Stratejisi'nin uygulanmasını desteklemek için çeşitli turizm programları başlatıldı. Örneğin Estonya, Sürdürülebilir Turizme Geçiş başlıklı bir çalışma sipariş etti

Estonya: Turizm Sektörü için Mevcut Durum, Ön Koşullar, Etki, Yatırım ve Destek İhtiyaçları. 2023'ün sonunda politika önerilerine dayalı bir Turizm Sürdürülebilirliği Eylem Planı oluşturuldu. Eylem Planı, sürdürülebilirliğin Estonya turizm teklifine entegre edilmesini sağlamak için hükümet ve hükümet dışı paydaşlar arasında iş birliği gerektiriyor.

Diğer girişimler arasında, rehberlik ve dijital yol haritası oluşturma yoluyla turizm işletmelerinde dijital okuryazarlığı ve dijital kullanımı artırmayı amaçlayan Dijitalleşme Yol Haritası ile Turizm Dijital Rehberliği yer almaktadır. Her şirketin beş aylık bir süre boyunca rehberlik maliyetinin %10'unu karşılaması gerekecektir. Karşılığında, dijital pazarlama konusunda eğitim alacaklar ve üç yıllık bir süre boyunca daha fazla karlılık ve verimlilik elde etmelerine yardımcı olmak için işletmelerine özel bir yol haritası alacaklardır.

Turizm Sektörü Yazılım Destek Planı için Entegrasyon ve Arayüz Desteği, turizm hizmet sağlayıcıları için iş süreçlerinin dijitalleştirilmesi ve otomasyonuna yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Destek, yeni kaynak yönetimi yazılımının uygulanması gibi yazılımların benimsenmesini sağlar ve çeşitli yazılım sistemlerinin entegrasyonuna olanak tanır. Destek için başvuru süreci Kasım 2023'te açıldı ve başvurular sürekli olarak yapılabilir. Bütçe toplam 1,9 milyon Avro'dur ve işletmeler, kendi finansmanlarının en az %30'una katkıda bulunmaları durumunda 20.000 Avro'luk maksimum hibeden yararlanabilirler.

#### Estonya'da Destinasyon Yönetim Organizasyonlarının yapısının optimize edilmesi

Visit Estonia, 2021 yılında ülkenin destinasyon yönetim organizasyonu (DMO) yapılarında aşamalı bir reform başlattı. Reform, daha fazla bölgesel uzmanlaşma, daha büyük stratejik vizyon ve destinasyonlar içinde ve arasında iş birliğine olanak sağlamak için yaklaşık 40 DMO'yu gönüllülük esasına göre en fazla sekiz devlet destekli DMO'ya birleştirmeyi amaçlıyor. Çok sayıda küçük DMO, kısıtlı bütçelerle çalışırken sıklıkla tekrarlanan çabalara neden oluyordu. İnsan ve finansal kaynakları ve yetkinlikleri az sayıda ancak daha güçlü DMO'larda birleştirmek, destinasyonu daha iyi yönetmeye yardımcı olacaktır. Yeni DMO yapıları ayrıca girişimcilere rehberlik etmeyi ve pazarlama ve geliştirme faaliyetleri ile yatırımları planlamada kamu sektörü için güçlü bir ortak olmayı amaçlıyor.

2024 yılında Estonya'da yedi DMO bulunmaktadır. DMO'lar, sektörler arasında güçlü bir işbirliğine sahip kamu/özel sektör ortaklığı modeline dayanmaktadır ve ayrı bir DMO olan başkent Tallinn'in yanı sıra 15 ilçeyi de kapsamaktadır. Hem kamu hem de özel sektörden temsilciler, DMO'ların ortak faaliyetlerinin planlanması ve uygulanmasında yer almaktadır. DMO bölgesi ve Lider Ortak, ülke kalkınma örgütleri tarafından atanır, DMO Lider Ortağı yerel bir hükümet veya onun yan kuruluşu, bir vakıf veya kar amacı gütmeyen bir kuruluş olabilir. Örneğin, Güney Estonya DMO'su, turizm işletmelerini, ağları ve bölgesel kalkınma merkezlerini kapsayan Tartumaa Turizm Vakfı içindeki Güney Estonya Turizm Kümesi tarafından kurulmuştur. Güney Estonya DMO, Tartu şehri ve ilçesinin yanı sıra Põlva ve Võru ilçeleri ve Jõgeva, Mustvee, Otepää ve Valga belediyeleriyle işbirliği yapmaktadır. Resmi işbirliği 1 Ocak 2023'te başladı ve lider ortak Tartumaa Turizm Vakfı oldu.

Estonya'da güçlü DMO'ların oluşturulmasını teşvik etmek için Devletten mali destek gereklidir. Visit Estonia, DMO'ların kalkınma eylemlerini, turizm hacmi ve ilgili alanların iş birliği potansiyeline göre hesaplanan meblağlarla finanse eder. DMO'ların eylemin ilk yılında kendi finansmanının en az %30'unu sağlaması, ikinci yıl %40'a ve sonraki yıllarda %50'ye kadar artırması beklenmektedir.

## İstatistiksel Profil

## Estonya: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm<sup>1</sup></b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	12 616	..	..	7 466	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	4 399	3 486	2 136	2 267	2 640
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	8 217	..	..	5 200	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	2 456	2 591	2 270	2 716	3 032
Oteller ve benzeri işletmeler	2 455	2 590	2 268	2 715	3 028
Diğer toplu işletmeler	1	2	2	1	4
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm<sup>2</sup></b>					
Toplam uluslararası varışlar	6 033	6 103	1 695	1 302	3 497
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	3 226	3 336	1 023	801	2 166
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	2 807	2 766	673	500	1 331
En iyi pazarlar					
Finlandiya	1 145	1 130	419	215	862
Letonya	298	320	178	138	334
Rusya	464	463	112	44	117
Almanya	245	269	56	67	115
İsveç	119	129	19	30	59
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	4 175	4 376	1 404	1 283	2 919
Oteller ve benzeri işletmeler	4 164	4 362	1 399	1 280	2 908
Diğer toplu işletmeler	11	13	5	3	11
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	3 607	3 641	1 335	1 226	2 690
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	3 088	3 116	1 151	1 050	2 243
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	520	525	184	176	447
En iyi destinasyonlar					
Finlandiya	520	513	273	214	487
Letonya	301	288	200	81	398
Almanya	213	213	87	74	175
İsveç	219	215	74	75	160
Rusya	255	268	56	54	103
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON AVRO</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	1 974	2 060	732	769	1 561
Uluslararası seyahat gelirleri	1 510	1 552	524	538	1 215
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	464	508	209	231	346
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	1 397	1 616	598	681	1 332
Uluslararası seyahat harcamaları	1 241	1 381	526	587	1 115
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	156	235	73	94	217

.. Müsait değil

1. Talep yönlü anketlerden seyahatler; Arz yönlü anketlerden geceler.

2. Talep tarafı anketlerinden gelenler; Arz tarafı anketlerinden gelen geceler.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/v273rk>

## Estonya: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı					
		2022	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	..	..	..	..	..	..	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	1 337	7 100	7 000	5 600	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	..	17 900	19 600	16 804	..	..	..
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	..	..	..	..	..	..	..
Hava yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	..	..	..	..	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	..	1 800	1 900	1 600	..	..	..
Kültür endüstrisi	..	..	..	..	..	..	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	..	..	..	..	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/x2cddb>

## Estonya: İç turizm tüketimi

Milyon EUR

	2017		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	269	1 721	2 359
Turizm karakteristik ürünleri	236	1 130	1 706
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	72	298	511
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	49	370	419
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	54	306	534
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	29	97	178
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	2	1	7
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	9	28	66
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	13	166	239
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	9	9
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	0,3	4	34
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	51	71	140
Kültürel hizmetler	4	65	69
Spor ve rekreasyon hizmetleri	2	11	13
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	5	10	21
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	33	591	654
Turizm bağlantılı ürünler	18	47	85
Turizm dışı tüketim ürünleri	15	544	569
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/3jp04a>

## Finlandiya

### Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm Finlandiya'da önemli bir ekonomik sektördür. Pandemiden önce turizm, Finlandiya'daki hizmet ihracatının en hızlı büyüyen sektörlerinden biriydi ve gelen turizm harcamaları, 2016'dan 2019'a yıllık yaklaşık %11 oranında diğer hizmet ihracatlarından daha hızlı arttı. 2022'de turizm doğrudan 4,1 milyar avro veya GSKD'nin %1,8'ini oluşturdu ve bu, 2020'deki 2,9 milyar avroluk pandemi düşük seviyesinin açıkça üzerinde, ancak 2019'daki 5,7 milyar avro veya GSKD'nin %2,7 seviyelerinin altında kaldı. 2022'de turizm sektörü doğrudan 119.600 tam zamanlı eşdeğer iş veya toplam istihdamın %5,1'ini sağladı (2019'da 133.200 iş ve toplam istihdamın %5,8'i ile karşılaştırıldığında). Finlandiya turizm sektörü, kalifiye işgücü eksikliğinden muzdarip olmaya devam ediyor.

Finlandiya'daki turistik konaklama tesisleri 2023 yılında 5,8 milyon uluslararası geceleme kaydetti, bu 2019'dakinden %18,5 daha az. Tahminlere göre, 2022'deki uluslararası gelirler cari fiyatlarla 2019'daki zirvenin yaklaşık %62'si olan 3,3 milyar avroya yükseldi. Almanya (%12), İsveç (%12) ve Birleşik Krallık (%9) 2022'de en büyük uluslararası kaynak pazarlarıydı ve Avrupa pazarları uluslararası turizm gelirlerinin %78'ini (yolcu taşımacılığı hariç) oluşturuyordu.

İç turizm pandemi sırasında iyi bir performans gösterdi. Finlandiya, 2022'de 29,3 milyonluk pandemi öncesi seviyelerin biraz altında kalarak 27,1 milyon iç turist varışı kaydetti. Finlandiya, Rusya'nın Ukrayna'ya karşı saldırganlık savaşı nedeniyle toparlanmasının daha uzun sürmesinin ardından uluslararası varışların 2025'e kadar pandemi öncesi seviyelere döneceğini öngörüyor.

### Turizm yönetimi

Ekonomi ve İstihdam Bakanlığı, turizm politikası geliştirme ve desteğinden, mevzuat taslağı hazırlamaktan ve turizmle ilgili uluslararası ilişkileri sürdürmekten sorumludur. Bakanlık, sektörü geliştirirken diğer bakanlıklarla yakın işbirliği yapmaktadır.

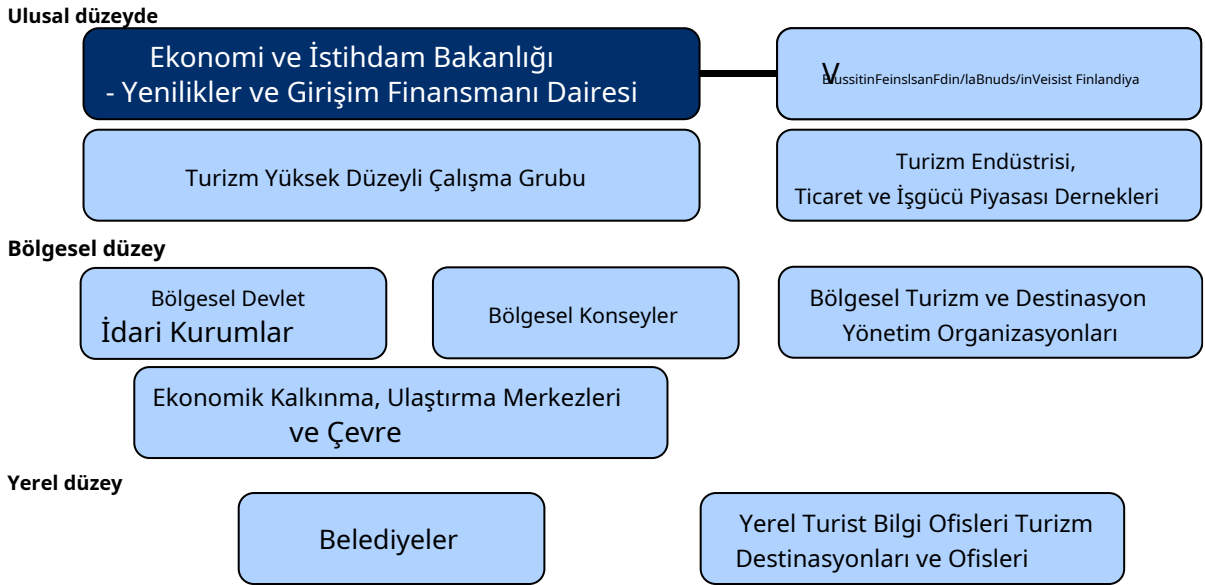
2021 yılında kurulan Turizm Yüksek Düzeyli Çalışma Grubu, turizm politikasının uygulanmasını ve bakanlık düzeyinde turizmle ilgili konulardaki hazırlıkları desteklemektedir. Turizm sektörü için kilit öneme sahip bakanlıklar, bölgesel konseyler, devlet idareleri, bölgesel turizm örgütleri, turizm işletmeleri, sendikalar ve araştırma ve eğitim kurumları ve örgütlerinden oluşan Çalışma Grubu'na Ekonomi Bakanı başkanlık etmektedir. Daha önce 20 yıldan uzun süredir Bakanlığın başkanlığında faaliyet gösteren gayri resmi Bakanlıklar Arası Turizm Çalışma Grubu'nun (MiniMatka) çalışmalarını sürdürmektedir.

Ulusal turizm organizasyonu Visit Finland, Business Finland'ın yenilik finansmanı, ihracat, yatırım ve turizmin tanıtımıyla ilgili tüm hizmetleri bir araya getiren bir birimdir. Devlet bütçesinden finanse edilen Visit Finland, Finlandiya'yı bir destinasyon olarak tanıtmaktan ve Fin turizm işletmelerinin uluslararası pazarlarda gelişmesini ve faaliyet göstermesini desteklemekten sorumludur. Bölgesel Konseyler, Finlandiya'nın 19 bölgesinde turizm geliştirme projeleri, genel pazarlama, danışmanlık hizmetleri, eğitim ve araştırma için destek sağlar. Finlandiya'nın toplam 15 Ekonomik Kalkınma, Ulaşım ve Çevre Merkezi vardır

Bölgesel rekabeti, refahı ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmek ve iklim değişikliğini azaltmakla görevli olan (ELY Merkezleri). Turizm işletmelerine finansal, danışmanlık, danışmanlık ve eğitim hizmetleri sunarlar, yatırım desteği verirler ve yerel altyapılarıyla ilgili konuları yönetirler.

2024 için Parlamento, Ekonomi ve İstihdam Bakanlığı aracılığıyla Business Finland'ın turizm tanıtım ve geliştirme eylemlerine, yani Visit Finland'a 9,8 milyon avro tahsis etti. 2021-24 yılları arasında Business Finland, Finlandiya'nın ulusal Kurtarma ve Dayanıklılık Planı'ndan yaklaşık 12 milyon avro aldı. Kuruluşta, planda yer alan turizme özgü yatırımı uygulama sorumluluğu verildi.

#### Finlandiya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Ekonomi ve Çalışma Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Finlandiya'nın Ulusal Turizm Stratejisi, Birlikte Daha Fazlasını Başarmak - Finlandiya Turizminde Sürdürülebilir Büyüme ve Yenilenme 2022-28, Finlandiya'daki turizm politikası ve program gelişimine rehberlik eder. Strateji ilk olarak 2019'da başlatıldı ve COVID-19 salgını ve Rusya'nın Ukrayna'ya karşı saldırganlık savaşı da dahil olmak üzere değişen operasyonel ortamı daha iyi yansıtmak için 2022'de güncellendi. Turizm Yüksek Düzeyli Çalışma Grubu, güncellenen tasarlanmasında önemli bir rol oynadı. Güncellenen Strateji, turizm sektöründe sürdürülebilir büyümeyi ve yenilenmeyi kolaylaştırmak için dört öncelik belirliyor: (i) sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek; (ii) dijital dönüşüme yanıt vermek; (iii) erişilebilirliği iyileştirmek; ve (iv) rekabeti destekleyen bir işletme ortamı sağlamak. Amaç, Finlandiya'nın İskandinav ülkelerinde en sürdürülebilir şekilde büyüyen turizm destinasyonu olmasıdır.

2022-23 yılları için bir eylem planı, turizm işletmeleri, destinasyonlar, bölgeler, fon sağlayan otoriteler ve bakanlıklar dahil olmak üzere birçok aktörün işbirliğini gerektiren geniş bir hedefli eylem ve hedef yelpazesıyla Stratejinin uygulanmasını destekledi. Eylemler, uygulama aşaması için belirli bir bütçe tahsisi olmaksızın, merkezi hükümet harcama limitleri ve bütçeleri tarafından sağlanan kaynaklar dahilinde uygulandı. Finlandiya Ulusal Turizm Stratejisi ve Eylem Planının izlenmesi

toplu olarak, her iki yılda bir belirli ölçümlerle. 2022-23 Eylem Planının uygulanmasına ilişkin bir izleme raporu 2024 sonbaharının başlarında yayınlanacaktır. İzleme sonuçlarına dayanarak, gerekirse Strateji ve müteakip Eylem Planı'nda güncellemeler yapılacaktır.

Temel turizm politikası öncelikleri arasında turizm işletmelerinin ve destinasyonlarının sürdürülebilir gelişimini desteklemek, iklim eylemini güçlendirmek, kısa süreli kiralamalara ilişkin mevzuatı mevcut uygulamalara ve ihtiyaçlara uyacak şekilde açıklığa kavuşturmak ve ulusal ve bölgesel düzeyde bilgi tabanlı yönetimi desteklemek yer almaktadır. Bu öncelikler, 2018-19'da başarılı bir pilot uygulamanın ardından 2020'de başlatılan Sürdürülebilir Seyahat Finlandiya Programı gibi programlara çevrilmiştir. Visit Finland, sürdürülebilir turizm için ulusal göstergeler geliştirmek ve raporlamak da dahil olmak üzere Fin turizm işletmeleri ve bölgeleriyle yakın bir şekilde çalışmaktadır. 2023'te başlatılan ilk Sürdürülebilir Turizm Durumu raporunun sonuçlarına göre, turizm işletmeleri ve destinasyonları çevre koruma ve iklim eylemine yüksek düzeyde katılım göstermektedir, ancak sosyal etkilere daha az odaklanmaktadır. Bu nedenle Visit Finland, 2024'te çeşitlilik, eşitlik ve katılımdaki faaliyetleri ve ilerlemeleri önceliklendirecektir. Göstergeler gerçek zamanlı bir çevrimiçi gösterge panelinde görselleştirilecek ve Ulusal Turizm Stratejisi ve 2024'teki destekleyici eylemler için değerlendirme ve güncellenmiş hedef belirleme konusunda bilgi sağlayacaktır. Program ayrıca turizm işgücü sorunları ile ilgili Strateji ve Eylem Planları için hedeflerin belirlenmesini değerlendirmeye ve geliştirmeye yardımcı olacak turizm istihdamı hakkında nitel veriler toplamayı amaçlamaktadır.

Visit Finland, Kasım 2023'te turizm işletmelerine, turizm destinasyonlarına ve Visit Finland'a turizmden kaynaklanan emisyonları sistematik olarak azaltmaları için bir yol sağlamak amacıyla İklim Eylem Planı'nı yayınladı. 2024 ilerleme raporu, doğal ortamları korumaya yardımcı olmak, doğayı yenilemek için doğa temelli çözümler kullanmanın yollarını aramak ve turizmin olumlu etkilerini artırmak için bir yol haritası içerecek. Ayrıca, yaklaşık 70 Fin turizm kuruluşu Glasgow Turizmde İklim Eylemi Bildirgesi'ni imzaladı. Tüm imzacıların CO2 emisyonlarını azaltmak için iklim eylem planları sunmaları gerekiyor.

Ek olarak, Çevre, Adalet ve Ekonomik İşler ve İstihdam Bakanlıkları, yasal güncelleme ihtiyaçlarını belirlemek için mevcut mevzuat çerçevesini haritalamaya başladı. Kısa süreli kiralamalar için koşullar düzenlenirken, sorunları ele almak için daha iyi yöntemler sunulacak. Finlandiya 2023'te yeni bir sınır anketi başlattı. Açık veriler aylık olarak güncelleniyor (aşağıdaki kutuya bakın). Ulusal düzeyde ek izleme çabaları zorlu olsa da, bazı destinasyonlar, destinasyon düzeyinde karar vermeyi geliştirmek için gösterge panelleri ve analiz yöntemleri ve bilgi tabanlı modeller de dahil olmak üzere izleme sistemleri geliştirdiler.

### Finlandiya'da aylık turizm istatistiklerini toplayan ve paylaşan yeni sınır anketi

Yeni Visit Finland Border Anketi, Finlandiya'ya gelen uluslararası turistlerin sayısını, harcamalarını, karbon ayak izlerini ve segmentasyonunu ölçmek için Mart 2023'te başlatıldı. Anket, temel turizm verisi boşluklarını doldurmayı ve turizm paydaşları için aylık açık veri güncellemeleri sağlamayı amaçlıyor. Anket, uluslararası varışlar, turizm gelirleri ve ödemeler dengesi için seyahat kalemi için veri sağlayacaktır.

Veriler havaalanlarında ve büyük limanlarda ve iskelelerde yapılan yüz yüze görüşmelerle toplanıyor ve uluslararası hava ve deniz yolcularının %90'ından fazlasını kapsıyor. Kara sınır geçişleri şu anda ankettan hariç tutuluyor. İstatistik Finlandiya ve ticari ortaklar Norstat Finlandiya ve TAK, Visit Finland'ın verileri toplamasına ve yaymasına yardımcı oluyor. Araştırma, turizm sektöründe sürdürülebilir ve dijital büyüme için kalkınma önlemlerini destekleyen AB'nin Dayanıklılık ve Kurtarma Tesisi (RRF) tarafından finanse ediliyor. Anket sonuçları Visit Finland'ın istatistiksel veritabanında yayınlanıyor. Yeni bir yaklaşım, görüşme verilerinin ayrıntılı analiz, gösterge panelleri ve ticari ve bilimsel kullanım için çevrimiçi olarak açık veri olarak yayınlanmasını içeriyor.

## İstatistiksel Profil

## Finlandiya: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	45 280	..	..	61 300	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	29 130	29 320	23 340	29 380	27 100
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	16 160	..	..	31 920	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	78 360	81 760	90 240	102 260	90 950
Oteller ve benzeri işletmeler	13 360	12 920	8 370	9 930	10 780
Diğer toplu işletmeler	10 940	10 720	13 230	14 210	14 870
Özel konaklama	54 060	58 120	68 640	78 120	65 300
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	3 224	3 290	896	807	2 127
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Almanya	304	313	96	106	263
İsveç	323	320	56	85	246
Birleşik Krallık	230	220	52	89	184
Amerika Birleşik Devletleri	139	143	41	43	130
Fransa	106	120	42	41	110
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	6 843	7 056	2 291	2 085	4 975
Oteller ve benzeri işletmeler	6 505	6 695	2 155	1 968	4 711
Diğer toplu işletmeler	337	361	136	117	264
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	10 480	10 440	2 690	2 260	6 780
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	9 450	9 410	2 330	1 800	6 180
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	1 030	1 030	360	460	600
En iyi destinasyonlar					
Estonya	1 670	1 600	620	390	1 190
İsveç	1 780	1 770	430	420	1 110
İspanya	880	790	270	230	600
Yunanistan	260	260	..	..	310
Almanya	500	610	..	..	290
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON AVRO</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	4 883	5 000	1 562	926	3 133
Uluslararası seyahat gelirleri	3 103	3 328	1 107	926	2 136
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	1 780	1 672	455	..	997
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	6 127	5 919	1 705	1 186	4 618
Uluslararası seyahat harcamaları	5 152	5 074	1 468	1 186	4 158
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	975	845	237	..	460

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/9zxyb0>

## Finlandiya: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
	2022	2018	2019	2020	2021	2022 yılı
<b>Toplam</b>	.	.	.	.	.	.
<b>Turizm endüstrileri</b>	49 234	129 600	133 200	108 800	109 600	119 600
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	3 481	14 000	14 300	11 500	11 800	14 300
Oteller ve benzeri işletmeler	1 233	.	.	.	.	.
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	15 016	65 900	68 300	56 300	58 300	62 200
Yolcu taşımacılığı	9 242	34 300	34 500	27 100	25 500	27 600
Hava yolcu taşımacılığı	121	4 100	3 900	2 000	1 700	2 800
Demiryolu yolcu taşımacılığı	45	4 400	4 600	4 500	3 600	3 700
Karayolu yolcu taşımacılığı	8 733	20 700	20 800	16 800	17 000	17 500
Su yolcu taşımacılığı	343	5 100	5 200	3 800	3 200	3 600
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	.	.	.	.	.	.
Taşıma ekipmanı kiralama	864	1 500	1 600	1 400	1 500	1 600
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	2 465	1 900	2 000	1 500	1 200	1 600
Kültür endüstrisi	10 504	5 200	5 800	4 900	5 400	5 900
Spor ve rekreasyon endüstrisi	7 662	6 800	6 700	6 100	5 900	6 400
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malların perakende ticareti	.	.	.	.	.	.
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	.	.	.	.	.	.
<b>Diğer endüstriler</b>	.	.	.	.	.	.

.. Mevcut değil; p Geçici veriler Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/d8ek6w>

## Finlandiya: İç turizm tüketimi

Milyon EUR

	2021		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	8 246	1 303	11 345
<b>Tüketim ürünleri</b>	7 918	1 298	11 012
Turizm karakteristik ürünleri	4 087	931	6 639
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	875	190	2 195
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	1 230	262	1 492
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	1 042	369	1 867
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	263	244	694
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	157	7	194
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	415	46	699
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	207	72	280
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	.	.	.
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	184	5	195
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	96	5	131
Kültürel hizmetler	231	55	286
Spor ve rekreasyon hizmetleri	429	45	474
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	.	.	.
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	.	.	.
Diğer tüketim ürünleri	3 831	367	4 372
Turizm bağlantılı ürünler	1 527	41	1 742
Turizm dışı tüketim ürünleri	2 304	326	2 630
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	328	5	333

.. Müsait değil  
Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/4j316l>

# Fransa

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Fransız ekonomisine önemli bir katkıda bulunmaktadır. Yapısal önemi iki şekilde ölçülebilir, bir yandan iç turizm tüketimi (GSYİH'nin yaklaşık %7,5'ine denk gelir) ve diğer yandan turizm sektörlerinin katma değer toplamındaki payı (kriz dönemleri hariç, GSYİH'nin yaklaşık %4'ünü temsil eder). 2022'de doğrudan turizm istihdamı, 2020'deki 1,3 milyondan 1,5 milyona çıkarak toplam istihdamın %7,7'sini temsil etti.

Fransa'da uluslararası turizm talebi pandemi öncesi seviyelere geri döndü. 2020'de 28,5 milyar avroya düşen uluslararası turizmden elde edilen gelirler iyi bir şekilde toparlandı ve 2022'de cari fiyatlarla 2019 seviyelerine benzer şekilde 56,7 milyar avroya ulaştı. Geçici veriler, 2023 için toplam gelirin 63,5 milyar avroya ulaştığını gösteriyor. Turizm, ödemeler dengesine olumlu katkıda bulunuyor ve turizm dengesi 2020'de 3,4 milyar avrodan 2023'te 18,5 milyar avroya (2019'da 11,6 milyar avroya kıyasla) yükseldi. Fransa, 2023 yılında 98 milyon uluslararası turist varışı kaydetti (Atout France'ın geçici tahminlerine göre), 2019'daki 90,9 milyon ve 2020'deki 41,7 milyonun üzerinde. Avrupa ülkeleri, uluslararası varışların %83,3'ünden fazlasını oluşturarak Fransa'daki ana uluslararası kaynak pazarları olmaya devam ediyor. Alman turistler, 2022'deki toplam varışların %16'sından fazlasıyla önde gelen uluslararası müşteri kitlesini oluşturuyor.

Yurtiçi turizm, turist talebinin önemli bir bileşeni olmaya devam ediyor. Yapısal olarak Fransa'daki turizm tüketiminin üçte ikisini temsil ediyor ve COVID-19 krizi sırasında sektörün dayanıklılığı için önemli bir faktör oluşturuyordu.

Fransa, 2024 yılında Paris'te düzenlenecek Olimpiyat ve Paralimpik Oyunları'nın da etkisiyle daha fazla uluslararası katılım bekliyor.

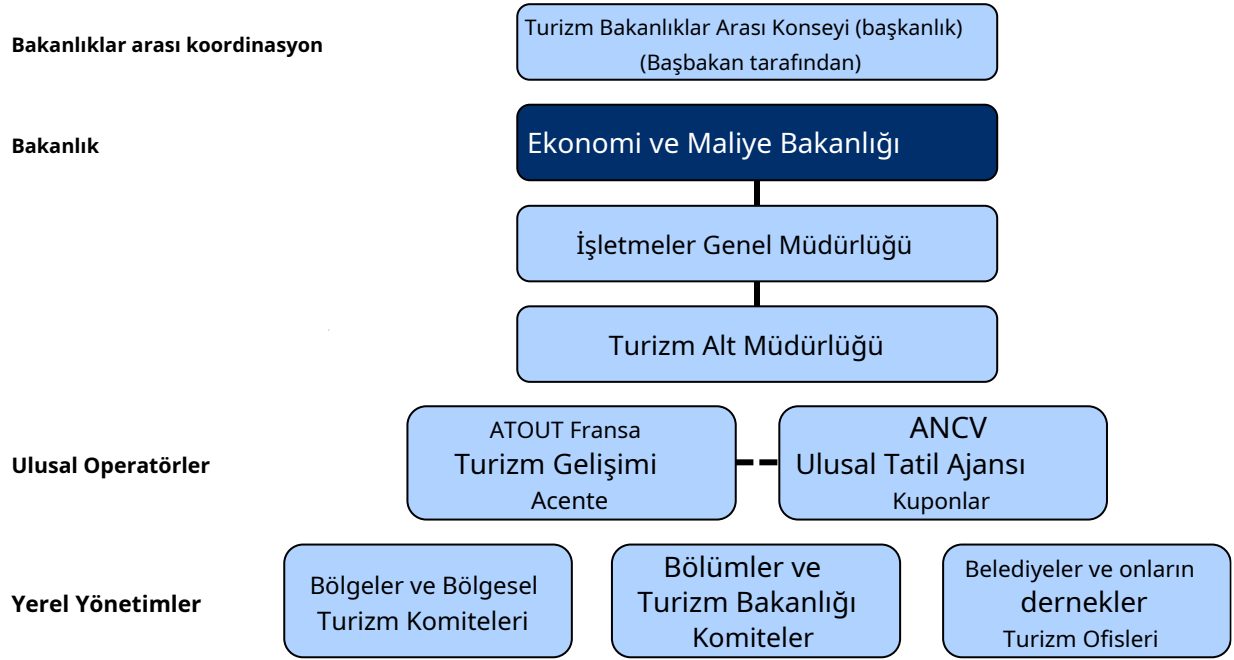
## Turizm yönetimi

Ekonomi Bakanlığı, İşletme Genel Müdürlüğü (DGE) ile birlikte Fransa'da ulusal düzeyde turizmden sorumludur. Turizm, çapraz ekonomik bir sektör olduğundan, diğer bakanlıklar arası departmanlarla koordinasyon büyük önem taşır ve bu özellikle Bakanlıklar Arası Turizm Konseyi tarafından gerçekleştirilir. Ayrıca, 2019'da kurulan ve 2022'de yeniden başlatılan Turizm Sektörü Komitesi (CFT) kapsamında, pandemi sonrası turizm gelişimini yönlendirmek için kamu ve özel tarafları bir araya getirmek üzere idareler ve özel aktörlerin temsilcileri arasında diyalog gerçekleşir.

Fransa'da turizm paylaşılan bir yetkinliktir: tüm alt ulusal hükümet düzeyleri turizm politikası geliştirme ve uygulama sürecine dahildir. Bölgesel Turizm Komitesi'nin (CRT) desteğiyle her bölgesel konsey, uluslararası pazarlardaki eylemler de dahil olmak üzere turizm geliştirme, bilgilendirme ve tanıtım alanındaki kamu ve özel girişimleri koordine eder. Ayrıca her bölgedeki turizmle ilgili yerel verileri toplar, işler ve yayarlar. Departman konseyleri, teklifi yapılandırmaya ve ilgili paydaşları desteklemeye odaklanan Departman Turizm Komiteleri (CDT) kurabilir. Belediye otoritesi düzeyinde, turizm sorumluluğu büyük ölçüde belediyelerden Kamu Belediyeler Arası İşbirliği Kuruluşlarına (EPCI) devredilmiştir.

Devlet ve yerel yönetimlerden turizme ayrılan genel bütçe tahsisi, çeşitli bakanlık dairelerinin katkılarını içerdiğinden hesaplanması zordur. 2022'de Bölgesel Turizm Komitelerinin birleşik bütçesi 140 milyon avro iken, Dairesel Turizm Komitesi 222 milyon avro aldı. Ayrıca, yerel turizm bilgi ofislerine 822 milyon avro tahsis edildi.

#### Fransa: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, İşletmeler Genel Müdürlüğü'nden uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Turizm için ulusal uzun vadeli strateji olan Destination France Planı, Kasım 2021'de başlatıldı ve beş ana sütun altında düzenlendi: (i) Yetenekleri kazanmak ve geri kazanmak; (ii) Sektörün dayanıklılığını güçlendirmek ve sunduğu hizmetlerin kalitesini iyileştirme çabalarını desteklemek; (iii) Fransa'nın turizm varlıklarını tanıtmak ve geliştirmek; (iv) Turizm sektörünü dönüştürmenin getirdiği zorluklarla başa çıkmak; (v) Fransa'yı bir destinasyon olarak tanıtmak ve pazar payını güçlendirmek.

Plan, Fransa'yı 2030 yılına kadar önde gelen sürdürülebilir turizm destinasyonlarından biri haline getirmek için 2022-2024 yılları arasında 1,9 milyar avrodan fazla kaynak harekete geçiriyor. 2023 yılı sonuna kadar, teşvik kredileri de dahil olmak üzere Planın önlemlerine 1,2 milyar avrodan fazla kaynak taahhüt edildi.

Destination France Planı tarafından planlanan önlemler arasında belirli alanlar vurgulanabilir. 2023 Rugby Dünya Kupası ve 2024 Olimpiyat ve Paralimpik Oyunları gibi büyük spor etkinlikleri, çok çeşitli kamu ve özel aktörlerin katılımıyla desteklenir. Fransa, bu etkinliklerin mirasını kullanarak uzun vadede ziyaretçi sayısını ve turizm gelirini artırmayı, spor etkinliklerinin vurgulayabileceği modern imaja ve etkinliklerin belirli bölgelere getireceği büyük görünürlüğe güvenmeyi amaçlamaktadır.

Fransa ayrıca turizm sektöründeki yasaları ve düzenlemeleri gözden geçiriyor ve modernize ediyor. Örneğin, turizm konaklaması için sınıflandırma standartları, sürdürülebilirlik kriterlerini içerecek şekilde düzenli olarak güncelleniyor. Kısa süreli kiralama ile mevcut konut stoğu arasındaki dengeyi iyileştirmek için Fransa, 2024'te kiralama platformlarından yerel makamlara konaklama ile ilgili verilerin toplanmasını ve iletilmesini geliştirmeyi hedefliyor.

Bu, dijital operatörler ile yerel yönetimler arasındaki bilgi alışverişini merkezileştirmek için bir platform kurulmasını içerir (dijital alanı güvence altına almak ve düzenlemek için yasa tasarısında sağlanmıştır). Fransa ayrıca yasasını kısa süreli kiralamalara ilişkin yeni Avrupa düzenlemesine uyacak şekilde uyarlayacaktır.

2022-23'te, Ekonomi Bakanlığı tarafından turizm işlerini teşvik etmek için ulusal bir kampanya düzenlendi. İşletme Genel Müdürlüğü ayrıca Fransa genelinde 1.300'den fazla etkinlik içeren ilk Turizm Kariyer Haftası'nı düzenledi. Amaç, turizm sektörünü gençler ve iş arayanlar için daha çekici hale getirmektir. Başarılı bir ilk edisyonun ardından, etkinliğin ikinci edisyonu Mart 2024'te düzenlendi. Müdürlük ayrıca 15 taahhüt içeren mevsimlik işçiler için çok yıllık bir plan (2023-25) hazırlamak için turizm sektörüyle birlikte çalıştı.

2023 yılında Fransa'nın ulusal turizm geliştirme ajansı Atout France, Fransa'daki turizmin geleceği için dört senaryoyu resmileştiren Ufuklar 2040 çalışmasını gerçekleştirdi. Bu senaryolar, Fransa'daki turizm politikalarının geliştirilmesine rehberlik etmeyi ve turizm paydaşları için yararlı içgörüler sağlamayı amaçlıyor.

Fransa, sürdürülebilir turizme olan bağlılığını desteklemek için çeşitli programlar başlattı. Bu eylemler arasında, Atout France tarafından yönetilen Fransa Turizm Gözlem portalı tarafından sağlanan istatistikleri zenginleştirecek bir sürdürülebilir turizm göstergeleri tablosunun oluşturulması da yer alıyor. Önlemler ayrıca tüm turistik konaklama sınıflandırma ölçütlerinin (oteller, kamp alanları, vb.) yeşillendirilmesini ve turist akışlarını daha iyi dağıtmak ve turistik yerlerde aşırı kalabalıklarla ilgili sorunları önlemek için turizm profesyonelleriyle birlikte gerçekleştirilen eylemleri de içeriyor (aşağıdaki kutuya bakın).

#### Fransa'da turist akışının daha iyi dağıtılmasını teşvik etmek

Fransa, turizmin sürdürülebilirliğine ve kabulüne katkıda bulunmak için aşırı kalabalık olgusundan kaçınmayı hedefliyor. Özellikle turizmin %80'inin yıllık olarak sadece %20'lik bir bölümünde yoğunlaşması nedeniyle, turist akışlarının bölge genelinde dengeli bir şekilde dağıtılması gerekiyor. Önemli eylemler şunlardır:

- Seyrek nüfuslu bölgelerde turizm faaliyetlerini teşvik etmek. Buna yavaş turizmin ve geleneksel bilgi birikimi ve el sanatlarının sergilenmesine dayalı turizmin teşviki de dahildir. Destination France, bu iki yeni girişimi desteklemek için 13 milyon avroluk fon ayırdı.
- Profesyonellerin kırsal destinasyonlarda ve dağ tatil beldelerinde turist teklifini çeşitlendirmelerine yardımcı olmak için danışmanlık hizmetlerinin kullanılabilirliğini artırmak, daha çekici, daha çeşitlendirilmiş turizme doğru ilerlemek ve zaman içinde daha iyi dağıtılmak. Mountain Futures Planı kapsamında 331 milyon avro ve Destination France Planı kapsamında 55 milyon avro tahsis edildi.
- Düşük karbonlu hareketlilik projeleri geliştirmek için yatırımı artırmak. Mountain Futures Planı, 1.000 km'lik dağ patikalarının yeniden inşasını (10 milyon Avro) ve hareketliliği iyileştirmek için mühendislik desteğinin getirilmesini (10 milyon Avro) öngörüyor. Destination France, 1.200 km'lik kıyı yollarının onarımı ve turistik tanıtımıyla France Seaview programını güçlendiriyor ve ardından toplam 7.000 km'lik kıyı yolu halka açık olacak.
- Haziran 2023'te Fransa'nın Turist Akışlarını Yönetme Ulusal Stratejisi'ni başlatmak. Yerel ekonomik yapının gelişimi ile turistik alanların sürdürülebilirliği ve korunması arasındaki dengeyi korumayı amaçlamaktadır. Dört satır etrafında yapılandırılmıştır: i) turist akışlarının yönetimi konusunda ortak bir anlayışın yaygınlaştırılması; ii) paydaşlar ve kullanıcılar arasında turist akışlarının yönetimi konusunda farkındalık yaratılması; iii) turist akışlarının ve etkilerinin ölçülmesi ve daha iyi yönetilmesi; ve iv) akışların yönetilmesinde bölgelerin desteklenmesi. Strateji, büyük turistik alanlar için ulusal bir gözlemevi oluşturulmasını, yerel halk arasında turist akışlarının kabul edilebilirliğinin ölçülmesini ve turistler ile etkili kişiler arasında farkındalık yaratılmasını içerir.

## İstatistiksel Profil

## Fransa: Yurt içi, yurt içi ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	268 152	299 315	212 547	252 240	274 644
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	189 755	207 624	152 119	187 321	201 310
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	78 397	91 691	60 428	64 919	73 335
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	897 591	921 767	768 138	865 396	889 900
Oteller ve benzeri işletmeler	..	306 077	235 128	277 539	285 398
Diğer toplu işletmeler	..	87 991	64 311	77 925	80 132
Özel konaklama	..	527 698	468 699	509 932	524 371
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	211 998	217 877	117 109	141 297	230 675
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	89 322	90 914	41 684	48 395	93 196
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	122 676	126 963	75 424	92 902	137 478
En iyi pazarlar					
Birleşik Krallık	13 008	12 403	4 560	3 263	11 303
Almanya	12 272	13 606	6 447	7 515	14 083
Belçika	10 507	11 854	7 203	8 314	12 192
İtalya	6 963	7 419	3 277	3 359	8 023
İsviçre	6 772	6 506	3 657	4 750	8 433
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	596 784	619 887	298 289	375 456	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	48 069	52 542	20 803	21 366	39 484
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	30 509	38 301	11 461	13 108	28 085
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	17 560	14 241	9 342	8 258	11 399
En iyi destinasyonlar					
İspanya	4 526	6 175	1 652	2 990	..
İtalya	3 311	3 847	1 149	1 556	..
Büyük Britanya + İrlanda	1 804	2 577	596	250	..
Belçika + Lüksemburg	1 727	2 012	998	931	..
Portekiz	1 627	1 906	642	876	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON AVRO</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	61 555	63 313	31 303	37 973	64 488
Uluslararası seyahat gelirleri	55 490	56 730	28 510	34 498	56 670
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	6 065	6 583	2 793	3 475	7 818
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	50 164	53 407	27 589	33 081	45 864
Uluslararası seyahat harcamaları	41 978	45 148	25 151	30 473	39 221
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	8 186	8 259	2 438	2 608	6 643

.. Mevcut değil; | Seride kopukluk var

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/7aus3b>

## Fransa: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı <sup>2</sup>				
	2022 yılı	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	1 736 392	1 792 001	1 618 282	1 534 176	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	264 514	1 720 695	1 792 001	1 618 282	1 534 176	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	52 128	361 227	372 326	325 679	366 237	..
Oteller ve benzeri işletmeler	19 117	184 638	190 044	152 036	179 527	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	174 451	852 500	901 384	819 395	940 740	..
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	6 508	290 254	290 574	268 351	..	..
Hava yolcu taşımacılığı	494	60 143	60 402	55 924	54 287	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	1 659	100 129	96 568	85 365	83 951	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	3 639	120 002	123 225	117 856	118 791	..
<b>Su yolcu taşımacılığı</b>	716	9 980	10 379	9 206	9 757	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	3 271	18 715	19 232	18 107	19 545	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	7 330	45 772	47 582	40 952	41 308	..
Kültür endüstrisi	1 375	25 660	26 337	24 368	26 151	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	19 451	126 567	134 566	121 430	140 195	..
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	15 697	..	..	..	..

.. Mevcut değil; p Geçici veriler

1. Veriler işletme sayısına ilişkindir.

2. Veriler çalışan sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı<sup>2</sup> <https://stat.link/g1sev3>

## Fransa: İç turizm tüketimi

Milyon EUR

	2021		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	78 200	37 800	137 600
<b>Tüketim ürünleri</b>	..	..	..
Turizm karakteristik ürünleri	46 900	26 100	94 600
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	15 100	12 900	49 600
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	8 000	4 900	12 900
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	16 200	5 700	21 900
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	4 900	2 600	7 500
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	5 400	700	6 100
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	1 200	900	2 100
<b>Su yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	200	200	400
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	4 300	1 200	5 500
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	3 300	400	3 700
Kültürel hizmetler	800	500	1 300
Spor ve rekreasyon hizmetleri	3 500	1 700	5 200
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	..
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	31 300	11 700	43.000
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı<sup>2</sup> <https://stat.link/ak61ny>

# Almanya

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Almanya'da önemli bir ekonomik sektördür ve toparlanma devam etmektedir. 2020 yılında, COVID-19 salgını sırasında turizm ekonomiyeye doğrudan 73,0 milyar avro katkıda bulunarak GSYİH'nin %2,4'ünü oluşturdu. Bu, 2019'daki %4,0'tan düşüş gösterdi. Turizm, 2022'de doğrudan 1,9 milyon kişiye veya toplam istihdamın %4,1'ine istihdam sağladı. Bu, 2019 seviyelerinin %0,6 altındaydı. Turizm toparlanırken, birçok çalışan kalıcı olarak diğer sektörlere göç ettiğinden, Alman şirketleri boş pozisyonları yeterli personel ile doldurmakta zorluk çekiyor. Seyahat ihracatı, 2022'de toplam hizmet ihracatının %7,3'ünü oluşturdu ve hala %11,4 olan 2019 seviyelerinin altında.

Uluslararası turizm toparlanıyor ancak pandemi öncesi seviyelerin altında kalmaya devam ediyor. Almanya 2023'te 34,8 milyon uluslararası turisti ağırladı. Bu, pandemi düşük seviyesinden devam eden bir toparlanmayı temsil ediyor 2021'de 11,7 milyon ancak 2019 seviyelerinin %12,0 altında kalmaya devam ediyor. Almanya'nın 2023'teki en büyük üç uluslararası kaynak pazarı Hollanda (%14), İsviçre (%9) ve Amerika Birleşik Devletleri (%8) idi. Yurt içi turizm Alman turizmine önemli bir katkıda bulunuyor ve daha hızlı toparlandı. Almanya, 2023'te ticari konaklamada 148,5 milyon yurt içi gecelik ziyaretçi kaydetti, bu 2019 seviyelerinin sadece %2 altında. Almanya'nın turizm sektörü, 2023'te devam eden turizm toparlanmasına dayanarak güçlü bir 2024 öngörüyor.

## Turizm yönetimi

Ekonomi ve İklim Eylemi Federal Bakanı, turizm politikası geliştirme konusunda öncü bir sorumluluğa sahiptir. Bakan, hükümeti, işletmeleri, akademiye ve diğer turizm paydaşlarını bir araya getiren Turizm Konuları Danışma Kurulu tarafından desteklenmektedir. Deniz Ekonomisi ve Turizm için Federal Hükümet Koordinatörü, özellikle Parlamento Turizm Komitesi ile birlikte Federal Hükümet ve Alman Parlamentosu içindeki turizm politikasını koordine etmekten sorumludur. Ayrıca turizm paydaşlarıyla iş birliği yapar ve ülkeyi uluslararası turizm forumlarında temsil eder.

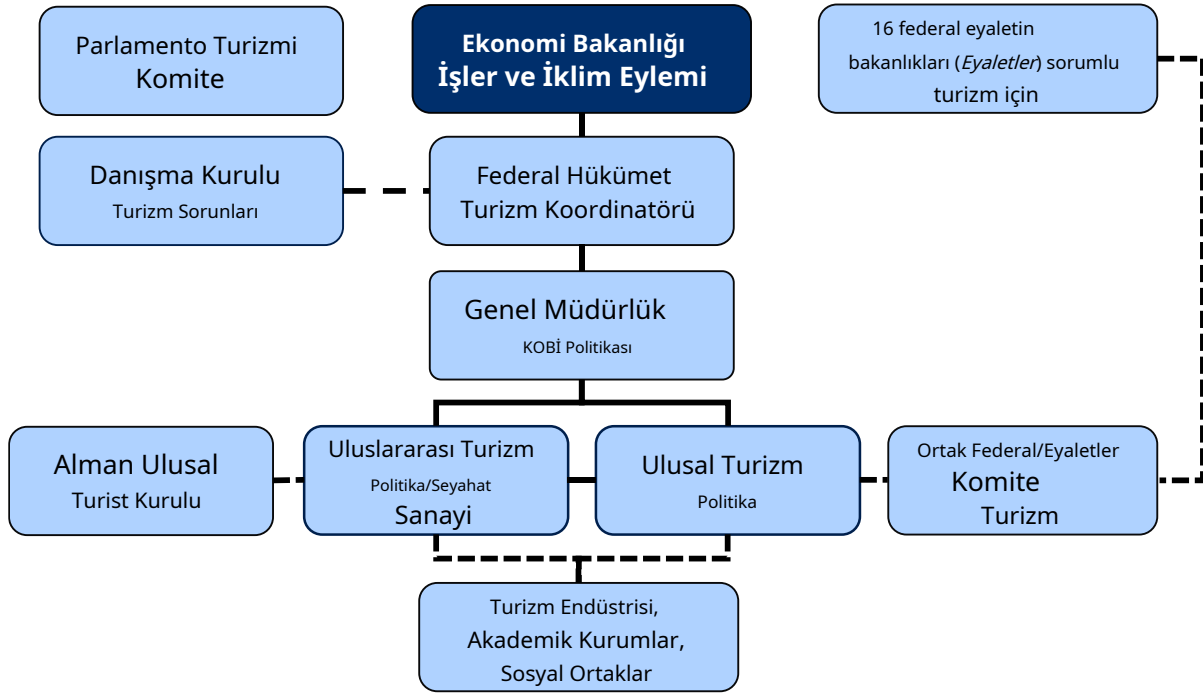
Almanya'daki turizm politikası karmaşık bir sorumluluk yapısı tarafından yönetilir: Federal düzeyde, çeşitli bakanlıklar sektörler arası bir endüstri olarak turizmi ilgilendiren konularla ilgilenir. Bunun dışında, federal hükümet turizmde yalnızca koordinasyon rolü oynarken, 16 Federal Eyalet (*Eyaletler*) turizm politikasını geliştirmek, şekillendirmek ve tanıtmaktan sorumludur. Bakanlıkları, yerel turizm gelişimini desteklemek için politikalar tasarlamak, uygulamak ve finanse etmekle görevlidir. Her federal eyaletin, alt ulusal kuruluşların çıkarlarını temsil eden bir destinasyon yönetim örgütü vardır. Yerel turizm ofisleri, turizm KOBİ'lerinin çalışmalarını koordine eder, ürün tasarımı destekler ve ilgili pazarlama faaliyetlerini üstlenir. Ortak Federal/*Eyaletler*Bölgesel Ekonomik Yapıların İyileştirilmesi Planı (GRW), turizm gelişimini temel bir sütun olarak içeren Federal Hükümetin bölgesel politikasının temel aracıdır. GRW projesi finansmanı, turizmi de içeren ticaret ve sanayiye yapılan yatırımlar (örneğin turizm mekansal planlaması ve kamu turizm tesisleri) şeklinde sağlanmaktadır.

2023 için Bakanlık tarafından Alman Ulusal Turizm Kuruluna tahsis edilen bütçe 40,6 milyon avroydu (2022'de 39 milyon avroya kıyasla). Ulusal Turizm Kurulu ayrıca hizmetlerden ve

2023'te 3,9 milyon avro tutarında üyelik aidatı. Bu fonlar yurtdışında ulusal turizm tanıtımını finanse eder; yurtiçi turizm tanıtımı her Federal Eyalet tarafından gerçekleştirilir. Ayrıca, Bakanlığın turizm sektöründeki performansı artırmak için seçilmiş projeler için 2023'te 3 milyon avroluk bir bütçesi vardı.

Ortak Federal/*Eyaletler*Bölgesel Ekonomik Yapıların İyileştirilmesi Planı (GRW) bütçesi 2018-22 yılları arasında turizme 1,4 milyar avro olarak tahsis edildi ve federal ve bölgesel hükümetler arasında eşit olarak bölündü.*Eyaletler* Katkıları. Turizme ayrılan fonlar, bu dönemde onaylanan tüm sektörlerdeki toplam GRW fonlarının %21,9'una denk geldi ve bu da turizmin önemini vurguluyor. Kamu fonlarına ek olarak, spa turizmi ve konaklama vergilerinden de gelir elde ediliyor.

#### Almanya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Ekonomi ve İklim Eylem Bakanlığı'nın 2024'ten uyarlanmıştır.

#### Turizm politikaları ve programları

Federal Hükümet, 2022'den bu yana ekonomiyi güçlendirmek, sektörü geleceğe hazırlamak ve kriz sonrası toparlanmayı desteklemek için Ulusal Turizm Stratejisini daha da geliştiriyor. Strateji, Alman turizm sektöründeki dört temel zorluğu ele alıyor: iklim nötrlüğü ve doğa koruma; personel alımı ve güvencesi; dijitalleşme; ve rekabetçi turizm.

Strateji, tüm paydaşları bu konular etrafında girişimlerde bulunmaya davet ediyor. Bu girişimleri toplamak ve Federal ve Eyalet hükümetlerinden, endüstriden ve akademiden merkezi turizm paydaşlarını turizmin gelecekteki sorunları hakkında uzun vadeli bir diyalogda bir araya getirmek için Turizmin Geleceği için Ulusal Platform kuruldu. En azından 2025 sonuna kadar yürürlükte kalacak olan çevrimiçi platform, paydaşların birlikte çalışmasını, farklı girişimler arasında sinerji yaratmasını ve en iyi uygulamalar konusunda farkındalık yaratmasını desteklemeyi amaçlıyor.

Stratejinin, Turizmin Geleceği platformu tarafından desteklenen genel hedefleri şunlardır: (i) turizm şirketlerinin sürdürülebilir büyümesini güçlendirmek; (ii) turizm sektörünün 2045 yılına kadar iklim nötrlüğüne önemli bir katkıda bulunmasını sağlamak; (iii) ihtiyaç temelli genişlemeyi ve birbirine bağlılığı teşvik etmek

turizm hareketliliğinin; (iv) turizm ürünleri, altyapısı ve hizmetlerinde uluslararası kalite liderliğine doğru çalışmak; (v) hizmet sunumunda ve idari süreçlerde maksimum verimliliğe ulaşmak; (vi) turizmi bütünlendirici, kapsayıcı ve engelsiz hale getirerek ulusal ve uluslararası düzeyde sosyal ve ekolojik sorumluluğu teşvik etmek; (vii) ulusal ve uluslararası turizmde dayanıklılığı güçlendirmek; (viii) yerel topluluklar tarafından turizmin kabulünü artırmak; (ix) çevreyi ve doğayı turizmin temeli olarak güçlendirmek; (x) doğal kaynakları korumak; (xi) bölgesel değer yaratımını güçlendirmek.

Ek olarak, turizm sektörü çeşitli sektörler arası ve sektöre özgü girişimlerden faydalanmaktadır. LIFT fonlama programı, performansı iyileştirmeyi, inovasyonu teşvik etmeyi ve turizm KOBİ'lerini ve destinasyonlarını gelecekteki turizm sorunlarıyla başa çıkmaları için harekete geçirmeyi amaçlamaktadır. Amaç, turizmi sürdürülebilir kılmak ve sektörün sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunmasını sağlamak için geleceğe yönelik, uygulanabilir çözümler geliştirmektir. Almanya Federal İstatistik Ofisi, 2019'dan beri genişletilmiş bir Turizm Uydu Hesabı-Ekonomi ve Çevre (TSA-EE) derleyerek, turizm sektörünün Almanya'daki ekonomik etkisi (turizmle ilgili çıktı, brüt katma değer ve turizm istihdamı) ve ayrıca turizmle ilgili enerji tüketimi, hava emisyonları, hammadde girdisi ve federal düzeyde çevre koruma harcamaları hakkında veri sağlamaktadır.

Turizmin Yeşil Geçişi Mükemmeliyet Merkezi, iklim dostu ve kaynak tasarrufu sağlayan yenilikler hakkında bilgi paylaşarak turizm sektörünün iklim nötrlüğü ve sürdürülebilir dönüşüm yolunda ilerlemesini destekler. Alman Turizm İklim Fonu, sera gazı emisyonlarını azaltan ölçülebilir eylemleri destekleyen bir Federal proje olan Ulusal İklim Girişimi'nin bir parçasıdır. Fon şu anda pilot olarak yürütülmekte olup 1,5 milyon avroluk bir hibe ile desteklenmektedir. Sektörün ulusal iklim eylem hedefleri doğrultusunda etkili sera gazı azaltımları geliştirmesini, uygulamasını ve belgelemesini sağlamayı amaçlamaktadır. Karbonsuzlaştırma atölyeleri, sektör için uygulanabilir uzun vadeli azaltma hedefleri formüle etmek için kullanılır. Daha sonra turizm hizmet sağlayıcıları ve destinasyonlar tarafından emisyonların azaltılması için model çözümler geliştirilecek ve test edilecektir.

Almanya, Mayıs 2020'de turizm bölgelerinin gelecekteki iklim değişikliklerine uyum sağlamasına yardımcı olan İklim Bilgi Sistemi hakkında bir çalışma yayınladı. Ayrıca, iklim değişikliğine uyumu stratejik bir süreç olarak desteklemek için destinasyon yönetimi için bir eylem kılavuzu geliştirildi. Ayrıca, Alman Ulusal Turizm Kurulu tarafından geliştirilen yeni bir veri panosu, turizmin sürdürülebilir gelişimini desteklemeyi amaçlıyor (aşağıdaki kutuya bakın). Sürdürülebilir Turizm Destinasyonları için Federal Yarışma, diğer bölgelerin turizm tekliflerinin kalitesini iyileştirmesini göstermek için sürdürülebilir turizmde aktif bölgelere ödül veriyor. En son 2022-23'te düzenlenen yarışma, turizm örgütlerini ve derneklerini ve ziyaretçileri sürdürülebilir kalkınma ilkelerini benimsemeye teşvik ediyor.

#### Almanya'daki sürdürülebilir seyahat trendlerine ilişkin veri panosu

Alman Ulusal Turizm Kurulu tarafından geliştirilen yeni bir veri panosu, turizmin sürdürülebilir gelişimini desteklemeyi amaçlıyor. Eylül 2023'te başlatılan yeni panonun ekolojik bir odağı var ve pazara özgü ekonomik temel rakamları sunuyor. Ekim 2021'de başarıyla başlatılan Inbound Travel Trends Germany Pano'yu tamamlıyor.

Gösterge paneli, kullanıcıları üç açıdan ayrıntılı bilgilerle destekliyor: (i) kaynak pazarlardaki tüketicilerin sürdürülebilirliğe, iklim korumasına yönelik genel tutumu ve sürdürülebilir seyahat konusundaki ilgileri; (ii) Almanya'nın bir destinasyon olarak algılanması ve Avrupa rekabetindeki konumu; ve (iii) çok destinasyonlu seyahatlerin, konaklama süresinin, turizm yoğunluğunun ve ulaşım için CO2 eşdeğeri emisyonların önemi de dahil olmak üzere sürdürülebilir bir bakış açısıyla mevcut seyahat davranışı.

İki gösterge panelinin birleşimi, turizm paydaşlarına sürdürülebilirlik perspektifinden iş faaliyetlerini daha da ayarlamak için ilgili verilerin etkili ve hızlı bir genel görünümünü sağlar. Girişim büyük ölçüde Alman Federal Hükümeti tarafından finanse edilmektedir.

## İstatistiksel Profil

## Almanya: Yurt içi, yurt dışı ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	726 728	..	..	622 827	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	159 338	160 985	109 296	129 491	135 069
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	567 391	..	..	493 336	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	587 419	588 870	456 020	513 745	531 717
Oteller ve benzeri işletmeler	235 441	236 481	122 744	148 135	183 211
Diğer toplu işletmeler	136 487	139 356	123 829	137 128	149 183
Özel konaklama	215 491	213 033	209 447	228 482	199 324
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	38 748	39 563	12 449	11 688	28 463
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Hollanda	4 717	4 820	2 282	2 038	4 494
İsviçre	3 311	3 399	1 404	1 208	2 762
Amerika Birleşik Devletleri	2 969	3 057	594	701	2 321
Avusturya	2 064	2 116	820	842	1 718
Birleşik Krallık	2 679	2 552	648	359	1 577
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	86 962	89 261	31 733	30 732	67 616
Oteller ve benzeri işletmeler	82 167	84 568	29 562	29 094	63 734
Diğer toplu işletmeler	4 794	4 693	2 171	1 638	3 883
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	208 172	212 143	103 117	100 720	168 698
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	108 542	99 533	36 867	48 667	86 623
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	99 630	112 610	66 250	52 053	82 075
En iyi destinasyonlar					
Avusturya	14 396	11 718	7 494	7 252	11 908
İtalya	13 573	11 633	4 151	7 552	12 064
Hollanda	11 672	10 985	2 716	5 414	9 468
İspanya	7 413	7 091	4 082	3 459	5 783
Fransa	6 143	6 468	2 653	3 383	6 075
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON AVRO</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	51 085	37 620	19 472	19 208	30 505
Uluslararası seyahat gelirleri	36 391	37 344	19 351	18 827	29 959
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	14 694	276	121	381	546
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	88 142	83 346	34 060	43 150	85 779
Uluslararası seyahat harcamaları	80 934	83 292	34 029	43 150	85 204
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	7 208	54	31	..	575

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/6jmhlj>

## Almanya: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar <sup>2</sup>	Çalışan kişi sayısı				
	2021	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	235 619	2 179 830	2 145 026	1 546 927	1 778 520	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	..	1 806	1 752	1 335	1 144	..
Oteller ve benzeri işletmeler <sup>1</sup>	29 410	..	..	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	172 315	1 517 082	1 493 927	999 938	1 456 955	..
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	..	..	..	..	..	..
Hava yolcu taşımacılığı	550	58 380	59 568	59 167	54 733	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	24	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	22 650	482 486	469 768	399 433	186 527	..
Su yolcu taşımacılığı	488	10 007	9 742	..	8 754	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	..	..	..	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	10 182	110 069	110 269	87 054	79 161	..
Kültür endüstrisi	..	..	..	..	..	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	..	..	..	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

1. Otel ve benzeri işletmelere ilişkin veriler işletme sayısına göreler.

2. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/0vtjue>

## Almanya: İç turizm tüketimi

Milyon EUR

	2020		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	140 514	22 655	197 783
Turizm karakteristik ürünleri	84 184	16 857	117 119
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	18 853	7 135	30 196
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	31 509	6 335	37 844
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	16 533	2 884	19 417
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	4 711	1 745	6 456
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	2 481	240	2 721
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	8 442	477	8 918
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	899	422	1 321
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	1 617	157	1 774
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	3 854	268	4 122
Kültürel hizmetler	..	..	..
Spor ve rekreasyon hizmetleri	11 818	79	23 766
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	..
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	56 330	5 798	80 664
Turizm bağlantılı ürünler	21 249	1 414	22 663
Turizm dışı tüketim ürünleri	35 081	4 384	58 002
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/5z4e8i>

## Yunanistan

### Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Yunan ekonomisi için hayati öneme sahiptir ve güçlü bir şekilde toparlanmıştır. Sektör, 2022'de ekonomiye doğrudan 12,9 milyar avro katkıda bulunmuştur ve bu, toplam GVA'nın %7,1'ine denk gelmektedir. Bu, 2020'deki 6,4 milyar avroluk pandemi düşük seviyesinden (toplam GVA'nın %4,4'ü) önemli bir toparlanmayı yansıtmaktadır ve sektörü pandemi öncesi seviyelere geri getirmektedir. Turizm istihdamı, 2022'de doğrudan toplam Yunan iş gücünün %13,6'sını oluşturmuştur ve bu oran 2019'daki %14,4'ten hala düşüktür.

Uluslararası turizm, 2022'de konaklama tesislerine gelenlerin 23,1 milyonunu veya %73,5'ini oluşturdu. Yunanistan toplamda 2022'de 29,9 milyon uluslararası ziyaretçiyi ağırladı ve güçlü bir toparlanma gösterdi, ancak hala 2019 seviyelerinin %12,1 altında. 2022'de seyahat gelirleri, 2019'a kıyasla cari fiyatlarla yalnızca %2,8 düşerek 17,7 milyar Avro'ya ulaştı. En büyük kaynak pazarlar Birleşik Krallık (%15), Almanya (%15) ve Fransa (%6) olup, bu üç pazardan gelen uluslararası ziyaretçi varışları 2022'de pandemi öncesi seviyeleri aştı. Özellikle Birleşik Krallık'tan gelen varışlar, 2019'a kıyasla %28 artarak 4,5 milyona yükseldi. Yunanistan'da iç turizm büyümeye devam ediyor. 2022'de 6,0 milyon gecelik yerli turist kaydedildi ve bu, 2019 seviyelerinin %15,6 üzerinde.

### Turizm yönetimi

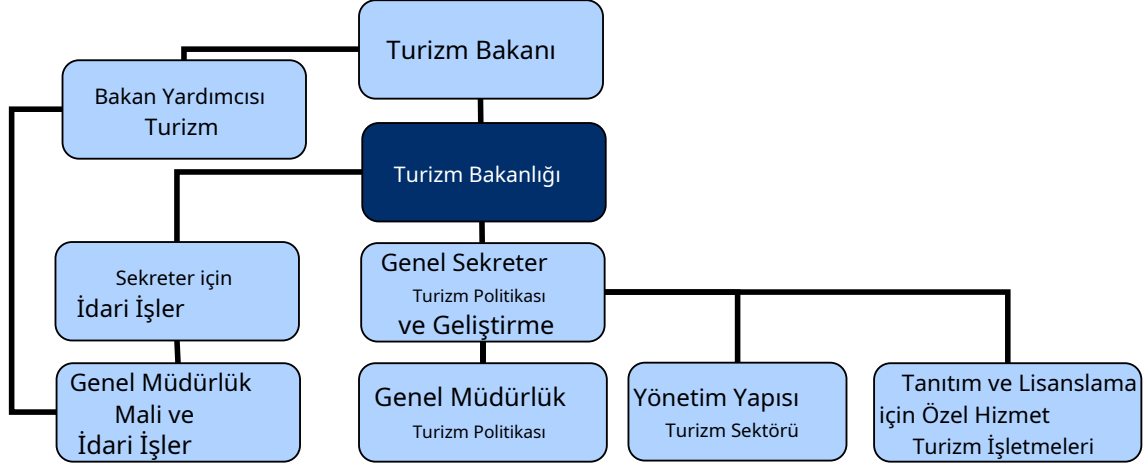
Turizm Bakanlığı, Yunanistan'ın turizm politikası ve uluslararası pazarlama stratejisi, yasal reform, turizm planlaması ve ulusal hükümet iş birliğinden sorumludur. Bakanlık ayrıca Yunan turizminin kalitesini ve rekabet gücünü artırmak için turizm eğitim ve öğretim programları uygular. Koordinasyon Genel Sekreterliği kamu politikalarının uygulanmasını koordine eder, eş yetkili Bakanlıklar arasındaki anlaşmazlıkları çözer, önerilen düzenlemelerin hükümet politikasıyla uyumluluğunu kontrol eder, Bakanlar Kurulu'na hükümet politikalarının uygulanmasının izlenmesi için öneriler hazırlar ve yatay politikalar önerir.

Pazarlama stratejisinin uygulanması, yurtdışında bir ofis ağı işleten Yunan Ulusal Turizm Örgütü (GNTO) tarafından gerçekleştirilmektedir. Yunan Oteller Odası, Hükümetin turizm konusundaki yasal danışmanıdır ve aynı zamanda ana turistik konaklama birimlerinin resmi sınıflandırmasından sorumlu yetkili makamdır. Yunan Turizm Konfederasyonu (SETE), Yunanistan'ın turizm girişimciliğini turizm özel sektörünün resmi organı olarak bir araya getirmeyi amaçlamaktadır. SETE, kamu diyalogunda aktif olarak yer almakta ve yatırım fırsatlarını teşvik etmek ve kolaylaştırmak ve sektörün ticari rekabet gücünü sağlamak için Devlet ve bölgesel yetkililerle iş birliği yapmaktadır.

Turizm Bakanlığı, lisanslama, turizm hizmetlerinin kalite kontrolünü yürütme ve turizm işletmelerine idari yaptırımlar uygulamaktan sorumlu 14 Bölgesel Turizm Ofisi işletmektedir. Yerel yönetimler (bölgeler ve belediyeler), yetki alanlarındaki turizm geliştirme ve tanıtımı için programlar ve faaliyetler geliştirir ve uygular. Tüm tanıtım faaliyetleri ulusal turizm tanıtım stratejisiyle uyumludur. Yunanistan Turizm Bakanlığı'nın 2023 bütçesi 86,7 milyon avro olup, 2022'deki bütçeden (125,6 milyon avro) %31 daha düşüktür. 2023 yılında, Yunan Ulusal Turizm

Kuruluşa bu genel standart bütçeden 12,0 milyon avro hibe verildi ve buna kamu yatırımları programından 21 milyon avro daha eklendi. 2022'de bu miktar 11,6 milyon avro ve 18 milyon avro oldu.

#### Yunanistan: Turizm Kuruluşlarının Organizasyon Şeması



Kaynak: OECD, Turizm Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Yunan turizmi, Ulusal Turizm Eylem Planları tarafından yönlendirilir. 2020'den bu yana Yunanistan, Yunanistan'daki turizm için en önemli üç zorluğun ele alınmasına, turizm dayanıklılığının oluşturulmasına ve yeşil ve dijital geçiştiren gelen fırsatların değerlendirilmesine odaklanan yıllık eylem planları başlattı: (i) Önde gelen destinasyonlarda turist akışlarını ve mevsimselliği yönetmek, (ii) Ulusal turizm ürünleri geliştirmek, (iii) Turizm eğitimi ve öğretimi yükseltmek ve modernize etmek ve turizm iş gücünü çekmek ve elde tutmak.

2024 Turizm Eylem Planı, AB Turizm Geçiş Yolu ve BM 2030 Gündemi 2030 ile uyumludur. Yunan turizm markasını ve ulusal turizm ürün portföyünü yurtdışında tanıtmaya, ikili ve çok taraflı turizm iş birliğini geliştirmeye, mevsimselliği azaltmaya ve kişi başına harcamayı artırmaya odaklanmaktadır. Bunu başarmak için Yunanistan, gelen turizmin geliştirilmesi için stratejik bir çerçeve oluşturmakta, AB dışındaki iki yeni hedef pazarın payını güçlendirmekte ve belirli uzun mesafeli kaynak pazarlarına odaklanan tanıtım eylem planları geliştirmektedir. Turizm eğitimi ve öğretimi için çerçeveyi yükseltmek ve modernize etmek ve turizm iş gücünün becerilerini geliştirmek ve yeniden beceri kazandırmak da 2024 Eylem Planı için bir önceliktir. AB Kurtarma ve Dayanıklılık Tesisi tarafından finanse edilen bir proje, 250 saatlik mesleki programlar aracılığıyla turizm çalışanlarının becerilerini geliştirmek ve yeniden beceri kazandırmak için 2024-25 yıllarında yürütülecektir. Proje, sektörün yeşil ve dijital dönüşümüne uygun olarak 18.000 çalışanın işgücü piyasasında ihtiyaç duyulan becerilerle donatılmasını hedefliyor.

Turizm sektörünün dijital dönüşümü 2024 Eylem Planı'nın bir önceliğidir. Girişimler arasında Turizm Bakanlığı ve Yunanistan Ulusal Turizm Örgütü'nün dijital dönüşümü, vatandaşların, girişimcilerin ve turistlerin Bakanlıktan bilgilere erişebilmesi için kullanıcı dostu bir portal oluşturulması yer almaktadır. My Digital Tourism platformu, süreçleri kolaylaştırmayı ve turizme yatırımı teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Turizm işletmelerinin lisanslandırılması için belgelerin sunulmasını, turist şikayetlerinin dosyalanmasını, turizm işletmelerinin denetlenmesini ve şikayetlerin araştırılmasını, varış ve ayrılışları kaydetmek için bir alt sistem aracılığıyla turist konaklama birimlerine ilişkin istatistiksel verilerin toplanmasını kolaylaştıracak ve

Turizm işletmesi kurmak ve işletmek için mevzuat ve prosedürler. Platformun 2025'in ikinci çeyreğinde tam olarak faaliyete geçmesi ve 100.000'den fazla işletmeye fayda sağlaması bekleniyor.

Rekabet gücünü artırmak, ulusal turizm ürününü çeşitlendirmek ve yükseltmek için 2024 Eylem Planı ayrıca şu girişimleri öngörmektedir: özel ilgi turizminde ürün geliştirmeye yönelik düzenleyici çerçevenin güçlendirilmesi; Tarım-Gıda, Gastronomi ve Turizm için birbirine bağlı bir sistem oluşturmak amacıyla turist limanlarının lisanslandırılmasına ilişkin kurumsal çerçevenin uyarlanması; dağ turizmi altyapısının güçlendirilmesi; ve diğer niş turizm ürünlerinin (örneğin dalış, dini/hac turizmi, spor turizmi, kırsal turizm, açık hava etkinlikleri, sağlık ve zindelik turizmi, erişilebilir turizm, gümüş turizmi) geliştirilmesi. Herkes İçin Turizm 2024-25 programı, iç turizm talebini güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Eylemler, turist konaklama hizmeti sağlayıcıları ile müşterileri arasındaki ilişkileri düzenleyen kurumsal çerçevenin modernize edilmesini, Glamping Etiketinin verilmesine ilişkin işlevsel özelliklerin tanımlanmasını ve ziyaretçilere, turistik yerlere ve turizm işletmelerine açık tesisler için özel ödüllerin verilmesini ifade etmektedir.

Yunanistan, turizm gelişimini artırmak için 2021 yılında Entegre Yönetim Model Turizm Destinasyonları ve Destinasyon Yönetimi ve Pazarlama Örgütleri (DMMO'lar) Yasası'nı yürürlüğe koydu. Yunanistan, bir DMMO ağı geliştirerek kamu ve özel sektörler arasında istikrarlı bir işbirliği çerçevesi oluşturmayı, turizm ürünlerinin tanıtımında sürekliliği ve hizmet kalitesini garanti altına almayı amaçlıyor. Çerçeve, AB'nin Kurtarma ve Dayanıklılık Tesisi (RRF) tarafından finanse ediliyor. Yasa uyarınca Yunanistan, ülkenin turist profiline önemli ölçüde katkıda bulunabilecek ve özel yönetim gerektirebilecek Entegre Yönetim Model Turizm Destinasyonları da kuruyor. Destinasyonların bu unvan için başvuruda bulunmaları bekleniyor (aşağıdaki kutuya bakın).

Yunanistan, turizm verilerini geliştirmek için Ulusal Sürdürülebilir Turizm Gözlemevi oluşturmak ve bir Turizm Uydusu Hesabı (TSA) uygulamak için çalışmaktadır. 2017'de bir pilot TSA çalışması yürütüldü ve tam TSA'nın 2025 yılı sonuna kadar kullanılabilir olması planlanıyor. Yunanistan ayrıca ulusal ve bölgesel mekansal ölçekte sürdürülebilir turizm gelişiminin göstergelerini ölçmek için çalışmaktadır. Turizm Bakanlığı ayrıca AB tarafından, AB turizm ekosistemi yönetimini daha iyi hale getirerek iyileştirmeyi amaçlayan Turizmde Kriz Yönetimi ve Yönetişim projesine katılmak üzere seçilmiştir. **dayanıklive** krizleri yönetme ve hafifletme konusunda daha iyi hazırlanmış. Yunanistan ayrıca, daha sürdürülebilir, dayanıklı ve dijital bir turizme doğru turizm ekosistemini desteklemeyi amaçlayan bir projeyi yürütmek üzere AB Teknik Destek Aracı tarafından destekleniyor.

#### Yunanistan'da Entegre Yönetimin Model Turizm Destinasyonlarının Belirlenmesi

Entegre Yönetim Model Turizm Destinasyonları, Destinasyon Yönetimi ve Pazarlama Örgütleri (DMMO'lar), Kaplıcalar ve turizm gelişimini artırmaya yönelik düzenlemeler hakkında 2021 tarihli yasa, ülkenin turizm yönetişim çerçevesini iyileştirmek amacıyla Yunanistan'da ilk kez destinasyon yönetimi ve pazarlama faaliyetleri için yasal bir temel oluşturuyor.

Yasa kapsamında başlatılan üç temel girişimden biri Entegre Yönetim Model Turizm Destinasyonu tanımının oluşturulmasıydı. Bakanlık, ülkenin turist profiline önemli katkılarda bulunabilen ve doğal çevreleri ve özel özellikleri nedeniyle uzun vadeli başarıyı garantilemek için dikkatli planlama ve izleme gerektiren destinasyonları tanımak için bu tanıma tanıtı. Model Turizm Destinasyonu tanımını almak için ilgili yerel yönetim kuruluşu Bakanlığa başvurur ve Bakanlık da Bakan'a bir öneri sunar.

Girişimin amacı sürdürülebilir bir turizm geliştirme modelini desteklemektir. Model Turizm Destinasyonu olarak belirlenme başvuruları, altı kategoriyi kapsayan bir dizi temel kritere (şu anda 38) göre değerlendirilir: i) Özel özellikler; ii) Altyapı ve hizmetler; iii) Erişilebilirlik; iv) Turist faaliyetinin verileri ve özellikleri; v) Sürdürülebilir destinasyon yönetimi, vi) Gelecekteki sürdürülebilir kalkınma olanakları.

## İstatistiksel Profil

## Yunanistan: Yurt içi, yurt dışı ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm<sup>1</sup></b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	26 301	27 879	23 507	21 899	21 682
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	5 691	5 180	4 448	4 831	5 990
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	20 610	22 699	19 059	17 069	15 692
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	24 064	23 623	12 277	14 963	21 196
Oteller ve benzeri işletmeler	23 209	22 682	11 685	14 360	20 407
Diğer toplu işletmeler	855	941	593	603	789
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	33 072	34 005	7 406	15 246	29 876
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Birleşik Krallık	2 943	3 499	1 069	1 591	4 485
Almanya	4 381	4 026	1 526	3 001	4 352
Bulgaristan	3 135	3 883	663	762	1 812
Fransa	1 524	1 542	469	1 175	1 758
İtalya	1 667	1 553	373	806	1 413
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	230 726	236 547	64 172	133 735	220 213
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	7 961	7 848	2 324	2 026	5 094
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
Kuzey Makedonya	1 352	1 138	343	174	877
Bulgaristan	2 371	1 916	617	212	862
Türkiye	967	1 091	123	149	479
İtalya	405	438	146	184	407
Almanya	500	584	227	225	378
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON AVRO</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	18 444	20 618	5 353	11 621	19 552
Uluslararası seyahat gelirleri	16 086	18 179	4 319	10 503	17 676
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	2 359	2 439	1 034	1 119	1 875
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	3 314	3 764	1 321	1 891	3 411
Uluslararası seyahat harcamaları	2 191	2 744	793	1 113	1 925
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	1 123	1 021	528	778	1 487

.. Müsait değil

1. Talep tarafı anketlerinden seyahatler; Arz tarafı anketlerinden geceler.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/3s2o5v>

## Yunanistan: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
	2022	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	91 230	541 285	564 003	535 801	509 037	564 852
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	62 420	100 442	99 494	75 312	92 395	107 696
Oteller ve benzeri işletmeler	9 716	94 700	93 635	69 635	84 689	96 462
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	..	266 227	287 398	273 443	239 031	280 113
Yolcu taşımacılığı	..	99 643	99 748	105 346	104 301	92 761
Hava yolcu taşımacılığı	..	4 712	3 804	5 840	8 592	4 100
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	87 027	87 404	59 153	73 534	86 138
Karayolu yolcu taşımacılığı	11 890	2 000	2 322	3 943	2 756	2 111
Su yolcu taşımacılığı	..	63 740	62 783	65 912	55 033	47 579
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	..	6 094	7 224	5 244	4 186	4 729
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	7 094	14 136	15 251	17 483	16 456	18 111
Kültür endüstrisi	..	17 638	19 443	17 985	17 062	17 940
Spor ve rekreasyon endüstrisi	..	37 106	35 444	40 990	35 606	43 502
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	110	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/01amsw>

## Macaristan

### Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, COVID-19 salgınına kadar geçen on yılda genel ekonomik büyümeden önemli ölçüde daha yüksek bir oranda büyüyen Macaristan ekonomisinin önemli bir sektörüdür. Turizm endüstrilerinin toplam brüt katma değeri, 2019'daki %6,8'e kıyasla 2022'de %6,2 idi. Turizm ayrıca 2021'de önemli bir istihdam kaynağıydı ve 383.700 iş veya ulusal istihdamın %8,7'sini oluşturuyordu (2019'daki 421.000'den düşüş). Seyahat ihracatı, 2019 seviyelerinin (%24,2) altında kalarak toplam hizmet ihracatının %18,4'ünü oluşturdu.

Macaristan 2023'te 12,2 milyon uluslararası turisti ağırladı (2019 seviyelerinin %76'sı). Uluslararası seyahat gelirleri 3,0 milyar HUF'a ulaştı ve bu da cari fiyatlarla 2019 seviyelerinin %92'sine denk geliyor. Macaristan için 2022'deki en büyük üç kaynak pazarı Almanya (%14), Avusturya (%10) ve Romanya (%7) oldu.

Yurt içi turizm daha hızlı toparlandı ve 2023 yılında 12,8 milyon yurt içi geceleme seyahat kaydedildi (2019 seviyelerinin %90'ı). 2022'de yurt içi turizm harcamaları Macaristan'daki turizm harcamalarının %30'unu oluşturdu.

### Turizm yönetimi

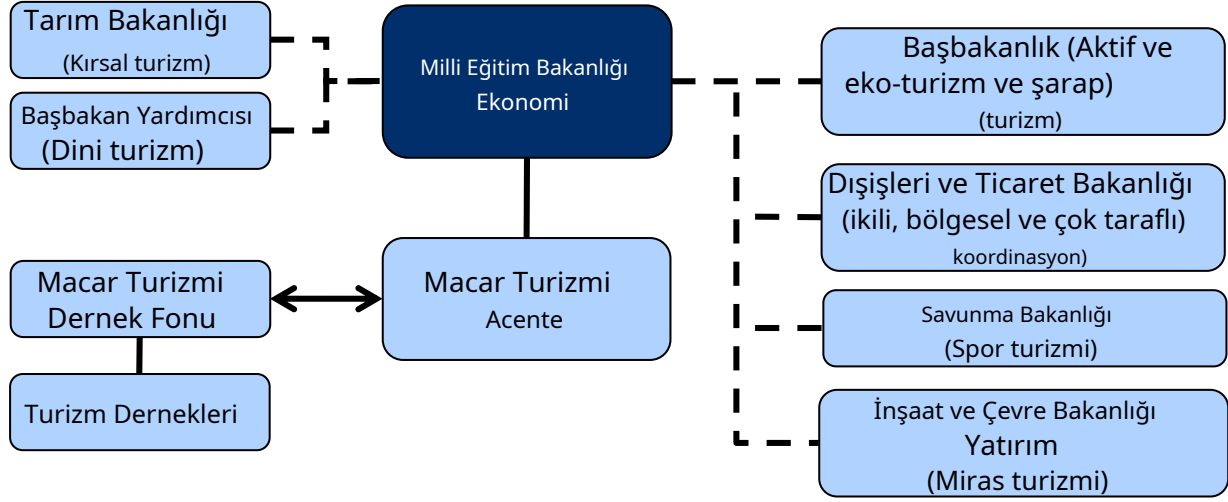
2024'ten bu yana, yeni Ulusal Ekonomi Bakanlığı turizm politikasından sorumludur. Başbakanlık Ofisi (eskiden turizm politikasından sorumluydu) aktif, eko ve şarap turizminden sorumlu olmaya devam ederken, yeni Ulusal Ekonomi Bakanlığı Sağlık Bakanı ile işbirliği içinde sağlık turizminden sorumlu olacak. Dışişleri ve Ticaret Bakanlığı ikili, bölgesel ve uluslararası turizm koordinasyonundan sorumluyken, spor turizmi sorumluluğu Savunma Bakanlığı'nda ve miras turizmi sorumluluğu İnşaat ve Yatırım Bakanlığı'ndadır.

Macar Turizm Ajansı, ulusal ve bölgesel düzeyde Macar turizm sektörünün yönetiminden sorumludur. Ajans, turizm stratejisi geliştirme, turizm ürünleri geliştirme ve yönetimi, merkezi pazarlama, uluslararası satış, iletişim kampanyaları ve belirli turizm gelişmelerinin koordinasyonunu yönetir.

Yerel ve merkezi düzeyler arasında ve destinasyon içinde etkili iletişimi sağlamak ve ürün geliştirme ve başarılı pazar girişine yönelik destinasyon tabanlı bir yaklaşımı teşvik etmek için yeni bir destinasyon yönetim hizmetleri ağı oluşturma çalışmaları devam etmektedir. Macaristan Turizm Ajansı liderliğindeki yeni model, birleşik yönetimi uygulamayı ve Macar destinasyonları için ortak bir vizyon elde etmek üzere yerel paydaşların iş birliğini desteklemeyi amaçlamaktadır.

Macaristan Hükümeti, 2027 yılına kadar dört yıl boyunca turizme yıllık merkezi bütçeden 150 milyar HUF katkıda bulunacak. Bu katkının miktarı şu şekilde: 2024'te 30 milyar HUF, 2025'te 45 milyar HUF, 2026'da 60 milyar HUF ve 2027'de 15 milyar HUF.

### Macaristan: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Macaristan Turizm Ajansı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Ulusal Turizm Geliştirme Stratejisi 2030 - Turizm 2.0, Macaristan'daki turizm politikası ve program gelişimine rehberlik eder. Strateji, COVID-19 salgınının benzersiz zorluklarına yanıt vermek ve Macaristan'daki turizmin 2030'a kadar yönünü ve önceliklerini belirlemek için 2021'de güncellendi ve temel hedefler şunlardır:

- Önceki tedarik ve ürün tabanlı yaklaşımı güçlü bir talep ve ihtiyaç tabanlı yaklaşımla tamamlayın. Stratejinin odak noktası, pazarlama, satış ve gelecekteki geliştirme için kullanılan uluslararası ve yerel pazar segmenti ihtiyaçlarına ilişkin iyi gelişmiş bir anlayışla geliştirmeden pazarlamaya kayıyor.
- Sektörel yönetimin hedef düzeyinde tamamlandığı yeni bir yönetim modeli tanımlayın. Yeni hedef yönetim örgütleri ağı, merkezi yönetimi turizm bölgeleriyle ilişkilendirir.
- İşgücünün kalitesinin iyileştirilmesine yardımcı olmak amacıyla Macar Turizm Ajansı'nın eğitim ve kariyer yolu şekillendirmedeki rolünü güçlendirmek.
- Seyahat sürecine eşlik etmek ve destek olmak için dijital çözümlerden yararlanın. Sektörel çıkarların ayrıca konuk deneyimini iyileştirmek ve misafirperverlik ve işgücü piyasası gibi alt sektörler ayrıntılı olarak bakarak büyük verinin fırsatlarını anlamak için dijital çözümler geliştirme ve bağlamada aktif bir rol oynaması gerekir.
- Sürdürülebilirliği, tüm sektörlerdeki aktörleri dahil etmek için sektöre dayalı çıkarlar aracılığıyla yönlendirilen stratejik bir hedef olarak teşvik edin. Sürdürülebilirlik hususları, sürdürülebilirlik ticari markasının tanıtımı ve sürdürülebilir ve ekoturizm cazibe merkezleri (örneğin milli park ziyaretçi merkezleri ve su rekreasyon alanları) için öncelikli geliştirme yoluyla hedef düzeyinde ürün geliştirmede yansıtılır. Bu, Macaristan'da turizm için sürdürülebilir bir profilin temellerinin atılmasına yardımcı olacaktır.

Stratejinin belirli hedefleri, Macaristan'daki toplam konuk gecesini 2030 yılına kadar 50 milyona çıkarmaktır (2019 seviyelerine göre %20 artış), bu sayı 20 milyon turist tarafından üretilecek ve yurt içi ve yurt dışı turistlerin eşit dağılımı sağlanacak ve Budapeşte ile kırsal destinasyonlar arasında yayılacaktır. Bir diğer amaç ise Macaristan'ın Orta Avrupa'nın en popüler turizm destinasyonu olmasıdır.

Stratejinin hedeflerine ulaşmak ve sürdürülebilir büyümeyi sağlamak için Macaristan çeşitli politikalar ve programlar geliştiriyor ve uyguluyor. Széchenyi Leisure Card (SZÉP Card) güncellemesi, iç tüketimi artırmayı ve iç turizmi teşvik etmeyi amaçlıyor. Çalışanlar, kartlarda biriken kullanılmayan bakiyeler için en az bir yıl boyunca %15'lik bir tek seferlik ücretle kartlardaki fonları kullanmaya teşvik edildi. Hükümet ayrıca işverenlerin 2024'te 4 aylık bir süre içinde mevcut 450.000 HUF'luk eğlence ödeneğine ek olarak 200.000 HUF'a kadar tek seferlik bir tutarı SZÉP Kartlarına aktarmalarına izin verdi. SZÉP Card, Macaristan'da azaltılmış kamu vergi oranıyla yan hak olarak sunulmaya devam edecek.

2019 yılında kurulan Ulusal Turizm Veri Tedarik Merkezi, elektronik bir turizm kayıt ve yönetim sistemidir. Konaklama tesislerinin yönetimi, günlük olarak çevrimiçi istatistiksel veriler sağlayan çevrimiçi platform aracılığıyla gerçekleştirilir.

Nisan 2023'te Macaristan, turizm işletmelerine finansal destek sağlamak ve idari yükü hafifletmek için pandemi sırasında askıya aldığı Turizm Geliştirme Katkısını yeniden uygulamaya koydu. Katkı, turizme yeniden yatırım yapmak için catering ve ticari konaklama sağlayıcılarından gelir topluyor. Turizmin rekabet gücünü güçlendirmek için ticari konaklama hizmetlerindeki KDV 2020'den bu yana %18'den %5'e düşürüldü. Konaklama sağlayıcıları için dijital bir turist vergisi beyannamesi de getirildi. Kağıt misafir defterlerinin zorunlu kullanımı kaldırıldı, konaklama sağlayıcıları için çift kayıt tutma zorunluluğu ortadan kaldırıldı ve misafirlerin giriş yapması daha hızlı hale getirildi.

Üretim programı turizm sektörüne de genişletildi. Bu girişim, programa kayıtlı 1.445 konaklama ve ikram işletmesinin, özellikle enerji olmak üzere, kamu hizmetlerinin maliyetlerini düşürmesine yardımcı oluyor. Ayrıca, KOBİ'lerin enerji verimliliğine yatırım yapmalarını ve bağlayıcı taahhütler aracılığıyla iş güçlerini korumalarını destekliyor. Kamu hizmeti ödeneğine ek olarak, enerji verimliliği yatırımları için krediyi desteklemek üzere geri ödenmeyen bir hibe başvurusunda bulunmak da mümkündür. Programdan yararlanan işletmeler, personellerinin en az %90'ını 2023 sonuna kadar istihdam etmeyi taahhüt etmek ve en geç 2024 sonuna kadar enerji verimliliğine yatırım yapmayı taahhüt etmek zorundaydı.

Uluslararası standartlara uyum sağlamak ve ziyaretçilerin beklentilerine yanıt vermek amacıyla 2022 yılında ulusal bir konaklama derecelendirme sistemi getirildi (aşağıdaki kutuya bakın).

#### Macaristan'da ulusal bir konaklama derecelendirme sisteminin tanıtılması

Macaristan, uluslararası ziyaretçi beklentilerine yanıt vermek için turistik konaklama yerleri için yeni bir yıldız derecelendirme sistemi getirdi. Her konaklama türü için, Avrupa genelinde otel sınıflandırma standartlarını uyumlu hale getiren HOTREC destekli bir dernek olan Hotelstars Union kriterlerine dayalı bir derecelendirme sistemi geliştirildi.

Sistem, Macaristan'da benimsenmeyi yaygınlaştırmak için başlangıçta ücretsiz bir sertifikasyonla birkaç yıl boyunca aşamalı olarak uygulanacak. 2022'den bu yana, Macar konaklama tesisleri faaliyetlerine devam etmek için sertifikasyon kuruluşu tarafından yayınlanan gerekliliklere uymak zorundadır.

Bu yıldız derecelendirme sistemi, derecelendirmelerin anlaşılır ve şeffaf olmasını sağlayarak adil bir piyasa işleyişi sunar. Sürekli olarak yüksek kaliteli konaklamaları korur ve performansı ölçülebilir ve karşılaştırılabilir hale getirerek rekabeti artırır. Aranabilir bir veritabanı, tüketicilerin derecelendirmeleri doğrulamasına ve yanıtıcı uygulamaları önlemesine olanak tanır.

Dijital platform, sektörü dijitalleştirmeye yönelik daha geniş bir stratejik planın parçasıdır. Gelecekteki adımlar arasında sertifikalı konaklama birimlerinin çevrimiçi satış platformlarına entegre edilmesi yer almaktadır. Dijitalleştirme, DMO'lara, belediyelere ve vergi makamlarına turizm işletmelerinden veri ve vergi toplamada yardımcı olacaktır.

## İstatistiksel Profil

## Macaristan: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	48 310	47 923	29 932	38 810	45 511
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	14 386	14 249	8 919	10 183	12 499
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	33 924	33 674	21 013	28 628	33 013
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	45 910	45 032	30 883	33 185	36 810
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	25 041	23 775	18 362	20 016	19 340
<b>Gelen turizm<sup>1</sup></b>					
Toplam uluslararası varışlar	55 462	58 619	29 057	33 050	42 965
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	16 766	15 949	6 624	6 973	11 731
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	38 696	42 670	22 433	26 077	31 233
En iyi pazarlar					
Slovak Cumhuriyeti	10 000	10 072	5 606	5 216	8 941
Romanya	11 898	13 249	6 733	8 026	7 597
Avusturya	8 523	9 053	5 167	5 140	7 382
Almanya	3 202	3 075	1 371	2 269	2 930
Polonya	2 425	2 435	1 193	1 438	1 757
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	20 162	20 794	5 035	7 628	17 316
Oteller ve benzeri işletmeler	13 094	13 413	3 126	4 342	10 138
Diğer toplu işletmeler	2 246	2 339	648	1 156	2 226
Özel konaklama	4 822	5 042	1 261	2 129	4 952
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	19 248	20 722	8 782	8 753	13 969
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	7 771	8 318	2 762	3 101	5 909
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	11 477	12 404	6 019	5 653	8 060
En iyi destinasyonlar					
Avusturya	840	701	356	364	1 533
Almanya	943	938	356	394	860
Slovak Cumhuriyeti	883	841	416	213	466
Hırvatistan	523	470	216	268	348
Çekya	649	463	158	156	348
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON HUF</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	2 608 871	2 979 032	1 290 984	1 729 106	3 390 058
Uluslararası seyahat gelirleri	1 870 832	2 123 363	987 083	1 262 779	2 109 992
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	738 039	855 669	303 902	466 327	1 280 066
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	877 872	976 583	407 134	522 149	1 167 883
Uluslararası seyahat harcamaları	715 494	799 100	356 203	440 155	898 793
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	162 379	177 484	50 931	81 994	269 090

.. : Müsait değil

1. Talep tarafı anketlerinden gelenler; Arz tarafı anketlerinden gelen geceler.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/hsk2yp>

## Macaristan: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	.	.	.	.	.	.
<b>Turizm endüstrileri</b>	195 726	412 674	421 036	398 052	383 737	.
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	40 463	41 486	44 305	32 702	29 861	.
Oteller ve benzeri işletmeler	2 219	35 201	.	.	.	.
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	32 855	131 214	134 382	130 120	125 927	.
Yolcu taşımacılığı	.	91 674	104 110	94 227	89 369	.
Hava yolcu taşımacılığı	128	.	.	.	.	.
Demiryolu yolcu taşımacılığı	4	29 386	37 236	32 384	36 647	.
Karayolu yolcu taşımacılığı	10 111	55 229	55 980	53 358	48 220	.
Su yolcu taşımacılığı	181	.	.	.	.	.
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	5 296	30 772	24 753	24 391	25 116	.
Taşıma ekipmanı kiralama	4 847	.	.	.	.	.
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	3 117	6 298	6 683	.	.	.
Kültür endüstrisi	46 341	43 468	41 673	43 266	43 593	.
Spor ve rekreasyon endüstrisi	20 707	33 598	36 361	38 014	34 011	.
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malların perakende ticareti	.	.	.	.	.	.
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	29 457	31 837	26 778	26 452	29 406	.
<b>Diğer endüstriler</b>	.	.	.	.	.	.

.. Müsait değil

1. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/gr7ihf>

## Macaristan: İç turizm tüketimi

Milyon HUF

	2021		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	.	.	.
<b>Tüketim ürünleri</b>	545 639	1 249 954	1 795 593
Turizm karakteristik ürünleri	328 263	601 306	929 568
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	134 449	169 726	304 176
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	124 134	132 934	257 068
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	22 802	76 434	99 236
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	14 743	65 254	79 997
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	4 219	1 086	5 305
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	3 840	9 561	13 401
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	0	533	533
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	2 410	8 493	10 902
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	213	802	1 015
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	11 364	3 513	14 876
Kültürel hizmetler	9 806	14 927	24 733
Spor ve rekreasyon hizmetleri	21 456	96 128	117 584
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	.	.	.
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	1 628	98 349	99 977
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	217 376	648 648	866 025
Turizm bağlantılı ürünler	207 253	556 021	763 274
Turizm dışı tüketim ürünleri	10 123	92 628	102 751
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	.	.	.

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/31h60o>

# İzlanda

## Ekonomide turizm ve görünüm

2020 ve 2021'deki iki zorlu yılın ardından turizm, 2022'de İzlanda'nın en çok döviz kazandıran ihracat sektörü konumunu geri kazandı. Turizm ve yolcu taşımacılığı birlikte 2022'de 455 milyar ISK uluslararası gelir üretti; bu, toplam ihracat gelirinin %26'sına ve toplam hizmet ihracatının %60'ına (2019'da %49) eşdeğerdir. Sektör, 2022'de ülkenin GSYİH'sine doğrudan 293,0 milyar ISK veya %7,8 katkıda bulundu (2019'da %8,4 ile karşılaştırıldığında) ve yaklaşık 26.000 iş veya iş gücünün %12'sini (2019'da 28.800) oluşturdu.

İzlanda, 2023'te 2,2 milyon uluslararası turisti ağırladı, bu 2022 seviyelerinin %30,4 üzerinde ve 2019 seviyelerinin %11,1 üzerinde. 2023'te en büyük üç kaynak pazar Amerika Birleşik Devletleri (%29), Birleşik Krallık (%13) ve Almanya (%6) idi.

İzlanda, 2022'de 1,3 milyon yerli turist kaydetti, 2019 seviyelerinin %79 üzerinde. İzlanda nüfusunun yaklaşık %84'ü 2023'te yurt içinde seyahat etti, bu da son yıllardakiyle benzer bir sayı.

2024 yılı tahminleri 2,2 milyon uluslararası turistin gelmesini öngörüyor. 2025 yılında 2,3 milyon uluslararası turist ile büyümenin devam etmesi ve 2026 yılında 2,35 milyona ulaşması bekleniyor.

## Turizm yönetimi

Kültür ve Ticaret Bakanlığı, İzlanda'daki turizm politikasını geliştirmek ve hükümet organlarının çalışmalarını koordine etmekten sorumludur. Ticaret ve Turizm Bakanlığı, lider bakanlıktır ve İzlanda Turist Kurulu'nun işleyişini ve performansını denetler.

İzlanda Turizm Kurulu, hükümet turizm politikasının uygulanması, bölgesel kalkınmanın planlanması ve desteklenmesi, lisanslı faaliyetlerin lisanslanması ve izlenmesi, turizmle ilgili veri toplama, işleme ve sunumu, güvenlik, kalite ve tüketici koruması ile Turistik Alan Koruma Fonu ve Rota Geliştirme Fonu'nun idaresinden sorumludur.

Turizm Konseyi, Bakan'a danışma organı olarak hizmet veriyor ve maliye, çevre ve altyapı bakanlıklarının yanı sıra İzlanda Yerel Yönetimler Birliği ve İzlanda Seyahat Endüstrisi Birliği'nin temsilcilerinden oluşuyor.

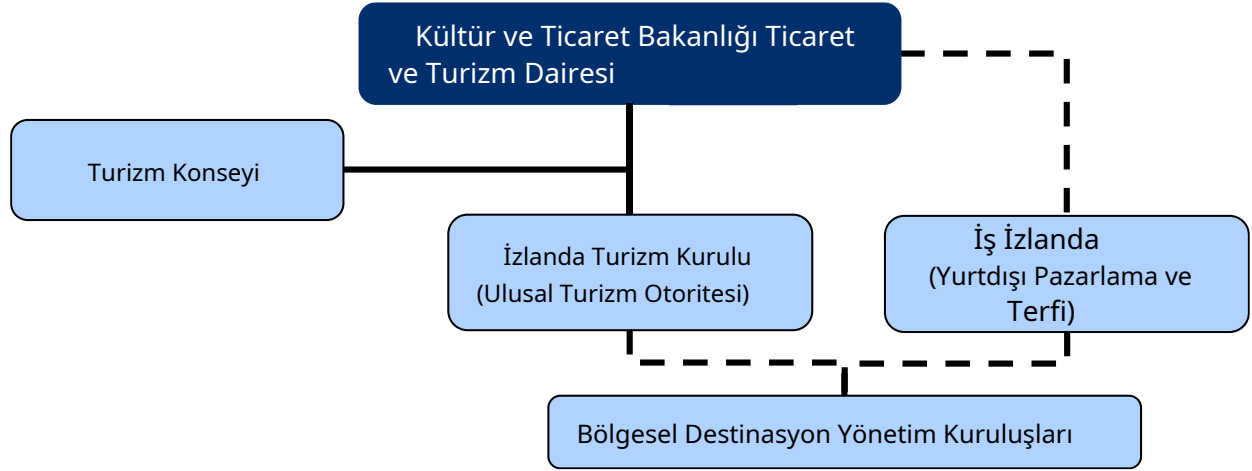
Visit Iceland, resmi destinasyon pazarlama organizasyonudur. İzlanda ihracatını, doğrudan yabancı yatırımları ve İzlanda'yı bir turizm destinasyonu olarak tanıtmak için kurulan bir kamu-özel sektör ortaklığı olan Business Iceland'ın bir parçasıdır.

Yerel belediyeler birçok ziyaretçi cazibe merkezinin planlanması ve yönetiminden sorumludur. İzlanda Bölgesel Kalkınma Enstitüsü'nün desteğiyle, belediye dernekleri turizm projeleri sunan kalkınma ajanslarını işletmektedir. Her bölgedeki destinasyon yönetim kuruluşları, bölgesel destinasyonları geliştirmek ve uygulamaktan sorumlu kamu-özel kuruluşlardır.

yönetim planları ve turizm önceliklerinin koordinasyonu. Bunu, finansal destek sağlayan Business Iceland ve İzlanda Turist Kurulu gibi paydaşlarla iş birliği yaparak yapıyorlar.

2022 yılında turizme tahsis edilen genel bütçe 2,28 milyar ISK idi. 2023 yılında bu miktar 2,38 milyar ISK'ya çıkarılmış olup şu şekilde tahsis edilmiştir: İzlanda Turizm Kurulu'na 724 milyon ISK; Turist Alanları Koruma Fonu'na 588 milyon ISK; ve turizm hizmetlerine 1,065 milyon ISK, bunun 300 milyon ISK'sı pazarlama ve tanıtıma ayrılmıştır.

#### İzlanda: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Kültür ve Ticaret Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

İzlanda'nın politika çerçevesi, Sürdürülebilir Kalkınmada Liderlik, İzlanda Turizmi 2030, İzlanda'da turizm politikası gelişimini, devam eden eylem odaklı bir stratejinin uygulanmasıyla yönlendirir. Başlangıçta 2019'da geliştirilen çerçeve, 2023'ün başlarında güncellendi ve ülkeyi, ülkesi ve insanlarıyla uyum içinde karlı ve rekabetçi bir turizm endüstrisini teşvik ederek, önde gelen bir sürdürülebilir turizm destinasyonu olarak konumlandırmayı amaçlamaktadır. Çerçeve, İzlanda'da turizmin sürdürülebilir gelişimi için dört ana rehber ilke etrafında düzenlenmiştir:

- Kârlılık turist sayısının üzerinde.
- Tüm bölgelerdeki yerel halk için faydalar.
- Benzersiz deneyimler, kalite ve profesyonellik.
- Kullanım ve doğa koruma arasında bir denge.

Kültür ve Ticaret Bakanlığı'nın liderliğinde, çerçeveyi uygulamak için yedi uzman çalışma grubu bir araya getirildi ve güncellenmiş bir Turizm Eylem Planı için belirli eylemlere yönelik öneriler formüle edildi. Eylem Planı, kapsamlı kamu ve özel sektör istişarelerinin ardından Haziran 2024'te Parlamento tarafından onaylandı. Yeni Eylem Planı'nın uygulanması tamamen başlayana kadar, İzlanda Hükümeti aşağıdaki programlar aracılığıyla turizmi iyileştirmeye kararlıdır:

- Turizm Etki Değerlendirmesi: Turizmin çevre, altyapı, toplum ve ekonomi üzerindeki etkisini düzenli olarak değerlendirmek için tanımlanmış sürdürülebilirlik göstergelerine dayanan bir yönetim aracı. Faydasını en üst düzeye çıkarmak için Turizm Etki Değerlendirmesi sürekli geliştirme gerektirir ve şu anda Eylem Planı ile ilgili çabaların bir parçası olarak revizyondan geçmektedir.

- Turist Alanı Koruma Fonu ve İzlanda Rotası Geliştirme Fonu: Fonlar, turistleri ülke genelinde daha eşit bir şekilde dağıtma hedefiyle uyumlu olarak destinasyon gelişimini desteklemek için tahsis edilir. Bu yaklaşım, hem sektöre hem de sakinlere fayda sağlarken popüler turizm destinasyonlarındaki baskıyı hafifletmeyi amaçlamaktadır. Turist Alanı Koruma Fonu'nun hedefleri ve işlevleri hakkında kapsamlı bir inceleme yapmak üzere bir çalışma grubu kurulmuştur.
- Turizm Beceri Merkezi: Kültür ve İş İşleri Bakanlığı tarafından finanse edilen Merkez, İzlanda'daki turizm sektöründe yeterlilik ve kaliteyi teşvik etmeyi amaçlamaktadır. 2025'e kadar devam eden iki girişim arasında Gelecek İçin Eğitim ve Bölgesel destinasyon ajanslarıyla İş Birliği yer almaktadır. Amaç, işletme yöneticilerine hedefli eğitim programları oluşturma konusunda danışmanlık ve yardım sağlamak ve bunların etkinliğini izlemektir. Merkez tarafından geliştirilen metodoloji, sunum materyalleri ve dijital araçlar, eğitim sağlayıcı ortaklar aracılığıyla bireysel işletmelerde uygulanacaktır. Bu çalışma için finansman, toplu sözleşmelerin bir parçası olarak mesleki eğitim fonları tarafından desteklenmektedir. Performans değerlendirmeleri 2025'te yapılacaktır.
- Bölgesel destinasyon acenteleriyle iş birliği: Amaç, yöneticilerin ve personelin yetkinliğini ve profesyonelliğini geliştirmek için iş birliğini teşvik etmek, sektörde artan kaliteye, olumlu bir imaja ve karlılığa katkıda bulunmaktır. Bu iş birliği, Turizm Beceri Merkezi'nin taban tartışmalarına bağlı kalmasını amaçlamaktadır. Ortaklıklar, sözleşmeler ve iş birliği ortaklıkları kurulmuştur. 2024'te iş birliği ihtiyaç analizi ve dijital araçlarla güçlendirilecektir. 2025'te performans değerlendirmeleri yapılacaktır.
- Araç kiralama operatörleri mevzuat güncellemesi: Haziran 2023'te, araç kiralama operatörlerinin sabit bir kuruluşa sahip olma gerekliliklerini kaldıran yeni bir mevzuat yürürlüğe girdi. Mevzuatın etkisi, OECD'nin ülkenin turizm sektörüne ilişkin rekabet değerlendirmesinin ardından 2022'de turizm sektöründeki diğer mevzuat değişiklikleriyle birlikte (aşağıdaki kutuya bakın), turizmle ilgili işletmeler için daha esnek bir ortama katkıda bulunmuş ve önümüzdeki yıllarda yeni istihdam fırsatları, daha yüksek üretkenlik ve daha güçlü ekonomik büyüme yaratmayı hedeflemektedir.

### İzlanda'daki esnek iş ortamları için turizm ve altyapı mevzuatının incelenmesi

İzlanda turizm ve inşaat endüstrileri önemli makroekonomik öneme sahiptir ve nüfusun önemli bir bölümüne istihdam sağlamada önemli bir rol oynar. 2019 yılında, Kültür ve Ticaret Bakanlığı (önceden Sanayi ve Yenilik Bakanlığı) OECD'den hem İzlanda inşaat endüstrisini hem de turizm sektörünü yöneten düzenleyici çerçevenin rekabetçi bir değerlendirmesini yapmasını talep etti. Değerlendirme, OECD'nin Rekabet Değerlendirme Araç Setini kullanarak her iki sektördeki mevzuatın taranmasını içeriyordu. Değerlendirme kapsamında, 632 yasal metin incelendi ve doğrudan turizm sektörüyle ilgili 121 değişiklik önerisi ortaya çıktı. 2021 yılında Kültür ve Ticaret Bakanlığı, 121 OECD önerisinin üçü hariç hepsine yanıt verdi. Zorunlu konaklama standartlarının ve araç kiralamalarının sabit bir kuruluşa sahip olma gerekliliklerinin kaldırılması gibi bu yasal ve düzenleme değişikliklerinin etkisi, turizmle ilgili işletmeler için daha esnek bir ortama katkıda bulunmuştur. OECD, OECD tavsiyelerinin her iki sektör için birlikte uygulanmasının yılda 200 milyon avrodan fazla fayda sağlayabileceğini, bunun da İzlanda'nın GSYİH'sinin yaklaşık %1'ine denk geldiğini tahmin ediyor.

## İstatistiksel Profil

## İzlanda: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	701	699	890	1 191	1 253
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	1 105	1 090	1 468	1 939	1 968
Oteller ve benzeri işletmeler	661	581	745	1 097	1 206
Diğer toplu işletmeler	402	450	586	726	641
Özel konaklama	42	59	137	116	122
<b>Gelen turizm<sup>1</sup></b>					
Toplam uluslararası varışlar	..	2 598	489	717	1 886
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	2 316	2 202	486	698	1 715
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	189	2	19	171
En iyi pazarlar					
Amerika Birleşik Devletleri	695	464	53	227	458
Birleşik Krallık	298	262	102	54	230
İskandinav ülkeleri	165	149	39	41	133
Almanya	139	132	44	64	132
Fransa	97	98	28	37	89
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	7 444	7 317	1 828	3 072	6 579
Oteller ve benzeri işletmeler	5 200	5 211	1 275	2 142	4 645
Diğer toplu işletmeler	1 519	1 389	367	702	1 425
Özel konaklama	724	716	186	228	509
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	668	631	133	219	587
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON ISK</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	520 129	469 951	112 928	203 183	454 514
Uluslararası seyahat gelirleri	338 026	330 364	86 740	165 375	336 170
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	182 103	139 586	26 188	37 808	118 344
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	207 322	203 449	73 724	101 607	217 400
Uluslararası seyahat harcamaları	183 305	185 122	70 802	96 336	204 897
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	24 018	18 327	2 922	5 270	12 503

.. Müsait değil

1. Talep tarafı anketlerinden gelenler; Arz tarafı anketlerinden gelen geceler.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/3wdaj2>

## İzlanda: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı <sup>2</sup>				
		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	2 313	30 474	28 813	20 426	20 258	25 976
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	674	6 768	6 663	4 051	4 076	6 206
Oteller ve benzeri işletmeler	469	6 228	6 147	3 722	3 713	5 716
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	624	9 815	9 269	7 286	8 163	10 064
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	200	7 438	6 484	4 637	3 780	3 674
Hava yolcu taşımacılığı	16	..	..	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	0	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	163	..	..	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı	21	..	..	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	1 931	1 609	1 231	1 167	1 491
Taşıma ekipmanı kiralama	62	1 210	1 131	793	774	1 098
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	560	2 948	2 830	1 679	1 608	2 545
Kültür endüstrisi	55	559	550	532	522	582
Spor ve rekreasyon endüstrisi	112	791	839	720	737	823
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	26	946	1 047	730	598	985
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

1. Veriler işveren sayısına ilişkindir.

2. Veriler çalışan sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı<sup>2</sup> <https://stat.link/fqrp20>

## İzlanda: İç turizm tüketimi

Milyon ISK

	2022 ve		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	244 942	390 438	646 641
<b>Tüketim ürünleri</b>	..	..	..
Turizm karakteristik ürünleri	204 192	324 795	540 196
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	52 046	91 324	143 684
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	24 606	47 756	72 553
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	..	..	..
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	27 216	73 372	103 154
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	1 468	10 049	12 069
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	577	2 532	3 239
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	10 312	41 224	51 698
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	62 368	42 112	104 861
Kültürel hizmetler	7 968	3 701	11 669
Spor ve rekreasyon hizmetleri	17 632	12 727	30 359
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	6 911
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	40 750	65 643	106 445
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	40 750	65 643	106 445
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Mevcut değil; e Tahmini değer Kaynak: OECD

Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı<sup>2</sup> <https://stat.link/h562gl>

# İrlanda

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, İrlanda ekonomisinde önemli bir rol oynar. Pandemiden önce turizm, toplam GSYİH'nın doğrudan 15,5 milyar avro veya %4,4'üne katkıda bulunuyordu ve turizmle ilgili sektörlerde 284.800 kişiyi istihdam ediyordu veya ulusal istihdamın %12,3'ünü oluşturuyordu.

Mart 2020 ile Nisan 2023 arasında veri toplamanın askıya alınması nedeniyle 2020-23 dönemi için uluslararası turizm performansına ilişkin resmi veriler mevcut değildir. İrlanda Turizm Endüstrisi Konfederasyonu, 2022'de 7 milyon uluslararası turistin İrlanda'yı ziyaret ettiğini ve bunun 2019 seviyelerinin %73'üne bir toparlanmayı temsil ettiğini tahmin ediyor. Bu, Tourism Ireland'ın 2022'de İrlanda adasına gelen yabancı turist varışlarının 2019 seviyelerinin %75'ine ulaştığı tahminleriyle örtüşüyor. İrlanda, Nisan-Aralık 2023 arasında 5,1 milyon ziyaretçi kaydetti ve uluslararası ziyaretçilerin toplam harcaması 5,2 milyar avroya ulaştı.

İrlandalı sakinler 2023 yılında 14,3 milyon yurt içi geceleme seyahat ve 12,6 milyon yurt dışı geceleme seyahat gerçekleştirdi. Toplam yurt içi geceleme sayısı 2022'deki 34,2 milyona kıyasla 2023'te hafif bir düşüşle 33,0 milyona geriledi.

İrlanda, 2024 yılında yurtdışı turist ziyaretlerinden elde edilen gelirden %5,5, yurtiçi turist gezilerinden elde edilen gelirden ise %6,0 artış bekliyor. Uluslararası varışların 2025 veya 2026 yılına kadar pandemi öncesi seviyelere dönmesi bekleniyor.

## Turizm yönetimi

Turizm, Kültür, Sanat, Gaeltacht, Spor ve Medya Bakanlığı'nın Turizm Bölümü, İrlanda'da ulusal turizm politikasını belirler ve sektörün sürdürülebilir büyümesini desteklemek için stratejik yön sağlar. Fáilte Ireland ve Tourism Ireland, ulusal turizm politikasını yönetmek için Bakanlığın sorumluluğu altında faaliyet gösterirken, Misafirperverlik ve Turizm Forumu, turizm endüstrisi, acenteler ve ilgili hükümet departmanları arasında yapılandırılmış etkileşim için bir platform sağlar.

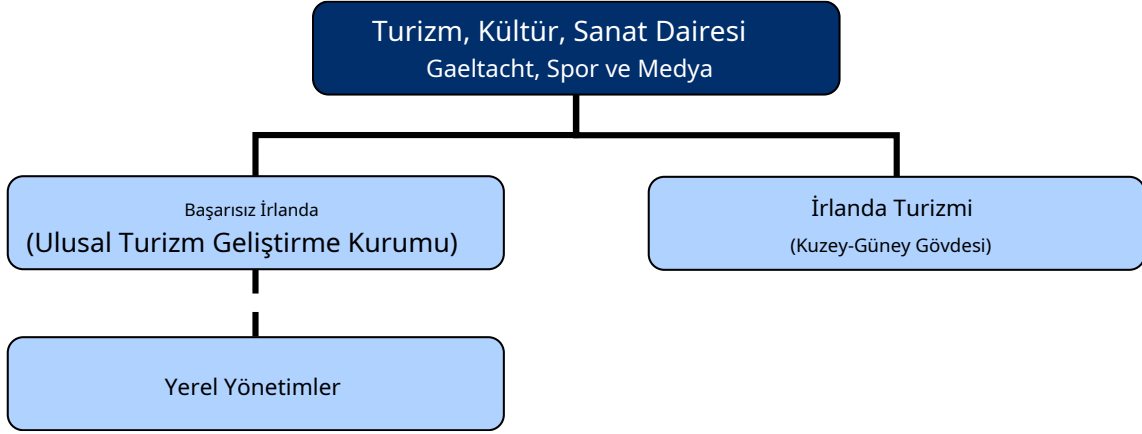
Fáilte Ireland, Ulusal Turizm Geliştirme Otoritesidir. Turizm işletmelerinin ürünlerini ve hizmetlerini daha iyi yönetmelerini ve pazarlamalarını ve Fáilte Ireland markalarıyla uyumlu deneyimler geliştirmelerini destekler. Yerel ve ulusal düzeylerde diğer devlet kurumları ve temsilci kuruluşlarla çalışır ve İrlanda'yı yerel bir tatil destinasyonu olarak tanıtmaktan ve ülke genelindeki turist bilgi merkezleri ağını yönetmekten sorumludur.

Tourism Ireland Ltd, İrlanda ve Kuzey İrlanda'yı yurtdışında tatil ve iş turizmi destinasyonu olarak pazarlamaktan sorumludur. Kuzey İrlanda'daki Ekonomi Bakanlığı ve İrlanda'daki Turizm, Kültür, Sanat, Gaeltacht, Spor ve Medya Bakanlığı tarafından finanse edilmektedir.

Yerel yönetimlerin her yetki alanında turizm gelişimini koordine etmekten sorumlu bir görevlisi vardır. Şehir ve ilçe meclisleri, yerel yönetim ve ortakları tarafından uygulanan yatırım ve tanıtım çalışma programlarının yanı sıra Turizm Strateji Beyanlarına sahiptir. Kamu turizmi altyapısını geliştirmek ve yerel etkinlikler düzenlemek için Fáilte Ireland ile yakın bir şekilde çalışırlar.

2022'de turizme 288,5 milyon avro tahsis edildi; bu rakam 2021'deki 220,9 milyon avrodan fazlaydı. 2023'te İrlanda'nın yurtdışında pazarlanması için 15 milyon avro ek fon sağlandı ve 15 milyon avro, yerel pazarlamayı artırma, Fáilte Ireland'ın sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalarını sürdürme ve American College Football Classic'e ev sahipliği yapma gibi bir dizi endüstri girişimine tahsis edildi. Ulusal Kalkınma Planı doğrultusunda turizm ürünü geliştirmeyi finanse etmek için 36,5 milyon avro daha sağlandı.

#### İrlanda: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Turizm, Kültür, Sanat, Gaeltacht, Spor ve Medya Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

#### Turizm politikaları ve programları

İrlanda'nın İnsanlar, Yer ve Politika - 2025'e Kadar Turizmi Geliştirme politika beyanı, turizmin 2025'e kadar turizm gelirlerini, işleri ve yurtdışı ziyaretlerini artırmak için üç ana hedefe ulaşmasını sağlayacak şekilde geliştirilmesine rehberlik eder. Politikanın uygulanmasını desteklemek için kurulan Sürdürülebilir Turizm Çalışma Grubu, İrlanda'da Sürdürülebilir Turizm Gelişimi için Rehber İlkeler'i ve Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarını Teşvik Etmek İçin Eylemler paketini (aşağıdaki kutuya bakın) ortaya koydu.

Ülke genelinde sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın yaygınlaşmasına yardımcı olmak için 2022'de yeni bir ulusal turizm politikası başlatıldı. İklim değişikliği taahhütleriyle uyumlu olarak 2030 yılına kadar gelişen bir turizm sektörü sağlamak için mevsimselliği azaltmaya odaklanarak çevre korumaya öncelik veriyor. Kilit paydaşlarla ilk istişareler 2023'te tamamlandı ve 2024'ün başlarında, Çerçeve'yi sonuçlandırmaya yardımcı olmak için halkın görüşlerini almak üzere çevrimiçi bir anket başlatıldı. Ankette gündeme getirilen konular, yakında yayınlanması beklenen politika çerçevesinin sonuçlandırılmasında tam olarak dikkate alınıyor. Nihai politika çerçevesi, turizm işgücüne, inovasyona, ürün geliştirmeye, bölgesel dağıtımına, mevsimselliğe ve daha geniş Hükümet ve uluslararası kararların etkisine odaklanacak ve yeşil yollar, mavi yollar ve yürüyüş tatilleri gibi sürdürülebilir seyahat seçeneklerinin teşvik edilmesi ve biyolojik çeşitliliğin iyileştirilmesi yoluyla sürdürülebilirliği artırmayı hedefleyecektir.

Ulusal politika çerçevesine ek olarak, Fáilte Ireland, İrlanda'nın Antik Doğu, Vahşi Atlantik Yolu, Gizli Kalpler ve Dublin bölgeleri için İrlanda genelinde sürdürülebilir turizm gelişimi için bir çerçeve sağlayan dört yeni Bölgesel Turizm Geliştirme Stratejisi 2023-27'yi başlattı. Stratejiler, yerel alan eylem planları veya Destinasyon ve Deneyim Geliştirme Planları aracılığıyla tüm bölgelerde uygulanmaktadır. İşbirlikli planlar, eylemlerin mülkiyetinin çeşitli taraflara atandığı tüm yerel paydaşları içerir.

İrlanda, ülkedeki turizm istihdamını ve becerilerini geliştirmek için çeşitli eylemlere öncelik vermiştir (bkz. Kutu 2.3). 2022'de başlatılan İşveren Mükemmellik programı, katılımcı işletmelerin

işveren uygulamaları ve mükemmel işverenler olarak itibarlarını geliştirmek. Bu, Fáilte Ireland tarafından 2023'te başlatılan ve turizmde kariyer gelişimini desteklemek için çevrimiçi kurslar sunan yeni bir öğrenme yönetim sistemi olan learniFI, lise öğrencilerine turizmde yüksek kaliteli bir iş yerleştirme sağlayan Geçiş Yılı İş Yerleştirme Programı ve işe alım ve elde tutma stratejilerine odaklanan bir kamu-özel sektör girişimi olan Turizm ve Misafirperverlik Kariyerleri Denetim Grubu tarafından desteklendi.

Ek olarak, Ulusal Beceri Stratejisi 2025 İrlanda'nın Geleceği, turizm ve misafirperverlik sektörü için yeteneklerin tutulmasını ve işe alınmasını teşvik etmek için yeni bir üçüncü seviye eğitim programları paketi içerir. Çevrimiçi beceri odaklı programlar, turizm ve misafirperverlik çalışanlarına sektörde kariyerlerini ilerletmelerine yardımcı olan niteliklere erişim sağlar.

Fáilte Ireland ayrıca turizm sektörü için yeni bir dijitalleştirme stratejisi üzerinde çalışmaya başladı ve turizm işletmelerinin çevrimiçi varlıklarını artırmalarına yardımcı olan Digital that Delivers programının başarısını temel aldı. Program, Generative AI, Augmented Reality ve Virtual Reality gibi yeni teknolojilere odaklanıyor ve 2026 yılına kadar 700'den fazla işletmeyi destekleyecek ve 10 yıllık bir dönemde 408 milyon avroluk ek ekonomik faaliyetle sonuçlanacak.

Paylaşılan Ada Girişimi Raporu 2022 – Paylaşılan Bir Gelecek İçin Eylem, Hükümetin adada paylaşılan bir gelecek inşa etmek için tüm topluluklar ve geleneklerle etkileşime girme taahhüdünü göstererek Paylaşılan Ada Girişiminin ikinci yılını özetlemektedir. Çevrimiçi bir Turizmde Paylaşılan Ada Diyalogu, turizm acentelerini, kuruluşları, ilgi gruplarını ve sivil toplumu bir araya getirerek turizm iş birliğini değerlendirdi ve İrlanda ve Kuzey İrlanda için gelecekteki ekonomik fırsatları araştırdı.

Ek olarak, İrlanda, karbon yoğun faaliyetlere büyük ölçüde bağımlı olan bölgelerin ekonomilerini çeşitlendirmelerini desteklemek için 2027'ye kadar olan dönemde AB Adil Geçiş Fonu'ndan 84,5 milyon avroya kadar para alacaktır. İrlanda, bu proje için toplam 169 milyon avroluk bir bütçeden yararlandı ve bunun 68 milyon avrosu, turba üretimindeki düşüşten etkilenen topluluklarda rejeneratif turizm projeleri, sürdürülebilir turizm planlaması ve iklim eylemi yol haritası gibi turizm girişimlerine tahsis edildi.

#### İrlanda'da sürdürülebilir turizm uygulamalarının uygulanması

İrlanda turizm sektöründe sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın yaygınlaştırılmasına yardımcı olmak amacıyla 31 somut eylem içeren Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarını Teşvik Eylemleri 2021-23'e dayalı sürdürülebilir bir turizm politikası geliştirmek amacıyla Sürdürülebilir Turizm Çalışma Grubu kuruldu.

Fáilte Ireland, 2022'de sürdürülebilir turizmi açıklayan, karbon emisyonlarını azaltmak için eylemleri ortaya koyan ve sürdürülebilir uygulamaları benimsemenin faydalarını gösteren vaka çalışmalarıyla gösterilen bir dizi rehberle birlikte İklim Eylem Yol Haritası'nı başlattı. Rehberler şu temel alanları kapsıyor; enerji yönetimi, su yönetimi, atık yönetimi, biyolojik çeşitlilik, iklim eylem hikayenizi nasıl anlatacağınız, karbon dengeleme ve iklim dostu toplantılar, etkinlikler ve festivaller nasıl düzenleneceği.

Fáilte Ireland ayrıca, turistlerin ve işletmelerin karbon ayak izlerini ölçmelerine ve anlamalarına, emisyon azaltım hedefleri belirlemelerine ve zaman içinde kendileriyle ve diğer turizm işletmeleriyle kıyaslama yapmalarına yardımcı olmak amacıyla 2022 yılında Özel Karbon Hesaplayıcısı'nı başlattı.

## İstatistiksel Profil

## İrlanda: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	10 919	11 621	7 721	5 663	13 274
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	28 393	29 469	23 518	17 886	34 236
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	9 273	9 353	..	..	..
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Büyük Britanya	3 253	3 269	..	..	..
Diğer Avrupa	2 203	2 321	..	..	..
Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada	1 924	1 863	..	..	..
Almanya	755	723	..	..	..
Fransa	521	529	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	8 276	8 814	2 417 e	2 314	10 077
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	8 085	8 620	2 365 e	2 276	8 787
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	191	194	52 ve	38	1 290
En iyi destinasyonlar					
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON AVRO</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	13 015	13 297	4 116	4 450	13 678
Uluslararası seyahat gelirleri	5 796	5 787	2 095	2 272	6 686
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	7 219	7 510	2 021	2 178	6 992
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	6 557	7 459	2 358	2 257	8 102
Uluslararası seyahat harcamaları	6 474	7 375	2 277	2 166	8 053
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	83	84	81	91	49

.. Mevcut değil; e Tahmini değer Kaynak: OECD  
Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/nt3hpq>

## İrlanda: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	2021 s	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	45 265	233 524	284 838	196 210	202 349	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	17 862	175 591	210 697	138 012	147 320	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	..	..	..	..	..	..
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	13 798	22 684	25 792	23 247	22 571	..
Hava yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	..	..	..	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	1 372	8 632	10 070	7 104	5 976	..
Kültür endüstrisi	12 233	26 617	38 279	27 847	26 482	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	..	..	..	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Mevcut değil; p Geçici veriler

1. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/cylo7h>

## İrlanda: İç turizm tüketimi

Milyon EUR

	2007		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	3 142	3 637	6 779
Turizm karakteristik ürünleri	2 337	2 875	5 212
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	228	672	900
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	983	932	1 915
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	762	1 062	1 824
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	155	12	167
Kültürel hizmetler	209	197	406
Spor ve rekreasyon hizmetleri	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	..
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	805	762	1 567
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/c1ixnh>

# İsrail

## Ekonomide turizm ve görünüm

2022'de turizm, 2020'deki 9,6 milyar ILS veya GVA'nın %0,7'lik düşük seviyesinden artarak GVA'nın %1,9'unu oluşturan ekonomiye 29,8 milyar ILS katkıda bulundu. Pandemiden önce, turizmin ulusal GVA'daki payı %2,6 idi. Doğrudan turizm istihdamının 135.500 iş veya toplam istihdamın %3,2'si olduğu tahmin ediliyordu. Bu, 2019 seviyelerinin hala %9,6 altındaydı, ancak 2021'deki 108.200 işe kıyasla %25 arttı. Seyahat ihracatı, 2022'de toplam hizmet ihracatının %6,3'ünü oluşturdu ve bu, pandemi öncesi %13,3 seviyelerinin yarısından daha azdı.

İsrail, 2022 yılında 2,7 milyon uluslararası turist varışı kaydetti; bu, 2019 seviyelerine kıyasla %59'luk bir toparlanma ancak 2021'deki 402.000 varışa kıyasla önemli bir artış anlamına geliyor. En büyük üç uluslararası kaynak ülke Amerika Birleşik Devletleri (%30), Fransa (%9) ve Birleşik Krallık (%7) oldu.

Yurtiçi turizm, İsrail'deki talebin temel itici gücüdür ve COVID-19 salgınının ardından dirençliydi. 2022'de İsrail, 9,4 milyon yurtiçi turist ve 20,1 milyon yurtiçi geceleme ile yeni bir rekora imza attı. Bu, 2019 seviyelerine göre geçirilen yurtiçi gecelerde %16,1'lik bir artışı temsil ediyordu.

## Turizm yönetimi

Turizm Bakanlığı (IMOT), turizm politikasını ve sektörü yönlendirmekten sorumlu ulusal hükümet kuruluşudur. Bakanlık, oteller ve gelen tur operatörleri için acil destek programlarına ve KOBİ'leri iç ve gelen turizmin toparlanmasına hazırlamaya özel vurgu yaparak turizm sektörünün tüm bölümleriyle sürekli olarak etkileşim halindedir. Bakanlık, diğer ilgili bakanlıklar, yetkililer ve ajanslarla geçici olarak ve ortak yönlendirme komiteleri çerçevesinde iş birliği yapar.

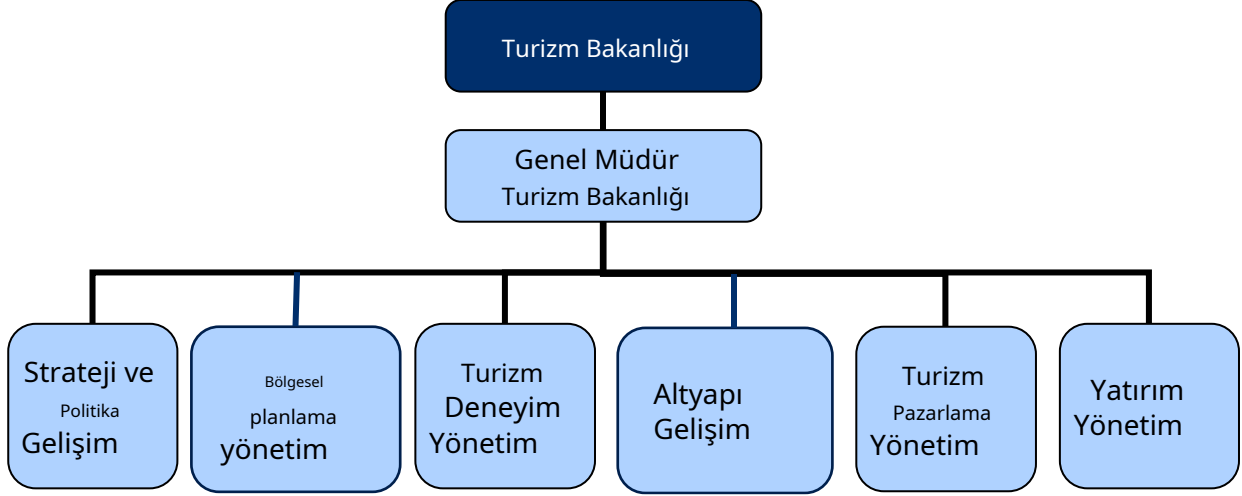
Büyük yerel otoriteler genellikle turizm politikalarını ulusal politikayla koordine eder, özellikle de yerel ve gelen pazarlama faaliyetleriyle ilgili olarak. Daha küçük, çoğunlukla kırsal otoriteler, daha tutarlı ürünler geliştirmek ve daha etkili markalaşma ve pazarlama politikaları sağlamak için bölgesel turizm destinasyon yönetim organizasyonları (DMO'lar) halinde kümelenme eğilimindedir. Bakanlık, bölgesel DMO'lar ve turizm departmanlarıyla sürekli bir çalışma ilişkisine sahiptir ve pazarlamayı, ürün geliştirmeyi ve bölgesel markalaşmayı koordine eder.

Bakanlık ayrıca yerel yönetimlere turizm geliştirme araştırmaları ve fizibilite çalışmalarında, özellikle altyapı geliştirme ve imar konusunda yardımcı olur. Bakanlık, bölgesel DMO'ların aktif katılımıyla KOBİ'ler için ürün geliştirme ve pazarlama konusunda profesyonel koçluk ve eğitim programları düzenler.

İsrail'in 2023'teki toplam turizm bütçesi 2022'deki 735 milyon ILS'den ve 2019'daki 1,1 milyar ILS'den azalarak 615 milyon ILS'ye düştü. Turizm bütçesi üç ana faaliyet alanına ayrılmıştır:

- Otelere hibe yoluyla konaklama sektörünün geliştirilmesi: 2023'te 130 milyon ILS, 2022'de 170 milyon ILS'den düştü.
- Kamu turizmi altyapılarının geliştirilmesi: 2023'te 215 milyon ILS, 2022'deki 265 milyon ILS'den düştü.
- Pazarlama: 2023'te 130 milyon ILS, 2022'deki 180 milyondan az.

#### İsrail: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Turizm Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

#### Turizm politikaları ve programları

İsrail, 2023 yılında yeni uzun vadeli turizm stratejisini başlattı. Strateji, 2030 yılına kadar yılda 7 milyon uluslararası turisti ağırlama hedefi koyuyor ve ürün yaratmaktan, pazarlamaya ve tüm turist deneyimini geliştirmeye kadar 'turizm dünyasının' tüm farklı yönlerini analiz ediyor. Strateji, önümüzdeki yıllar için beş büyük hedef belirledi:

- İsrail'e yapılan turizm seyahatlerinin ve gelirlerinin artırılması.
- Yeni, çeşitlendirilmiş, rekabetçi ve sürdürülebilir turizm ürünleri geliştirmek.
- Paranın karşılığını ve turist memnuniyetini artırmak.
- Bakanlıkta destekleyici altyapının güçlendirilmesi.
- Turizm sektöründe insan kaynaklarının geliştirilmesi ve güçlendirilmesi.

İsrail, her hedef için, iç turizm yoluyla ekonomi üzerindeki etkiyi iyileştirmek gibi birkaç uzun vadeli hedef belirlemiştir. İsrail, her yıl, belirli hedeflere ve amaçlara bağlı çok sayıda görevden oluşan bir çalışma planı oluşturur. Tüm görevler, uzun vadeli hedefin başarısı üzerindeki etkilerine, başarı olasılığına ve ofisin görevin başarısını etkileme yeteneğine göre önceliklendirilir.

2024 yılı çalışma planı şunları içermektedir: i) konaklama tekliflerinin genişlemesini hızlandırmak ve çeşitliliği artırmak için yatırımı teşvik etmek, ii) ulusal imar planının uygulanması, önde gelen markalardan altyapı geliştirme, mevcut altyapılardaki içeriğin yükseltilmesine yeniden yatırım yapmak ve Turizm Bakanlığı'nı başlatıcı ortak olarak konumlandırmak dahil olmak üzere altyapı geliştirme, iii) pazarlamaya odaklanmak

rekabetçi markalar, ürün geliştirme bir parçası olarak yerel turizmi entegre etme ve mevsimselliği yönetme ve iv) turist memnuniyetini iyileştirme. Dahili öncelikler arasında çalışma süreçleri, forumlar geliştirme ve marka ve ürün yöneticilerinin sinerjik bir şekilde çalışmasına yardımcı olacak bir organizasyonel kültür değişikliğini teşvik etme yer alır. Ürünler marka öncelikleri ve stratejisine göre tanıtılacaktır.

İsrail, ekonomik toparlanmayı kolaylaştırmak ve uluslararası turistlerin toparlanmasını desteklemek için turizm programları başlattı. Ancak, bu projelerin geliştirilmesi güvenlik durumu nedeniyle yavaşladı ve durduruldu. Girişimler şunları içerir:

- Uluslararası film ve TV yapımlarının tanıtımı için bir fon başlatıldı. Haziran 2022'de İsrail, İsrail'de uluslararası film ve TV dizilerinin yapımını teşvik etmek için 45 milyon ILS programını başlattı. Program, yapım şirketlerinin İsrail'de çekim yapmaları halinde masraflarının %30'una kadarını geri talep etmelerini sağlayacaktı. Program, medya aracılığıyla İsrail'in doğal güzelliğini ve tarihi önemini vurgulamayı amaçlıyordu.
- İsrail'deki otellere yatırım ve inşaatın artırılması. İsrail'in 2030 yılına kadar yılda 7 milyon uluslararası turisti ağırlama hedefine ulaşması için mevcut stoka 12.000 ek otel odası eklenmesi gerekecektir. Turizm Bakanlığı, planlama prosedürlerini kısaltarak ve şehir inşaat planlarını gözden geçirerek otel inşaatının hızını artırmayı hedeflemektedir. Bu önlemler, Eilat'ta ek odalar eklemek için otel inşaatı için yükseklik sınırının ayarlanması ve özel kamp ve glamping kompleksleri oluşturulması gibi arzı çeşitlendirmek ve artırmak için 2022'de alınan önlemlere eklenecektir.
- Hedef ülkeler için vize gerekliliklerinin gevşetilmesi. Turizm Bakanı 2023'te İsrail'in Asya pazarlarından gelenleri artırmayı hedeflediğini ve Hintli turistlerin vize için çevrimiçi başvuruda bulunmalarına ve İsrail'e vardıklarında sorgulama yöntemlerini azaltmalarına izin vereceğini duyurdu. Bu girişim 2024'e ertelendi.
- Uluslararası bir turizm ortaklık programı uygulamak. İsrail Turizm Bakanlığı, diğer ülkelerle bağları ilerletmek suretiyle uluslararası turist sayısını artırmaktadır. Bu ortaklıklar, turistlerin iki yönlü akışını artırmayı ve özellikle genç turistlere odaklanmayı amaçlamaktadır.
- İsrail'e doğrudan uluslararası uçuşların sayısının artırılması. 2023'te Avustralya, İrlanda, Japonya, Kore ve Amerika Birleşik Devletleri ile yeni doğrudan rotalar başlatıldı. Doğrudan uçuşlardaki artış, İsrail'i dünyaya daha iyi bağlamayı ve daha fazla uluslararası ziyaretçiyi teşvik etmeyi amaçlıyor.

Ancak, İsrail'de uluslararası turizmin pandemi öncesi seviyelerde kalmasıyla güvenlik durumu nedeniyle bu projelerin geliştirilmesi yavaşladı ve durduruldu. İsrail yetkilileri, Sekreterliğe 7 Ekim 2023'teki terörist saldırıların ve ardından gelen savaşın İsrail'in turizm ekonomisini sert bir şekilde vurduğunu ve uluslararası turizmi durdurduğunu (2023'te %33,9 düşüş) bildirdi. Bu, ülkedeki ihracatı ve ekonomik büyümeyi daha geniş çapta etkiliyor (OECD, 2024). Bu jeopolitik çatışmaların ve gerginliklerin evrimi hakkındaki belirsizlik, uluslararası ve yerel turizmi eşit şekilde etkiledi ve turizm insan kaynakları ve konaklama gibi bir dizi başka hizmet de olumsuz etkilendi.

## İstatistiksel Profil

## İsrail: Yurt içi, yurt içi ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	8 071	8 243	3 941	8 575	9 360
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	17 105	17 341	8 943	18 422	20 141
Oteller ve benzeri işletmeler	14 482	14 589	7 474	15 585	17 019
Diğer toplu işletmeler	2 005	2 142	999	2 138	2 426
Özel konaklama	618	609	470	700	695
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	4 390	4 905	887	402	2 851
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	4 121	4 552	832	397	2 675
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	269	353	56	6	176
En iyi pazarlar					
Amerika Birleşik Devletleri	898	1 008	206	149	811
Fransa	346	377	59	42	236
Rusya Federasyonu	316	394	60	14	163
Almanya	263	306	52	17	151
Birleşik Krallık	218	260	47	32	178
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	13 862	14 420	2 609	1 059	8 137
Oteller ve benzeri işletmeler	13 018	13 621	2 474	866	7 599
Diğer toplu işletmeler	770	735	120	178	498
Özel konaklama	75	64	16	15	41
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	8 473	9 179	1 544	3 022	8 432
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	8 048	8 439	2 661	2 517	..
Uluslararası seyahat gelirleri	7 225	7 620	2 500	2 217	..
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	823	839	161	216	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	9 975	10 390	2 175	3 889	..
Uluslararası seyahat harcamaları	7 878	8 154	1 804	3 233	..
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	2 097	2 236	371	656	..

.. Müsait değil

1. Talep tarafı anketlerinden gelenler. Arz tarafı anketlerinden gelen geceler.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/d6jkct>

## İsrail: Turizmde girişimler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
		2022	2018	2019	2020	2021
<b>Toplam</b>	..	141 140	149 900	117 670	108 174	135 540
<b>Turizm endüstrileri</b>	18 460	137 550	146 100	113 610	104 274	130 870
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	1 678	45 000	46 500	24 400	27 500	43 500
Oteller ve benzeri işletmeler	633	..	..	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	14 666	15 790	16 200	12 690	13.000	16 130
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	..	18 080	20 760	18 920	14 300	16 420
Hava yolcu taşımacılığı	..	12 900	15 130	13 660	9 630	11 240
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	5 180	5 630	5 260	4 670	5 180
Su yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	..	5 490	5 950	6 290	5 160	4 900
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	1 483	20 330	19 610	16 650	11 530	17 150
Kültür endüstrisi	..	..	..	..	..	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	..	12 250	16 220	14 950	12 872	12 280
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malların perakende ticareti	..	20 610	20 860	19 710	19 912	20 490
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	3 590	3 840	4 010	3 900	4 670

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/xmvi45>

## İsrail: İç turizm tüketimi

Milyon ILS

	2022		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	31 424	17 376	48 800
Turizm karakteristik ürünleri	..	..	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	..	..	..
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	..	..	..
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	..	..	..
Kültürel hizmetler	..	..	..
Spor ve rekreasyon hizmetleri	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristiki hizmetleri	..	..	..
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	..	..	..
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/2o6x7h>

## İtalya

### Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, İtalya'da ekonomik kalkınmanın önemli bir itici gücüdür ve son yıllarda güçlü bir şekilde toparlanmıştır. Sektör, 2019'da doğrudan GSYİH'nin %6,2'sini oluşturmuştur. Turizm, 2019'da doğrudan 2,1 milyon kişiye istihdam sağlayarak 2019'daki toplam istihdamın %8,9'una katkıda bulunmuştur. Seyahat ihracatı, 2022'de toplam hizmet ihracatının %36,3'ünü temsil ederek, pandemi öncesi %40,5 seviyelerine neredeyse geri dönmüş ve 2020'deki pandemi düşük seviyesi olan %23,3'e kıyasla önemli bir artış göstermiştir.

İtalya, 2022 yılında 49,8 milyon gelen turist aldı, bu 2019 seviyelerinin %77,2'si ve 2020'deki pandemi düşük seviyesi olan 25,2 milyon varışa kıyasla %98'lik bir artış anlamına geliyor. En büyük üç uluslararası kaynak pazarı Almanya (%20), Amerika Birleşik Devletleri (%11) ve Fransa (%9) oldu.

Yurt içi turizm, 2022 yılında 44 milyon gecelik yurt içi seyahatle İtalyan turizm sektörünün önemli bir parçasıdır. Bu, 2021 seviyelerine göre %18,3'lük bir artışı temsil etmekte ve 2019'un pandemi öncesi seviyelerinin %81,1'ini oluşturmaktadır.

### Turizm yönetimi

Turizm Bakanlığı, ulusal stratejik koordinasyon, kalkınma planlarının uygulanması, turizm tekliflerini artırmaya yönelik girişimlerin teşvik edilmesi ve turistlere yönelik yardım mekanizmasının planlanmasından sorumludur ve inovasyonda öncü rol oynar.

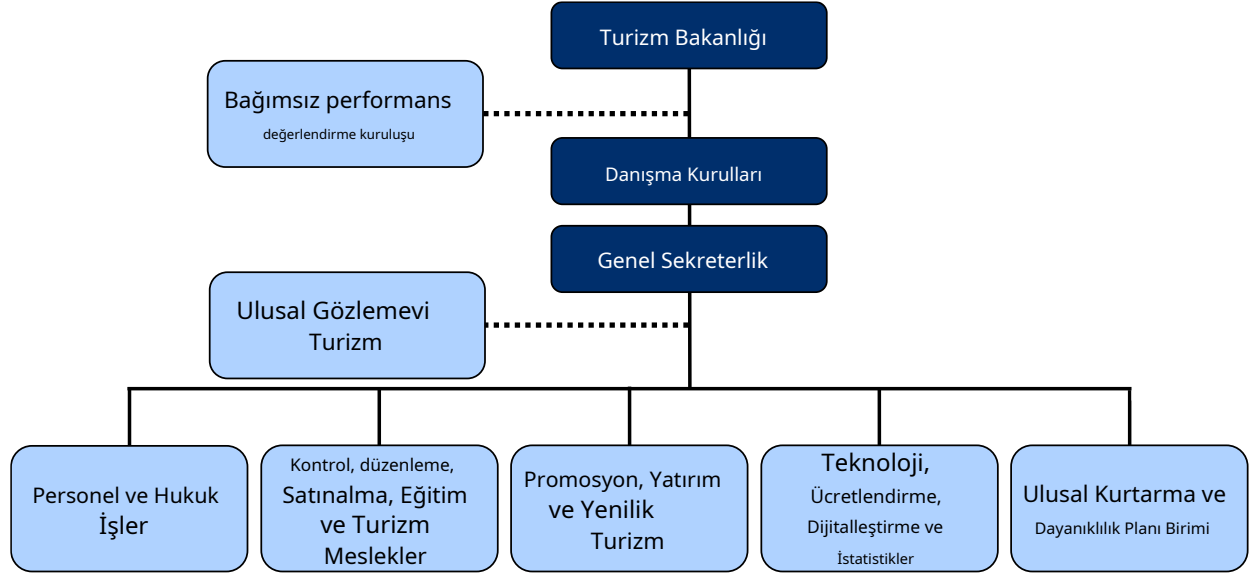
Bakanlık, ulusal imaj ve markanın tanıtımını ve pazarlamasını denetleyen Ulusal Turizm Ajansı'nı destekler ve denetler ve *Kulüp Alpino Italiano*, dağcılığın, İtalyan Alpleri'nin korunması ve incelenmesinin teşvik edilmesinden sorumludur. Ulusal Turizm Ajansı, sektörü sürekli iyileştirmek için periyodik toplantılar aracılığıyla turizm paydaşlarıyla aktif olarak işbirliği yapmaktadır.

İtalyan Anayasası, bölgesel hükümetlere birkaç temel yetki devreder. Ancak, merkezi ve bölgesel otoriteler, turizmle ilgili çok sayıda konuda düzenleyici yetkileri ortaklaşa kullanarak anlaşmalar yoluyla iş birliği yaparlar. Her bölgenin, turizm yönetimi için sorumlulukları, hedefleri ve yönergeleri ana hatlarıyla belirten yıllık programlarla üç yıllık planları benimsemek için yasama yetkisi vardır. Merkezi otoriteler ve yerel kurumlar arasındaki stratejik iş birliği, Birleşik Konferans aracılığıyla koordine edilir.

İtalya'da 2023'te turizm için ayrılan bütçe, bir önceki yıla göre %53 daha yüksek olan 421,3 milyon avroydu. Bu, cari giderlerdeki artışın (66,7 milyon avro) ve sermaye giderlerindeki artışın (79,3 milyon avro) ortak etkilerinden kaynaklanmaktadır. Ayarlama Yasası, bütçe tahsislerini yaklaşık 1,4 milyon avro artırmıştır. Genel bütçenin yaklaşık 42 milyon avrosu, Ulusal Turizm Ajansı ve *Kulüp Alpino Italiano*.

Turizm destinasyonlarını etkileyen doğal afetlerin olumsuz etkisini azaltmak için yardım önlemleri olarak ek kaynaklar tahsis edildi. Bunlara, 2023'te Emilia Romagna'daki sel acil durumu için 10 milyon avro ve Sicilya ve Sardunya'daki orman yangını acil durumu için 15 milyon avro dahildir.

### İtalya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, İtalya Turizm Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024

### Turizm politikaları ve programları

İtalya 2022'de Turizm 2023-27 için yeni bir Stratejik Plan geliştirdi. Plan beş stratejik sütuna dayanmaktadır:

- Yönetim;
- Sürdürülebilirlik;
- Yenilik;
- Kalite, güvenlik ve kapsayıcılık;
- Eğitim ve turizm kariyerleri.

Stratejik unsurlar, Turizm Bakanlığı tarafından tanımlanan çevre koruma ve iklim değişikliğine dayanıklılık, kültürel mirasın korunması ve toplum katılımı, turistik teklifin zaman ve mekan açısından çeşitlendirilmesi ve sorumlu seyahat davranışlarının teşviki gibi temel konulara ayrılmıştır.

Planın ele aldığı diğer önemli konular arasında turizm istatistiklerinin zamanlamasının, kalitesinin ve tutarlılığının iyileştirilmesi, turizm politikası yapımını desteklemek için mevcut istatistiksel yaklaşımların güçlendirilmesi ve tamamlanması; turistlerin seyahat deneyimini iyileştirmek için dijital araçların ve erişilebilirliğin güçlendirilmesi; turizm işgücü sorunlarının ele alınması ve Stratejik Planın uygulanması için turizm paydaşlarıyla iş birliği yapılması yer alıyor.

Bu sorunları ele almak için İtalya, acil durumlarda bile hızlı eylem sağlamak için Devlet ve bölgesel yetkililer arasında sağlam bir karar alma süreci kurmayı hedefliyor. Bakanlık, spor, kültür, eğitim, deniz, çevre, Made in Italy, ekonomi, ulaştırma ve dış ilişkilerden sorumlu olanlar da dahil olmak üzere diğer ilgili Bakanlıklarla işbirliği yaparak turizmin ekonomideki rolünü artırmayı amaçlıyor. Turizmi daha geniş ekonomiye entegre etmek için aşağıdaki stratejiler geliştiriliyor:

- 2022 Ulusal Turizm Fonu tarafından desteklenen, sağlık ve turizm arasındaki ilişkiyi teşvik edecek Italicares Proje Platformu

- Yaşlıların Lehine Politikalar Hakkında Hükümete Delegation Yapılmasına Dair 2023 Yasası, sosyal hizmetlerin ve psikofizik sağlığın temel düzeylerinin sağlanması ve iyileştirilmesine odaklanırken, aynı zamanda sağlıklı yaşam turizmini teşvik ediyor ve yaşlılar için yavaş ve sürdürülebilir turizmi destekliyor.
- Turizmi etkileyen denizcilik konularına ilişkin stratejik ve operasyonel direktiflerin şekillendirilmesine yardımcı olmak için 2023-25 Ulusal Deniz Planı.

Stratejik Plan, turizm ekosisteminde ve tedarik zincirinde dijital değişimi teşvik etmeyi, en iyi deneyimleri paylaşma ve gelenekselden yenilikçi bir turizm modeline geçişi teşvik etme süreciyle ağların değerini güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu, AB Yeşil Mutabakat hedefleri doğrultusunda sürdürülebilir büyümeyi sağlamak için dairesel bir modele uyum sağlamayı da içerir. Ek olarak, Plan ayrıca çeşitlendirilmiş, dayanıklı ve güvenli bir turizm deneyimi sunarak İtalya'nın güvenli ve kapsayıcı bir destinasyon olarak uluslararası itibarını artırmayı da istemektedir. Son olarak, daha az bilinen destinasyonları yıl boyunca tanıtmayı, aşırı turizmin etkilerini azaltmayı ve uzun vadeli ekonomik faydalar sağlamayı da amaçlamaktadır.

Bu hedeflere ulaşmak için çeşitli girişimler başlatıldı. Vergisiz alışveriş girişimi, hizmete erişim için asgari ekonomik eşiği düşürerek Made in Italy ürünlerini teşvik ediyor ve yerel zanaatkarlığı destekliyor, ulusal turizm sektörünün toparlanmasını hızlandırıyor ve İtalya'nın uluslararası çekiciliğini artırıyor.

- Sürdürülebilir turizm fonu, aşırı kalabalığı azaltmak, yenilikçi güzergahlar oluşturmak ve destinasyonları mevsimsellikten çıkarmak için 2023'te 5 milyon avro ve 2024 ve 2025'te 10 milyon avro ayırdı. Fon, elektrikli ulaşım kullanan intermodal rotaları belirleyecek ve konaklama tesisleri ile turizm işletmelerinin sürdürülebilirlik sertifikaları almasını destekleyecek.
- Turizm sektöründe çalışanların profesyonelliğini ve rekabet gücünü teşvik etmek ve artırmak amacıyla oluşturulan fon, mevcut personelin yeniden eğitilmesi, yeni meslek mensuplarına eğitim verilmesi ve kıdemli meslek mensuplarının turizm pazarına entegre edilmesi için 2023 yılında 5 milyon avro, 2024 ve 2025 yıllarında ise 8 milyon avro ayırdı.
- İçişleri Bakanlığı ile yapılan bir mutabakat zaptı, turizm işe alım sorunları üzerindeki baskıyı azaltmak için AB dışındaki mevsimlik ve mevsimlik olmayan işçiler için giriş akışlarının geçiş programlamasını ele alıyor. Ayrıca, turizm sektörü çalışanları için gece vardiyaları ve resmi tatillerde çalışma için vergi indirimi, özellikle genç işçileri hedef alarak turizm kariyerlerine olan ilgiyi yenilemeyi amaçlıyor.
- 2023'te 10 milyon avro ve 2024 ve 2025'te 12 milyon avro tutarında turizm mesleği olan küçük belediyeler için fonlar, 5.000'den az nüfusa sahip belediyelerdeki projeleri finanse ediyor. Bu projeler erişilebilirlik, mobilite, kentsel yenileme ve çevresel sürdürülebilirlik alanındaki yeniliklere odaklanıyor.

Entegre bir dijital platform olan Tourism Digital Hub, İtalyan turizm işletmelerinde inovasyonu ve dijitalleşmeyi desteklemeyi ve turist akışlarının dağılımı hakkında daha iyi bilgi sağlamayı amaçlamaktadır. Platform, kullanıcı davranışını çevrimiçi olarak analiz etmek için bir veri gölü ve yapay zeka modellerinin geliştirilmesini içerecektir.

Diğer girişimler arasında KOBİ'leri desteklemek ve toparlanmayı ve yatırımları teşvik etmek için vergi indirimleri, fonlar ve krediler yoluyla finansal teşvikler, UNESCO turistik yerlerini geliştirmek için bir fon ve altyapı ayarlamaları, teleferik ve kar yapma tesislerinin modernizasyonu ve bakımı ile dağ turizminin yeniden başlatılması için girişimler ve dağ ürünlerinin tanıtımı yer almaktadır. İtalya ve Made in Italy markalarını dünya çapında güçlendirmek için kongreler, sergiler, eğlence ve spor etkinlikleri gibi büyük etkinliklere katılım önceliklendirilmektedir.

## İstatistiksel Profil

## İtalya: Yurt içi, yurt içi ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	145 307	132 858	74 654	73.000	90 259
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	62 861	54 253	34 130	37 183	43 996
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	82 446	78 604	40 524	35 817	46 264
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	194 501	172 981	134 573	155 955	161 465
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	93 229	95 399	38 419	40 186	74 317
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	61 567	64 513	25 190	26 888	49 811
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	31 661	30 886	13 229	13 298	24 506
En iyi pazarlar					
Almanya	13 518	13 951	5 161	4 604	10 179
Fransa	7 641	7 978	3 687	3 910	5 667
Birleşik Krallık	5 659	6 006	1 756	909	4 446
Avusturya	4 020	4 309	2 034	2 488	3 014
Amerika Birleşik Devletleri	3 694	3 946	526	706	2 464
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	384 426	398 963	182 214	208 525	354 239
Oteller ve benzeri işletmeler	177 738	175 649	54 228	53 537	116 428
Diğer toplu işletmeler	66 547	73 335	25 543	32 700	55 572
Özel konaklama	140 141	149 980	102 444	122 288	182 240
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	61 195	62 207	21 448	17 588	46 695
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	33 347	34 703	11 960	12 354	24 970
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	27 848	27 505	9 489	5 234	21 725
En iyi destinasyonlar					
Fransa	5 787	5 631	2 522	2 667	3 743
İspanya	3 567	3 694	943	1 648	3 487
Almanya	3 048	3 517	1 396	1 155	2 075
Avusturya	2 191	2 327	1 025	709	1 084
Birleşik Krallık	1 788	1 823	614	259	1 170
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON AVRO</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	43 860	46 440	17 708	21 595	45 366
Uluslararası seyahat gelirleri	41 712	44 302	17 332	21 266	44 254
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	2 148	2 138	376	329	1 112
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	31 972	33 896	11 455	14 538	31 296
Uluslararası seyahat harcamaları	25 485	27 100	9 577	12 645	26 029
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	6 487	6 796	1 878	1 893	5 267

.. Müsait değil

1. Talep tarafı anketlerinden seyahatler ve geceler.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/f8lisa>

## İtalya: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
		2022	2018	2019	2020	2021
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	..	..	2 136 578	..	..	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	220 457	..	524 528	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	217 889	..	315 698	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	..	..	1 080 934	..	..	..
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	..	..	184 591	..	..	..
Hava yolcu taşımacılığı	..	..	15 172	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	..	31 001	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	..	96 887	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı	..	..	41 531	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	..	..	12 948	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	..	..	52 051	..	..	..
Kültür endüstrisi	..	..	135 758	..	..	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	..	..	145 768	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/ljpaq3>

## İtalya: İç turizm tüketimi

Milyon EUR

	2019		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	<b>71 589</b>	<b>55 437</b>	<b>164 012</b>
Turizm karakteristik ürünleri	55 313	42 195	134 328
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	16 438	16 951	59 863
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	12 169	10 683	23 913
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	<b>9 665</b>	<b>3 404</b>	<b>17 440</b>
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	3 543	1 810	8 381
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	2 038	360	3 295
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	2 020	790	3 256
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	2 064	444	2 508
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	432	616	1 455
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	3 528	515	6 673
Kültürel hizmetler	411	585	1 744
Spor ve rekreasyon hizmetleri	1 319	1 878	4 325
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	11 351	7 564	18 915
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	..
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	<b>16 277</b>	<b>13 242</b>	<b>29 684</b>
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	<b>..</b>	<b>..</b>	<b>..</b>

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/rpyldg>

## Japonya

### Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Japonya'nın büyüme stratejisinin bir ayağı olmaya devam ediyor ve bölgesel kalkınmanın önemli bir itici gücü. Ancak sektör hala COVID-19 salgınından kurtuluyor. 2021'de turizm GSYİH'nın %0,6'sını oluşturdu ve ekonomiye 6 milyon iş veya toplam istihdamın %8,8'ini sağladı. Bu, turizmin GSYİH'nın %2,0'sini ve istihdamın %9,7'sini oluşturduğu 2019'dan daha düşüktür. 2022'de seyahat ihracatı, 2021'deki %2,8'lik pandemi düşük seviyesinden yukarı, ancak pandemi öncesi seviyelere göre hala %22 aşağıda, toplam hizmet ihracatının %5,5'ini temsil etti.

Japonya, 2022'nin büyük bölümünde 3,8 milyon uluslararası turist varışı kaydettiğinde hala seyahat kısıtlamalarından etkilendi. Bu, 2021'deki 245.000 uluslararası turist varışının pandemideki düşük seviyesine kıyasla önemli bir artış olsa da, 2019 seviyelerinin yalnızca %12'sini temsil ediyordu. 2023'te Japonya, 2019 seviyelerinin %79'u olan 25,1 milyon turistle uluslararası turizmde toparlanmaya doğru sinyaller gösterdi. 2023'teki en büyük üç kaynak ülke Kore (%28), Çin Taipei (%17) ve Çin (%10) oldu. Bu, Çin'in en büyük kaynak pazar olduğu 2019'dan (%30) bir değişikliktir.

Yurt içi pazar, Japon turizminin önemli bir itici gücü olmaya devam ediyor. 2022'de, toplam 232,5 milyon yurt içi turist varışı kaydedildi; bu, pandemideki 141,8 milyonluk düşük seviyeden daha yüksek ancak yine de 2019 seviyelerinin %74,6'sı.

### Turizm yönetimi

Toprak, Altyapı, Ulaştırma ve Turizm Bakanlığı'nın dış bürosu olarak kurulan Japonya Turizm Ajansı, turizm politikası, turizm gelişimi ve Japonya'nın bir turizm destinasyonu olarak tanıtımında öncü bir rol üstlenmektedir. Ajans ayrıca kamu ve özel turizm paydaşları arasındaki çabaları koordine etmekten ve turizm destinasyonlarının gelişimini desteklemekten sorumludur.

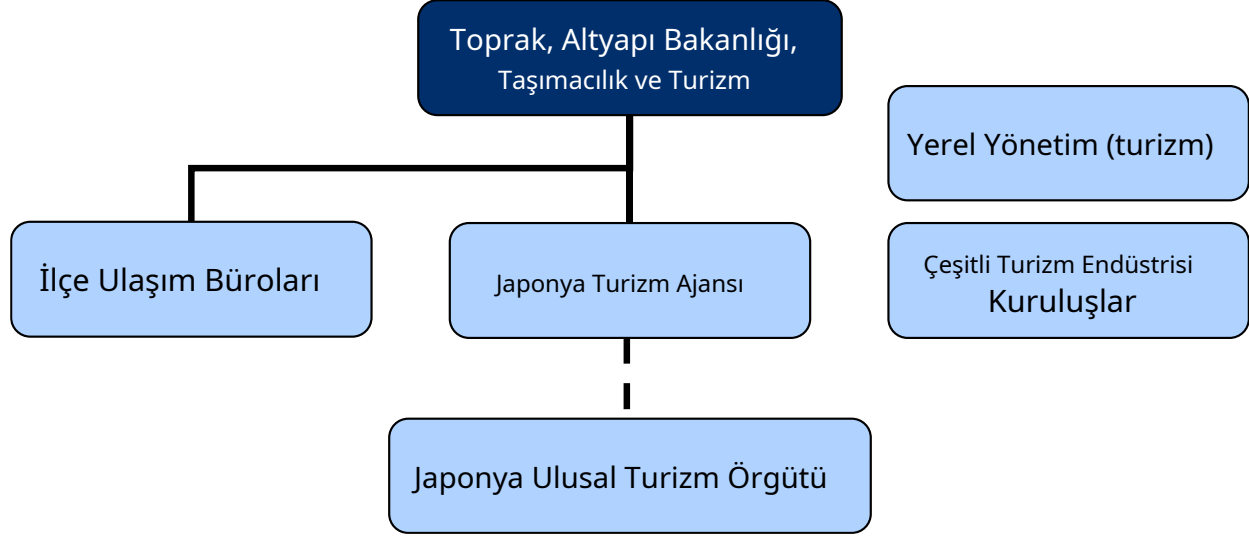
Japonya'nın Turizm Odaklı Bir Ülke Olarak Tanıtımı için Bakanlar Konseyi, hükümetin turizm konusundaki çabalarını birleştirmek amacıyla 2013 yılında kuruldu. Konsey, Başbakan tarafından yönetilir ve tüm Kabin bakanları katılır.

Japonya Ulusal Turizm Örgütü, Japonya Turizm Ajansı'nın yargı yetkisi altındadır ve ülkedeki resmi turizm bürosu olarak görev yapar. Ulusal Turizm Örgütü, Japonya'yı yurtdışında bir turizm destinasyonu olarak tanıtır, yabancı turistlere bilgi sağlar ve Japonya'ya ziyaretleri teşvik etmek için eylemler yürütür.

Ayrıca, Toprak, Altyapı, Ulaştırma ve Turizm Bakanlığı'nın yerel şubeleri olan dokuz İlçe Ulaştırma Bürosu, yetki alanlarında turizmi teşvik etmek için yerel yönetimler ve özel paydaşlarla işbirliği içinde turizmle ilgili operasyonlar yürütmektedir. Her İlçe Ulaştırma Bürosu'ndaki turizm departmanları, turist dostu ortamlar geliştirmeye ve turistler için bölgesel devreler oluşturmaya odaklanmaktadır. Ayrıca, Japonya Turizm Ajansı ile birlikte, bölgesel canlanma için turizm girişimleri konusunda yerel paydaşlara danışmanlık hizmetleri sunmaktadırlar.

2023 Mali Yılı için ek bütçe 68,9 milyar JPY idi. Bu bütçenin 18,4 milyar JPY'si yerel bölgelere yabancı ziyaretçi çekmek, 20 milyar JPY'si turistik yerlere ve turizm endüstrilerine değer katmak ve 30,5 milyar JPY'si aşırı turizmi önlemek ve sınırlamak ve sürdürülebilir turizmi teşvik etmek için ayrıldı.

**Japonya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması**



Kaynak: OECD, Tarım, Altyapı, Ulaştırma ve Turizm Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

**Turizm politikaları ve programları**

2023 yılında Japonya, pandemiden sonra turizm sektörünü canlandırmayı amaçlayan ve sürdürülebilir turizm gelişimine odaklanan üç yıllık bir plan olan yeni Turizm Ulusu Tanıtım Temel Planı'nı onayladı. Plan, üç temel sütun etrafında yapılandırılmıştır: sürdürülebilir bir turizm destinasyonu geliştirmek, gelen seyahatleri kurtarmak ve iç pazarı genişletmek.

Yeni Plan ile Japonya, kişi başına düşen gelen turizm harcamasını 200.000 JPY'ye çıkarmak için yüksek katma değerli turizm ürünleri geliştirmeye odaklanıyor; bu, mevcut fiyatlarda pandemi öncesi seviyelere göre %25'lik bir artış anlamına geliyor. 2022-23'te Japonya, yüksek katma değerli turizm destinasyonlarının canlandırılması, turizm sektöründe dijitalleşme programları, sürdürülebilir bir turizm iş gücü geliştirme ve sürdürülebilir turizmi teşvik etmek için 158,2 milyar JPY ayırdı.

Destinasyonlar için Japonya Sürdürülebilir Turizm Standardı, ülkede sürdürülebilir turizm destinasyonlarının geliştirilmesini teşvik etmeye yardımcı olur. Uluslararası sürdürülebilirlik standartlarına dayanan bu yönergeler, yerel yönetimlerin ve Destinasyon Yönetim Kuruluşlarının veri ölçümü ve orta vadeli planlama yoluyla sürdürülebilir bölgesel yönetime katılmaları, gezginlerin ve yerel sakinlerin çıkarlarını dengelemeleri için bir araç görevi görür. Nisan 2024 itibarıyla 35 bölge Sürdürülebilir Turizm Standardını kullanmıştır. Hedef, 2025 yılına kadar 100 bölgenin bunu kullanmasıdır.

Japonya ayrıca 2023'te 11 Japon destinasyonunu Bölgesel Alanlarda Lüks Gelen Turist Destinasyonları Oluşturmak için Model Turist Destinasyonları olarak belirledi. Girişim, uluslararası turistleri Japonya'yı metropol alanlarının ötesinde keşfetmeye teşvik etmeyi ve kırsal alanlara daha zengin ziyaretçiler çekmeyi amaçlıyor. Japonya, Model Turist Destinasyonlarını turistlerin Japonya'ya özgü doğayı, tarihi ve kültürü deneyimleyebilecekleri yerler olarak nitelendiriyor.

Yurt içi ve yurt dışı turizm talebi birçok Japon destinasyonunda hızla toparlanırken, aşırı kalabalıklığın ve kötü turist davranışlarının yerel halkın günlük yaşamları üzerindeki etkisine ilişkin endişeler var

artış. Turist memnuniyeti, özellikle yüksek turist yoğunluğuna sahip belirli bölgelerde azaldı. Bu sorunları ele almak için ilgili bakanlıklar ve kurumlar, alıcı ortamın iyileştirilmesi, davranış ihlallerinin önlenmesi ve kırsal alanlara daha fazla ziyaretçi çekilmesi gibi aşırı turizmi önlemek ve dizginlemek için bir önlem paketi derlemek üzere bir görev gücü topladı. Japonya ayrıca kriz planlamasını turizm yönetimine dahil ediyor. Japonya Turizm Ajansı, krizler sırasında uluslararası ziyaretçileri korumak için ulusal yönergeler ve turizm kriz yönetimi planları hazırlama kılavuzu yayınladı (aşağıdaki kutuya bakın).

Gelen seyahatlerin toparlanmasını sağlamak için stratejik girişimler 51,2 milyar JPY değerindedir. Bunlar arasında, turizm paydaşlarının ziyaretçiler için özel deneyimler geliştirmesini, ülke genelinde turizm kaynaklarının ve çevrenin iyileştirilmesini, Japonya'ya Seyahatlerin stratejik tanıtımını ve bölgesel alanlarda gelen turizm için yüksek katma değerli turizm destinasyonlarının geliştirilmesini destekleyen Japonya Hazinesini Açın! projesi yer almaktadır.

Yurt içi pazarın genişlemesini teşvik etmek amacıyla, iş turizminin teşviki, herkes için erişilebilir turizm ve ikinci memleket girişimi gibi konulara odaklanılarak destinasyonların geliştirilmesine 21,6 milyar JPY ayrıldı.

#### Japonya'da kriz planlaması yoluyla dayanıklılık oluşturma

Japonya Turizm Ajansı, krizler sırasında uluslararası ziyaretçileri korumak için turizm kriz yönetimi planları hazırlama konusunda ulusal yönergeler ve bir kılavuz yayınladı. Birçok yerel otorite, kriz durumunda yabancı ziyaretçilerle başa çıkmak için bütçe, personel ve çok dillilik gibi kaynaklardan yoksundur. Ayrıca, birkaç yerel otorite ve turizmle ilgili işletmenin afet düzenlemeleri vardır ve bu da acil durumlarda yabancı turistlere yanıt verme becerilerinin güçlendirilmesi ihtiyacını vurgular.

Yabancı Turistlerin Kriz Durumunda İhtiyaçlarını Karşılama İçin Kılavuz Hazırlama Kılavuzu, idari kuruluşlar ve işletmeler tarafından belirli yanıtlar için politikalar sağlar. Bu kılavuzlara dayanarak, afetleri yerinde ele alanlar için temel noktalar ve özetler sunan turizm kriz yönetimi planları için ayrıntılı bir kılavuz yayınladı. Ayrıca, hükümetin tüm düzeylerindeki turizm paydaşlarına ve özel sektör üyelerine açık olan girişimi tanıtmak için bir sempozyum düzenlendi.

APEC Turizm Çalışma Grubu faaliyetlerinin bir parçası olarak, Asya-Pasifik ülkeleri için bir Turizm Kriz Yönetimi İletişim Planı geliştirildi. Plan, bir kriz sırasında bir organizasyon ve ilgili yetkililerden bilgi toplamanın, turistlere ve medyaya birleşik bilgi sağlamanın, bilginin yayılmasını kolaylaştırmanın ve iyileşmeyi teşvik etmenin yollarını ana hatlarıyla açıklıyor.

## İstatistiksel Profil

## Japonya: Yurt içi, yurt dışı ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm<sup>1</sup></b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	561 779	587 103	293 408	268 208	417 854
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	291 052	311 624	160 703	141 768	232 467
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	270 727	275 478	132 705	126 440	185 387
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	443 726	480 265	311 309	313 457	433 956
Oteller ve benzeri işletmeler	435 959	472 615	307 462	310 784	430 023
Diğer toplu işletmeler	7 767	7 650	3 847	2 673	3 933
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm<sup>2</sup></b>					
Toplam uluslararası varışlar	31 192	31 882	4 116	246	3 832
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Kore	7 539	5 585	488	19	1 013
Çin Taipeisi	4 757	4 891	694	5	331
Amerika Birleşik Devletleri	1 526	1 724	219	20	324
Vietnam	..	..	..	27	284
Hong Kong, Çin	2 208	2 291	346	1	269
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	94 275	115 656	20 345	4 317	16 503
Oteller ve benzeri işletmeler	93 892	115 297	20 100	4 276	16 473
Diğer toplu işletmeler	383	359	245	41	30
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	18 954	20 081	3 174	512	2 772
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON JPY</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	4 999 529	5 364 344	1 228 716	587 797	1 444 993
Uluslararası seyahat gelirleri	4 648 362	5 020 374	1 142 541	533 559	1 214 733
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	351 168	343 970	86 174	54 237	230 260
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	3 104 607	3 175 483	729 893	360 914	784 009
Uluslararası seyahat harcamaları	2 232 381	2 318 068	587 350	310 842	590 569
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	872 226	857 416	142 544	50 072	193 439

.. Müsait değil

1. Talep yönlü anketlerden seyahatler; Arz yönlü anketlerden geceler.

2. Talep tarafı anketlerinden gelenler; Arz tarafı anketlerinden gelen geceler.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/0qhtsl>

## Japonya: Turizmde işletmeler ve istihdam

	İşletme sayısı	Çalışan kişi sayısı				
	2016	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	<b>796 440</b>	<b>6 450 000</b>	<b>6 640 000</b>	<b>6 310 000</b>	<b>6 010 000</b>	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	..	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	48 963	640.000	670.000	610.000	540.000	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	590 847	3 590 000	3 580 000	3 350 000	3 220 000	..
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	<b>33 571</b>	<b>920.000</b>	<b>840.000</b>	<b>820.000</b>	<b>810.000</b>	..
Hava yolcu taşımacılığı	<b>922</b>	60.000	50.000	50.000	60.000	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	4 277	240.000	240.000	250.000	260.000	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	23 028	560.000	490.000	460.000	430.000	..
<b>Su yolcu taşımacılığı</b>	<b>5 344</b>	<b>60.000</b>	<b>60.000</b>	<b>60.000</b>	<b>60.000</b>	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	66 772	650.000	680.000	690.000	670.000	..
Taşıma ekipmanı kiralama	..	..	..	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	..	..	..	..	..	..
Kültür endüstrisi	..	..	..	..	..	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	56 287	670.000	870.000	840.000	770.000	..
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

1. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/y3dsa7>

## Japonya: İç turizm tüketimi

Milyon JPY

	2021		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	<b>9 268 000</b>	<b>572 000</b>	<b>10 298 000</b>
Turizm karakteristik ürünleri	5 270 000	410.000	6 137 000
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	1 992 000	160.000	2 609 000
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	1 250 000	125.000	1 376 000
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	<b>1 399 000</b>	<b>107 000</b>	<b>1 508 000</b>
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	450.000	56.000	507 000
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	776 000	42 000	818 000
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	132.000	9 000	141.000
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	41.000	..	42 000
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	165.000	6 000	172 000
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	50.000	2 000	52.000
Kültürel hizmetler	130.000	3 000	134.000
Spor ve rekreasyon hizmetleri	283.000	5 000	288.000
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	..
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	<b>3 998 000</b>	<b>162 000</b>	<b>4 160 000</b>
Turizm bağlantılı ürünler	3 672 000	151.000	3 823 000
Turizm dışı tüketim ürünleri	326.000	11.000	337 000
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/4pzlqn>

# Kore

## Ekonomide turizm ve görünüm

Kore'deki turizm pandemiden büyük ölçüde etkilendi ancak toparlanmanın olumlu işaretlerini gösteriyor. 2022'de turizmle ilgili işletmeler 198.600 kişiyi istihdam etti ve bu toplam istihdamın %0,7'sini temsil ediyordu (2019'daki 275.600 ve 2020'deki pandemi düşük seviyesi olan 191.000 iş ile karşılaştırıldığında). 2023'te seyahat ihracatı toplam hizmet ihracatının %12,3'ünü temsil etti ve 2021'deki %9,0'lık pandemi düşük seviyesinin üzerindeydi ancak yine de 2019'daki pandemi öncesi %20 seviyesinin altındaydı.

Uluslararası gecelik ziyaretçiler 2022'de toplam 3,2 milyona ulaştı. Bu, 2021'deki 967.000'e kıyasla güçlü bir toparlanma gösteriyor, ancak 2019 seviyelerinin (%17,5 milyon) %82 altında kalmaya devam ediyor. Üç ana uluslararası kaynak pazarı Amerika Birleşik Devletleri (%17), Japonya (%9) ve Çin (%7) iken, geleneksel olarak Çin (%34) ve Japonya (%19) pandemi öncesi ana uluslararası kaynak pazarlarıydı. Kore, 2019 seviyelerinin %63'üne eşdeğer yaklaşık 11,0 milyon uluslararası turist olarak daha güçlü bir 2023 kaydetti.

Kore'de iç turizm önemli bir gelir kaynağı olmaya devam ediyor, ancak giderek artan bir şekilde güçlü bir dış talep ve birden fazla destinasyonda yetersiz yerel turizm cazibe merkezleri tarafından zorlanıyor. 2022'de, iç gecelik turistlerin sayısı 116,6 milyona ulaştı, bu 2019 seviyelerinin %28 altında, ancak 2021'deki pandemi düşük seviyesinden %33 daha yüksek.

Kore önümüzdeki birkaç yıl içinde güçlü bir turizm toparlanması ve sürdürülebilir bir büyüme öngörüyor ve 2025 yılına kadar uluslararası turist varışlarının pandemi öncesi seviyelere ulaşması bekleniyor.

## Turizm yönetimi

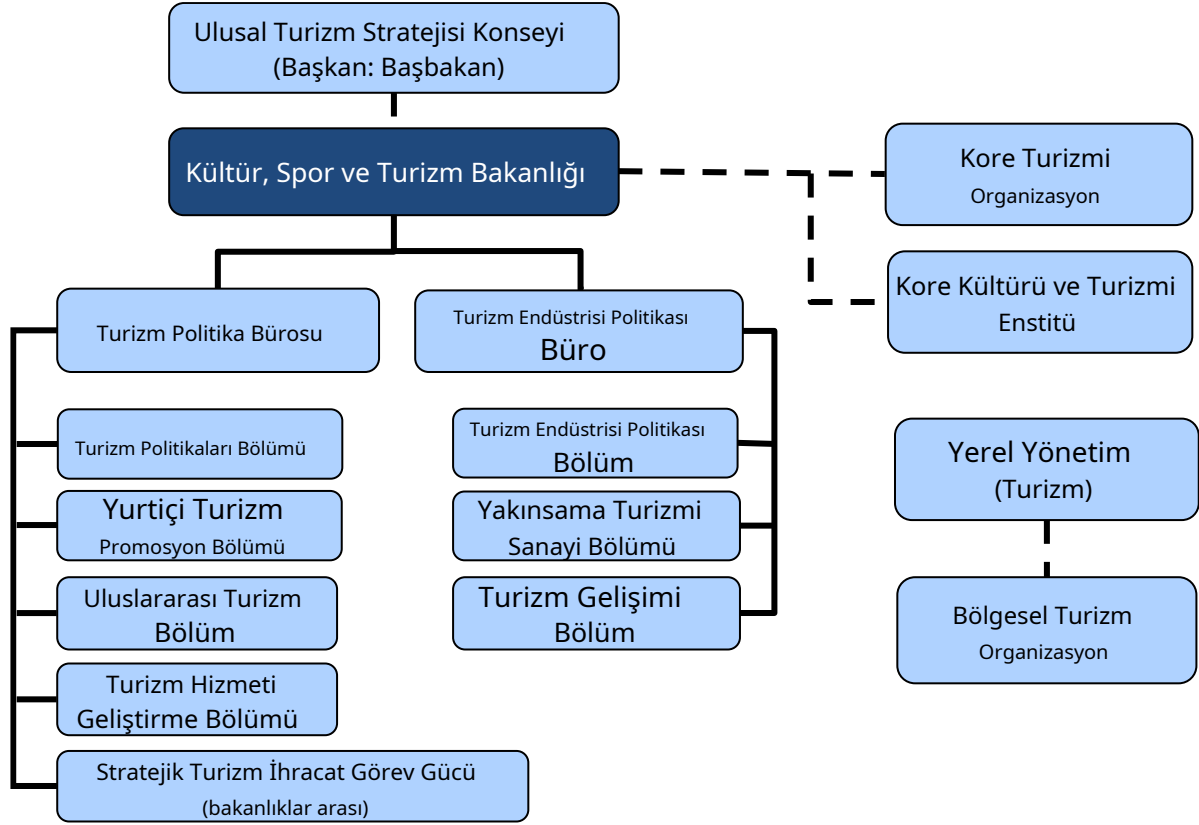
Kore Cumhuriyeti Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı (MCST), turizm politikalarını şekillendirmek ve uygulamaktan sorumludur. Bakanlığın iki ana turizm müdürlüğü vardır ve araştırmayı yönlendirmek, politikalar oluşturmak ve Kore'yi bir destinasyon olarak tanıtmak için Kore Turizm Örgütü (KTO) ve Kore Kültür ve Turizm Enstitüsü (KCTI) gibi önemli kuruluşlarla yakın bir şekilde iş birliği yapar.

Bakanlık, Başbakan başkanlığındaki Ulusal Turizm Stratejisi Toplantısı ile koordinasyon halinde faaliyet göstermektedir. Bu stratejik platform, çeşitli bakanlıklar, hükümet kurumları, turizm endüstrisi ve ilgili kuruluşlar arasında turizm politikalarının uyumlaştırılmasını kolaylaştırır. Turizm sektöründen ve ilgili kuruluşlardan temsilcilerin dahil edilmesi, işbirlikçi bir yaklaşımı teşvik ederek, politika tartışmalarını şekillendirmek için çeşitli bakış açılarına olanak tanır.

Bölgesel düzeyde, Bakanlık tarafından desteklenen yerel yönetimler, turizm politikalarını özerk bir şekilde formüle eder ve uygular. Bu yaklaşım, stratejilerin her bölgenin ayırt edici özelliklerine göre uyarlanmasının, çeşitli turistik cazibe merkezlerinin tanıtılmasının ve temel turizm altyapısının geliştirilmesinin önemini vurgular.

Kore'nin 2023 turizm bütçesi farklı hesaplara dağıtılan 1,2 trilyon KRW idi. Genel hesap toplam 2,4 milyar KRW'den oluşuyor, dengeli kalkınma için özel hesaba 170 milyar KRW tahsis ediliyor ve turizm fonu 846,5 milyar KR ile çoğunluğu alıyor. Bu fonlar kredi, yatırım ve sübvansiyon şeklinde tahsis ediliyor.

### Kore: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Turizm Tanıtım Ana Planı 2023-27, Kore'deki turizm politikalarını ve programlarını yönlendirir. Amacı, ülkeyi K-Kültürüne güçlü bir vurgu yaparak çekici bir destinasyon olarak konumlandırmaktır. Strateji, Kore'nin küresel bir turizm destinasyonu olarak cazibesini artırmak için dört ana sütunu vurgular:

- Uluslararası ziyaretçiler için cazip bir destinasyon yaratmak.
- Yerel topluluklarla birlikte turizm sektörünü yenilemek.
- İç turizm halkla birlikte büyüyor.
- Ziyaretçilerin daha uzun süre kaldığı ve daha sık ziyaret gerçekleştirdiği bir yerel turizm çağına ulaşmak.

Turizm Tanıtım Ana Planı, ziyaretçilerin ve sektörün kendisinin değişen ihtiyaçlarıyla uyumlu, dinamik ve dayanıklı bir turizm sektörü için bir temel oluşturur. Ana Plan, 2027 yılına kadar turizm sektörünün ulaşacağı net hedefler belirler; bunlara 30 milyon uluslararası varış, 30 milyar ABD doları turizm geliri, Koreliler için 15 günlük yurt içi seyahat ve yurt içi turistler tarafından 50 trilyon KRW harcama dahildir.

Ana Plan dört temel stratejiye odaklanıyor:

- Dünyanın dört bir yanından farklı pazarları çekmek için K-turizminin cazibesini tanıtmak.
- Düzenlemeleri kolaylaştırarak turizm sektöründe yenilikçiliği teşvik etmek ve sektörü geleceğe taşıyacak temelleri atmak.
- Yurt içi turizmi teşvik eden sürdürülebilir bir turizm ekosistemi oluşturmak.
- Daha uzun süreli konaklamaları teşvik eden turizm modelleri geliştirmek.

Kore, Master Plan'ın uygulanmasını desteklemek ve hedeflerine ulaşmak için dijital dönüşüm, girişim geliştirme ve yerel turizm alanlarında önemli turizm girişimleri yürütüyor.

Kore, turizm işletmelerinin dijital dünyada rekabetçi kalmasını desteklemek için kapsamlı bir dijital dönüşüm programı başlattı. Kore Turizm Örgütü'ne bağlı Kore MICE bürosu tarafından uygulanan Akıllı Toplantılar, Teşvikler, Konferanslar ve Sergiler Endüstrisi (MICE) Aktivasyon programı, MICE endüstrisindeki KOBİ'leri dijital uzmanlarla bağlantı kurarak güçlendirmeye odaklanıyor. 2023 yılında programa kayıtlı KOBİ'lere 6,34 milyar KRW tutarında kupon verildi. Ayrıca, Kore Turizm Veri Laboratuvarı platformu 2021'den beri özel verilere erişim sağlıyor, özelleştirilmiş turizm ürünleri için ayrıntılı analizi teşvik ediyor ve aşırı kalabalık gibi sorunları ele alıyor. 2023 yılında hükümet tarafından 12,600 milyon KRW tahsis edildi.

Turizm girişim geliştirme konusunda Kore, turizm işletmelerinin ziyaretçiler için dijital ve sanal teklifler oluşturmasına yardımcı olmak amacıyla 2020 yılında İnovasyon Çeki'ni başlattı. Program, dijitalleşme için yenilikçi fikirlere sahip girişimleri finansal olarak destekliyor ve ek dijital turizm işleri yaratmayı amaçlıyor. 2023 yılında 140 şirkete finansman, eğitim, danışmanlık ve tanıtım dahil olmak üzere farklı aşamalarda destek sağlandı. Ayrıca, Turizm İşletme Bağlantı Haftası yatırımcılar ve girişimler arasındaki görüşmeleri kolaylaştırarak iş birliğini teşvik etti ve yatırımları çekti. 2023 yılında toplam 5,94 milyar KRW değerinde çek verildi. 2020 yılında Kore, %80'inin konaklamaları sırasında başkent dışına çıkmaması göz önüne alındığında, Seul dışındaki destinasyonları uluslararası turistlere tanıtmayı amaçlayan Uluslararası Turizm Şehri programını başlattı. Dört destinasyon Bölgesel Turizm Merkez Şehirleri olarak etiketlendi ve benzersiz bir yerel turizm markası verildi. Yurt içi turizmi ve turizm dağılımını teşvik etmek için Kore, Dijital Turizm İkamet Kartı projesini başlattı. 2022'deki başarılı bir denemeden sonra proje 2024'te genişliyor. Çevrimiçi olarak edinilebilen bu yenilikçi kart, ekonomik büyümeyi teşvik etmek için nüfus azalmasıyla karşı karşıya olan bölgelerde daha uzun süre kalmayı teşvik ediyor. (aşağıdaki kutuya bakın).

### **Kore'de bölgesel kalkınmayı teşvik edecek Dijital Turizm Kartı**

Kore, nüfus azalmasıyla karşı karşıya olan bölgelere insanları çekmek ve ekonomik büyümeyi teşvik etmek için Dijital Turizm İkamet Kartı'nı başlattı. Ülke, şehirlerin ve ilçelerin %66'sını etkileyen doğal nüfus düşüşleri yaşıyor. Bunun yerel topluluklar üzerinde olumsuz bir etkisi var, ancak turizm bu alanları canlandırmak için bir fırsat sunabilir.

Girişimin amacı, turizm yoluyla insanların Kore'nin nüfussuz bölgelerine daha fazla ilgi duymasını ve buralarla daha fazla bağ kurmasını sağlamaktır. Amaç, turistleri bu bölgeleri daha sık ziyaret etmeye ve daha uzun süre kalmaya teşvik etmektir. Turistler, web siteleri ve mobil uygulamalar aracılığıyla 'fahri ikamet kartı' başvurusunda bulunabilirler. Bir QR koduyla turistik bölgelerde konaklama, yemek, deneyimler ve daha fazlasında indirimlerden yararlanabilirler. Kart başlangıçta Kore sakinlerine ayrılmıştı ancak 2024'teki bir yıllık deneme süresince uluslararası turistleri de kapsayacak şekilde genişletildi. 2022'deki başarılı bir denemeden sonra, 2024'te kartı 40 bölgeye genişletmek hedefleniyor. 2022'de 41.467 kart verildi ve iki bölge programdan faydalandı. Bu sayı 2023'te 15 bölgede 399.071 karta çıktı.

## İstatistiksel Profil

## Kore: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	311 153	344 750	225 199	245 127	283 722
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	163 204	162 376	88 450	87 785	116 589
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	147 949	182 374	136 749	157 342	167 133
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	408 941	403 336	211 127	207 379	276 770
Oteller ve benzeri işletmeler	12 845	13 324	9 630	15 224	18 171
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	15 347	17 503	2 519	967	3 198
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Çin (Halk Cumhuriyeti)	4 790	6 023	686	170	227
Japonya	2 949	3 272	431	15	297
Çin Taipei	1 115	1 260	167	4	73
Amerika Birleşik Devletleri	968	1 044	220	204	544
Hong Kong (Çin)	684	695	89	1	61
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	10 726	6 802	1 378	1 641	4 009
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	28 696	28 714	4 276	1 223	6 554
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	23 104	25 457	11 524	11 432	14 967
Uluslararası seyahat gelirleri	18 567	20 867	10 276	10 804	12 462
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	4 537	4 589	1 248	628	2 505
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	38 022	35 340	16 647	18 343	22 267
Uluslararası seyahat harcamaları	35 133	32 739	16 092	17 829	20 831
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	2 889	2 600	555	514	1 436

.. Mevcut değil; | Seride kopukluk var

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/I8ipcb>

## Kore: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>						
<b>Turizm endüstrileri</b>	33 553	267 561	275 619	191 005 sayfa]	195 280	198 626
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	2 372	69 926	70 658	49 930	56 320	59 154
Oteller ve benzeri işletmeler						
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	3 337	32 785	35 644	26 446	26 812	27 995
Yolcu taşımacılığı						
Hava yolcu taşımacılığı						
Demiryolu yolcu taşımacılığı						
Karayolu yolcu taşımacılığı						
Su yolcu taşımacılığı						
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler						
Taşıma ekipmanı kiralama						
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	17 433	99 077	103 311	61 784	56 009	50 493
Kültür endüstrisi						
Spor ve rekreasyon endüstrisi	9 210	56 673	55 771	44 462	47 727	51 952
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malların perakende ticareti						
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	1 201	9 100	10 235	8 383	8 413	9 031
<b>Diğer endüstriler</b>						

.. Mevcut değil; p Geçici veriler; | Seride kopukluk

1. Veriler çalışan sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/64exob>

## Kore: İç turizm tüketimi

Milyon KRW

	2019 s		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	57 088 564	30 467 398	96 139 553
<b>Tüketim ürünleri</b>	56 611 040	30 369 552	95 564 182
Turizm karakteristik ürünleri	55 129 470	26 652 595	89 138 991
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	6 152 958	4 917 722	11 100 697
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	17 047 188	3 909 557	20 956 745
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	7 846 449	7 070 601	14 917 050
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	5 785 402	5 320 402	11 105 804
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	795 512	697 066	1 492 578
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	1 069 258	1 025 983	2 095 241
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	196 277	27 150	223 427
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	0	0	0
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	9 857 849	624 362	10 482 211
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	1 269 650	6 336	1 275 986
Kültürel hizmetler	1 503 970	226 659	1 730 629
Spor ve rekreasyon hizmetleri	995 422	1 842 295	2 843 333
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	10 455 985	7 649 733	25 427 011
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	0	405 331	405 331
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	1 481 570	3 716 957	6 425 191
Turizm bağlantılı ürünler	327 000	2 503 795	4 057 459
Turizm dışı tüketim ürünleri	1 154 570	1 213 162	2 367 732
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	477 524	97 846	575 370

.. Mevcut değil; p Geçici veriler Kaynak: OECD

Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/2gwkh>

## Letonya

### Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Letonya ekonomisinin itici gücüdür; ancak Rusya'nın Ukrayna'ya karşı saldırgan savaşının yakın olması, tüketici fiyatlarındaki artış ve güçlü mevsimsellik gibi son krizler, pandemi sonrası toparlanmanın yavaş olmasına neden oldu.

2022, Letonya turizm sektörü için büyüme ve yenilenme yılı oldu. Turizmle ilgili sektörlerdeki istihdam, toplam iş gücünün %7,2'sini temsil ediyordu ve 2022'de 63.400 işe denk geliyordu; bu, 2019'daki 75.600 işe göre %16,1 düşüş anlamına geliyordu. Seyahat ihracatı, 2022'de toplam hizmet ihracatının (1,1 milyar avro) %14,5'ini temsil ediyordu; bu, hala pandemi öncesi %16,2'lik payın altındaydı. Ancak, nominal olarak mutlak bir artış kaydedildi, pandemi öncesi seviyeleri aştı ve seyahat ihracatı ilk kez 1 milyar avroyu aştı.

Letonya 2023 yılında ticari konaklamada 2,4 milyon turist kaydetti, 2022'ye göre %12,1 artış oldu, ancak 2,85 milyon turist resmî tesislerde kaldığı 2019 seviyelerinden hala %14,4 daha düşük. Gelen turizmin toparlanması daha uzun sürdü: 2023 yılında 1,4 milyon gelen turist ticari konaklama tesislerinde kaldı. Bu, 2022'ye göre %22'lik bir artışı temsil ediyor, ancak 2019'dan hala %29 daha düşük. Gelen turistlerin geçirdiği toplam gece sayısı da 2022'ye göre %22 artarak 2023 yılında ticari konaklama tesislerinde toplam 2,6 milyon geceye ulaştı, turist başına ortalama 1,9 gece. 2023'teki en büyük uluslararası pazarlar Almanya, Baltık Devletleri (Litvanya ve Estonya), İskandinav ülkeleri (İsveç, Finlandiya ve Norveç) oldu. Aynı yıl komşu ülkelerden gelen ziyaretçi sayısı pandemi öncesi seviyelerin üzerine çıktı; Litvanya'da 2019'a kıyasla %23, Estonya'da ise %6,1 artış yaşandı.

Buna karşılık, Letonya'da iç turizm tamamen toparlandı. Ülke 2023'te 2,9 milyon iç gecelik seyahat kaydetti, bu da pandemi öncesi seviyelerin %16,2 üzerinde ve 2020'deki 1,4 milyon seyahatlik pandemi düşük seviyesinden önemli ölçüde yüksek.

### Turizm yönetimi

Ekonomi Bakanlığı, ulusal turizm politikasının geliştirilmesinden ve uygulanmasının organize edilmesinden ve koordine edilmesinden sorumludur. Bakanlık, turizm politikasını uygulamaktan ve Letonya'yı yurt içinde ve yurt dışında tanıtmaktan sorumlu olan Letonya Yatırım ve Kalkınma Ajansı'nı denetler.

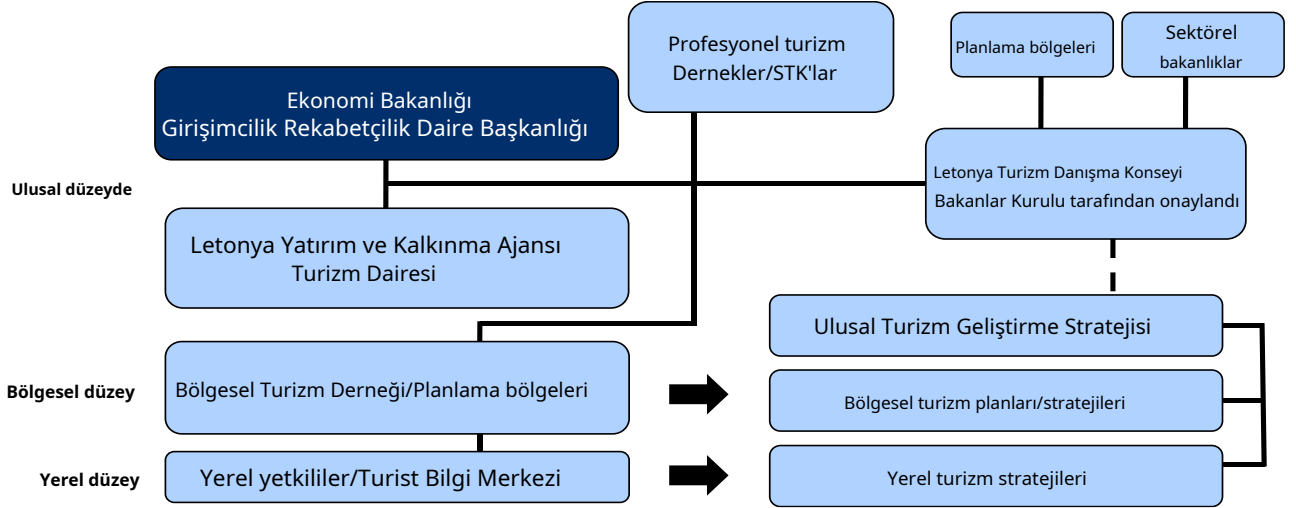
Turizm sektörünün gelişimini desteklemek için Letonya Ekonomi Bakanlığı ve Letonya Yatırım ve Kalkınma Ajansı, Letonya Turizm Danışma Konseyi aracılığıyla çeşitli kuruluşlarla işbirliği yapmaktadır. Konsey, turizmle ilgili çeşitli bakanlıklar ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri de dahil olmak üzere kamu ve özel sektörden üyelerden oluşmaktadır.

Turizm geliştirme stratejileri ve planları ayrıca bölgesel ve yerel düzeylerde, planlama bölgeleri veya bölgesel turizm dernekleri ve yerel belediyeler tarafından da üstlenilir. Turizm geliştirme kümelerinin de özel geliştirme planları vardır.

Letonya Yatırım ve Kalkınma Ajansı ayrıca Avrupa Bölgesel Kalkınma Ajansı tarafından ortak finanse edilen uluslararası rekabet edebilirliğin teşviki programının (2023'e kadar) uygulanmasından da sorumluydu.

Turizm girişimcilerini çeşitli pazarlama faaliyetlerinde destekleyen Kalkınma Fonu. 2023 yılında turizm pazarlaması için toplam bütçe Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu'ndan 3,86 milyon avro ve idari maliyetler dahil olmak üzere devlet bütçesinden 750.000 avro idi. 2024 yılında devlet bütçesinden idari maliyetler dahil olmak üzere pazarlama faaliyetleri için özel olarak 3,72 milyon avro tahsis edildi. Ayrıca, 2029 sonuna kadar toplam 6,4 milyon avroluk finansmanla devam eden yeni turizm ürünlerinin geliştirilmesine destek gibi sektör temsilcileri için çeşitli destek programları mevcuttur.

### Letonya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Ekonomi Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Letonya'da turizm politikası gelişimini yönlendiren çok sayıda ulusal plan vardır. Bunlara Ulusal Kalkınma Planı 2021-27 (NDP2027), Ulusal Endüstriyel Politika Kılavuzları 2021-27, Letonya Turizm ve Etkinlik Endüstrisi İhracat Tanıtım Stratejisi 2023-27 ve Letonya Turizm Pazarlama Stratejisi 2021-27 dahildir.

2021-27 Ulusal Kalkınma Planı, Letonya ekonomisi için turizm gelişimini bir öncelik olarak belirliyor. 2021-27 Ulusal Sanayi Politikası Kılavuzları, Letonya turizm sektörünün ihracat kapasitesini güçlendirmeyi hedefliyor ve rekabet gücünü ve kaliteyi artırmak için yeni uluslararası rekabetçi turizm ürünleri yaratma ihtiyacını vurguluyor.

Letonya Turizm ve Etkinlik Endüstrisi İhracat Tanıtım Stratejisi 2023-27, Letonya'nın turizm ihracatını 2027'de 1,5 milyar avroya çıkarmayı hedefliyor. Letonya ayrıca turizm sektörünün ihracat kapasitesini artırmak ve ülkenin yurtdışındaki rekabet gücünü artırmak için AB'den aldığı fonları kullanıyor. Bakanlık şu anda turizm ve etkinlik endüstrisinin ihracat tanıtım stratejisi için iki eylem planı geliştirdi:

- Letonya turizminin uluslararası alanda tanınmasının sağlanması (aşağıdaki kutuya bakınız).
- İş ve etkinlik turizmi ihracatının teşviki.

Planları uygulamaya koymaya ve hedeflere ulaşmaya yardımcı olmak için çeşitli politikalar belirlendi. Bunlar arasında yenilikçi turizm teklifleri yaratarak ürün ve destinasyonlar geliştirmek, tekliflerin katma değerini artırmaya odaklanmak, turizm sağlayıcıları için iş birliği fırsatları yaratmak ve sektördeki girişimcilerin becerilerini güçlendirmek yer alıyor.

Letonya'yı bir turizm destinasyonu olarak tanıtmak ve Letonya turizm tekliflerinin benzersizliğini sergilemek için etkili pazarlama faaliyetleri de oluşturulmaktadır. Letonya Turizm Pazarlama Stratejisi 2021-27, tanıtım çabalarının iş, sağlık, kültür ve doğa turizm ürünlerine odaklanması gerektiğini öngörmektedir. Turizm pazarlama eylemleri arasında yurtdışındaki turizm tanıtımlarına katılmak, uluslararası hedef pazarlar için reklam kampanyaları geliştirmek, gazeteciler ve sosyal medya içerik oluşturucuları ile turizm operatörleri ve iş etkinliği organizatörleri için ziyaretler düzenlemek ve turizm pazar araştırması yapmak yer almaktadır.

Turist davranışlarını ve harcamalarını daha iyi anlamak için Letonya, sınır anketlerinden Letonya Bankası tarafından toplanan yabancı ödeme kartı verilerine geçiş yaptı. Bu geçiş daha kesin analizler sunarak yeni nişlerin keşfedilmesine ve bunlara yatırım yapılmasına ve turizm tekliflerinin daha geniş bir pazara yayılmasına olanak sağlıyor.

Ayrıca, düzenleyici çerçevede yapılan değişikliklerle iş ortamı iyileştiriliyor. Letonya, 2024 yılında Turizm Kanunu'nu, karmaşık turizm hizmetlerinin sağlanması ve izlenmesi sistemini, kısa süreli kiralık konaklama düzenlemesini ve işletmeler üzerindeki idari yükü azaltmaya yönelik önlemlerin uygulanması da dahil olmak üzere iş ortamını iyileştirmeye yönelik diğer hedefleri değiştirmeyi planlıyor.

#### Jeopolitik huzursuzluk zamanlarında Letonya'nın turizm destinasyonu olarak imajını iyileştirmeye yönelik eylemler

Letonya'daki turizm sektörünün karşılaştığı en büyük zorluklardan biri, özellikle ülkenin bir çatışma bölgesine yakın olması nedeniyle ülkenin güvenli bir turizm destinasyonu olarak imajını iyileştirmektir. Rusya'nın Ukrayna'ya karşı başlattığı saldırganlık savaşından önce Letonya'yı ziyaret eden turistlerin yaklaşık %30'u Rusya, Belarus ve Ukrayna'dan geliyordu. Turist varışları açısından pandemi öncesi seviyelere ulaşmak için Letonya'nın Almanya, Finlandiya, İsveç, Norveç ve Birleşik Krallık gibi yeni kaynak pazarları hedeflemesi gerekecektir.

Letonya, bu pazarları çekmek için turist bilgilerini iyileştirmeyi, Letonya'yı güvenli bir destinasyon olarak tanıtmayı ve rekabet gücünü ve çekiciliğini artırmayı hedefliyor. Bu, rekabetçi bir fiyata yüksek kaliteli hizmetler sunmak için sektörün geliştirilmesine ve dijitalleştirilmesine öncelik vermeyi içerir. 2023 yılında, Letonya Turizm Danışma Konseyi ile işbirliği içinde 2023-27 için Letonya Turizm ve Etkinlik İhracatı Tanıtım Stratejisi geliştirildi.

Strateji, yabancı turizm pazarlama faaliyetlerini koordine eden 2021-27 Letonya Turizm Pazarlama Stratejisi ile desteklenmektedir. Strateji, Letonya Turizm Danışma Kurulu'nun Pazarlama ve Ürün Geliştirme Alt Grubu'nda ilgili paydaşlar veya temsilcileriyle kapsamlı istişarelerle geliştirilmiştir.

Letonya ayrıca yemek turizmini hedeflemeyi düşünüyor. 2023'te Michelin, 20'den fazla restoran önerisi içeren Letonya'nın ilk rehberini yayınladı.

## İstatistiksel Profil

## Letonya: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	10 948	10 416	6 153	8 282	9 296
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	2 584	2 501	1 367	2 392	2 828
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	8 365	7 915	4 786	5 890	6 468
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	5 514	5 792	4 083	6 604	7 198
Oteller ve benzeri işletmeler	478	538	477	759	752
Diğer toplu işletmeler	508	676	542	856	823
Özel konaklama	4 528	4 577	3 065	4 989	5 622
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	7 775	8 342	3 204	1 937	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	1 946	1 935	636	478	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	5 829	6 408	2 568	1 459	..
En iyi pazarlar					
Litvanya	275	309	205	66	..
Almanya	260	245	44	48	..
Rusya Federasyonu	244	298	85	76	..
Estonya	176	210	90	45	..
İsveç	91	40	13	13	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	7 864	8 266	2 872	2 847	..
Oteller ve benzeri işletmeler	3 049	3 549	757	390	..
Diğer toplu işletmeler	395	320	424	596	..
Özel konaklama	4 419	4 397	1 691	1 861	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	2 176	2 384	689	629	1 729
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	1 368	1 480	432	512	1 303
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	807	904	258	117	426
En iyi destinasyonlar					
Estonya	206	161	90	83	236
Litvanya	157	166	54	31	154
Rusya	117	102	..	..	..
İsveç	100	100	..	30	31
Almanya	80	98	48	27	37
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON AVRO</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	1 381	1 412	825	848	1 683
Uluslararası seyahat gelirleri	896	907	698	634	1 050
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	485	505	127	214	633
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	857	871	554	712	1 148
Uluslararası seyahat harcamaları	660	669	486	625	960
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	197	202	68	87	188

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/2ti08g>

## Letonya: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	16 427	77 100	75 600	68 300	61 200	63 400
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	1 584	5 600	6 600	6 300	4 600	4 800
<b>Oteller ve benzeri işletmeler</b>	<b>494</b>	4 500	5 400	5 000	3 000	3 700
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	4 639	26 700	25 500	23 300	21 200	21 900
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	<b>1 801</b>	16 800	13 600	11 300	12 000	11 900
Hava yolcu taşımacılığı	19	2 200 e	..	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	41	2 700	2 100	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	1 709	10 900	9 500	8 000	8 200	7 800
<b>Su yolcu taşımacılığı</b>	<b>32</b>	..	..	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	895	..	..	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	808	2 500	2 000	2 100	..	..
Kültür endüstrisi	2 449	11 500	12 600	13 000	11 600	12 500
Spor ve rekreasyon endüstrisi	4 251	13 700	15 000	11 600	9 900	9 400
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	<b>..</b>	..	..	..	..	..

.. Mevcut değil; e Tahmini değer Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/sakb7z>

# Litvanya

## Ekonomide turizm ve görünüm

Litvanya, Rusya'nın Ukrayna'ya karşı başlattığı saldırganlık savaşı da dahil olmak üzere çok sayıda zorlukla karşı karşıya kaldı ve bu durum doğrudan destinasyonun dayanıklılığını ve güvenlik imajını etkiledi. 2022'de turizm doğrudan 1,3 milyar avro veya ülkenin GSYİH'sinin %2,2'sini oluşturdu. Bu, 2020'deki %1,7'lik pandemi düşük seviyesine kıyasla bir artış, ancak pandemi öncesi %2,9 seviyesinin altında. 2022'de turizm sektörü 47.100 kişiye iş sağladı ve ülkedeki toplam istihdamın %4,5'ini temsil etti. Seyahat ihracatı 2023'te 1,7 milyar avroya veya toplam hizmet ihracatının %8,5'ine ulaştı ve 2019'daki seyahat ihracatını %25 oranında aştı.

Litvanya, 2023 yılında konaklama tesislerinde 1,4 milyon turist varışı kaydetti. Bu, 2022'ye kıyasla %19'luk bir büyümeyi veya 2019'daki seviyenin %71'ini temsil ediyor. Aynı zamanda Litvanya'nın iç pazarı, 2023 yılında 2,6 milyon iç gecelik seyahatle güçlü bir büyüme kaydetti ve %2 artış gösterdi.5% 2019'a kıyasla. Litvanya artık kalış süresini artırarak iç turizmi güçlendirmeye odaklanıyor.

Rusya'nın Ukrayna'ya karşı yürüttüğü saldırgan savaşın sonuçları Litvanya'yı etkilemeye devam ediyor. Ülkenin 2025 yılına kadar 2019 seviyelerine ulaşmasını bekliyor.

## Turizm yönetimi

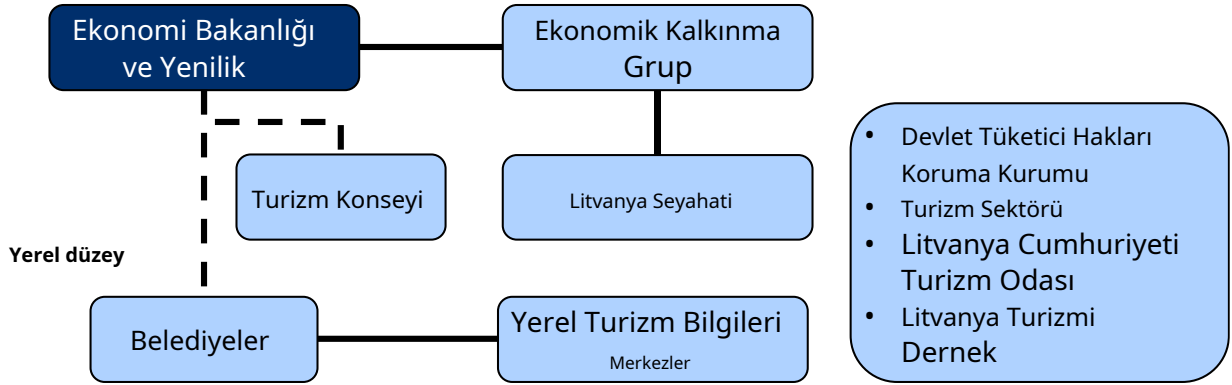
Litvanya'daki turizm sorumluluğu üç kamu kuruluşuna yayılmıştır. Ekonomi ve Yenilik Bakanlığı turizm politikası ve uluslararası iş birliğinden sorumludur. 2019 yılında kurulan bir kamu şirketi olan Lithuania Travel, uluslararası ve yerel pazarlar için pazarlama ve turizm tanıtım faaliyetleri yürütmektedir. Başlıca amacı, Litvanya'yı bir turizm destinasyonu olarak tanıtmak, ülkedeki gelen ve yerel turizmi geliştirmektir. Devlet Tüketici Hakları Koruma Kurumu, turizm hizmet sağlayıcılarının denetiminden sorumludur.

Ekonomi Bakanlığı'nın danışma organı olan Turizm Konseyi 2023'te yenilendi. Üyeleri arasında turizmle ilgili bakanlıklar ve Ekonomi ve Yenilik Bakan Yardımcısı başkanlığındaki turizm işletmeleri dernekleri yer alıyor. Yerel düzeyde, belediyeler ve Yerel Turizm Bilgi Merkezleri turizmden sorumludur. Litvanya Cumhuriyeti Turizm Odası, ülkedeki başlıca turizm işletmeleri organizasyonudur. Oda, 11 önde gelen turizm işletmeleri derneğini temsil etmektedir.

2023 yılında turizme ayrılan devlet bütçesi 9 milyon avroydu. Litvanya Seyahat'in bütçesi 2022'de 2,9 milyon avrodan 5,8 milyon avroya çıktı.

## Litvanya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması

Ulusal düzeyde



Kaynak: OECD, Ekonomi ve Yenilik Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2023.

## Turizm politikaları ve programları

Litvanya, canlılığını korumak ve turizm gelişimini sürdürmeye devam etmek için ulusal ve bölgesel düzeylerde politikalarını güçlendiriyor. Bu, COVID-19 salgınının devam eden etkilerine, Rusya'nın Ukrayna'ya karşı saldırganlık savaşına, çoğu komşu turizm pazarına taşma etkisine ve belirsiz küresel ekonomik duruma rağmen gerçekleşiyor.

Haziran 2024'te Litvanya, Litvanya'nın turizm ekonomisini 2030'a kadar geliştirmek için kamu ve özel sektör arasındaki iş birliği çabası olan Ulusal Turizm Yolu 2030'u benimsedi. Amaç, turizm sektörünün rekabet gücünü artırmak ve Ulusal İlerleme Planı'nda belirtilen hedefleri takip etmektir. Ana hedefler, turizm sektörünün dönüşümünü hızlandırmak ve turizm altyapısı ve pazarlama araçlarını geliştirmektir. Yol ayrıca, bağlantı ve erişilebilirlik, ülkenin bir turizm destinasyonu olarak imajı, turizm işgücü için beceriler, turizm altyapısı yatırımı ve yenilik ve dijitalleşme yoluyla turizm hizmetlerinin kalitesiyle ilgili sorunları ele almayı amaçlamaktadır.

Ulusal Turizm Bilgi Sistemi, turistleri ve hizmet sağlayıcılarını tek bir noktada daha iyi bir şekilde birbirine bağlamayı ve kamu ve özel sektör kullanımı için veri toplamayı amaçlamaktadır. Bu sistem otomatikleştirecek, doğal nesnelere, simge yapıları, kültürel miras alanlarından ve turizm hizmetlerinden veri toplayacak ve cep telefonu verilerini içerecektir. Bilgiler Litvanya seyahat web sitesinde görünür ve erişilebilir olacak ve kullanıcıların kişisel turistik rotalar oluşturmasına veya tur operatörleri için seyahat paketleri hazırlamasına olanak tanıyacaktır. Web sitesi, hizmet sağlayıcılar üzerindeki idari yükü azaltarak, bölgelerde daha sürdürülebilir turizm hizmetleri üretmek ve turist konaklamalarını uzatmak için veri odaklı karar alma kullanan daha şeffaf bir misafirperverlik sektörünü teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Sonuç olarak bu, turizmin Litvanya ekonomisine katkısını artıracaktır.

Litvanya ayrıca turizm sektörünü izlemek için Turizm Veri Pano'sunu genişletiyor. Pano, İstatistik Litvanya tarafından sağlanan ve Travel Tech Sandbox'a bağlı olan kamuya açık ve sistemleştirilmiş konaklama, istihdam ve ödemeler dengesi verilerinin yanı sıra ithalat ve ihracat verilerini gösterir.

Pano ayrıca, pasif mobil konumlandırma verilerine dayalı olarak Litvanya'yı ziyaret eden yabancı gezginlerin hareketlilik modellerini tanımlayan istatistiksel göstergeler de içerir. Göstergeler, turistlerin seyahat deneyimini iyileştirmek, yeni turizm hizmetleri veya ürünleri oluşturan yerel işletmelere yatırımları teşvik etmek ve mevcut turizm altyapısını iyileştirmek ve Litvanya Seyahat operasyonlarının verimliliğini optimize etmek için hesaplanır ve analiz edilir. Mobil veriler, yalnızca kullananları değil, tüm yabancı ziyaretçileri kapsayabilir.

Karar vericilere kapsamlı bir genel bakış sağlayan turist konaklama. Bu verileri yorumlamak, mobil veri ilkeleri hakkında temel bilgi gerektirir ve doğruluk sorunları, sınırlı ayrıntı düzeyi ve yüksek maliyetler gibi zorluklarla birlikte gelir. Deneme verileri, bir mobil ağ operatörünün Mayıs-Ekim 2021 ve Nisan-Ağustos 2022 dönemindeki verilerine dayanıyordu. Bir sonraki aşama, Eylül 2022'den Ağustos 2023'e kadar kesintisiz bir tam yıllık veri zaman çizelgesi sağlamaktı. Proje, ulusal turizm geliştirme ajansı Lithuania Travel tarafından birden fazla telefon şirketiyle iş birliği içinde yürütülmektedir.

Litvanya ayrıca turizm sektörünü daha iyi desteklemek için yasa değişiklikleri de geçirdi. Bunlar arasında Sürdürülebilir Tatil Köyleri ve Tatil Köyleri Yasası (aşağıdaki kutuya bakın) ve turizm sağlayıcılarının sigortaya erişmesine ve sigortayı karşılamasına yardımcı olmak için Devlet Borcu Yasası yer alıyor. Bu yasadaki değişiklikler, kefil kuruluşun, sigorta şirketinin bir kefalet sigorta sözleşmesi kapsamında veya bir finans kuruluşunun Litvanya Cumhuriyeti'nde yerleşik tur operatörüne verdiği bir finansal garanti kapsamında ödediği sigortanın bir kısmını karşılamak veya teminat faydasını garanti etmek için teminat sağlayabileceğini şart koşuyor.

Turizm sektörüne yardımcı olmak için araçlar da geliştiriliyor. E-iş modeli aracı, turizm sağlayıcılarını e-iş çözümleriyle destekleyecekken, İşletme Çalışanlarının Yeniden Eğitilmesi aracı ve Yenilikçi Kontroller aracı, turizm şirketleri için yayıncılık, ses okuma, çeviri, fotoğrafçılık, film çekimi, tasarım ve iletişim hizmetlerinin satın alınmasını finanse edecek.

#### Litvanya'nın tatil köyleri ve tatil alanlarının sürdürülebilir kalkınmasına ilişkin yasası

Litvanya, 2023 yılında ülkenin turizm gelişimi için sağlık ve refahın önemini ve yeşil dönüşümün desteklenmesi gerekliliğini vurgulayan Tatil Köyleri ve Tatil Bölgelerinin Sürdürülebilir Kalkınması Hakkındaki Kanunu kabul etti.

Yeni yasa, tatil köyleri ve spa alanlarının uzun vadede sürdürülebilirliğini sağlamak için gerekli yasal çerçeveyi ve ekonomik koşulları sağlamayı amaçlıyor. Buna, doğal kaynakların, özellikle su kaynaklarının sorumlu bir şekilde kullanılması ve tatil köylerinin güçlü mevsimselliğini azaltarak yıl boyunca iç turizmi teşvik eden koşullar dahildir. Litvanya'da şu anda yasa kapsamında belirlenmiş dört tatil köyü ve beş tatil köyü bölgesi bulunmaktadır. Tatil köyü veya tatil köyü bölgesi statüsü için başvuruda bulunma olanağı vardır.

Sağlık turizmi konusunda Litvanya ayrıca Avrupa Sağlık Sigorta Fonları (2011/24/ EU sınır ötesi sağlık hizmetlerinde hasta hakları) ile iş birliği içinde çalışmaktadır. Ayrıca, Eylül 2024'te Litvanya, SPA sektörünün tüm iş ortakları için çok boyutlu bir etkinlik olan ESPA Yıllık Kongresi'ne ev sahipliği yapacaktır. Yıllık Kongre, B2B toplantıları, ESPA İnovasyon Ödülleri, stratejik düşünme ve SPA sektörü ve Avrupa'daki tatil köyleri hakkında bilgi paylaşımını içermektedir.

## İstatistiksel Profil

## Litvanya: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm<sup>1</sup></b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	14 678	14 785	11 389	11 593	12 842
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	2 641	2 827	2 438	3 090	3 595
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	12 037	11 958	8 951	8 503	9 247
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	4 355	4 804	3 812	4 360	5 459
Oteller ve benzeri işletmeler	4 285	4 717	3 758	4 239	5 367
Diğer toplu işletmeler	70	87	55	121	92
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm<sup>2</sup></b>					
Toplam uluslararası varışlar	6 115	6 150	2 284	2 096	4 725
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	2 825	2 875	937	948	2 169
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	3 291	3 275	1 348	1 148	2 556
En iyi pazarlar					
Almanya	242	243	113	81	174
Beyaz Rusya	443	424	103	67	163
Polonya	250	248	89	108	282
Letonya	362	357	86	180	409
Estonya	83	89	77	56	152
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	3 737	4 143	1 120	1 183	2 614
Oteller ve benzeri işletmeler	3 695	4 091	1 104	1 167	2 591
Diğer toplu işletmeler	42	51	16	15	24
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	4 703	4 882	1 643	1 743	3 999
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	2 244	2 347	682	830	1 919
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	2 458	2 534	961	913	2 079
En iyi destinasyonlar					
Letonya	250	260	118	111	179
Polonya	169	178	61	89	181
Almanya	132	146	58	54	121
Birleşik Krallık	215	217	57	45	144
Türkiye	150	166	3	91	195
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON AVRO</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	1 503	1 442	581	573	1 278
Uluslararası seyahat gelirleri	1 274	1 333	507	499	1 127
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	229	109	74	74	151
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	1 361	1 420	523	573	1 342
Uluslararası seyahat harcamaları	1 186	1 241	475	491	1 177
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	175	180	48	83	165

.. Müsait değil

1. Talep yönlü anketlerden seyahatler; Arz yönlü anketlerden geceler.

2. Talep tarafı anketlerinden gelenler; Arz tarafı anketlerinden gelen geceler.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/d41kwz>

## Litvanya: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar <sup>2</sup>	Çalışan kişi sayısı				
	2021	2018	2019	2020	2021 s	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	24 881	49 090	51 388	44 356	45 471	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	4 361	14 856	14 889	13 187	12 943	..
Oteller ve benzeri işletmeler	630	14 856	14 889	13 187	12 943	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	4 130	14 785	15 660	15 192	16 350	..
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	11 023	8 548	7 883	7 042	6 362	..
Hava yolcu taşımacılığı	198	943	1 042	791	567	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	1	185	96	19	51	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	10 779	7 405	6 738	6 227	5 703	..
<b>Su yolcu taşımacılığı</b>	45	15	7	5	41	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	638	840	364	401	..
Taşıma ekipmanı kiralama	1 135	525	673	626	815	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	1 032	3 212	4 628	2 801	2 484	..
Kültür endüstrisi	1 107	3 709	4 255	3 154	3 436	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	2 093	2 816	2 560	1 990	2 680	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Mevcut değil; p Geçici veriler

1. Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetine ilişkin veriler işletme sayısına ilişkindir.

2. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı<sup>2</sup> <https://stat.link/u0vmg>

## Litvanya: İç turizm tüketimi

Milyon EUR

	2021		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	1 036	798	1 834
Turizm karakteristik ürünleri	571	496	1 067
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	157	68	225
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	131	274	405
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	118	39	158
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	68	29	97
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	13	0	13
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	35	10	45
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	2	1	3
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	26	16	42
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	96	64	160
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	29	1	31
Kültürel hizmetler	7	22	29
Spor ve rekreasyon hizmetleri	7	12	18
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	..
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	465	302	767
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı<sup>2</sup> <https://stat.link/yvfxth>

# Lüksemburg

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Lüksemburg ekonomisine ekonomik faydalar sağlar. 2021'de turizm, Lüksemburg'un toplam GSYİH'sinin %0,8'ini veya 548 milyon avroyu doğrudan üretti; bu, 2019'daki GSYİH'nin %1,2'sinden düşüktür. Turizm, 2021'de 38.000 doğrudan iş veya toplam istihdamın %7,9'unu sağladı; bu, 2019'daki iş gücünün %8,4'ünün altındadır. Seyahat ihracatı, 2019'daki %4,6'dan düşük olan 2022'de toplam hizmet ihracatının %3,7'sini (5,1 milyar avro) temsil etti.

2022'de Lüksemburg, gelen turizm açısından pandemi öncesi seviyelerin %97'sine geri döndü ve 1,0 milyon uluslararası turist kayıtlı turizm konaklama yerlerinde kaldı. Avrupalı turistler, Lüksemburg'daki gelen turizmin itici gücü olup uluslararası ziyaretçilerin %70'ini temsil ediyor. 2022'deki üç ana uluslararası pazar Hollanda (%22), Belçika (%18) ve Almanya (%17) idi.

Lüksemburg, pandemi sırasında ve sonrasında iç turizmde artışa tanık oldu. 2022'de 155.000 iç turizm gezisi kaydedildi, bu 2021'e göre %13,2 ve 2019'a göre %25 daha fazla.

## Turizm yönetimi

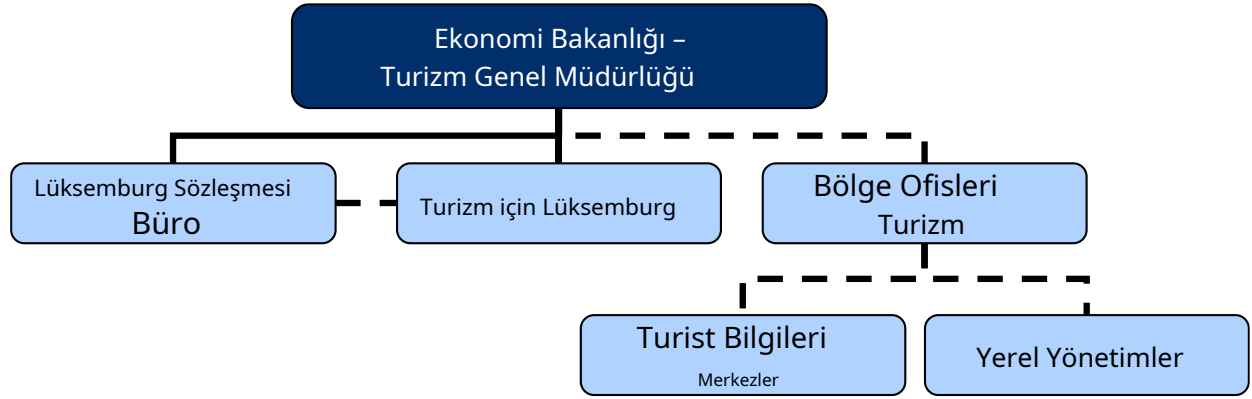
Lüksemburg'daki turizm politikası Ekonomi, KOBİ'ler, Enerji ve Turizm Bakanlığı'nın sorumluluğundadır. Turizm Genel Müdürlüğü düzenlemelerden sorumludur ve turizm ürünlerini ve sakinlerin yaşam kalitesini iyileştirmeyi amaçlayan derneklere hibeler verir. Turizm Genel Müdürlüğü ayrıca turizm etiketleri geliştirerek, tanıtım fırsatları sunarak ve uluslararası ortaklarla yakın ilişkiler sürdürerek ulusal turizm teklifini optimize etmek için politikalar uygular.

Luxembourg for Tourism, turizm pazarlamasından ve Lüksemburg'u bir destinasyon olarak tanıtmaktan sorumludur. Kuruluş büyük ölçüde devlet tarafından finanse edilmekte ve bölgesel turizm ofisleri, meslek kuruluşları ve özel aktörlerin desteğini almaktadır.

Bölgesel turizm ofisleri, Lüksemburg Turizm'in üyeleridir ve ulusal düzeyde temsil edilirler. Bölgesel turizm ofislerinin misyonu, yerel paydaşları koordine etmek ve bölgesel turizm teklifini geliştirmektir. Lüksemburg Şehri'nin başkenti, Lüksemburg Şehri Turizm Ofisi adlı kendi turizm yapısına sahiptir. Lüksemburg Kongre Bürosu, MICE sektörünü geliştirmek için özel bir kuruluş olan ekonomik çıkar grubudur.

2023 yılında Lüksemburg'da turizme ayrılan toplam bütçe 31,8 milyon avro olup, bunun 3 milyon avrosu bölgesel DMO'lara, 6 milyon avrosu ise Lüksemburg Turizmi'ne ayrılmıştır.

### Lüksemburg: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Ekonomi Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Lüksemburg, 2022'de turizm paydaşlarına karar alma süreçlerinde rehberlik etmek için İnsanlar, Bölgeler ve Ekonomi adlı yeni bir turizm stratejisi geliştirdi. Uzun vadeli Strateji, kalıcı rehberlik sağlamayı amaçlıyor. Sakinlerin yaşam kalitesini iyileştirmeye, ziyaretçi memnuniyetini sağlamaya ve turizm ekonomisini güçlendirmeye odaklanıyor. Bu hedefler doğrultusunda turizmi teşvik etmek için yeni Strateji altı temel eylem alanı tanımladı:

- Deneyimler açısından zengin, modern bir turizm teklifi: Mevcut turizm teklifini, özellikle açık hava, gastronomi ve kültür turizminde güncel ihtiyaçlara uyarlamak.
- Cazip ve dayanıklı turizm işletmeleri: Yatırımı teşvik etmek ve sektörün nitelikli eleman açısından cazibesini artırmak.
- Herkes için sürdürülebilir ve erişilebilir bir konaklama kalitesi: Turizm teklifinde sürdürülebilirliğin ekolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel boyutlarının dikkate alınması, turistlerin, bölge sakinlerinin ve sınır ötesi yolcuların yaşam kalitesini artıracaktır.
- Kapsayıcı ve kullanıcı odaklı dijitalleşme: Mevcut dijitalleşme girişimlerini tanıtmaya devam etmek. Dijitalleşme, Lüksemburg'da modern bir turizm teklifi için temel bir gereklilik olarak görülüyor.
- Güvene ve güçlü ağlara dayalı işbirliği: Turizm sektöründeki paydaşlar arasında yakın işbirliğinin kurulması, kamuoyunun katılımıyla yapıcı alışverişin teşvik edilmesi.
- Hedeflenen uygulama: Stratejik hedeflerin uygulanmasının izlenmesi. Luxembourg for Tourism, farklı kaynaklardan çeşitli istatistiksel veriler toplar ve müşteri memnuniyeti gibi çeşitli konularda pazar araştırmaları gerçekleştirir. Veri toplama süreci sürekli olarak güncellenir ve iyileştirilir ve strateji uygulamasının başarısını değerlendirmenin temeli olarak hizmet eder. Amaç, en önemli turizm verilerini sürekli olarak toplamaktır.

Lüksemburg ayrıca 2023'te İş Etkinlikleri 2030 stratejisini başlattı. Bu girişim, turizm için önemli bir alt sektör olan ve Lüksemburg'un önemli bir gelişme potansiyeli gördüğü profesyonel etkinlikler segmentini (konferanslar, kongreler, toplantılar, sergiler, ticaret fuarları, kurumsal etkinlikler, teşvikler ve özel etkinlikler dahil) hedeflemektedir. Strateji, iş etkinlikleri sektörünün yerel ve uluslararası temsilcileriyle yakın işbirliği halinde geliştirilmiştir. Paydaşların yatırım yapma, hizmetlerini düzenleme ve yeni trendlere uyarlama konusunda doğru seçimleri yapmalarına yardımcı olmak için yeni fırsatlar belirler.

Lüksemburg, yeni turizm stratejisi doğrultusunda turizm sektörünü geliştirmek için çeşitli girişimler başlattı. 2021'de başlatılan ulusal kampanya, Lüksemburg'daki turistik varlıkların zenginliğini ve çeşitliliğini tüm bölgelerde görünür kılan ve sergileyen etkinlikleri ve faaliyetleri bir araya getiriyor (aşağıdaki kutuya bakın). Velosummer programı, Turizm Genel Müdürlüğü ile Ulaşım ve Bayındırlık Bakanlığı'nın ortak çabasının sonucudur. 2020'de başlatılan etkinlik sırasında, Ağustos ayında 500 km'den fazla yol motorlu trafiğe kapatılarak bisikletçilerin trafiğe kapalı rotaların keyfini çıkarması ve ülkede aktif turizmin teşvik edilmesi sağlandı. Turizm sektörüyle ilgili profesyonel eğitimi merkezileştirmek ve turizmle ilgili işlerin değerini artırmak için bir öğrenme platformu kuruluyor. Ayrıca, aşırı kalabalıklığı ve ziyaretçiler ile bölge sakinleri arasında memnuniyetsizliği önlemek için turist akışlarını yönetmek kritik öneme sahiptir. Cep telefonu veri analizi, genel ziyaretçi hareketlerini izlemeye yardımcı olurken, çeşitli turistik yerlerdeki oyunlaştırma zorlukları ziyaretçileri daha az bilinen ve daha az kalabalık yerlere yönlendirmeyi amaçlamaktadır.

### Lüksemburg'da turizm dağılımını artırma kampanyası

Ulusal kampanya Lüksemburg, bu tatil (*Lëtzebuerg, dat ass Vakanz*)2021'de başlatılan, Lüksemburg'daki turistik varlıkların zenginliğini ve çeşitliliğini tüm bölgelerde görünürlük yaratan ve sergileyen etkinlikleri ve faaliyetleri bir araya getiriyor. Bu kampanya, turizm akışlarını yönetmek ve sakinlerin yaşam kalitesini iyileştirmek gibi stratejinin hedeflerine ulaşmaya yardımcı olmak için yürütülüyor.

2023'te tema, bölgesel turizm ofisleriyle iş birliği içinde Aktif Turizm'di. Kampanya, Lüksemburg Şehri'nde ulusal ve bölgesel turizm stantlarıyla başlatıldı ve yerel üreticilerin ve ürünlerin önemi vurgulandı. Ülke genelindeki turistik cazibe merkezlerinin farkında olmalarını sağlamak için Büyük Dükalık sakinlerini, sınır ötesi yolcuları ve uluslararası turistleri hedefliyor.

Kampanyanın teması her yıl değişiyor ve ulusal turizm stratejisinin yönergelerini takip ediyor. Örneğin, 2024'te odak noktası kültürel turizm. Kampanya hem yerel halkı hem de yerel olmayanları hedefliyor ve yerel halkın katılımını teşvik ederek daha sürdürülebilir ve dayanıklı bir turizm biçimini destekliyor. Yerel halkı ve ziyaretçileri otantik deneyimlere katılmaya, benzersiz kültürel ve tarihi yerleri keşfetmeye ve çeşitli etkinliklere ve aktivitelere katılmaya davet ediyor.

## İstatistiksel Profil

## Lüksemburg: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	121	124	130	137	155
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	346	348	307	351	392
Oteller ve benzeri işletmeler	254	256	236	250	308
Diğer toplu işletmeler	92	91	71	102	84
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	1 018	1 041	525	615	1 013
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Belçika	208	207	116	137	181
Hollanda	170	188	105	133	223
Almanya	148	149	74	114	172
Fransa	136	134	71	109	137
Birleşik Krallık	66	66	32	9	45
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	2 575	2 505	1 210	1 523	2 404
Oteller ve benzeri işletmeler	1 715	1 652	752	940	1 538
Diğer toplu işletmeler	860	853	458	583	866
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	4 063	4 063	2 452	2 759	5 005
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	2 510	2 548	1 460	1 814	2 819
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	1 554	1 515	992	944	2 186
En iyi destinasyonlar					
Fransa	490	494	379	464	647
Almanya	330	373	201	218	357
Belçika	208	218	177	194	257
Portekiz	..	..	..	..	238
İtalya	232	212	100	139	230
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON AVRO</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	4 947	5 235	4 094	5 030	5 551
Uluslararası seyahat gelirleri	4 481	4 764	3 828	4 714	5 144
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	466	471	266	316	407
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	2 849	3 278	1 863	3 280	3 296
Uluslararası seyahat harcamaları	2 790	3 224	1 819	3 223	3 233
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	59	54	44	57	63

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/dnsgbe>

## Lüksemburg: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	..	37 484	38 984	38 432	38 298	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	..	3 591	3 615	3 426	3 285	..
Oteller ve benzeri işletmeler	223	3 097	3 102	2 898	2 722	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	..	17 609	18 238	17 827	17 621	..
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	..	11 208	11 634	11 678	11 748	..
Hava yolcu taşımacılığı	..	3 293	3 347	3 304	3 186	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	3 367	3 497	3 627	3 721	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	4 506	4 727	4 698	4 791	..
Su yolcu taşımacılığı	..	42	63	49	49	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	..	454	476	468	508	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	..	602	685	649	572	..
Kültür endüstrisi	..	1 988	2 251	2 334	2 444	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	..	2 033	2 084	2 049	2 121	..
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/qp4wbk>

## Lüksemburg: İç turizm tüketimi

Milyon EUR

	2021		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	517	3 263	3 817
Turizm karakteristik ürünleri	360	524	914
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	74	223	320
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	92	142	234
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	51	42	93
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	29	40	68
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	0	33	33
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	51	6	57
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	0	3	3
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	6	8	13
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	78	0	84
Kültürel hizmetler	31	70	101
Spor ve rekreasyon hizmetleri	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristiki hizmetleri	..	..	..
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	157	2 738	2 904
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/tv7385>

# Meksika

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Meksika ekonomisine önemli bir katkıda bulunmaktadır. 2022 yılında turizm, Meksika ekonomisine doğrudan 2,4 milyar MXN katkıda bulunarak, 2019'daki %8,4'lük pandemi öncesi seviyelerin üzerinde, toplam GSYİH'nin %8,5'ini oluşturdu. Turizm, 2022'de doğrudan 2,8 milyon kişiye istihdam sağladı ve toplam iş gücünün %7,1'ini oluşturdu; bu, 2019'daki %6,6'lık payın üzerindedir. Seyahat ihracatı, 2019'daki %59,2'ye kıyasla 2022'de 58,0 milyar MXN'ye ulaşarak toplam hizmet ihracatının %58,3'ünü temsil etti.

2023'te Meksika 42,2 milyon uluslararası turist aldı, bu da 2020'deki 24,3 milyon turistlik COVID-19 pandemisinin düşük seviyesinden güçlü bir toparlanma olduğunu gösteriyor, ancak hala 2019 seviyelerinin %6,4 altında. 2023'teki en büyük pazarlar Amerika Birleşik Devletleri (%32), Kanada (%6) ve Birleşik Krallık (%1) idi.

Yurtiçi turizm, turizm sektörüne önemli bir katkıda bulunmaktadır. 2022'de Meksika, 2019 seviyelerinin %96'sı olan 98,0 milyon yurtiçi gecelik seyahat kaydetti ve bu, 2020'deki 48,0 milyon seyahatlik pandemi düşük seviyesine kıyasla daha yüksek.

## Turizm yönetimi

Turizm Bakanlığı, turizm gelişimini güçlendirmek için kamu politikalarının tasarımı ve uygulanmasına öncülük etmekten sorumludur. Bu, sektörde inovasyonu teşvik etmeyi, turizm hizmetlerinin kalitesini ve ulusal turizmin rekabet gücünü iyileştirmeyi ve hükümet önceliklerini ifade eden ve turizmin sürdürülebilir ve kapsayıcı büyümesine katkıda bulunan stratejileri teşvik etmeyi içerir. FONATUR, Meksika'nın turizm yatırımının geliştirilmesi ajansıdır.

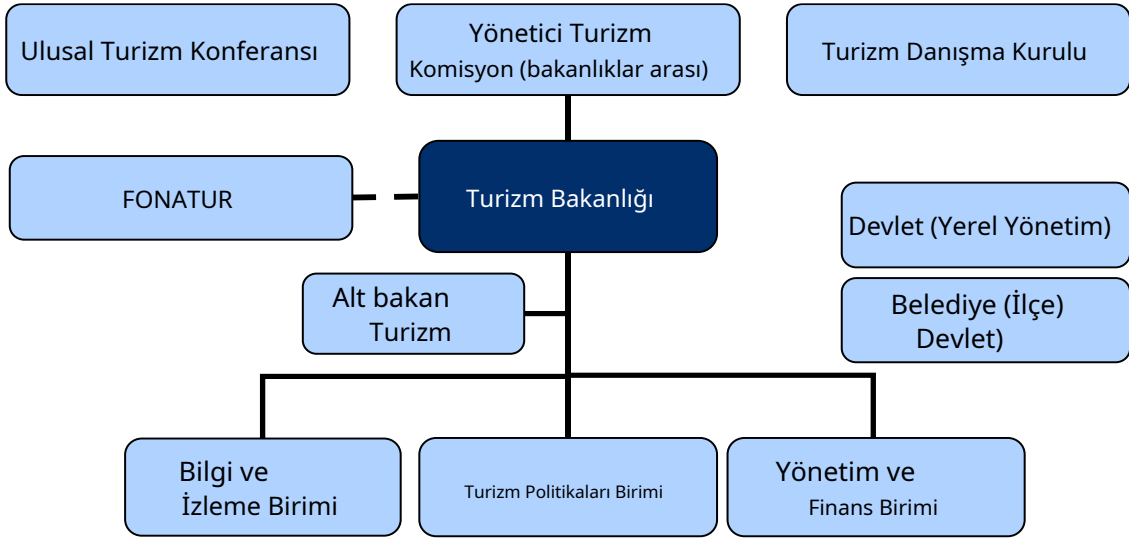
Üç koordinasyon mekanizması, ulusal turizm faaliyetinin kapsamlı bir şekilde geliştirilmesini sağlamak için stratejiler ve eylemler formüle etmeye katkıda bulunur. Bu mekanizmalar şunlardır:

- Turizmle ilgili konuları tam olarak anlamak ve çözmek amacıyla kurulmuş bakanlıklar arası bir organ olan Turizm Yürütme Komisyonu.
- Amacı, kamu ve özel sektörün tam katılımıyla, turizm faaliyetlerinin kapsamlı bir şekilde geliştirilmesi için stratejik yanıtlar önermek ve Federal Hükümet kurumlarıyla eylemleri koordine etmek olan Turizm Danışma Konseyi.
- Üç hükümet düzeyi arasında koordinasyon sağlayan bir organ olan Ulusal Turizm Konferansı, Meksika genelindeki turizm faaliyetlerinin politikasını, planlamasını ve programlamasını belirlemekten sorumludur.

Turizm Bakanlığı'nda turizm sürdürülebilirliği için Büyük Konsey kuruldu. Konsey, hükümet, uluslararası kuruluşlar, sivil toplum, yerli topluluklar, sosyal girişimler, özel şirketler ve akademiye 130'dan fazla katılımcıyı bir araya getiriyor.

2023 yılında toplam turizm bütçesi 2,6 milyar MXN idi.

### Meksika: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Turizm Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Turizm Sektörel Programı 2020-24 (PROSECTUR), Meksika'daki ulusal turizm politikasına rehberlik eden çerçevedir ve Ulusal Kalkınma Planı 2019-24 ile ilişkilidir. PROSECTUR dört öncelikli hedef içerir:

- Turizmde toplumsal yaklaşımı ve insan haklarına saygıyı garantilemek.
- Turizm destinasyonlarının dengeli gelişimini teşvik etmek.
- Ulusal ve uluslararası düzeyde turizm pazarlarının çeşitlendirilmesini güçlendirmek.
- Sürdürülebilir turizmi teşvik edin.

PROSECTUR, destinasyonların sosyal, etik ve ekonomik olarak yeniden geliştirilmesini içerir. Amaç, turizmin herkes için refah yaratmak amacıyla sosyal bütünleşme ve uzlaşma aracı olarak tüm bölgelere, destinasyonlara ve topluluklara nüfuz etmesidir. 2020 mali yılı için hazırlanan bir raporda, PROSECTUR çerçevesinde yer alan öncelikli hedeflere ve refah hedeflerine doğru kaydedilen ilerleme sıralanmıştır. Program 2024'te sona erecek ve 2023 itibarıyla 110 eylemin %98'i tamamlanmıştır.

Turizm, Meksika'nın destinasyonlarını sürdürülebilir, dayanıklı turizm için bir ölçüt haline getirmeyi, sürdürülebilir tüketim ve üretim değer zincirlerini, yerel toplulukların katılımını ve biyolojik çeşitliliğin korunmasını teşvik etmeyi amaçlayan Sürdürülebilir Turizm Stratejisi 2030 tarafından yakından yönlendirilmektedir. Turizm ekonomisinde BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinin gerçekleştirilmesine öncelik verir ve gelecek nesillerin turistleri çeken doğal kaynaklardan faydalanmaya devam edebilmesi uzun vadeli amacını taşır. Bu stratejiyi destekleyen önlemler şunları içerir:

- Sürdürülebilir hareketliliği ve sıfır emisyonlu turizmi teşvik etmek. Bu eylem kapsamında, ziyaretçilerin doğal ve kültürel yerlere seyahat edebileceği yerel toplulukları birbirine bağlamak için bisiklet yolları geliştiriliyor. Örneğin, *Maya Bisikleti* Dünyanın en büyük turistik bisiklet yolu olan, Yucatan Yarımadası'ndaki onlarca yerel topluluğun ekonomik faaliyetlerini birbirine bağlayacak ve bütünleştirecek.
- Sıfır atık hedefi için katı atıkların entegre yönetimi için çözümler üretmek. Bu, entegre katı atık yönetimi için yerel modeller uygulamayı, sıfır atık üretmeyi ve tek kullanımlık plastiklerden arınmış destinasyonlar yaratmayı içerir.

- Sürdürülebilir turizm teklifine yatırım yapmak ve onu tanıtmak. Bu, çok kanallı ve yeni yenilikçi pazarlama platformlarında yapılacak, ulusal ve uluslararası alanlarda ve etkinliklerde sanal ve fiziksel varlık aranacaktır.

Stratejilerdeki hedeflere ulaşmak ve Meksika turizm ekonomisini daha da güçlendirmek için çeşitli programlar başlatıldı. Tüm turizm paydaşları arasında daha iyi bir koordinasyon yaratmak için turizm sektörü için ileriye dönük bir çalışma ile bir Turizm Planlama Sistemi geliştiriliyor. Bu, sektörün mevcut durumunu analiz edecek, devam eden çalışmaların bir veritabanını oluşturacak ve gelecek için öneriler sunacaktır.

The *Kuxatur* proje, kıyı ekosistemlerine odaklanarak biyolojik çeşitliliğin korunmasını kolaylaştırmak için sürdürülebilir turizm bölgeleri geliştirmekten oluşmaktadır. Girişim, Yerli Halklar Programı ile ilişkilidir ve kapasite oluşturma ve yerel sürdürülebilir kalkınmayı geliştirmek için yerel toplulukları entegre eder (aşağıdaki kutuya bakın).

Yucatán Turizm Geliştirme Sekreteri (SEFOTUR), Meksika'daki UNESCO, Airbnb ve Topluluk Turizm Kooperatifleri Birliği de Yucatán'da Topluluk Turizmi için Kapasite Geliştirme ve turizm faydalarının daha adil bir şekilde dağıtılmasını teşvik etmek için bir program başlattı. Bu plan, yerel toplulukların miras yönetimi, sürdürülebilirlik ve otantik turlar ve aktivitelerin geliştirilmesindeki kapasitelerini güçlendirmeyi amaçlıyor. Program, Meksika'da türünün ilk örneği ve Yucatán'da başlayacak. Kültürel ve doğal miras, topluluk turizmi yönetimi, tanıtım ve sürdürülebilir turizm ürünlerinin geliştirilmesi konusunda eğitim sağlayarak turizm kooperatiflerine, kolektiflere ve aile tabanlı taban örgütlerine doğrudan fayda sağlayacak.

#### Meksika'da sürdürülebilir turizm geliştirme bölgelerinin kurulması

Meksika, biyolojik çeşitlilik açısından zengin kıyı ekosistemlerine vurgu yaparak biyolojik çeşitliliğin korunmasını ana akıma taşımayı hedefliyor. Proje kapsamında *Kuxatur* (Maya dilinde 'Yaşayan Turizm' anlamına gelen) yenilikçi sürdürülebilir turizm politikaları ve modellerinin tasarlanması ve uygulanması yoluyla doğa turizmini geliştirmek için eylemde bulunmaktadır. *Kuxatur* yerel toplulukları turizm politikası geliştirme, kapasite oluşturma ve sürdürülebilir turizm hedeflerini uygulama sürecine entegre etmektir. Meksika'nın Yerli Halklar Programı bu girişime entegre edilmiştir ve başarısı için kritik öneme sahip olacaktır.

*Kuxatur* 2025 yılına kadar sürdürülebilir turizmin temellerini sürdürülebilir turizm geliştirme bölgeleri kurarak atacaktır. Yucatan Yarımadası'ndaki Maya Ka'an, Quintana Roo, Oaxaca'daki Huatulco-Chachahua Koridoru ve Baja California'daki La Paz, Sierra la Laguna ve Los Cabos bölgeleri proje için pilot bölgeler olarak hizmet verecek ve somut ve tekrarlanabilir modeller olarak işlev görecektir. Her bölge benzersiz ekosistemlerden ve kültürel mirastan, yerleşik koruma çabalarından ve sürdürülebilir turizm geliştirme potansiyelinden faydalanmaktadır.

## İstatistiksel Profil

## Meksika: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	100 445	101 749	48 042	76 565	98 013
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	166 707	174 610	83 122	134 822	172 429
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	96 497	97 406	51 128	55 301	65 994
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	41 313	45 024	24 284	31 860	38 326
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	55 184	52 382	26 845	23 441	27 669
En iyi pazarlar					
Amerika Birleşik Devletleri	10 496	10 511	5 151	10 240	13 001
Kanada	2 155	2 310	976	504	1 759
İspanya	591	581	104	125	566
Fransa	386	392	100	221	366
Birleşik Krallık	287	305	116	157	295
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	93 323	97 151	43 614	70 992	103 877
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	86 280	82 752	36 056	32 978	41 891
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	19 748	19 810	7 345	11 685	13 750
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	66 531	62 942	28 710	21 292	28 140
En iyi destinasyonlar					
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	26 044	27 126	12 133	21 509	30 398
Uluslararası seyahat gelirleri	22 526	24 573	10 996	19 765	28 017
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	3 518	2 553	1 137	1 743	2 381
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	14 074	12 300	4 240	6 798	9 634
Uluslararası seyahat harcamaları	11 230	9 881	3 475	5 147	7 054
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	2 844	2 419	765	1 652	2 580

.. Müsait değil.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/hgju4u>

## Meksika: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	2021 s	2022 yılı
<b>Toplam</b>	..	2 522 320	2 613 864	2 325 187	2 532 581	2 814 979
<b>Turizm endüstrileri</b>	114 098	1 846 426	1 948 476	1 726 411	1 852 053	2 065 220
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	..	283 951	286 130	311 170	335 824	348 039
Oteller ve benzeri işletmeler	25 497	283 951	286 130	311 170	335 824	348 039
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	80 198	691 592	708 015	584 451	644 476	754 999
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	..	605 224	608 387	526 401	554 311	615 221
Hava yolcu taşımacılığı	..	41 042	41 384	37 699	46 419	63 752
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	1 212	1 213	1 177	1 302	1 632
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	559 329	562 097	485 731	504 250	546 906
<b>Su yolcu taşımacılığı</b>	..	3 641	3 693	1 794	2 340	2 931
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	5 055	4 867	4 132	4 700	5 884
Taşıma ekipmanı kiralama	..	8 002	8 352	7 634	7 855	8 492
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	8 403	27 101	26 577	22 663	25 581	27 085
Kültür endüstrisi	..	34 221	34 237	27 964	30 515	36 260
Spor ve rekreasyon endüstrisi	..	64 305	62 256	52 763	55 338	60 965
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malların perakende ticareti	..	126 975	209 655	189 233	193 453	208 275
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	675 894	665 388	598 776	680 528	749 759

.. Mevcut değil; p Geçici veriler Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/pvsvd7c>

## Meksika: İç turizm tüketimi

Milyon MXN

	2022 yılı		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	3 135 125	691 035	3 826 160
Turizm karakteristik ürünleri	2 811 528	679 922	3 491 450
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	465 094	192 402	657 497
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	560 865	167 992	728 858
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	846 373	91 357	937 730
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	409 373	47 827	457 200
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	8 103	0	8 103
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	410 899	43 530	454 429
<b>Su yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	17 998	0	17 998
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	56 564	2 109	58 673
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	23 192	0	23 192
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	29 108	717	29 825
Kültürel hizmetler	13 974	30 024	43 998
Spor ve rekreasyon hizmetleri	21 678	50 245	71 923
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	794 680	145 075	939 755
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	..
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	323 597	11 113	334 710
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Mevcut değil; p Geçici veriler Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/65stair>

# Hollanda

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Hollanda ekonomisine önemli bir katkıda bulunmaktadır ve pandemi öncesi seviyelere doğru toparlanmıştır. 2022'de turizm, nominal olarak 31,7 milyar avroya veya Hollanda'nın toplam GSYİH'sinin %3,7'sine katkıda bulunmuştur. Bu, 2019'dakinden (toplam GSYİH'nin %4,4'ü) düşük kalmaya devam etmektedir ancak 2020'deki pandemi-düşük seviyesi olan %2,3'ten önemli bir artıştır. Turizm sektörü 2022'de 452.000 iş (veya toplam istihdamın %5,5'i) sağlamıştır ve bu hala 2019 seviyelerinin (496.000 iş ve toplam istihdamın %6,4'ü) altındadır. Seyahat ihracatı, 2022'de toplam hizmet ihracatının %8,1'ini temsil etmiş ve böylece 2019'daki pandemi öncesi %7,2 seviyesinin üzerine çıkmıştır.

Hollanda, 2022'de ticari konaklama tesislerinde 16,6 milyon uluslararası turisti ağırladı; bu da pandemi öncesi seviyelerin %82'sine denk geliyor. En büyük uluslararası kaynak pazarları Almanya (%37), Belçika (%14) ve Amerika Birleşik Devletleri (%10) oldu.

Yerli turistlerin katkısı COVID-19 salgını sonrasında artmış, 2022 yılında ticari konaklama tesislerinde rekor seviyede 29,4 milyon yerli turist bulunmuş, 2019 seviyelerine göre %14 artış olmuştur. Yerli turizm harcamaları nominal olarak 57,7 milyar avroya ulaşmış olup, toplam turizm harcamalarının %62,6'sını oluşturmaktadır.

## Turizm yönetimi

Ekonomi İşleri ve İklim Politikası Bakanlığı, ulusal düzeyde turizmden sorumludur ve turizm sektörü dernekleri ve paydaşları için hükümet içinde ilk temas noktası olarak hareket eder.

Hollanda Turizm ve Kongreler Kurulu, ulusal destinasyon yönetim organizasyonudur ve kamu ve özel sektör paydaşlarıyla yakın işbirliği içinde ülkenin turizm konumlandırması, gelişimi ve pazarlaması üzerinde çalışır. Amaçları, Hollanda'yı sakinler, ziyaretçiler ve işletmeler için yaşanabilir, popüler ve değerli bir destinasyona dönüştürmektir.

Bölgesel ve yerel otoriteler, genellikle kendi stratejileri veya diğer belediyelerle ortak bir strateji ile kendi düzeylerinde turizm politikasından sorumludur. Yerel olarak fon alır ve dağıtırlar ve ulusal ve uluslararası pazarlamadan ve ürün geliştirmeden sorumludurlar.

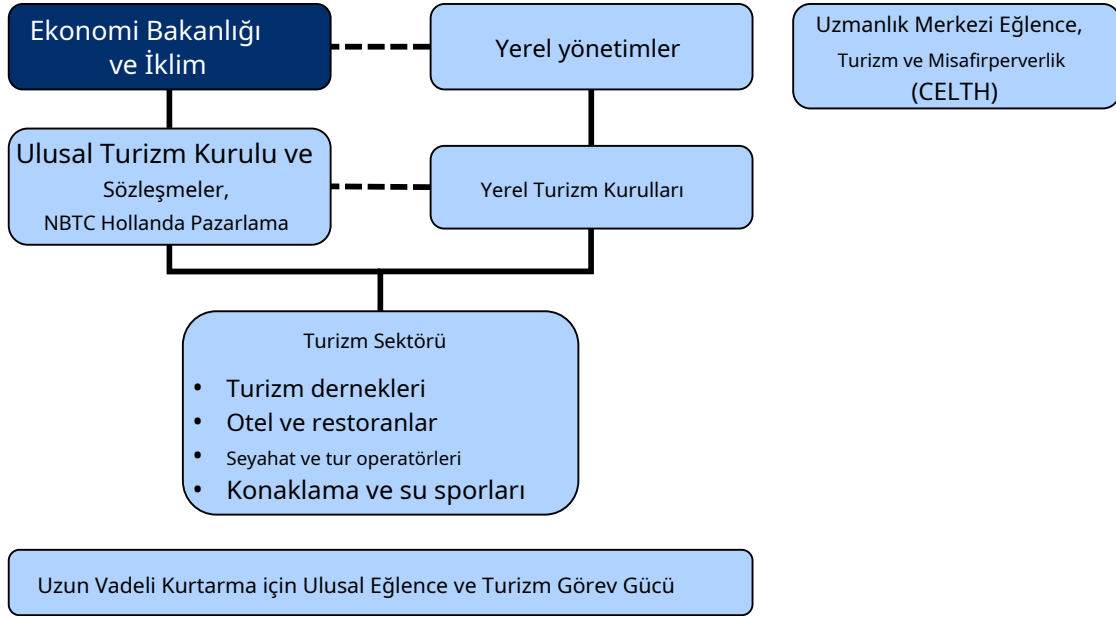
2022 yılında kurulan Destination Nederland, Hollanda'daki yerel destinasyon ve şehir pazarlama organizasyonlarının bir ağı ve endüstri organizasyonudur. Ağ, bilgi yoluyla destinasyon yönetimini ve pazarlamasını güçlendirmeyi ve Hollanda'nın sakinler, ziyaretçiler ve şirketler için ziyaret edilecek ve kalınacak bir destinasyon olarak cazibesini artırmayı amaçlamaktadır.

COVID-19 krizi sırasında, ulusal hükümet sektördeki paydaşlarla birlikte, Eğlence ve Turizm konusunda ulusal bir Görev Gücü oluşturdu. Bu görev gücünün amacı, turizm sektöründeki çeşitli taraflar arasındaki iş birliği güçlendirmektir. Şu anda, görev gücünün daha fazla etkinlik için yönetim yapısının yeniden düzenlenip düzenlenemeyeceğini belirlemek için bir değerlendirme devam etmektedir. Turizm, diğer bakanlıkların ve hükümet düzeylerinin sorumluluğu paylaştığı çeşitli politika alanlarını önemli ölçüde etkiler. Bu alanlar arasında mekansal planlama, tarım, altyapı ve kültür yer alır. Çeşitli departmanlardan daha fazla bağlılık gerektiren yeni bir yönetim biçimi üzerinde araştırmalar yürütülmektedir. Yenilenen bir görev gücü

2024 yılında kurulması bekleniyor. Uzmanlık Merkezi Eğlence, Turizm ve Misafirperverlik, turizm alanında uygulamalı bilimler üniversiteleri arasındaki bir iş birliğidir. Amaç, eğitim, endüstri ve hükümet arasındaki iş birliğini teşvik etmek için bilgi ve araştırmada kamu-özel sektör ortaklıklarını teşvik etmektir.

Hollanda Turizm ve Kongre Kurulu kısmen Ekonomi İşleri Bakanlığı tarafından finanse edilmektedir. 2023 yılında Bakanlık tarafından Kurula toplam 10,1 milyon Avro tahsis edildi ve ayrıca belirli projeler için üçüncü taraf finansmanı sağlandı. Ulusal düzeyde turizm için ayrılmış bir bütçe yoktur.

### Hollanda: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Ekonomi ve İklim Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024

### Turizm politikaları ve programları

Hollanda'daki turizm, uzun vadeli Perspektif 2030 stratejisi tarafından yönlendirilir. Strateji, her Hollanda vatandaşının turizmden faydalanabilmesi amacıyla 2019'da geliştirilmiştir. Perspektif 2030'un amacına ulaşmak, destinasyonları tanıtmaktan destinasyonları geliştirmeye ve ziyaretçi akışlarını daha yönetilebilir hale getirmeye geçişi gerektirir. Strateji beş stratejik sütuna dayanmaktadır:

- Turizmin yükten çok fayda yaratması.
- Farklı cazip destinasyonları konumlandırarak Hollanda'yı cazip hale getirmek.
- Erişilebilirliği ve ulaşılabilir turistik destinasyonları teşvik etmek.
- Daha az atık ve kirlilikle sürdürülebilir turizmi geliştirmek.
- Ziyaretçiler için misafirperver bir deneyim oluşturmak.

Hollanda Turizm ve Kongreler Kurulu, Ekonomi İşleri ve İklim Politikası Bakanlığı ve eyaletler, turizm için Eylem Planını gözden geçirmek ve güncellemek üzere bir görev gücü oluşturdu. Mevcut çalışma, destinasyon yönetimi, sürdürülebilirlik, mekansal planlama ve turizm ve turizm işgücü konularına odaklanıyor. Güncellenen Eylem Planının 2024 ortalarında yayınlanması bekleniyor.

Bakanlığın üç temel politika hedefi halen şunlardır:

- Sürdürülebilir turizm gelişimini desteklemek.
- Hükümetin farklı düzeyleri arasında ve arasında işbirliğinin artırılması.
- Sürdürülebilirlik, girişimcilik, inovasyon ve dijitalleşme fırsatlarına odaklanarak turizm sektörünü desteklemek.

Hollanda, turizm sayısındaki güçlü büyümenin giderek daha olumsuz etkilere yol açmasıyla sürdürülebilir kalkınma ve iklim değişikliğine daha fazla dikkat etmeye başladı. Yeni Eylem Planı, iklim adaptasyonuna ve iklim ve sürdürülebilirlik zorluklarının ele alınmasına odaklanacak. Bu, odak noktasını Hollanda'yı yalnızca bir turizm destinasyonu olarak tanıtmaktan uzaklaştırarak.

Ülke çapında kamu ve özel sektör iş birliği de Hollanda için bir önceliktir. Bakanlık, Turizm ve Kongreler Kurulu ve eyaletlerle birlikte, ülkenin her yerinden iş dünyası, turizm örgütleri ve hükümet organlarının geniş bir grubunu bir araya getiren bir etkinlik olan Ulusal Turizm Zirvesi'nin üç edisyonunu düzenledi. Amaç, şehirlerin, kasabaların ve bölgelerin turizmden faydalanmasını ve akran öğrenimini kolaylaştırmasını sağlamak için ortak bir yaklaşım üzerinde çalışmaktır. Başarısı nedeniyle Zirve artık her yıl düzenlenecek.

Sakinlerin, işletmelerin ve ziyaretçilerin çıkarlarını içeren dengeli bir turizmi teşvik etmek için, Uzmanlık Merkezi Eğlence, Turizm ve Misafirperverlik, Turizm ve Kongre Kurulu ve istatistik ofisi dünya çapında mevcut metodolojileri inceledi ve turizm dengesine ilişkin içgörüler sağladı. Hollanda'daki tüm destinasyonlar, kendi özel ihtiyaçlarına en uygun yöntemi seçmeye teşvik edilmektedir.

Ek olarak, Rekreasyon ve Turizm Alanı konusunda Uzmanlık Merkezi tarafından yeni yönergeler geliştirildi. Yönergeler, bölgesel ve yerel politika yapıcılara turizmi ve rekreasyonu mekansal planlamaya entegre etmek için eylemler sunarak, artan rekreasyonel baskı ve sınırlı alan (aşağıdaki kutuya bakın) arasında hem sakinlere hem de turistlere hizmet eden çok işlevli manzaralar yaratıyor.

#### Hollanda'da turizmin mekansal planlamaya daha iyi entegre edilmesi

12 Hollanda ili, 2023 yılında Eğlence, Turizm ve Misafirperverlik Uzmanlık Merkezi tarafından yayınlanan yeni Rekreasyon ve Turizm Alanı yönergelerini görevlendirdi. Yönergeler, bölgesel ve yerel düzeyde turizm politikası üzerinde çalışanlara, hem yerel sakinlere hem de turistlere en iyi hizmeti sunmak için rekreasyon ve turizm sektörlerinde alınabilecek eylemler konusunda içgörüler sağlar. Nüfus arttığı ve rekreasyonel baskı arttığı için rekreasyonel manzaralar açısından düşünmek önemlidir, bu nedenle her manzara, ister kentsel manzara, ister kırsal çevre veya ikisi arasındaki alanlar olsun, potansiyel olarak bir rekreasyonel manzardır.

Yeşil rekreasyon alanı azaldı ve yerli ve yabancı ziyaretçiler arttı, bunun devam etmesi bekleniyor. Bunu ele almak için hem rekreasyon hem de turizm planlama ve mekansal politikaya entegre edildi. Hollanda, kıt fiziksel alan ve sınırlı bütçeler gibi ikili bir zorlukla karşı karşıyadır, bu nedenle yatırımları optimize etmek ve sakinler ve ziyaretçiler için değerli olan çok işlevli yerler yaratmak için akıllı planlamaya ihtiyaç vardır.

## İstatistiksel Profil

## Hollanda: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	18 341	17 989	16 958	21 664	16 498
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	864 762	..	..	49 199	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	101 873	88 237	88 665	99 654	73 401
Oteller ve benzeri işletmeler	12 573	11 579	12 687	15 064	13 339
Diğer toplu işletmeler	58 137	57 255	57 978	73 092	53 087
Özel konaklama	31 163	19 403	18 000	11 497	6 975
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	18 780	20 129	7 265	6 248	16 582
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Almanya	5 689	6 175	3 283	2 471	6 143
Belçika	2 398	2 507	1 102	1 100	2 251
Birleşik Krallık	2 212	2 402	595	209	1 429
Amerika Birleşik Devletleri	2 072	2 181	384	350	1 618
Asya	1 360	1 473	253	240	731
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	47 002	51 750	21 372	18 615	48 160
Oteller ve benzeri işletmeler	41 721	45 848	17 990	15 657	41 654
Diğer toplu işletmeler	5 282	5 902	3 383	2 958	6 506
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	22 277	22 925	11 719	10 670	19 435
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	13 791	12 709	5 038	3 940	7 981
En iyi destinasyonlar					
Almanya	3 789	3 734	2 570	1 574	2 857
Fransa	2 876	2 692	1 517	2 032	2 912
İspanya	2 621	2 583	993	1 096	2 028
Belçika	1 579	1 787	1 030	1 113	1 956
İtalya	1 440	1 322	533	970	1 511
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON AVRO</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	22 529	23 962	10 847	13 070	28 359
Uluslararası seyahat gelirleri	16 236	17 624	8 729	10 714	22 844
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	6 293	6 339	2 118	2 357	5 515
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	22 188	23 553	8 185	8 691	20 066
Uluslararası seyahat harcamaları	19 287	20 656	7 281	8 006	17 874
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	2 901	2 898	904	686	2 192

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/iay31>

## Hollanda: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020 s	2021 s	2022 yılı
<b>Toplam</b>	..	479 000	496.000	419 000	401.000	452 000
<b>Turizm endüstrileri</b>	217 600	..	..	..	..	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	10 710	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	5 800	..	..	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	57 885	..	..	..	..	..
Yolcu taşımacılığı	13 665	..	..	..	..	..
Hava yolcu taşımacılığı	335	..	..	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	20	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	12 030	..	..	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı	1 280	..	..	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	6 550	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	1 230	..	..	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	6 065	..	..	..	..	..
Kültür endüstrisi	97 600	..	..	..	..	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	23 895	..	..	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Mevcut değil; p Geçici veriler Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/ohdgj>

## Hollanda: İç turizm tüketimi

Milyon EUR

	2022		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	57 665	34 474	95 835
<b>Tüketim ürünleri</b>	..	..	..
Turizm karakteristik ürünleri	..	..	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	..	..	..
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	..	..	..
Kültürel hizmetler	..	..	..
Spor ve rekreasyon hizmetleri	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	..
Diğer tüketim ürünleri	..	..	..
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil  
Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/5comy8>

# Yeni Zelanda

## Ekonomide turizm ve görünüm

Mart 2022'de sona eren mali yılda turizm, pandemi öncesi %5,4'e kıyasla toplam GSYİH'nin %3,1'ine doğrudan katkıda bulunarak 10 milyar NZD üretti. Turizm, 2022'de doğrudan 128.000 kişiye istihdam sağladı ve toplam istihdamın %4,7'sini oluşturdu. Bu, 2019 seviyelerine göre %42 düşüş anlamına geliyordu. Seyahat ihracatı, 2022'de toplam hizmet ihracatının %4,4'ünü temsil etti; bu, pandemi öncesi %58 seviyesinden önemli ölçüde düşük, ancak aynı zamanda 2020 (%48) ve 2021 (%29) seviyelerinden de düşüktü.

Kıtalararası seyahatin mevcut yüksek maliyetlerine rağmen, Yeni Zelanda 2022'de sınırlarını yeniden açtığından beri uluslararası ziyaretçilerde güçlü bir toparlanma yaşadı. 2022'de 1,4 milyon uluslararası ziyaretçi (COVID 2019 öncesi seviyelerin %37'si) vardı ve nominal olarak 5,5 milyar NZD'ye denk geliyordu. Yeni Zelanda'nın 2022'deki en büyük üç pazarı Avustralya (%60), Amerika Birleşik Devletleri (%8) ve Birleşik Krallık (%6) oldu. Çin pazarı henüz toparlanmadı ve 2019'daki %11'e kıyasla 2022'de uluslararası turist varışlarının %1'ini oluşturdu.

Yeni Zelanda, 2022'de tüm konaklama türlerinde 25,8 milyon yerli misafir gecesi kaydetti (pandemi öncesi 2018 seviyelerinin %113'ü), nominal olarak 21 milyar NZD'ye denk geliyor. Pandemi sırasında iç turizm önemli ölçüde büyüdü ancak giden turizm talebi arttıkça ve ülke sürekli olarak yüksek yıllık enflasyon oranlarıyla karşı karşıya kaldıkça azalıyor. 2023 verileri, turizm harcamalarının nominal olarak 2019'a döndüğünü, Eylül 2023'te sona eren yılda toplam turizm harcamalarının 30 milyar NZD olduğunu, 2019'daki aynı dönemin %0,3 altında olduğunu gösteriyor.

## Turizm yönetimi

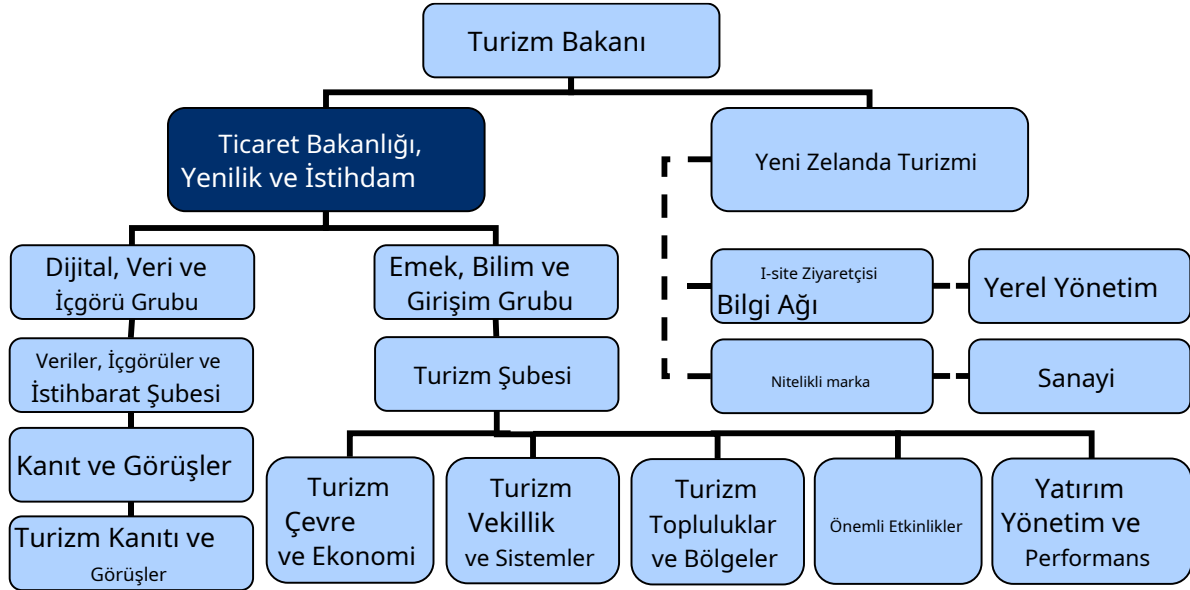
İş, Yenilik ve İstihdam Bakanlığı, ulusal hükümete turizm sektöründe dengeli büyüme yaratma konusunda tavsiyelerde bulunur. Bakanlık, portföyleri turizm sektörüyle kesişen diğer devlet kurumlarıyla yakın bir şekilde çalışır; bunlar arasında Koruma Bakanlığı, yerel yönetimden sorumlu İçişleri Bakanlığı, Kültür ve Miras Bakanlığı ve Ulaştırma Bakanlığı bulunur. Kamu kuruluşu olan Yeni Zelanda Turizmi, endüstri ve bölgesel turizm örgütleriyle ortaklık içinde ülkeyi uluslararası alanda bir ziyaretçi destinasyonu olarak pazarlamaktan sorumludur.

Yerel ve bölgesel otoriteler, toplulukların büyümesine ve yerel turizm zorluklarını yönetmesine yardımcı olmak için turizmle ilgili altyapı ve yerel planlama çerçeveleri sağlar. Bölgesel Turizm Örgütleri, destinasyonlarını tanıtmaktan sorumludur ve son yıllarda, Destinasyon Yönetim Planları geliştirmek için yerel paydaşları koordine etmede öncülük etmiştir. Dikey koordinasyon, temel stratejik belgelerin ortak anlaşılması, temel destinasyonlarla ilişkiler ve Bakanlık ile Bölgesel Turizm Yeni Zelanda ve/veya Yerel Hükümet Yeni Zelanda arasında düzenli görüşmeler yoluyla elde edilir.

Yeni Zelanda Hükümeti'nin 2023-24 mali yılı turizm portföyü için bütçesi 227 milyon NZD'dir. 2023 Bütçesi, 2022 Bütçesi'nde görülen toparlanmanın aksine dengeli büyümeyi desteklerken uzun vadeli sorunları ve fırsatları ele almaya odaklanmıştır. Bu, ülkeyi bir iş ve ziyaretçi destinasyonu olarak tanıtmak için Yeni Zelanda Turizmi'ne özel fon sağlamayı içerir

(112 milyon NZD), Bakanlık işlevleri (politika, veri ve fon yönetimi) (11 milyon NZD) ve Turizm Kurtarma için Yenilik Programı için tek seferlik bir fon (54 milyon NZD). Bölgesel Turizm Örgütleri büyük ölçüde yerel makamlar tarafından finanse edilmekte ve yönetilmekte olup, bunların çoğu merkezi hükümet, yerel endüstriden yıllık üyelik ücretleri ve endüstri ortaklığı fonlaması gibi diğer kaynaklardan ek fon almaktadır.

#### Yeni Zelanda: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Ticaret, Yenilik ve İstihdam Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

#### Turizm politikaları ve programları

2019 yılında yayınlanan Yeni Zelanda-Aotearoa Hükümet Turizm Stratejisi, hükümete, turizmin Yeni Zelanda'yı daha üretken, sürdürülebilir ve kapsayıcı büyüme yoluyla zenginleştirmesini, Māori turizm işletmeleriyle daha iyi ortaklıklar kurmasını sağlamak için bir yöneticilik rolü belirliyor. *iwi, hapū ve tangata whenua*.

Yeni Zelanda'nın Turizm Stratejisi beş temel alana odaklanmaktadır: Ekonomi, Uluslararası ve yerel Ziyaretçiler, Çevre, Yeni Zelandalılar ve toplulukları ve bölgeler. Sosyal lisansı yönetirken ve çevresel kısıtlamalar dahilinde uluslararası turizmin değerini artırmanın yanı sıra turizm sonuçlarını iyileştirmek için turizm sistemi genelinde koordinasyon sağlamanın yanı sıra, mevcut politika öncelikleri şunlardır:

- Uluslararası Ziyaretçi Koruma ve Turizm Vergisi'nin uygulanması ve buna eşlik eden stratejik yatırım planı da dahil olmak üzere Uzun Vadeli Sürdürülebilir Finansman Mekanizmaları. Hükümet turizm harcamalarını, özel sektörle istişare de dahil olmak üzere, paylaşılan turizm sistemi değişikliklerini ele almak için koordineli bir yaklaşım sağlayan ulusal olarak önemli yatırımlara ve projelere odaklamak için 2023'te revize edilmiş bir yatırım planı üretildi.
- Her bölgede olumlu bir sosyal lisansı korumak için işbirlikçi Destinasyon Yönetim Planları aracılığıyla destinasyon yönetimi için yerel gündemler belirlemek. COVID-19 kurtarma fonundan sağlanan fon, 31 Bölgesel Turizm Örgütünün hepsinin özel bir Destinasyon Yönetim Planı tamamlamasını sağladı. Planlar turizm işletmeleri, yerel halk, yerel Māori toplulukları, yerel hükümet ve diğer paydaşlar tarafından kabul edildi. İlk planlar merkezi hükümet tarafından finanse edildi ve kaynak sağlama dahil olmak üzere uygulama yerel olarak gerçekleştirilecek.

- Turizm Veri Alanı Planı'nın uygulanması, turizm sistemini etkileyebilecek gelecekteki eğilimlerin belirlenmesi ve sektörü desteklemek için veri ve içgörünün koordine edilmesi ve paylaşılması da dahil olmak üzere daha iyi veri ve içgörü.

Bu, Hükümet, turizm endüstrisi, işçiler ve Maoriler arasındaki bir ortaklık olan Turizm Endüstrisi Dönüşüm Planı'nın bir parçası olarak üstlenilen son çalışmalara dayanmaktadır ve bu, insanlara, topluluklara ve çevreye aldığından daha fazlasını geri veren yenileyici bir turizm sistemi kurmayı amaçlamaktadır. Daha İyi Çalışma aşaması, ücret ve koşullar, talep dalgalanmaları, firma olgunluğu ve ölçek ve beceri boşlukları gibi turizm işgücünün karşı karşıya olduğu temel sistem sorunlarını ele almaya odaklanmıştır. Bunun sonucunda Mart 2023'te Daha İyi Çalışma Eylem Planı yayınlanmıştır. Bu çalışmaya, turizm işgücünün sorunlarını daha iyi anlamak için 2022'de gerçekleştirilen Turizm ve misafirperverlik İşgücü Anketi eşlik etmiştir. Turizm Dönüşüm Planı'nın ikinci aşaması, Haziran 2023'te yayınlanan bir taslak eylem planıyla çevreye odaklanmıştır. Yeni Zelanda, turizm ekosisteminin sürdürülebilirliğini ölçmek ve izlemek için Sürdürülebilir Turizm Gezini'ni tanıttı. Atık yönetimi, ziyaretçi deneyiminin kalitesi, turizm talebi, olanaklar ve tesisler ve bölgelerin turizme bağımlılığı gibi bir dizi konuda veri topluyor veya toplanması planlanıyor. Ancak sürdürülebilirliğe ilişkin turizm verilerindeki temel sorun, birçok ölçütün nicelleştirilmemiş veya nicelleştirilememiş olmasıdır.

Turizm Veri Liderlik Grubu, turizm verisi kullanıcılarının (endüstri, merkezi ve yerel yönetimler, topluluklar, iwi, çıkar grupları, akademisyenler ve yorumcular) çeşitli gruplarının bilgi ihtiyaçlarını belirlemek, bu ihtiyaçları çok çeşitli paydaşlara iletmek ve kullanıcılara veri ve içgörü sağlanması da dahil olmak üzere olası çözümlerin uygulanmasını desteklemek için iş birliğine dayalı bir forum oluşturmak amacıyla sektör ve akademi temsilcilerinden oluşan bir grup olarak oluşturuldu.

Yeni Zelanda da serbest kamp yapmanın etkilerini düzenlemek için harekete geçti (aşağıdaki kutuya bakın).

#### Yeni Zelanda'da serbest kampın etkisini yönetmeye yönelik reformlar

Son yirmi yılda, Yeni Zelanda'da özgür kampa katılan yerli ve uluslararası ziyaretçi sayısında önemli bir artış görüldü. Ancak, özgür kampçılarının doğal çevre, yerel olanaklara erişim ve sosyal lisans üzerindeki kümülatif etkisi konusunda artan endişeler var. Bağımsız olmayan ve bu nedenle atıklarının uygun şekilde atamayan araçlarda kalan özgür kampçılar, özellikle endişe verici bir durum ortaya koydu.

Haziran 2023'te, araç tabanlı kampçılıkla ilgili sorunları ele almak için Bağımsız Motorlu Taşıtlar Mevzuatı Yasası kabul edildi. Başlıca değişiklikler şunlardır: (i) Yeni bir düzenleyici de dahil olmak üzere bağımsız araçların sertifikasyonu için düzenleyici bir sistemin kurulması; (ii) Araçların bağımsız olarak sertifikalandırılabilmesi için sabit bir tualete sahip olması gerekir; (iii) Araç tabanlı özgür kampçılarının yerel yönetim arazisinde kaldıklarında sertifikalı bağımsız bir araç kullanmaları gerekir; (iv) Daha geniş bir suç yelpazesi ve bazı suçlar için daha yüksek ihlal ücretleri ile ihlal sisteminin güçlendirilmesi; ve (v) Evsiz insanlar için özgür kampçılıkla ilgili yaptırımlardan muafiyet getirilmesi.

Yeni düzenleyici, sertifikalı araçların ayrıntılarının saklandığı ve uygulama kurumlarının erişimine açık olan dijital bir sicil yönetimi de dahil olmak üzere 2023'ün sonundan beri faaliyet gösteriyor. 2023-24 yazı, yeni kuralların uygulandığı ilk yaz. Kendi kendine yetme sertifika gereksinimlerinin tanıtımı iki yıl boyunca aşamalı olarak gerçekleştiriliyor.

## İstatistiksel Profil

## Yeni Zelanda: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	22 778	..	..	23 640	25 773
Oteller ve benzeri işletmeler	17 279	..	..	15 349	17 549
Diğer toplu işletmeler	5 499	..	..	8 291	8 224
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm<sup>1</sup></b>					
Toplam uluslararası varışlar	3 858	3 888	996	207	1 434
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	3 686	3 702	949	205	1 389
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	172	186	48	2	45
En iyi pazarlar					
Avustralya	1 411	1 538	360	160	829
Çin	441	407	59	2	17
Amerika Birleşik Devletleri	338	368	125	5	110
Birleşik Krallık	232	232	94	6	88
Japonya	96	98	26	1	13
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	17 589	..	..	1 370	4 849
Oteller ve benzeri işletmeler	14 723	..	..	1 214	3 907
Diğer toplu işletmeler	2 867	..	..	156	942
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	3 045	3 225	511	234	1 629
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
Avustralya	..	..	..	..	..
Amerika Birleşik Devletleri	..	..	..	..	..
Fiji	..	..	..	..	..
Çin (Halk Cumhuriyeti)	..	..	..	..	..
Birleşik Krallık	..	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE HARCAMALARI, MİLYON NZD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	17 504	17 920	10 809	..	..
Uluslararası seyahat gelirleri	15 717	15 988	8 869	4 052	786
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	1 787	1 932	1 940	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	8 232	8 280	4 004	..	..
Uluslararası seyahat harcamaları	6 670	6 527	339	1 641	447
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	1 562	1 753	1 777	..	..

.. Müsait değil

1. Talep tarafı anketlerinden gelenler; Arz tarafı anketlerinden gelen geceler.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/y4hcjv>

## Yeni Zelanda: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
		2022	2018	2019	2020	2021
<b>Toplam</b>	..	221 046	219 867	219 093	141 517	127 980
<b>Turizm endüstrileri</b>	..	181 593	180 975	179 883	110 878	99 750
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	5 931	28 920	28 761	27 411	14 982	11 502
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	18 300	63 525	62 202	62 205	36 708	33 378
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	..	10 224	14 907	15 174	10 752	9 942
Hava yolcu taşımacılığı	387	10 224	10 677	10 812	7 218	6 969
Demiryolu yolcu taşımacılığı	3	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	8 337	..	..	..	..	..
<b>Su yolcu taşımacılığı</b>	186	..	..	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	16 731	12 669	13 173	8 130	6 006
Taşıma ekipmanı kiralama	1 578	4 500	4 488	4 404	3 492	3 144
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	1 560	..	..	..	..	..
Kültür endüstrisi	4 131	8 307	8 598	8 625	5 547	4 617
Spor ve rekreasyon endüstrisi	6 633	..	..	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malların perakende ticareti	..	34 479	33 480	32 649	22 500	22 851
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	14 907	15 870	16 239	8 667	8 313
<b>Diğer endüstriler</b>	..	39 453	38 895	39 210	30 639	28 230

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/uy6fx7>

## Yeni Zelanda: İç turizm tüketimi

Milyon NZD

	2021 s		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	22 390	1 331	23 722
Turizm karakteristik ürünleri	9 287	752	10 042
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	1 492	283	1 776
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	2 371	249	2 621
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	4 553	220	4 774
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	2 306	147	2 454
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
<b>Su yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	..	..	..
Kültürel hizmetler	..	..	..
Spor ve rekreasyon hizmetleri	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	871	0	871
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	..
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	12 012	496	12 504
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Mevcut değil; p Geçici veriler Kaynak: OECD

Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/yrfqjo>

# Norveç

## Ekonomide turizm ve görünüm

Pandemi öncesinde Norveç'teki turizm sektörünün ekonomik katkısı önemli ölçüde artmış, 2019'da 127,4 milyar NOK'a ulaşmış ve toplam GSYİH'nın %3,6'sını temsil etmiştir. Turizm ayrıca, özellikle kırsal alanlarda önemli bir işveren haline gelmiş, 182.800'den fazla tam zamanlı iş veya ulusal istihdamın %7,4'ünü sağlamıştır. 2022'de seyahat ihracatı, 2019'daki %13,5'e ve 2021'deki %4,7'lik pandemi düşük seviyesine kıyasla toplam hizmet ihracatının %10,6'sını temsil etmiştir.

Uluslararası turizm güçlü bir şekilde toparlandı. 2022'de Norveç, ticari konaklama tesislerinde 5,0 milyon uluslararası turist varışı kaydetti, bu 2021'e kıyasla %247'lik bir artışı temsil ediyor ancak 2019 seviyelerinin %15,3 altında kalıyor. 2023'te Norveç, ticari konaklama tesislerinde 11 milyon uluslararası geceleme kaydetti, böylece 2019 seviyesini %4 aştı. 2023'teki en büyük kaynak pazarları Almanya (%21), Amerika Birleşik Devletleri (%10) ve İsveç (%10) oldu.

Hem eğlence hem de iş amaçlı iç turizm, Norveç'teki turizm sektörüne hakimdir ve 2023'te ticari konaklamada 25,9 milyon iç geceye veya tüm ticari konaklamanın %70'ine denk gelmektedir. Bu, 2019 seviyelerinin %6 üzerindedir.

## Turizm yönetimi

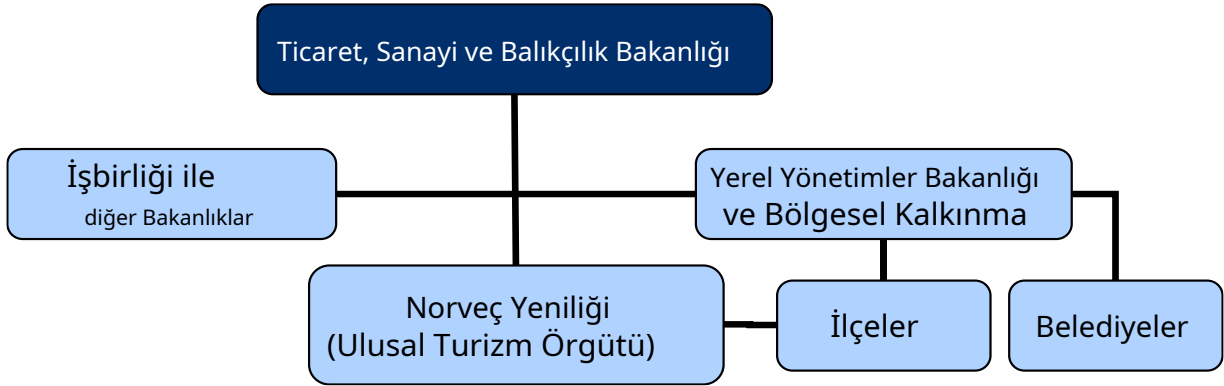
Ticaret, Sanayi ve Balıkçılık Bakanlığı turizmi geliştirmek ve düzenlemekten sorumludur. Bakanlık, turizm konularında diğer bakanlıklarla yakın bir şekilde iş birliği yapar, bunlara şunlar dahildir:

- Turizm gelişimini destekleyen bölgesel ve yerel otoritelerin denetimini sağlayan Yerel Yönetim ve Bölgesel Kalkınma Bakanlığı. Altyapı, kamu hizmetleri, ulusal parklar ve doğal ve kültürel miras cazibe merkezlerinin planlanması ve düzenlenmesinden sorumludurlar.
- Daha sürdürülebilir bir turizm sektörü için politikalar geliştiren İklim ve Çevre Bakanlığı ile Ulaştırma Bakanlığı.
- Çiftçilerle gıda üreticileri, restoranlar ve turizm sektörünün diğer sektörleri arasındaki işbirliğini teşvik eden Tarım ve Gıda Bakanlığı.

Innovation Norway, ülkenin ulusal turizm organizasyonudur ve turizm ve uluslararası pazarlama için ekonomik büyüme hedeflerini karşılamaktan sorumludur. Öncelikle Ticaret, Sanayi ve Balıkçılık Bakanlığı tarafından finanse edilmektedir ancak diğer bakanlıklardan da fon almaktadır. 2020'de başlatılan bölgesel reform, ilçelere yenilenmiş roller ve daha geniş turizm sorumlulukları kazandırdı ve turizm endüstrisine fayda sağlamak için sektörler arası ve bölgeler arası zorlukları çözmek için daha verimli bir çerçeve sağlaması bekleniyor.

2024'te Innovation Norway turizm çalışmaları için toplam 195 milyon NOK alacak. Innovation Norway seyahat ve turizm şirketlerine kredi, hibe ve garanti tahsis ediyor. 2022'de Innovation Norway'den turizm sektörüne toplam 164 milyon NOK taahhüt tahsis edildi.

### Norveç: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Ticaret, Sanayi ve Balıkçılık Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024

### Turizm politikaları ve programları

Ulusal Turizm Stratejisi 2030 - Büyük etki, küçük ayak izi 2021'de yayınlandı ve Innovation Norway tarafından belirlenen ve izlenen uzun vadeli stratejiyi sağlıyor. Strateji, pandemi sonrası toparlanmaya yardımcı olmak ve değişen turizm eğilimlerine yanıt vermek için 2030 yılına kadar daha sürdürülebilir ve karlı bir turizm sektörünün geliştirilmesini sağlamak için 23 politika önlemi belirliyor. Stratejinin hedefleri ve amaçları şunları içerir:

- 2030 yılına kadar tüketim ihracat değerini 20 milyar NOK artırarak Norveç'te değer yaratımını artırmak ve istihdam yaratılmasına yardımcı olmak, 2030 yılına kadar Norveç'teki turizmle ilgili iş sayısını %25 artırmak.
- 2030 yılına kadar yerel turizm sektöründe sera gazı emisyonlarını %50 oranında azaltarak ve ziyaretçilerin Norveç'e/Norveç'ten/Norveç çevresinde ulaşımından kaynaklanan karbon ayak izini yılda %10 oranında azaltarak Norveç'in düşük emisyonlu bir toplum haline gelmesini desteklemek (2019 yılı baz alınarak).
- Çekici yerel toplulukların ve mutlu sakinlerin yaratılmasını desteklemek.
- Müşterilerin daha fazla ödeme yapmaya ve tekrar satın alma yapmaya razı olacağı müşteri değeri sunmak ve 2030 yılına kadar tüketimi %25 oranında artırmak.

Şubat 2024'te Bakanlık tarafından Turizm Endüstrisi için yeni bir Yol Haritası sunuldu. Yol Haritası, hükümetin ilerlemesini özetliyor ve üç ana hedef belirliyor: karlılığı artırmak, sürdürülebilirliği teşvik etmek ve yerel toplulukları desteklemek. Sektörün rekabet gücünü artırmayı, çevresel etkisini azaltmayı ve sürdürülebilir destinasyonlar ve stratejik uluslararası pazarlama geliştirmeyi amaçlayan 43 girişim içeriyor. Yol Haritası, endüstri örgütlerinden, Sami Parlamentosu'ndan, Ulusal Turizm Stratejisi 2030'dan ve Destinasyonlar Komitesi raporundan (aşağıdaki kutuya bakın) gelen girdilerle bilgilendirildi. Bu kaynaklar, Norveç'te daha sürdürülebilir ve çekici bir turizm endüstrisi oluşturmak için değerli içgörüler ve öneriler sağladı.

Norveç Turizm sektörünün uzun vadeli zorluklarını ele almak için, örneğin yüksek katma değerli turizm ürünlerinin düşük payı, güçlü mevsimsellik, destinasyonlar arasında iş birliği eksikliği ve daha yakın zamanda belirli destinasyonlarda aşırı turizm gibi, hükümet, turizmin pandemiden sonra yeniden inşasına yardımcı olmak için bir program olan Restart Reiseliv 2021-24 öncülüğünde çeşitli önlemler geliştiriyor. Ürün geliştirme, pazarlama ve işe alım için kaynakların artırılmasına odaklanıyor ve bunlar arasında şunlar yer alıyor:

- Reiseliv 2030 - Turizm sektörünü daha az mevsimsel hale getirmek, değer yaratımını artırmak ve turizme katkıda bulunmak için öncelikli araştırma ve inovasyon faaliyetlerine ilişkin öneriler sunacak bir strateji grubudur.

yeşil geçiş. Strateji grubu, Haziran 2024'te Ticaret, Sanayi ve Balıkçılık Bakanlığı'na nihai raporunu sundu.

- Ulaşımdan kaynaklanan CO2 emisyonları ve çeşitli turist pazarlarından gelen turizm harcamaları hakkındaki verileri birbirine bağlayan iklim açısından akıllı bir dijital hesap makinesinin geliştirilmesi. Amaç, turizm paydaşlarının bilgilendirilmiş stratejik seçimler yapmasına izin vermek ve böylece sektörün ticari turizm faaliyetlerinden kaynaklanan toplam sera gazı emisyonlarında yıllık %10'luk bir azalma hedefini karşılayabilmesini sağlamaktır. Proje 2022'de başlatıldı ve araç Norveç turizminin tüm kesimlerinde kullanılabilir olacak.
- Innovation Norway, Ticaret, Sanayi ve Balıkçılık Bakanlığı tarafından, açık hava organizasyonlarıyla iş birliği içinde yerel ve bölgesel rehberler, tur liderleri ve dağ rehberleri için ulusal bir tanıma şeması teklifi formüle etmek üzere görevlendirildi. Teklif, Aralık 2023'te Ticaret, Sanayi ve Balıkçılık Bakanlığı'na sunuldu ve şu anda değerlendiriliyor ve takip ediliyor.

### Norveç'te destinasyon geliştirme ve ziyaretçi yönetimi için yeni bir model

2021 sonbaharında, Ulusal Turizm Stratejisi 2030'un bir parçası olarak Norveç belediyelerinde turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi için ilgili çerçeve koşullarının kapsamlı bir incelemesini yapmak üzere bir Destinasyon Geliştirme ve Ziyaretçi Yönetimi Komitesi atandı. Komite, Stratejinin çevresel, sosyal ve ekonomik açıdan daha sürdürülebilir turizm hedefini desteklemek için düzenlemelerde, yapılarda ve/veya finansman modellerinde değerlendirmeler yaptı ve uygunsuz ayarlamalar önerdi.

Mart 2023'te sunulan Komite raporu, sürdürülebilir Norveç destinasyonlarının organizasyonu için aşağıdakilerden oluşan yeni bir model önerdi:

- Yerel koşullara uyum sağlayabilen ve belediyelerde yerleşik bir destinasyon yönetim ekibinin kurulması.
- Her destinasyonda stratejik ziyaretçi yönetimi yapmak ve yaygın olarak benimsenmiş bir ziyaretçi stratejisine dayalı olarak kamusal malların geliştirilmesini ve işletilmesini yönetmek.
- Ulusal düzeyde toplanan ancak bölgesel ve yerel düzeyde yönetilen ziyaretçi katkıları yoluyla destinasyon yönetimi, ziyaretçi yönetimi ve kamusal mallara ilişkin çalışmaların finanse edilmesi.

Komite raporu, Norveç'te daha sürdürülebilir bir turizm için çalışmalarını güçlendirmek amacıyla destinasyon geliştirmede rolü olan tüm aktörlere önemli bir bilgi tabanı sağlıyor.

Komite, sürdürülebilir destinasyon geliştirme için çeşitli eylem maddeleri önerdi ve ziyaretçi yönetimi, destinasyon yönetimi, kamu yararı finansmanı, erişilebilirlik ve kruvaziyer turizmi ile ilgili önerilerde bulundu. Rapordaki temel mesaj, turizmin, sakinler ve ziyaretçiler için çekici yerel topluluklar yaratacak şekilde geliştirilmesi gerektiğidir. Komite, destinasyon geliştirmenin yerel otoriteleri, sektörü ve yerel toplumun seslerini içeren sistematik bir çalışma yoluyla gerçekleşmesi gerektiğine inanmaktadır. Hükümet şu anda Komitenin önerilerini ve bunların nasıl takip edilmesi gerektiğini değerlendirmektedir.

## İstatistiksel Profil

## Norveç: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	18 970	14 710	16 580	20 450	21 790
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	63 280	48 030	66 650	80 100	77 270
Oteller ve benzeri işletmeler	11 480	10 810	8 850	10 200	14 360
Diğer toplu işletmeler	15 220	5 480	10 480	11 060	9 590
Özel konaklama	36 580	31 740	47 320	58 840	53 320
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	5 688	5 879	1 387	1 435	4 979
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Almanya	1 150	1 041	258	362	1 113
İsveç	623	574	158	166	495
Amerika Birleşik Devletleri	487	555	105	112	461
Hollanda	435	429	83	112	556
Danimarka	371	319	219	109	340
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	10 138	10 701	3 318	3 310	9 813
Oteller ve benzeri işletmeler	8 065	8 472	2 689	2 500	7 255
Diğer toplu işletmeler	2 073	2 230	629	809	2 559
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	16 530	18 624	3 203	3 699	13 028
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	8 120	9 070	1 745	2 027	7 372
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	8 410	9 554	1 458	1 672	5 656
En iyi destinasyonlar					
İsveç	1 361	1 918	239	587	1 527
İspanya	1 170	1 225	216	266	1 139
Danimarka	882	1 017	224	284	843
Birleşik Krallık	638	661	166	79	460
Almanya	563	548	112	188	418
<b>TURİZM GELİRLERİ VE HARCAMALARI, MİLYON NOK</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	59 235	61 891	14 729	20 768	62 594
Uluslararası seyahat gelirleri	48 214	51 520	17 127	16 649	52 609
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	11 022	10 369	3 233	4 119	9 984
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	149 039	155 626	42 161	37 774	143 448
Uluslararası seyahat harcamaları	138 842	145 315	39 543	35 289	134 911
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	10 196	10 311	2 619	2 485	8 537

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/e2k8th>

## Norveç: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>						
<b>Turizm endüstrileri</b>	27 004	179 000	182 800	165 700		
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	3 474	24 500	24 900	20 300		
Oteller ve benzeri işletmeler	1 466					
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	12 559	56 500	57 200	51 800		
Yolcu taşımacılığı	7 598	51 100	51 700	48 300		
Hava yolcu taşımacılığı	131	6 200	6 300	5 500		
Demiryolu yolcu taşımacılığı	63	3 800	3 800	4 000		
Karayolu yolcu taşımacılığı	6 979	29 800	30 100	27 900		
Su yolcu taşımacılığı	425	11 300	11 500	10 900		
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler						
Taşıma ekipmanı kiralama	692	7 400	7 700	7 500		
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	2 681	5 700	5 800	4 300		
Kültür endüstrisi		23 400	25 000	23 800		
Spor ve rekreasyon endüstrisi		10 400	10 500	9 700		
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti						
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri						
<b>Diğer endüstriler</b>						

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/ki1ljx>

## Norveç: İç turizm tüketimi

Milyon NOK

	2020		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>			
<b>Tüketim ürünleri</b>	110 704	19 046	129 750
Turizm karakteristik ürünleri	54 223	10 339	64 562
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	10 184	3 039	13 223
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	17 277	3 448	20 725
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	17 073	3 014	20 087
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	11 129	1 700	12 829
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	881	182	1 063
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	2 271	224	2 495
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	2 792	908	3 700
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler			
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	313	135	448
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	6 792	130	6 922
Kültürel hizmetler	626	80	706
Spor ve rekreasyon hizmetleri	1 958	493	2 451
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malları			
Ülkeye özgü turizm karakteristikli hizmetleri			
Diğer tüketim ürünleri	56 481	8 707	65 188
Turizm bağlantılı ürünler			
Turizm dışı tüketim ürünleri			
<b>Tüketim dışı ürünler</b>			

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/dkqb27>

# Polonya

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Polonya ekonomisinin önemli bir itici gücüdür. 2022'de Polonya'daki turizm ekonomisinin toplam değeri 131,4 milyar PLN veya Polonya'nın GSYİH'sinin %4,3'ü (doğrudan ve dolaylı etkiler hesaba katılarak) olarak tahmin edildi. 2022'de turizm ekonomisinin toplam değeri, 2021'den bu yana nominal olarak %43'lük bir artışı temsil etti, ancak bu hala pandemi öncesi seviyenin %7,3 altındaydı. 2022'de konaklama hizmetleri sektöründe 215.900 kişi istihdam edildi, bu 2020'ye göre %10 ve 2019 seviyelerinin %4 üzerinde bir artış anlamına geliyor. Seyahat ihracatı 2022'de 64,6 milyar PLN'ye veya toplam hizmet ihracatının %15,2'sine ulaştı.

Polonya'da uluslararası turizm 2022'de 15,9 milyon uluslararası turistle güçlü bir toparlanma gördü, ancak 2019 seviyelerinin %25 altında kalmaya devam ediyor. Almanya, uluslararası turizmin %33'ünü oluşturarak en büyük kaynak pazarı olmaya devam ediyor, bunu Ukrayna (%22) ve Belarus (%5) takip ediyor.

Yurt içi turizm sektörün önemli bir parçası olmaya devam ediyor. 2022'de Polonyalı sakinler 51,7 milyon yurt içi geceleme gezisi yaptı, 2019 seviyelerinin %3,4 üzerinde ve toplam geceleme ziyaretçilerinin %76'sını oluşturdu. Polonya, 2019 seviyelerinin %13,3 altında 11,7 milyon gidiş-dönüş gezisi saydı.

Rusya'nın Ukrayna'ya karşı 2022'deki saldırganlık savaşının başlangıcında, Polonya ülke genelinde rezervasyonlarda düşüş yaşadı. Çoklu krizlerin devam eden belirsizliği nedeniyle, uluslararası varışların 2024'ün sonuna kadar pandemi öncesi seviyelere yakın bir seviyeye ulaşması ve 2025'te bu seviyeyi aşma olasılığı öngörülüyor.

## Turizm yönetimi

Spor ve Turizm Bakanlığı, Polonya'daki sektörün yönetimi, mevzuatı ve düzenlemesi de dahil olmak üzere turizmle ilgili konulardan sorumludur. Bakanlık ayrıca, Polonya'nın bir turizm destinasyonu olarak pazarlanması ve tanıtımından ve Polonya turist bilgi sisteminin geliştirilmesi ve işletilmesinden sorumlu olan Polonya Turizm Örgütü'nü denetler. Örgütün yerleşik ve gelişmekte olan pazarlarda bulunan 16 uluslararası ofisi vardır ve bölgesel düzeyde turizmi tanıtmaya ve geliştirmede yer alan turist örgütleri ve diğerleriyle iş birliği yapar.

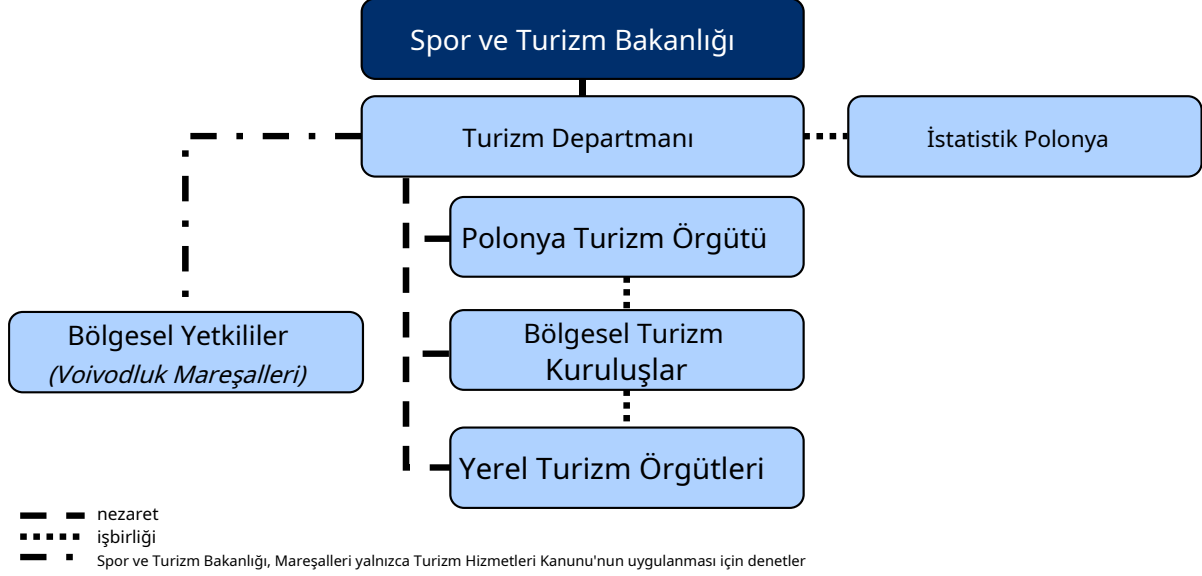
Bölgesel düzeyde, turizm gelişimi bölgesel ve yerel yönetimlerin sorumluluğundadır. Bölgesel Turizm Örgütleri, özellikle il düzeyinde yerel yönetimler ve turizm sektörü temsilcileri arasında iş birliği yapar. Ortak faaliyetler, ürünlerin ve turist bilgi sisteminin geliştirilmesi, tüketici pazarlaması, yurt içi ve yurt dışı tanıtım ve altyapı geliştirme ve modernizasyonuna odaklanır. Polonya'da yaklaşık 130 yerel turizm örgütü vardır.

Spor ve Turizm Bakanı, Polonya'da turizm gelişimi için Turizm Uzmanları Konseyi'ni kurdu. Konsey, uzmanlardan ve uygulayıcılardan oluşuyor ve pandemi sonrası toparlanma için devam eden girişimleri desteklemek üzere tasarlandı.

Polonya'daki turizm bütçesi artıyor. 2023'te turizme 110,3 milyar PLN tahsis edildi ve bunun 84,5 milyar PLN'si Polonya Turizm Örgütü'ne ayrıldı. Bu, toplamda %53'lük bir artışı temsil ediyor

2022 yılında turizm bütçesi 71,9 milyon PLN iken Polonya Turizm Örgütü 60,2 milyon PLN almıştı.

### Polonya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Spor ve Turizm 2024'ten uyarlanmıştır.

### Turizm politikaları ve programları

Polonya şu anda yeni bir uzun vadeli strateji üzerinde çalışıyor, devlet müdahalesi için etkili araçlar, çözümler ve mekanizmalar taslağı geliştirilecek, potansiyel krizlere etkili bir yanıt sağlanacak ve sürdürülebilir ve istikrarlı turizm gelişimi sağlanacaktır. Bu strateji, 2020'ye kadar hedefler belirleyen mevcut uzun vadeli turizm stratejisinin yerini alacaktır. Hazırlık çalışmaları başladı ve teşhis, değerlendirme ve önerilere odaklanacak, ancak bağlamın karmaşıklığı ve öngörülen zorluklar göz önüne alındığında, strateji henüz kesinleştirilmedi.

Strateji, Polonya Turizm Örgütü, Merkez İstatistik Ofisi, Bölgesel Turizm Örgütleri, turizm sektöründeki girişimciler ve Ticaret Birlikleri dahil olmak üzere kilit turizm paydaşlarıyla işbirliği içinde geliştirilecektir. Bu hedefleri desteklemek için uygun yasal çözümlerin sağlanması için de çalışmalar devam etmektedir.

Yeni stratejinin şu temel konulara odaklanması öngörülmüştür:

- Dijitalleşme ve teknolojik inovasyon
- İklimle dayanıklı ve çevresel açıdan sürdürülebilir hizmetler - sürdürülebilir turizm ve ekoturizm
- Gelen turizmin geliştirilmesi
- Sosyal turizmin geliştirilmesi
- Turizm verilerini toplamanın ve yönetmenin modern yolları
- Polonya turizminin tanıtımı ve geliştirilmesine yönelik faaliyetler
- Gelecekteki krizlere karşı dayanıklılığın artırılması.

Polonya, yeni bir uzun vadeli strateji geliştirirken, çeşitli temel programlar aracılığıyla turizmi desteklemeye devam ediyor. Eylül 2020'de kurulan Turizm Geri Ödeme Fonu, turizm sektöründeki işletme iflaslarını önlemeyi amaçlıyor ve 100.000'den fazla yararlanıcıya yaklaşık 300 milyon PLN dağıttı. Turizm Yardım Fonu, olağanüstü koşullar nedeniyle etkinlik iptalleri için tur operatörlerine kredi sağlıyor ve küresel jeopolitik gerginliklere yanıt olarak iki kez kullanıldı.

Sosyal turizm programı, yaşlılar, yetimhanelerdeki çocuklar, engelli çocuklar ve bakıcıları için turizmi teşvik eder ve özel gereksinimli kişilerle çalışanlar için eğitim içerir. Bu program 2023'te 6,5 milyon PLN'den fazla aldı ve 2024 için yaklaşık 5 milyon PLN planlandı.

Başka bir program, 2023 için 2 milyon PLN ve 2024 için 3 milyon PLN fon planlanarak yeni yürüyüş parkurları yenileyerek ve kurularak fiziksel aktiviteyi teşvik etmeye odaklanıyor. Turizmde Kamu Kayıtları Sistemi, turistlere ve profesyonellere güvenilir bilgi sağlamayı, yasal olarak faaliyet gösteren konaklama tesislerini doğrulamayı, dijitalleşmeyi geliştirmeyi ve COVID sonrası iç turizmi güçlendirmeyi amaçlıyor.

Ayrıca, Polonya Turizm Markaları Projesi, şu anda dokuz markanın katıldığı ve 2024'ün başlarında duyurulacak üç yeni marka ile çekici Polonya bölgeleri ve turist rotalarının bir kataloğunu oluşturmayı hedefliyor. Katalog, seçilen bölgelerde turizm gelişimini teşvik etmek için profesyonelce yönetilecek ve tanıtılacak.

## İstatistiksel Profil

## Polonya: Yurt içi, yurt içi ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	95 973	..	..	80 671	51 702
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	47 736	50 018	38 570	46 278	51 702
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	48 237	..	..	34 393	
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	224 767	233 660	182 815	220 111	241 626
Oteller ve benzeri işletmeler	47 324	51 912	35 922	42 969	54 496
Diğer toplu işletmeler	71 902	76 020	52 508	70 937	78 454
Özel konaklama	105 541	105 728	94 385	106 206	108 676
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	85 947	88 515	51 076	51 026	71 814
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	19 623	21 158	8 418	9 722	15 948
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	66 324	67 356	42 658	41 304	55 867
En iyi pazarlar					
Almanya	6 704	7 067	3 426	3 630	5 219
Ukrayna	2 038	2 596	1 021	1 496	3 462
Rusya	919	955	238	..	..
Birleşik Krallık	919	1 002	360	389	699
Beyaz Rusya	793	807	391	490	735
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	122 065	131 988	57 306	64 531	103 351
Oteller ve benzeri işletmeler	47 195	52 979	20 637	21 467	31 830
Diğer toplu işletmeler	13 781	15 849	4 946	4 920	8 865
Özel konaklama	61 089	63 160	31 723	38 144	62 655
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	48 615	50 558	26 893	24 220	33 748
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	12 747	13 545	6 187	6 813	11 742
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	35 868	37 013	20 706	17 407	22 006
En iyi destinasyonlar					
Almanya	2 438	2 523	1 603	1 797	2 419
İtalya	1 055	1 114	393	383	1 047
Birleşik Krallık	1 031	1 100	437	..	749
Çekya	762	790	410	383	..
Yunanistan	752	857	..	451	801
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON PLN</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	56 775	61 514	34 333	39 260	73 530
Uluslararası seyahat gelirleri	50 613	53 802	31 975	35 163	64 623
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	6 162	7 712	2 358	4 097	8 907
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	37 970	39 279	21 884	23 588	36 951
Uluslararası seyahat harcamaları	34 759	35 653	20 536	22 224	34 238
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	3 211	3 626	1 348	1 364	2 713

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/exm641>

## Polonya: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	17 261	..	..	..	..	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	9 809	195 675	208 257	195 539	198 693	215 877
Oteller ve benzeri işletmeler	3 982	..	..	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	7 452	..	..	..	..	..
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	..	..	..	..	..	..
Hava yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	..	..	..	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	..	..	..	..	..	..
<b>Kültür endüstrisi</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Spor ve rekreasyon endüstrisi</b>	..	..	..	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

1. Veriler çalışan sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/lyr38g>

## Polonya: İç turizm tüketimi

Milyon PLN

	2015		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	21 420	36 750	65 099
Turizm karakteristik ürünleri	15 411	12 854	31 500
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	4 853	3 320	10 244
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	4 874	4 328	9 202
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	3 066	2 825	6 599
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	2 058	1 897	4 121
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	219	113	697
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	783	724	1 685
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	6	91	97
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	167	0	547
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	2 031	458	2 566
Kültürel hizmetler	419	1 923	2 342
Spor ve rekreasyon hizmetleri	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	..
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	6 009	23 896	33 600
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/tcbf1p>

# Portekiz

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Portekiz'de servet yaratma ve istihdam için temel bir ekonomik faaliyettir ve 2023 verileri bu önemi yeniden teyit etmektedir. 2023 yılında seyahat ihracatı EUR'ya ulaştı **25.1** milyar, 2023'te toplam hizmet ihracatının %48,6'sını temsil etti ve GSYİH'nın %9,5'ine doğrudan katkıda bulundu. Konaklama ve yiyecek hizmetleriyle ilgili faaliyetler 2023'te 328.800 kişiye istihdam sağladı ve bu da Portekiz'deki toplam istihdamın %6'sını oluşturdu.

Portekiz, 2023'te toplam 77,2 milyon gecelik konaklama kaydetti ve bu geçen yılın aynı dönemine kıyasla %10,7'lik bir artışı temsil ediyor. Bunlardan 53,8 milyon gecelik konaklama uluslararası ziyaretçilerden geldi. En büyük pazarlar Birleşik Krallık (%18), Almanya (%11), İspanya (%10), Fransa (%9) ve Amerika Birleşik Devletleri (%9) oldu. Yurt içi turizm de Portekiz ekonomisine güçlü bir katkıda bulunuyor ve 2023'te 23,4 milyon gecelik konaklama, 2022 seviyelerinin %2,1 üzerinde.

## Turizm yönetimi

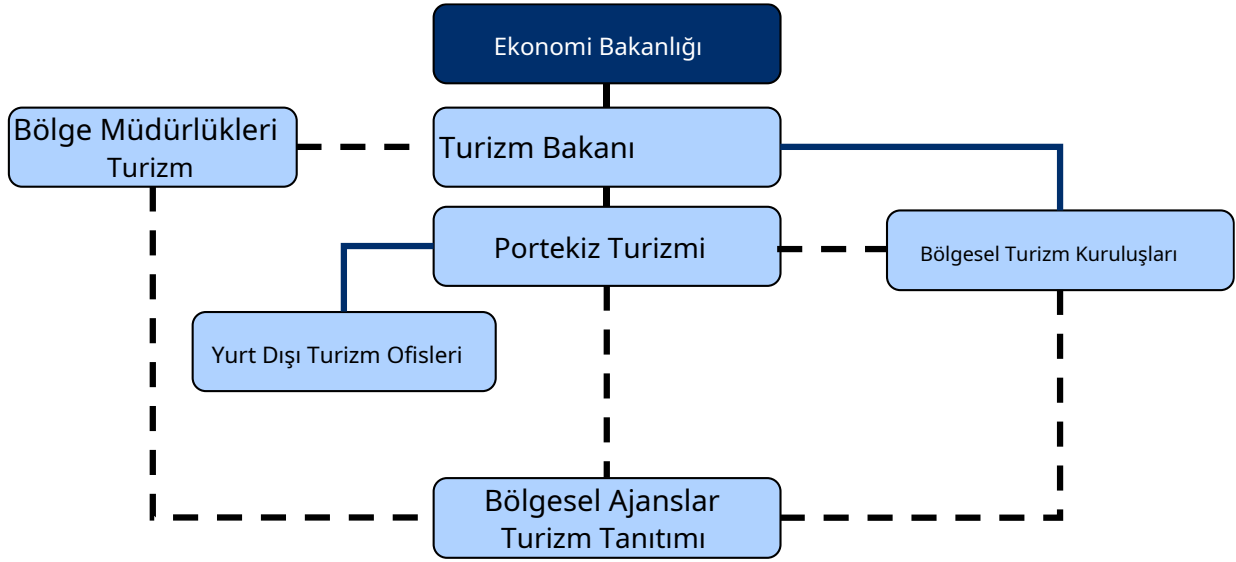
Turizm Devlet Sekreteri, Ekonomi Bakanlığı'nın bünyesinde yer alır. Turismo de Portugal, ulusal turizm otoritesidir ve Turizm Devlet Sekreteri'ne karşı sorumludur. Ulusal turizm politikası, tanıtım, eğitim, yatırım, değerlendirme ve turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğinden sorumludur.

Bölgesel düzeyde, Portekiz'in finansal ve idari özerkliğe sahip destinasyon yönetim kuruluşları olarak hareket eden beş Bölgesel Turizm Kuruluşu vardır. Bu bölgesel kuruluşlar, yurtiçi tanıtım ve ürün geliştirmeden sorumludur. Ayrıca, siyasi ve idari özerkliğe sahip Madeira ve Azorlar özerk bölgelerini kapsayan iki Turizm Bölge Müdürlüğü de vardır.

Turismo de Portugal, yedi Bölgesel Turizm Tanıtım Ajansı ile koordinasyon halinde uluslararası tanıtım girişimleri geliştirir ve uygular. Bölgesel tanıtım ajansları, Bölgesel Turizm Kuruluşu ve özel sektör üyeliğine sahip, kar amacı gütmeyen, özel hukuk dernekleridir. Uluslararası pazarlarda tanıtım faaliyetleri geliştirmek için Turismo de Portugal ile resmi bir sözleşmesel ilişkileri vardır.

Turismo de Portugal'ın 2023 yılı toplam bütçesi 407,2 milyon avroydu (işletme maliyetleri ve genel giderler dahil), bunun yarısı özel vergilerden (kumar vergisi), kalanı ise AB Yapısal Fonları ve diğer kamu finansman kaynaklarından geliyordu.

### Portekiz: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Turismo de Portekiz'den uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Portekiz'deki turizm, 2027 Turizm Stratejisi tarafından yönlendirilir. Strateji, ülke genelinde ekonomik, sosyal ve çevresel kalkınmayı yönlendirmeyi amaçlayan, 2017'de başlatılan on yıllık bir plandır. Strateji, aşağıdaki hedefler etrafında oluşturulmuştur:

- Önümüzdeki 10 yıl boyunca ulusal turizme rehberlik edecek stratejik bir çerçeve sunmak.
- Ulusal turizme ilişkin stratejik seçenekler konusunda istikrarın ve taahhütlerin kabulünün sağlanması.
- Sektörel politikaların entegrasyonunu teşvik etmek.
- Turizm paydaşları arasında sürekli ortak eylem yaratmak.
- Şimdiki zamanda ve kısa-orta vadede strateji duygusuyla hareket edin.

Stratejinin hedeflerine ulaşmak için daha kısa vadeli eylem planları oluşturulmuştur; bunlar arasında Turizmi Yeniden Canlandırma Eylem Planı | Geleceği İnşa Etme ve Sürdürülebilir Turizm Planı 2020-23 yer almaktadır.

Eylem Planı, ulusal turizm sektörünün toparlanmasını teşvik etmeyi amaçlıyor. Şirketleri desteklemek, güvenliği teşvik etmek, iş yaratmak ve bir gelecek inşa etmek üzere dört eksene sahip ve Kurtarma ve Dayanıklılık Planı ve Portekiz 2030 Stratejisi'nin hedefleriyle tamamen bütünleşmiş durumda. Eylem Planı, kısa, orta ve uzun vadede sektörü daha fazla değer yaratacak şekilde dönüştürmeyi, GSYİH büyümesine ve daha adil bir servet dağılımına önemli ölçüde katkıda bulunmayı amaçlayan belirli ve ölçülebilir eylemlerden oluşuyor. Bu plan, 2027 yılına kadar 27 milyar avroyu aşan turist geliri hedefini belirliyor.

Eylem Planının hedef ve amaçlarına ulaşmak için çeşitli programlar başlatıldı, bunlar arasında şunlar yer alıyor:

- *Şirketler Turizm 360°*, veya şirketleri sürdürülebilirlik raporlaması yapmaya teşvik eden Tourism Companies 360°. Program, şirketlerin performansa dayalı ESG önlemlerini entegre etmeleri için teknik destek sağlar. Bu program, özel sektör ve bankacılık sistemiyle ortaklaşa geliştirilmiştir ve işletmelerin ESG performanslarını raporlamaları için özel bir platform (Forest) tarafından desteklenmektedir.

- Enerji verimliliği, su verimliliği ve atık yönetimine odaklanan zorunlu sürdürülebilirlik gerekliliklerini ve ayrıca sürdürülebilirlik kriterlerinin, Turizm Bakanlığı tarafından yönetilen turizme özgü finansman araçlarına dahil edilmesini içeren Turist Konaklama ve Yerel Konaklama ile ilgili Yürütme Kararnamelerinin revizyonu *Portekiz Turizmi*.
- Turizm Meslekleri Gündemi, nitelikleri, mesleklerin çekiciliğini ve profesyonel sayısını artırmaya yönelik 20 önlemden oluşan stratejik bir gündemdir. Çalışanları çekmek ve büyümeyi teşvik etmek için gündemde dört ana girişim vardır: yetenekleri çekmek ve elde tutmak, eğitim ve bilgiyi artırmak, benzer sektörler arasında ağlar oluşturmak ve çeşitliliği teşvik etmek.
- Turizm sektöründeki işçi açığını kapatmaya yardımcı olacak göç anlaşmaları. Portekiz yakın zamanda üye ülkeler arasında basitleştirilmiş vize rejimi aracılığıyla hareketliliği kolaylaştırmak için Portekizce konuşan ülkelerle bir anlaşma yaptı. Bu, sektörün ek boş pozisyonları doldurmasına yardımcı olacak.
- İç Bölgeler Turizm Gündemi, şirketlere yatırım yapacak, profesyonelleri nitelikli hale getirecek ve iç bölgeleri ve sunduklarını planlayacaktır (aşağıdaki kutuya bakınız).
- UNWTO ve INSTO Gözlemevleri ağıyla ortaklaşa olarak yedi bölgesel DMO'nun her birinde Bölgesel Turizm Gözlemevleri kurulması; üniversiteleri ve bilgi merkezlerini destinasyon yönetim birimlerine yakınlaştırmak.

2023'ün sonunda Portekiz yeni bir uluslararası pazarlama kampanyası başlattı, *#Bu turizm değil. Bu fütürizm..* Geleceğin turistinin değişen ihtiyaçlarını karşılamak için 12 Yeni Yıl kararı belirleyen ve insanları seyahat biçimlerini değiştirmeye teşvik etmeyi amaçlayan bir kampanyadır. Bu kampanya ulusal stratejiyle uyumludur ve herkesi Visit Portugal'a daha kapsayıcı, sürdürülebilir ve sorumlu bir turizme doğru dönüştürücü bir yolculukta katılmaya çağırır. *#Futourism* hareketi, geleceğin turistlerini seyahatlerini daha otantik ve sürdürülebilir deneyimlere dönüştürmeye davet ederek bölgeler, çevre ve topluluklar için olumlu bir etki yaratmaya çalışır.

### Portekiz'de turizmin coğrafi dağılımının teşvik edilmesi

2021'de toplam konaklama kapasitesinin %82'si ve toplam turist talebinin %90'ı Portekiz'in kıyı destinasyonlarında yoğunlaştı. Talebin bu dengesiz dağılımı, turizm sektöründe sürdürülebilir ve dengeli bir büyümeye ulaşmanın önünde engeller yaratıyor ve diğer iç bölgelerde ekonomik eşitsizliğe yol açıyor.

İç Bölgeler için Turizm Gündemi 2023'ün başlarında başlatıldı ve düşük yoğunluklu bölgelerin uyumu ve ekonomik kalkınması için bir katalizör görevi görecektir şekilde Portekiz'in iç kesimlerindeki turizm sektörünü canlandırmayı amaçlıyor. Bu Gündem, bölgeleri birbirine bağlamayı, kaynakları geliştirmeyi, şirketlere yatırım yapmayı ve yaklaşık 200 milyon avruluk bir paketle turizm teklifini amaçlayan girişimlerden oluşuyor.

2023'te, turizmi teşvik etmek için yatırımları artırmak amacıyla İçişleri ve Turizm Mikrokredi finansman hatları kullanıma sunuldu. Gelecekteki kredi hatları arasında ayrıca iç bölgelerde iş kurma ve genişletme için 35 milyon avro ve %80 faizsiz kredilere erişim sağlamak için tahsis edilen 50 milyon avro ve geri ödenmeyen fonların %30'una kadar bir gerçekleştirme primi yer alıyor. Şirketlerin uluslararasılaşması, istihdam, stajlar ve etkinlikleri desteklemek için ek önlemler de getiriliyor.

Operatörleri, kurumları ve toplumu harekete geçirmek amacıyla yurtiçi ve yurtdışı pazarlara yönelik iç destinasyonlara yönelik kampanyalar planlanıyor.

## İstatistiksel Profil

## Portekiz: Yurt içi, yurt içi ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm:</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	19 593	21 363	13 730	16 506	22 627
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	24 719	26 115	16 875	22 486	27 488
Oteller ve benzeri işletmeler	16 048	16 815	10 751	14 867	18 329
Diğer toplu işletmeler	5 741	6 047	4 293	5 140	6 082
Özel konaklama	2 930	3 252	1 831	2 479	3 077
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	16 186	17 283	4 208	6 345	16 308
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
İspanya	2 238	2 463	878	1 259	2 365
Birleşik Krallık	2 127	2 220	492	720	2 179
Fransa	1 851	1 816	518	841	1 742
Almanya	1 756	1 704	497	655	1 654
Hollanda	692	672	205	356	750
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	50 480	51 708	13 409	20 122	49 686
Oteller ve benzeri işletmeler	40 514	41 178	10 178	15 320	38 910
Diğer toplu işletmeler	3 586	3 581	1 486	1 974	3 999
Özel konaklama	6 380	6 948	1 744	2 828	6 777
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	2 486	3 100	680	1 012	4 897
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON AVRO</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	20 699	21 997	9 218	11 777	25 286
Uluslararası seyahat gelirleri	17 054	18 291	7 716	10 064	21 141
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	3 645	3 706	1 502	1 713	4 145
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	5 458	6 101	3 091	3 997	6 478
Uluslararası seyahat harcamaları	4 584	5 124	2 743	3 574	5 533
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	874	977	348	423	945

.. Müsait değil

1. Talep tarafı anketlerinden seyahatler; Arz tarafı anketlerinden geceler.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/5In382>

## Portekiz: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	138 776	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	133 793	..	..	..	..	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	39 212	107 590	115 803	103 555	101 416	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	71 882	267 477	283 438	262 340	257 573	..
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	18 583	54 617	..	..	..	..
Hava yolcu taşımacılığı	96	..	..	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	2	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	18 250	54 617	..	41 621	40 737	..
<b>Su yolcu taşımacılığı</b>	235	..	..	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	..	..	..	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	4 116	14 254	15 022	13 439	12 213	..
Kültür endüstrisi	..	..	..	..	..	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	..	..	..	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	4 983	..	11 116	10 664	10 575	..

.. Müsait değil

1. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/cdj74z>

## Portekiz: İç turizm tüketimi

Milyon EUR

	2020		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	6 562	8 593	16 847
Turizm karakteristik ürünleri	5 087	6 420	27 456
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	1 822	2 242	5 273
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	1 503	2 405	3 908
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	659	1 544	2 360
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	89	985	1 110
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	78	12	190
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	266	160	431
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	31	12	60
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	195	375	570
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	223	38	260
Kültürel hizmetler	25	72	252
Spor ve rekreasyon hizmetleri	485	108	603
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	370	12	393
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	1 476	2 173	3 745
Turizm bağlantılı ürünler	284	652	945
Turizm dışı tüketim ürünleri	1 191	1 521	2 800
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/sm7wjl>

## Slovak Cumhuriyeti

### Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Slovak Cumhuriyeti'nde bölgesel kalkınma için önemli bir kaldıraçtır ve ulusal ekonomi için stratejik bir sektör haline gelmiştir. 2021'de turizm doğrudan 1,4 milyar avro GSYİH veya ulusal GSYİH'nin %1,4'ünü oluşturdu; bu oran 2019'daki %2,8'den düştü. Turizm ekonomide 165.000 iş yarattı (2019'daki 185.000'den düştü). Seyahat ihracatı 2022'de 1,3 milyar avro idi ve toplam hizmet ihracatının %10,7'sini temsil etti; ancak pandemi öncesi %26 seviyesinden önemli ölçüde düşük kaldı.

Salgın sonrası Slovak Cumhuriyeti'ne gelen ziyaretçi sayısı toparlanıyor. 2023'te toplam ziyaretçi sayısı salgın öncesi seviyelerin %11 altında kalarak ticari konaklamada toplam 5,7 milyon yerli ve uluslararası turiste ulaştı. Slovak Cumhuriyeti, 2023'te ticari konaklamada 2,1 milyon uluslararası turist kaydetti; bu, 2022'ye kıyasla %31'lik bir artışa karşılık geliyor ancak yine de 2019 rakamlarının %16 altında. Önemli pazarlar Çekya (%34), ardından Polonya (%13) ve Almanya (%7). Yurt içi turizme gelince, 2023'te ticari konaklamada 3,6 milyon yerli turist kaydedildi ve bu, 2019 seviyelerinin %8,0 altında.

Slovak Cumhuriyeti, 2024 yılında uluslararası ziyaretçi sayısının biraz artacağını öngörüyor. Turizm talebinin 2026 yılına kadar 2019 seviyelerine dönmesi bekleniyor.

### Turizm yönetimi

Slovak Cumhuriyeti'nin yeni Turizm ve Spor Bakanlığı, turizm sorumluluklarını Ulaştırma Bakanlığı'ndan alarak Şubat 2024'te kuruldu. Turizm sorumlulukları, devlet politikası ve destinasyon yönetimi olmak üzere iki bölüme ayrıldı. Turizm ve Spor Bakanlığı, Slovakya'nın Yurt Dışında Sunumunu Koordine Etme Çalışma Grubu, Jeoparklar Ağı Departmanlararası Komisyonu, Etki ve Uyum Yönlendirme Grubu ve Mesleki Eğitim ve Öğretim Hükümet Konseyi Çalışma Grubu dahil olmak üzere turizmi etkileyen konularla ilgilenen çeşitli komitelere katılarak diğer bakanlıklarla iş birliği yapmaktadır.

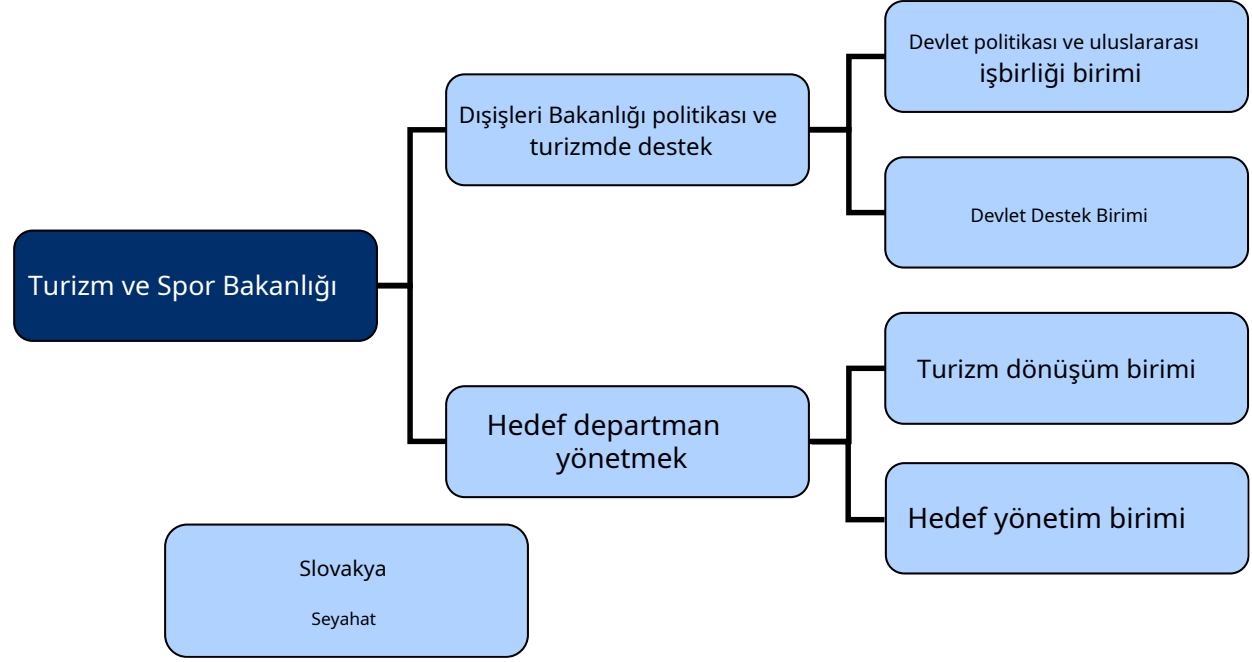
Bakanlık, Slovakia Travel'ı 2021 yılında turizm pazarlaması ve tanıtımından sorumlu Ulusal Turizm Örgütü ve bir turizm veri merkezi olarak kurdu. Başlıca turizm örgütlerinin temsilcilerinden oluşan Slovak Turizm Derneği, sektördeki iş birliğini teşvik ediyor ve yasal değişiklikler konusunda tavsiyelerde bulunuyor.

Yerel ve bölgesel düzeylerde, turizm dernekleri kalite iyileştirme, profesyonel eğitim ve en iyi uygulamaların paylaşılmasına katkıda bulunur. Slovak Cumhuriyeti ayrıca turizm sorumluluklarını sekiz bölge ve belediyeleveli özyönetim organlarına devreder. Yerel ve bölgesel destinasyon yönetim kuruluşları (DMO'lar) turizm ürünleri geliştirmekten ve tanıtım yapmaktan sorumludur. Slovak Cumhuriyeti'nde 39 yerel ve 8 bölgesel DMO vardır.

Turizm sektörüne doğrudan destek için bakanlık bütçesi 2023'te 9,2 milyon avro olarak belirlendi ve bu rakam 2022'deki 8,6 milyon avrodan artış gösterdi. Bu bütçe, esas olarak yerel ve bölgesel DMO'lara verilen sübvansiyonlar için tahsis edilmiştir.

Pazarlama, ürün geliştirme ve turizm altyapısı olmak üzere 2018 yılından bu yana istikrarlı bir şekilde artış göstermektedir. Turizm sektörüne yönelik ek finansman, Slovakya Seyahat bütçesini de içermektedir; bu bütçe, yurt içi ve yurt dışı pazarlara yönelik pazarlama kampanyaları ve tanıtım faaliyetleri için 2023 yılında 21 milyon Avro'ya ulaşmıştır.

#### Slovak Cumhuriyeti: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Turizm ve Spor Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024

### Turizm politikaları ve programları

Slovak Cumhuriyeti 2024'te 2035 Ulusal Sürdürülebilir Turizm Stratejisini sonlandırıyor. Yeni Strateji, turizmin rekabet gücünü artırmayı, potansiyelini daha iyi kullanmayı, bölgesel farklılıkları dengelemeyi ve yeni işler yaratmayı amaçlıyor. Turizm sektöründe dijitalleşmeyi, sosyal sürdürülebilirliği ve dayanıklılığı iyileştirmek için öncelikler ve hedefler belirliyor. Slovak Cumhuriyeti'nin yeni Turizm ve Spor Bakanlığı, turizm sektöründe sürdürülebilir kalkınma için önemli alanlara odaklanacak, bunlar arasında şunlar yer alıyor:

- Yeşil ve dijital dönüşüme hazır, rekabetçi bir turizm sektörü.
- Ziyaretçilere kaliteli konaklama imkânı ve yerel halka kaliteli yaşam kalitesi sunabilen dayanıklı destinasyonlar.
- İşlevsel ve esnek bir turizm yönetim modeli.

Slovak Cumhuriyeti, bölgesel turizm ofisleri, ulusal turizm kurulu, belediyeler ve özel kuruluşlar aracılığıyla ülke çapında yeni bilgi kanalları başlatacak. 2035 stratejisi kapsamında Slovak Cumhuriyeti ayrıca, özellikle AB ülkelerinde ulusal ve uluslararası paydaşlar arasında yeni turizm iletişim kanalları kuracak.

Slovak Cumhuriyeti'nde son zamanlarda uygulanan temel turizm programları ve girişimleri şunlardır:

- Ocak 2023'te gastronomi ve sağlık merkezleri, su parkları ve kayak merkezleri gibi seçilmiş eğlence hizmetlerinde Katma Değer Vergisi'nin (KDV) %20'den %10'a düşürülmesi.
- Tüm turizm paydaşlarını desteklemek amacıyla bir turizm fonu oluşturulması.

- Veri toplama ve veri paylaşımını iyileştirmek için bir eVisitor sistemi uygulamak. Bu girişim, ulusal güvenliği artırmak ve etkili vergi tahsilatını sağlamak için konaklama sağlayıcılarının kayıt memuru ve misafir verilerine daha iyi erişim sağlayacak, aynı zamanda turizm sektörünün dijitalleştirilmesini artırmaya ve yerel ve ulusal düzeyde yönetişimi ve karar almayı desteklemek için gerçek zamanlı veri toplamaya yardımcı olacaktır. Benzer girişimleri başarıyla uygulayan ortak ülkelerle iş birliği içinde yürütülen çeşitli uygulama aşamalarına sahip büyük ölçekli bir projedir (aşağıdaki kutuya bakın).

#### Slovak Cumhuriyeti'nde e-Ziyaretçi izleme sisteminin uygulanması

e-Ziyaretçi girişimi, ziyaretçi verilerini dışa aktarma yeteneklerine sahip harici bir ortamda yayınlayabilen bir veritabanı sistemi oluşturacaktır. Kamu Yönetimi Merkezi Kayıt Merkezi Referans Veri Bilgi Sistemi ile entegre olacak ve bir portal çözümü (kapsamlı kimlik yönetimi) ve bir analitik katman sağlayacak şekilde tasarlanacaktır.

e-Ziyaretçi sisteminin avantajları şunlardır:

- Konaklama bedellerinin tahsilatının dijitalleştirilmesine katkı sağlamak, tahsilat ve raporlamasını daha verimli hale getirmek;
- Konaklama sağlayıcıları üzerindeki idari yükün azaltılması;
- Slovak Cumhuriyeti'ndeki ziyaretlere ilişkin birleşik veri toplama ve ilgili bilgilerin gerekli ayrıntı düzeyinde (örneğin cinsiyet, uyruk, yaş) sağlanması;
- Mevcut veri tabanları aracılığıyla ihtiyaç duyulan verilerin çeşitli kurumlara entegre edilmesi;
- Ülke turizmini gerçek zamanlı verilerle anlamak için online raporlar oluşturmak.

e-Ziyaretçi girişimi için şu anda bir fizibilite çalışması hazırlanıyor ve finansman, planlama ve materyaller hala tartışılıyor. Çalışmanın amacı, önerilen projenin ekonomik, finansal ve uygulamanın yasal yönleri dahil tüm niteliklerini inceleyerek projenin bağımsız bir değerlendirmesini sağlamaktır. Bu bilgiler, 401/2023 sayılı Kararname uyarınca sonraki aşamalar için proje belgelerinin temelini oluşturacaktır. Girişimi desteklemek için bir Yönlendirme Komitesi oluşturuluyor. Ayrıca, kamu yönetimi bilgi sisteminin devletin erişebildiği bulut ortamlarına yerleştirilmesiyle ilgili iletişim de yapılıyor.

## İstatistiksel Profil

## Slovak Cumhuriyeti: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	3 340	3 958	2 356	2 149	3 541
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	3 340	3 958	2 356	2 149	3 541
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	9 819	11 453	7 443	6 704	9 984
Oteller ve benzeri işletmeler	9 501	11 047	7 054	6 340	..
Diğer toplu işletmeler	128	131	140	151	..
Özel konaklama	189	275	249	213	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	2 256	2 475	854	576	1 757
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	2 256	2 475	854	576	1 757
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Çek Cumhuriyeti	702	777	378	230	..
Polonya	226	240	116	59	..
Almanya	178	182	63	53	..
Macaristan	112	124	43	28	..
Avusturya	100	97	31	26	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	5 696	6 251	2 348	1 465	4 237
Oteller ve benzeri işletmeler	5 345	5 855	2 121	1 358	..
Diğer toplu işletmeler	214	193	123	67	..
Özel konaklama	138	203	104	41	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	8 321	9 669	1 996	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	5 313	5 971	1 180	..	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	3 008	3 699	815	..	..
En iyi destinasyonlar					
Çek Cumhuriyeti	1 060	1 281	323	384	..
Hırvatistan	440	423	122	309	..
İtalya	257	295	..	46	..
Avusturya	309	351	82	99	..
Macaristan	308	240	52	101	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON AVRO</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	2 817	2 996	1 162	1 001	1 427
Uluslararası seyahat gelirleri	2 710	2 861	1 132	941	1 291
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	107	134	31	59	135
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	2 403	2 501	1 171	1 313	2 278
Uluslararası seyahat harcamaları	2 225	2 313	1 111	1 257	2 135
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	178	188	61	56	143

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/20w46q>

## Slovak Cumhuriyeti: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	45 388	177 638	184 891	170 510	164 622	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	3 721	17 998	18 384	15 709	15 281	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	14 221	70 032	74 540	70 237	66 848	..
Yolcu taşımacılığı	2 853	26 476	26 635	25 317	24 748	..
Hava yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	570	1 402	1 501	1 488	1 452	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	1 386	3 327	3 386	2 538	2 296	..
Kültür endüstrisi	2 573	10 152	10 475	10 122	10 104	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	5 054	18 932	19 844	17 090	16 377	..
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	15 010	29 319	30 126	28 009	27 516	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

1. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/m0lekf>

## Slovak Cumhuriyeti: İç turizm tüketimi

Milyon EUR

	2021		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	1 383	565	3 028
Turizm karakteristik ürünleri	922	366	2 368
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	242	129	511
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	311	126	441
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	185	21	722
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	13	15	28
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	51	3	55
Kültürel hizmetler	10	6	180
Spor ve rekreasyon hizmetleri	50	27	161
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	28	19	47
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	34	22	225
Diğer tüketim ürünleri	461	199	660
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/sq2cil>

# Slovenya

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Slovenya ekonomisine önemli bir katkıda bulunmaktadır. Seyahat ihracatı, 2023'te toplam hizmet ihracatının %28'ini (veya yaklaşık 3,3 milyar avro) temsil etti ancak pandemi öncesi %33 seviyelerinin altında kaldı. Turizmle ilgili endüstriler 2023'te yaklaşık 69.600 kişiyi istihdam ederek toplam iş gücünün %7,4'ünü oluşturdu ve 2019'a kıyasla %0,5 arttı. Turizm, ulusal GSYİH'ye doğrudan katkısının 2019'daki %5,4'ten 2020'de %3,3'e düşmesinin ardından toparlanmaya devam ediyor.

2023 yılında Slovenya, ticari konaklama tesislerinde yaklaşık 4,7 milyon uluslararası ziyaretçi gördü ve bu sayı pandemi öncesi seviyelerin %99'unu temsil ediyordu. Slovenya'daki en büyük uluslararası kaynak pazarları Almanya (%15), İtalya (%11) ve Avusturya (%9) oldu. Uluslararası turizm, 2020'deki pandemi düşük seviyesine kıyasla %244 artışla yaklaşık 11,6 milyon gecelik konaklamaya karşılık geldi. Yurt içi turizm Slovenya'da güçlü bir performans sergiliyor. 2023 yılında ticari konaklama tesislerinde 1,5 milyon yurt içi turist ve yaklaşık 4,6 milyon gecelik konaklama kaydedildi ve 2020'den 2022'ye kadar yurt içi turizmdeki artışın ardından pandemi öncesi seviyelere dönüldü.

## Turizm yönetimi

Ekonomi, Turizm ve Spor Bakanlığı, turizm politikası ve uygulanmasından sorumlu hükümet organı olan Turizm Müdürlüğü ile 2022 yılında kuruldu. Turizm Müdürlüğü, Turizm Geliştirme Dairesi ve Turizmde İş Ortamı Dairesi olarak ayrılmıştır.

Bakanlık, turizmin daha iyi yönetişimine yönelik yasal çerçeveyi güvence altına alır ve turizm KOBİ'leri için iş ortamını canlandırır, kamu ve özel sektör paydaşları arasındaki işbirliğini teşvik eder ve turizm bütçesinin etkin yönetimini sağlar.

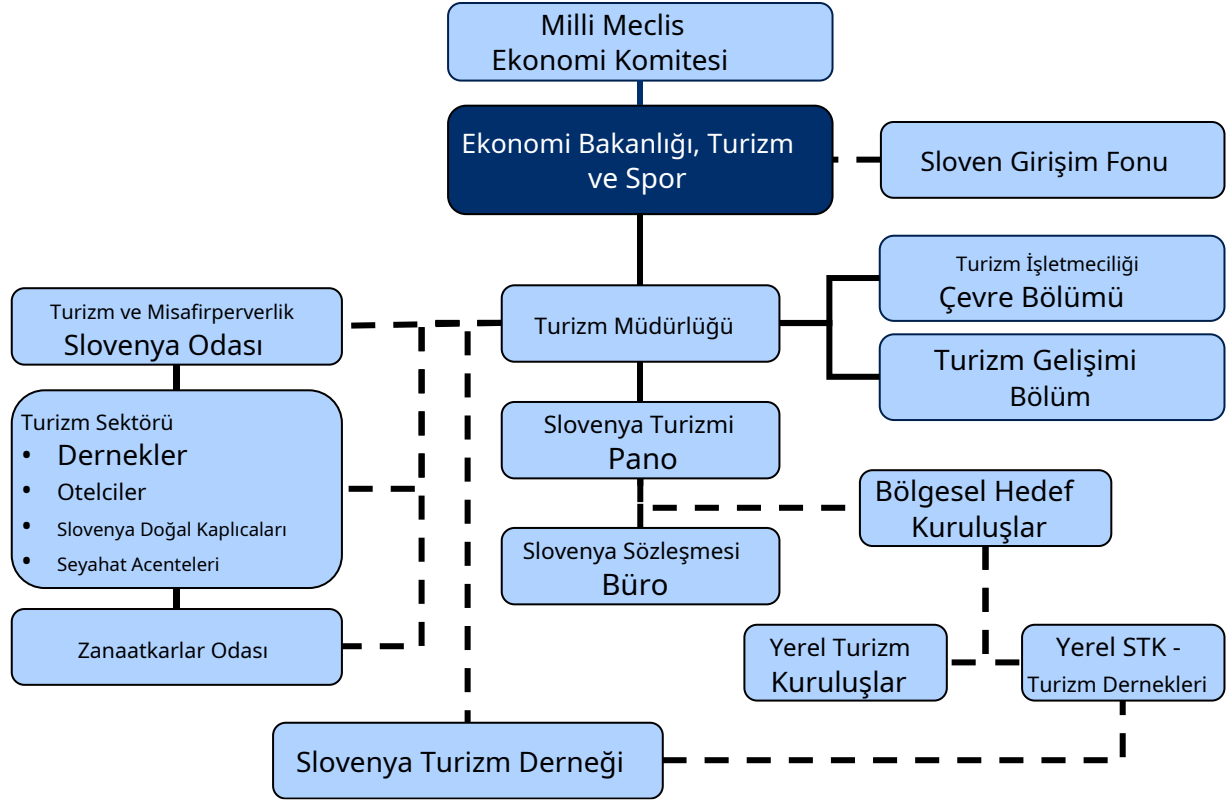
Bakanlık tarafından kurulan Turizm Konseyi, hükümet ve endüstri temsilcilerinden oluşur ve turizm politikasını koordine eden ana siyasi organdır. Bakanlık, Turist ve Yemek Hizmetleri Odası, Zanaatkarlar ve Girişimciler Odası ve Slovenya Turist Derneği ve turizm sektörünün diğer temsilcileriyle işbirliği yapar ve onlara danışır. Slovenya Turist Derneği, 600'den fazla yerel turizm derneğinden oluşan ulusal bir sivil toplum kuruluşudur.

Slovenya Turizm Kurulu, turizmin pazarlanmasından sorumlu bir kamu kuruluşudur. Slovenya'nın turistik ürünleri ve hizmetleri ile Slovenya turizminin sürdürülebilir gelişiminin artırılmasına yönelik program. Turizm Kurulu, turizm için ulusal turizm bütçesinden finanse edilen yıllık bir çalışma programı üzerinde hareket eder ve turizmin yeşil ve dijital dönüşümünü desteklemek için veri toplama ve paylaşma, araştırma ve anketler yürütme, turizm pazarlaması ve bilgi tanıtımı, ürün geliştirme ve turizm ekosisteminde ağ oluşturmayı destekleyerek destinasyon yönetimini güçlendirme ile ilgili program faaliyetlerinden sorumludur.

2023 yılında turizme ayrılan tüm Devlet turizm bütçesi 32,2 milyon avroya ulaştı ve bunun 17,7 milyon avrosu STB çalışma programının uygulanmasına tahsis edildi. 2023 yılı ulusal bütçesi

Slovenya Turizm Stratejisi 2022-28'in uygulanmasının bir sonucu olarak, bir önceki yıla kıyasla %65'lik bir artışı temsil etmektedir. Ayrıca AB, Ulusal Dayanıklılık ve Kurtarma Planı ve Slovenya için AB Uyum paketi kapsamında 2029'a kadar turizmin geliştirilmesine 217 milyon avro tahsis etmiştir.

### Slovenya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Ekonomi, Turizm ve Spor Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Slovenya Turizm Stratejisi 2022-28, pandemi sonrası bağlamda yeşil geçişe, dijitalleşmeye ve turistlerin ihtiyaç ve beklentilerindeki hızlı değişime uyum sağlama konusunda turizm destinasyonlarının ve turizm sağlayıcılarının karşılaştığı boşlukları ele almayı amaçlamaktadır. Strateji, ülkenin memnun turistler ve yerel halk için yüksek katma değerli yeşil bir butik destinasyon olma yönündeki temel stratejik hedefini teşvik etmektedir. Strateji beş sütundan oluşmaktadır:

- Güvenli, sürdürülebilir ve ilgi çekici deneyimler sunmak.
- Krizin etkilerinin azaltılması ve işletmelerin uyum sağlaması.
- Yeni tüketici ihtiyaçlarını ve yeni pazar segmentasyonunu anlamak.
- Dijital teknolojinin kullanımının en üst düzeye çıkarılması.
- İşletmeler, turistler ve yerel topluluklarla sürdürülebilir ilişkiler kurmak.

Strateji yeşil turizme odaklanıyor ve özellikle çevresel sürdürülebilirlik ve turizm karbon ayak izinin azaltılmasını vurguluyor. İşletmelerin ve destinasyonların yeşil dönüşümü, aşağıdakiler de dahil olmak üzere bir dizi program ve önlemlerle gerçekleştirilecek:

- Slovenya turizminin Slovenya Yeşili sertifikasyon sistemiyle Yeşil şeması. 2024'ün ilk yarısında, Slovenya Yeşili sertifikaları (ilk olarak 2015'te verildi) 60 destinasyon, 159 konaklama sağlayıcısı, 68 restoran, dört doğa parkı, dokuz turizm acentesi, 13 cazibe merkezi ve iki plaj için onaylandı. Slovenya Yeşili şeması ve yeşil ve sürdürülebilir göstergeler, amaca uygun olduklarından emin olmak için sürekli olarak revize edilmektedir.
- Yeni sürdürülebilir göstergeler setine göre yeşil sertifikasyon için yeni değerlendirme ve ölçüm yöntemleri tanıtılacak. Bunlar 2024 yılı sonuna kadar Ulusal Turizm Bilgi Merkezi'nde (NIS) tanıtılacak ve 2025 yılında daha geniş halkla paylaşılacak (aşağıdaki kutuya bakın).
- Bireysel varış noktalarının ve sağlayıcıların gerçek yeşil ilerlemesini izlemek için bir veritabanı oluşturulacaktır. Veritabanı, varış noktası gösterge panelleri aracılığıyla sağlayıcılar ve varış noktaları arasında karşılaştırma ve kıyaslama yapılmasına olanak tanıyacaktır.

Turizmde iş, iş ve kariyerlerin teşviki Slovenya için bir öncelik olmaya devam ediyor. 2023 yılında, Turizm İşgücü ve Kariyer Fırsatları Programı, Bakanlık, Turizm Kurulu ve özel sektör dernekleriyle işbirliği içinde uygulanıyor. Program kapsamında, I create experiences adlı özel bir kariyer portalı kuruldu. Portal, eğitim ve çiraklık fırsatlarını sunuyor, işveren teşvikleri, burslar, iş ilanları hakkında bilgileri bir araya getiriyor ve eğitim tanıtım etkinlikleri, kariyer fuarları ve kariyer yarışmaları gibi etkinliklerin bir takvimini içeriyor. Portal ayrıca, turizm veya otelcilikte kariyer seçen ve hem kişisel hem de profesyonel yaşamlarında başarılı olan başarılı bireylerin deneyimlerini de vurguluyor (bkz. Bölüm 2).

Turizmde Yenilik için Stratejik Kalkınma Ortaklığı ayrıca gençlerin misafirperverlik ve turizm için mesleki, ortaöğretim ve yükseköğretim programlarına kaydolmasını teşvik etmek için özel bir program uygulamaktadır. Program, turizm ve misafirperverlik profesyonellerinin hacmini artırmayı ve sektörün dayanıklılığını güçlendirmek için işgücü becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Program faaliyetleri, ileri eğitim, beceri geliştirme veya yeniden beceri edinmeyi düşünen gençlere ve ebeveynlerine, öğretmenlerine ve okul danışmanlık hizmetlerine yöneliktir. Program, turizm ekosistemine katılan temel kurumları ve faaliyetlerini teşvik eden ulusal My Slovenia kampanyasının çerçevesi altındadır.

### Slovenya'da Turizm İçin Ulusal Bilgi Merkezi

Yeni Ulusal Turizm Bilgi Merkezi (NIS), Slovenya hükümetinin dijitalleşme alanında öncülük ettiği yatay bir kalkınma politikasının parçasıdır. Slovenya Turizm Kurulu tarafından yönetilen bu devam eden proje, yerel, ulusal ve uluslararası turizmle ilgili verilerin toplanıp işleneceği, veri odaklı karar almayı sağlayacak ve kolaylaştıracak benzersiz bir veri merkezi oluşturmayı amaçlamaktadır. NIS, yeşil ve dijital geçişi hızlandırmaya ve Slovenya turizminin Yeşil Planını yükseltmeye odaklanacaktır.

Kapsamlı bir bilgi merkezinin uygulanması 2022'nin sonunda başladı ve 2025'in sonunda tamamlanması bekleniyor. Proje iki paralel aşamayı kapsıyor: (i) Sektörün sürdürülebilir geçişini teşvik etmek için tüm önde gelen Sloven turizm destinasyonlarındaki turizmin etkilerini ölçmek için modern bir dijital analitik aracın uygulanması; ve (ii) Önde gelen destinasyonlardaki turizm akışlarının ölçülmesi ve turizm gelişiminin coğrafi dağılımının daha sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi.

Veri kaynaklarının analizi, fonksiyonel özelliklerin hazırlanması, uygulama tasarımı ve NIS hub'ı için mimari şema içeren prototip geliştirme aşaması gerçekleştirildi ve 2023'te tamamlandı. Uygulama aşamasının 2024'te başlaması bekleniyor. Projenin karmaşıklığı nedeniyle, bilgi teknolojisi uzmanları, veri analitiği, yapay zeka ve makine öğrenimi uzmanları gibi çeşitli alanlardan uzmanlar uygulama aşamasına katılacak.

## İstatistiksel Profil

## Slovenya: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm:</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	1 508	1 528	1 849	2 171	1 933
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	4 519	4 405	5 850	6 457	5 507
Oteller ve benzeri işletmeler	3 934	3 815	4 983	5 630	4 808
Diğer toplu işletmeler	584	589	867	826	699
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	4 425	4 702	1 216	1 832	3 936
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
İtalya	599	597	159	162	434
Almanya	506	585	289	414	681
Avusturya	382	396	143	171	363
Hırvatistan	219	235	82	63	214
Hollanda	185	187	45	108	203
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	11 176	11 371	3 354	4 794	10 075
Oteller ve benzeri işletmeler	9 826	9 923	2 802	3 844	8 421
Diğer toplu işletmeler	1 350	1 448	552	950	1 654
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	5 409	6 049	1 892	3 030	4 727
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	3 188	3 170	1 138	2 123	3 161
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	2 221	2 879	754	907	1 566
En iyi destinasyonlar					
Hırvatistan	1 732	1 572	817	1 274	1 720
İtalya	236	289	87 ve	120	265
Avusturya	204	189	50 e	79 ve	117
Almanya	191	140	..	62 ve	78 ve
Bosna-Hersek	142	200	..	183	251
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON AVRO</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	2 870	2 998	1 279	1 726	3 021
Uluslararası seyahat gelirleri	2 704	2 843	1 237	1 685	2 972
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	166	155	41	41	49
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	1 585	1 583	838	1 206	1 761
Uluslararası seyahat harcamaları	1 483	1 500	805	1 173	1 733
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	103	83	33	33	28

.. Mevcut değil; e Tahmini değer

1. Kaynak: arz tarafı araştırması.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/6hm7t2>

## Slovenya: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	.	.	.	.	.	.
<b>Turizm endüstrileri</b>	30 298	68 150	69 253	62 058	66 354	68 096
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	9 606	17 570	17 796	14 251	16 396	16 616
Oteller ve benzeri işletmeler	5 126	10 235	10 378	8 870	10 871	9 623
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	7 437	25 322	26 106	22 588	24 693	25 354
Yolcu taşımacılığı	1 123	5 826	5 420	4 778	4 696	4 895
Hava yolcu taşımacılığı	142	736	302	291	312	296
Demiryolu yolcu taşımacılığı	1	C	C	C	C	C
Karayolu yolcu taşımacılığı	916	4 430	4 449	3 846	3 767	3 946
Su yolcu taşımacılığı	64	C	C	C	C	C
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	445	3 126	3 191	5 078	4 965	5 120
Taşıma ekipmanı kiralama	333	469	489	457	474	492
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	931	2 257	2 368	1 683	1 791	2 007
Kültür endüstrisi	6 240	8 197	8 372	8 263	8 278	8 310
Spor ve rekreasyon endüstrisi	4 183	5 383	5 511	4 960	5 061	5 302
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	.	.	.	.	.	.
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	.	.	.	.	.	.
<b>Diğer endüstriler</b>	.	.	.	.	.	.

.. Mevcut değil; c Gizli veriler

1. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/9lqtuj>

## Slovenya: İç turizm tüketimi

Milyon EUR

	2020		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	.	.	.
<b>Tüketim ürünleri</b>	1 326	1 506	2 908
Turizm karakteristik ürünleri	928	627	1 632
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	263	246	555
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	295	190	486
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	189	55	244
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	.	.	.
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	.	.	.
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	.	.	.
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	.	.	.
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	.	.	.
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	.	.	.
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	27	12	39
Kültürel hizmetler	70	11	112
Spor ve rekreasyon hizmetleri	84	112	197
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	.	.	.
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	.	.	.
Diğer tüketim ürünleri	398	879	1 277
Turizm bağlantılı ürünler	.	.	.
Turizm dışı tüketim ürünleri	.	.	.
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	.	.	.

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/5uqx3d>

## İspanya

### Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, İspanya ekonomisinin önemli bir sektörü ve sosyo-ekonomik kalkınmanın olağanüstü bir itici gücüdür. 2022'de turizm, toplam iş gücünün %12,9'unu temsil eden 2,6 milyon kişiyi istihdam etti ve 2019'un yalnızca %1,5 altında kaldı. Seyahat ihracatı, 2022'de toplam hizmet ihracatının %44'ünü temsil etti ve hala pandemi öncesi %51 seviyesinin altında, ancak 2020'deki pandemi düşük seviyesi olan %21'in önemli ölçüde üzerinde. Turizm, turizmin GSYİH'ye doğrudan katkısını 2019'daki %12,4 veya 155 milyar avrodan 2020'de %5,5'e düşüren COVID-19 pandemisinin etkilerinden sonra hala toparlanıyor.

2023 yılında uluslararası turist varışları, 2019'daki 83,5 milyon uluslararası varıştan %1,8 artarak 85,0 milyona ulaştı. Uluslararası turist harcamaları, 2022'ye kıyasla %25 artarak 108,8 milyar avroya ulaştı. 2023'teki en büyük üç kaynak pazar Birleşik Krallık (17,3 milyon varış, 2022'ye kıyasla %14,2 artış), Fransa (11,8 milyon varış, 2022'ye kıyasla %16,5 artış) ve Almanya (yaklaşık 11 milyon varış, 2022'ye kıyasla %12,5 artış) oldu. Yurtiçi turizm toparlanmaya devam etti ve 2022'de 124,5 milyon yurtiçi turist varışı, 2021'e kıyasla %15,6 arttı. Ancak yine de 2019'daki 137,2 milyon yurtiçi turist seviyesinin altında kalmaya devam ediyor.

### Turizm yönetimi

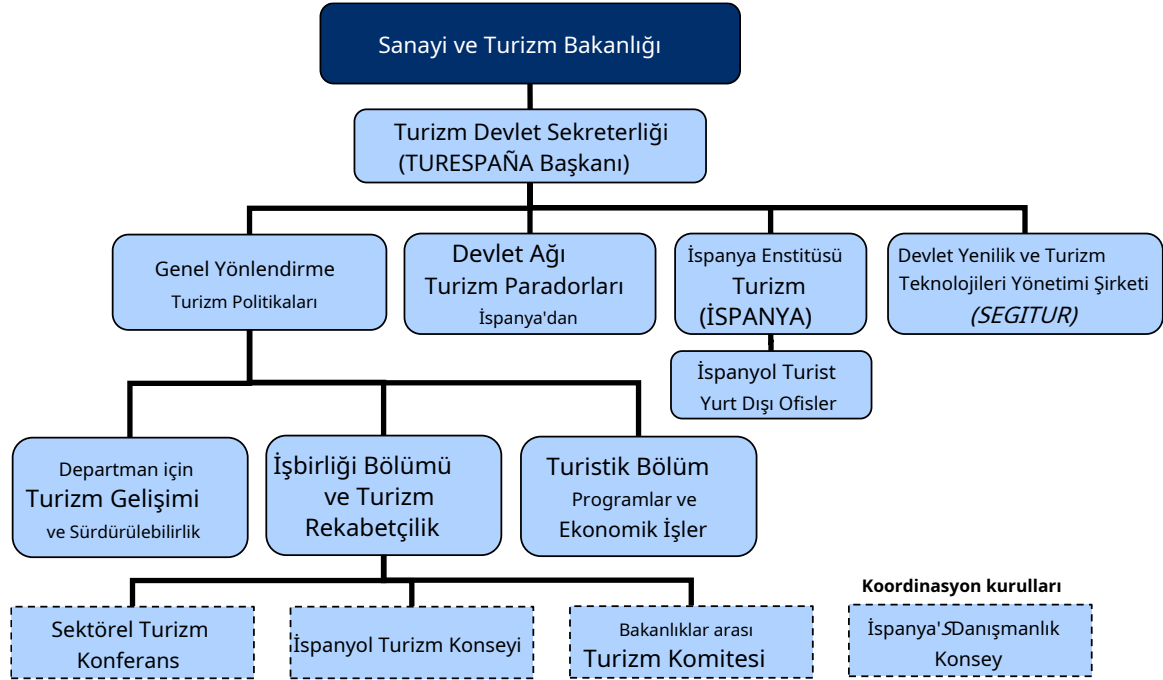
Sanayi ve Turizm Bakanlığı 2018'den beri turizmden sorumludur. Devlet Turizm Sekreterliği ve Turizm Politikaları Genel Müdürlüğü, merkezi hükümetin sorumluluğu kapsamında turizm politikasını tanımlamak, geliştirmek, koordine etmek ve uygulamaktan sorumludur ve ayrıca ulusal ve uluslararası düzeyde ilgili kurumlardır. Devlet Sekreterliği ulusal düzeyde üç kuruluşu koordine eder. Turizm teknolojisinin inovasyonu ve yönetimi örgütü olan SEGITTUR, hem kamu hem de özel sektörde İspanyol turizm endüstrisinde yeni teknolojilerin geliştirilmesinden sorumlu bir kamu sektörü kuruluşudur. Turizmin tüm yönlerinin rekabet gücünü, kalitesini ve sürdürülebilirliğini artırmak için teknoloji, bilgi ve inovasyonu araştırır ve yönetir. Turespaña, İspanya'nın yurtdışında uluslararası turizm pazarlamasını ve tanıtımını yapmaktan sorumlu, Bakanlığa bağlı özerk bir kuruluştur. Mutabık kalınan pazarlama planının uygulanmasını destekleyen 33 uluslararası turizm ofisinden oluşan bir ağ kullanır. Paradores de Turismo, tarihi yerler, milli parklar veya korunan alanlarda bulunan 97 işletmeden oluşan devlete ait bir otel ağı işleten bir kamu şirkettir.

Merkezi ve bölgesel idareler ile özel sektör arasındaki koordinasyon mekanizmaları, farklı İspanyol turizm politikalarının karar alma ve koordinasyonunda önemli bir rol oynar. Bu organların belirli bir bütçesi veya personeli yoktur. Hepsinin başkanlığını Bakan veya sekreterlik hizmetleri sağlayan Turizm Devlet Sekreterliği yapar. Sektörel Turizm Konferansı, Turizm Bakanı tarafından yönetilen, merkezi hükümet ve özerk bölge temsilcilerini bir araya getirerek temel turizm politikalarını ve düzenlemelerini tartışan bir meslektaş, danışma ve yürütme koordinasyon organıdır. İspanyol Turizm Konseyi, her düzeydeki turizm otoritelerini ve özel sektör paydaşlarını bir araya getiren bir danışma organıdır. Turizm Bakanlıklar Arası Komitesi, ulusal bakanlıklardan temsilcileri içerir

turizmle ilgili konulardan sorumludur. Kamu ve özel sektörden 11 üyeden oluşan Turesspaña Danışma Konseyi, İspanya'yı yurtdışında pazarlamak için stratejilerin tanımlanmasına ve uygulanmasına yardımcı olur.

Turizm Devlet Sekreterliği'nin 2024'te 1,08 milyar avroluk genel bütçesi vardı ve bunun %75'i Turizm için Kurtarma, Dönüşüm ve Dayanıklılık Planı'nın devam eden uygulamasını desteklemek için Next Generation EU ve Avrupa Kurtarma Fonu tarafından finanse edildi. Kalan 270 milyon avro Kamu genel bütçesinden geliyor.

#### İspanya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Sanayi ve Turizm Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

## Turizm politikaları ve programları

İspanya'nın rekabet gücünü ve dayanıklılığını artırarak turizm sektörünü dönüştürmek ve modernize etmek gibi temel bir hedefi vardır. Genel amaç, COVID-19 öncesi seviyelere geri dönmek ancak aynı zamanda daha sürdürülebilir, çeşitlendirilmiş ve karlı bir turizm modeli oluşturmaktır. İyileşmeyi desteklemek için politika girişimleri dört ana sütuna ayrılmıştır: turizm sürdürülebilirliği üzerine eylemler, dijitalleşmeyi ve yeni zekayı teşvik etme, Kanarya ve Balear Adaları ile özerk Ceuta ve Melilla şehirleri için bir Turizm Dayanıklılığı Stratejisi ve rekabet gücünü artırma eylemleri.

İspanya, inovasyon, enerji verimliliği ve yeşil dönüşüme yatırımları teşvik etmenin yanı sıra araştırmayı destekleyen politikaların etkinliğini artıran bir dizi stratejik alan tanımladı. Diğer eylemler arasında ekonomiyi sürdürmek, istihdamı ve beceri gelişimini desteklemek, dijital öğrenmeye erişimi iyileştirmek ve daha geniş dijitalleşme yer alıyor. Turizm Sürdürülebilirlik Stratejisi, turizmin çevresel, sosyo-ekonomik ve bölgesel sürdürülebilirliğini güçlendirmeyi hedefliyor ve şunları teşvik etmek için turist destinasyonlarını, sosyal ortakları ve özel operatörleri hedefliyor:

- Yeşil dönüşüm – Çevresel restorasyon, korunan doğal alanların yönetimi ve kamusal kullanımı, turizm sertifikasyon sistemlerinin uygulanması, döngüsel ekonomi önlemlerinin uygulanması ve bisiklet/ yürüyüş yollarına yatırım yapılmasına yönelik eylemler.

- Enerji verimliliği – binalarda, kamusal altyapı ve hizmetlerde CO2 emisyonlarını azaltmaya, çevre teknolojilerini uygulamaya ve kentsel çevreleri iyileştirmeye yönelik eylemler.
- Dijital dönüşüm – turistlere yönelik hizmetlerin destinasyonlarda dijitalleştirilmesi, destinasyonların dijital ayak izinin geliştirilmesi ve turizm talebi yönetiminin iyileştirilmesine yönelik eylemler (aşağıdaki kutuyu inceleyin).
- Rekabet dönüşümü – Kültür, doğa, gastronomi, geleneksel el sanatları ve endüstriyel turizm hizmetleriyle ilgili yeni turizm ürünlerinin geliştirilmesi yoluyla yerel turizm altyapılarının iyileştirilmesi ve istihdam yaratılmasının teşvik edilmesi.

İspanya, 2022 yılında Turizm için Kurtarma, Dönüşüm ve Dayanıklılık Planı çerçevesinde tarihi miras binalarını rehabilite etmek için çok yıllık bir program başlattı. 2024 bütçesi 208 milyon avrodur.

Yarımada dışı bölgeler (Kanarya ve Balear Adaları ile Ceuta ve Melilla) için Turizm Dayanıklılık Stratejisi, bu bölgelerin uluslararası pazarlardaki değişikliklere uyum sağlama kapasitelerini ve rekabet güçlerini artıracaktır. Bu bölgesel stratejiler ulusal hükümet tarafından onaylanmıştır ve kamu altyapısına yatırım, çevre yönetimi ve atık artıtımı, kamu hizmetlerinin güçlendirilmesi, turizm sektörüyle bağlantılı eğitim (özellikle gençlik eğitimi), alternatif turizm ürünlerinin geliştirilmesi, bu bölgelerin bağlantısını kolaylaştıracak teşvikler ve turizm şirketlerinin yoğun sezon dışında faaliyet göstermesi ve Sürdürülebilir Turizm Stratejisi ile uyumlu yeni turizm ürünlerinin geliştirilmesini içermektedir. İspanya ayrıca ülke genelinde rekabet gücünü artırmak için belirli eylemler uygulamaktadır. Sektörel Konferans, 2022-23'te gastronomi ve şarap kurdu.

Turizm sektörünün rekabet gücünü modernize etme ve artırma planının bir parçası olarak, Ulusal Gıda ve Şarap Turizmi Planı, sağlıklı yeme ve içmeyi mümkün kılan bilgi, beceri, sanat ve el sanatlarını bölge genelinde sürdürülebilir ve bütünleşik turizm deneyimlerine dönüştürmeyi amaçlamaktadır. Ulusal Plan şunlar etrafında yapılandırılmıştır: gıda ve şarap destinasyonları (51,4 milyon Avro), İspanya Turizm Deneyimleri Programı (10 milyon Avro ve ek eylemler için 5 milyon Avro) ve uluslararası bir tanıtım programı (2,2 milyon Avro). Hedefleri, ürün, süreç ve kültür etrafında geliştirilerek tüm değer zinciri şu şekilde dahil edilmiştir: (i) destinasyon sürdürülebilirlik planlarını finanse ederek İspanyol gıda ve şarap destinasyonlarını tanıtmak; (ii) sürdürülebilir ve çeşitli gastronomi turizmi deneyimleri oluşturmak; (iii) gıda ve şarap turizmi değer zincirindeki çalışanların eğitimini iyileştirmek, dijital becerilerini ve sürdürülebilirliğini artırmak; (iv) İspanyol gastronomi kavramına anlam kazandıran mevcut uygulamaları erişilebilir ve açık bir alanda toplayarak farklı bir mesaj üretmek ve ülkedeki diğer girişimlere ilham verecek hikayeler oluşturmak ve (v) gastronomi ve şarabın İspanya'nın yurtdışında turizm tanıtımında bir temel olarak kullanımını derinleştirmek.

### Dijitalleştirme ve İstihbarat Programı

Dijitalleştirme ve Zeka Programı, destinasyonların ve turizm sektörünün turistlere birlikte çalışabilen kamu ve özel hizmetler sunan akıllı destinasyon platformları geliştirmesini sağlamayı amaçlamaktadır. Bu, bir Turist Zeka Sisteminin geliştirilmesi ve İspanyol Akıllı Destinasyonlar Ağı'nı güçlendirmek için bir dizi girişimle tamamlanacaktır. Eylemler, yapay zekaya dayalı dijital çözümleri destekleyecek ve endüstriyel veri alanlarının geliştirilmesi ve turizm sektöründe dijital inovasyonun teşviki için finansman sağlayacaktır.

İspanya, İspanyol Akıllı Destinasyonlar Ağı'ndaki turizm destinasyonlarında ve Turizm için Kurtarma, Dönüşüm ve Dayanıklılık Planı'nın bir parçası olarak turizm şirketlerinde dijitalleşmeyi teşvik etmek için projelere ortak fon sağlıyor. İspanya, 2024'te turizm işletmelerinde yapay zekayı uygulamak için 104 milyon avro ve turist destinasyonlarında akıllı platformların geliştirilmesini teşvik etmek için 96 milyon avro harcamayı bekliyor.

## İstatistiksel Profil

## İspanya: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	425 452	394 810	235 089	320 698	330 698
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	139 931	137 191	74 750	107 727	124 490
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	285 521	257 619	160 340	212 971	206 207
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	507 739	510 938	353 020	441 404	490 028
Oteller ve benzeri işletmeler	90 648	93 696	38 001	67 638	92 607
Diğer toplu işletmeler	35 713	33 081	23 661	32 199	35 801
Özel konaklama	381 378	384 161	291 358	341 567	361 620
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	124 456	126 170	36 410	51 631	104 968
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	82 808	83 509	18 933	31 181	71 659
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	41 647	42 661	17 477	20 451	33 309
En iyi pazarlar					
Birleşik Krallık	18 524	18 012	3 150	5 823	15 122
Fransa	11 415	11 158	2 391	5 209	10 096
Almanya	11 293	11 147	3 888	4 303	9 769
İskandinav Ülkeleri	5 804	5 530	1 175	2 049	4 291
İtalya	4 389	4 535	947	1 840	4 011
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	616 715	594 018	147 986	253 985	537 612
Oteller ve benzeri işletmeler	287 884	287 764	57 065	108 424	257 976
Diğer toplu işletmeler	35 599	34 093	7 942	14 832	32 029
Özel konaklama	293 233	272 161	82 979	130 729	247 607
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	19 750	20 097	5 610	7 557	16 087
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	16 424	17 126	4 314	6 032	13 589
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	3 326	2 971	1 296	1 525	2 498
En iyi destinasyonlar					
Fransa	2 410	2 560	691	1 102	2 500
Portekiz	2 282	2 355	796	1 066	1 777
İtalya	1 860	1 895	328	761	1 614
Birleşik Krallık	1 465	1 487	332	218	1 081
Andora	851	860	441	555	646
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON AVRO</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	69 168	71 202	16 202	29 198	69 219
Uluslararası seyahat gelirleri	69 168	71 167	16 203	29 198	69 219
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	22 395	24 813	7 573	10 667	20 816
Uluslararası seyahat harcamaları	22 395	24 813	7 572	10 667	20 816
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/ef2863>

## İspanya: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
	2022	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	694 734	2 604 899	2 673 520	2 333 736	2 367 560	2 633 751
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	200 538	409 208	407 804	318 697	317 858	417 499
Oteller ve benzeri işletmeler	17 635	361 444	360 134	276 236	271 613	368 052
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	265 992	1 298 528	1 307 576	1 113 390	1 144 229	1 222 867
Yolcu taşımacılığı	64 833	281 328	317 596	288 436	265 383	281 952
Hava yolcu taşımacılığı	235	43 196	52 334	44 275	46 061	50 338
Demiryolu yolcu taşımacılığı	90	26 791	24 794	21 709	27 098	21 259
Karayolu yolcu taşımacılığı	63 709	199 190	231 537	213 837	185 814	204 206
Su yolcu taşımacılığı	799	12 151	8 932	8 613	6 410	6 148
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	24 657	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	9 148	215 580	232 442	242 114	255 530	279 087
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	17 136	78 698	70 119	63 124	66 315	69 310
Kültür endüstrisi	51 572	112 674	115 887	105 101	102 125	115 641
Spor ve rekreasyon endüstrisi	60 858	208 884	222 096	202 875	216 121	247 395
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/m0i8c2>

## İspanya: İç turizm tüketimi

Milyon EUR

	2021		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	55 321	34 992	107 219
Turizm karakteristik ürünleri	46 808	23 415	87 129
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	16 298	10 755	41 125
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	17 125	4 516	21 721
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	5 870	2 031	9 472
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	3 038	1 183	5 182
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	983	169	1 392
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	1 294	640	2 101
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	556	39	798
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	89	638	728
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	4 042	217	4 423
Kültürel hizmetler	727	2 407	3 514
Spor ve rekreasyon hizmetleri	2 656	2 852	6 145
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	..
Diğer tüketim ürünleri	8 513	11 577	20 090
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	8 513	11 577	20 090
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/fc72r9>

# İsveç

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, İsveç ekonomisi için önemli bir ekonomik itici güçtür, ancak ardışık krizlerden önemli ölçüde etkilenmiştir. 2021'de turizm, 2019'daki %2,4'e kıyasla 105 milyar SEK veya GSYİH'nin %1,9'una katkıda bulunmuştur. 2021'de turizmde ortalama 101.000 kişi istihdam edilmiş olup, bu da 94.303 tam zamanlı işe denk gelmektedir. Bu, bir önceki yıla göre %3,4'lük bir düşüş ve 2019'daki seviyenin %18,9 altındadır. Seyahat ihracatı toparlanıyor ve 2022'de 91,4 milyar SEK veya toplam hizmet ihracatının %9,4'üne ulaşıyor. Hizmet ihracatındaki turizm payı 2020'ye kıyasla artarken (%6,2 hizmet ihracatı), pandemi öncesi %11,8 seviyesinin altında kalmıştır.

İsveç, 2023'te ticari konaklama tesislerinde 16,5 milyon uluslararası turist gecesini kaydetti. Bu, 2022'ye göre %11,3'lük bir artış ancak yine de 2019 seviyelerinin %1,2 altında. Artan yaşam maliyeti, pandemi öncesi seviyelere tam olarak geri dönmeye önünde bir engel olarak görülüyor. 2023'teki üç ana kaynak pazar Almanya (%5), Norveç (%5) ve Danimarka (%3) idi.

Yurt içi turizm 2023 yılında bir önceki yıla göre %1,9 düşüş gösterdi ve ticari konaklama tesislerinde 51,4 milyon yurt içi geceleme kaydedildi. Bu rakam 2019 seviyelerinin %3,2 üzerinde.

## Turizm yönetimi

İsveç Ekonomik ve Bölgesel Büyüme Ajansı, Tillväxtverket, ulusal düzeyde turizmden sorumludur. Visit Sweden, İsveç'i uluslararası alanda bir turizm destinasyonu olarak pazarlayan hükümet kuruluşudur. Her iki kuruluş da İklim ve Girişimcilik Bakanlığı'na rapor verir.

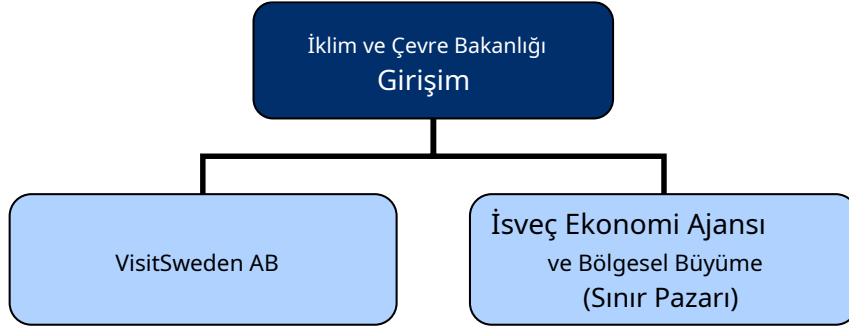
Tillväxtverket, turizm sektörünün gelişimini ve girişimciliğini desteklemek için bilgi tabanlı girişimler ve faaliyetler geliştirir, uygulamalar ve destekler. Ajans ayrıca turizm ve İsveç ekonomisi üzerindeki etkileri hakkında bilgi üretimi ve yayılımı da dahil olmak üzere resmi turizm istatistiklerinden sorumludur. Turizmle ilgili diğer devlet kurumlarıyla iş birliği yapar.

Bölgesel bir turizm ağı bölgesel düzeyde kurulur, organize edilir ve yönetilir. Ağ, endüstri örgütleri ve ulusal paydaşlarla iletişim ve iş birliği için önemli bir araçtır. Turizm birçok belediye ve bölgede önceliklidir ve gündemin en üst sıralarında yer alır. Yerel ve bölgesel yönetimler için bir şemsiye örgüt olan İsveç Yerel Yönetimler ve Bölgeler Birliği, diğer faaliyetlerin yanı sıra ağ oluşturma platformları, bilgi raporları ve konferanslar aracılığıyla onlara destek ve hizmetler sunar.

İsveç Büyükelçilikleri, İsveç'i yurtdışında tanıtmada merkezi bir rol oynar. İsveç Enstitüsü, bu büyükelçiliklerle işbirliği yaparak, İsveç'e yönelik uluslararası olumlu ilgi ve güveni teşvik etmek için bir İsveç Takımı grubu koordine eder. Dış ticaret stratejisiyle uyumlu olarak, amaçları İsveç'in inovasyon, bilgi ve ticarete küresel bir lider ve stratejik ortak olarak konumunu güçlendirmektir. Visit Sweden'in görevi, İsveç'i yurtdışında tanıtmaya çalışmalarının bir parçasıdır.

Visit Sweden'a 2023 yılında 105 milyon SEK tahsis edilirken Tillväxtverket'e turizm faaliyetleri için ek bütçe tahsis edilmedi. Bölgesel ve AB fonları aracılığıyla turizme önemli kaynaklar da tahsis edildi.

### İsveç: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, İklim ve Girişimcilik Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

İsveç turizmi için uzun vadeli strateji eski hükümet tarafından Ekim 2021'de sunuldu. Resmen yürürlükten kaldırılmadı ancak artık aktif olarak kullanılmıyor. Parlamento tarafından 2022'de yeni bir turizm politikası hedefi kabul edildi ancak Ocak 2024'te resmen yürürlükten kaldırıldı. Turizm politikası artık ekonomik politika hedefinin bir parçası. İsveç hükümeti ve turizm sektörü, kapsamlı bir stratejinin olmamasına rağmen sektörü yeniden inşa etmeye ve canlandırmaya kararlı. İsveç'in şu anda turizmi destekleyen birkaç girişimi var.

Daha sağlam turizm verileri ve istatistikleri geliştirmeye yardımcı olmak için Ekonomik ve Bölgesel Büyüme ajansına 2021 ve 2022'de veri ve istatistikler için 150 milyon SEK tahsis edildi ve sürdürülebilir turizme geçiş desteklendi. Fon, veriler ve istatistikler için daha iyi modeller oluşturmak, sürdürülebilir turizmi ölçmek için göstergeler için önerilerde bulunmak, doğa temelli turizme özel odaklanan ürünler geliştirmek, dijitalleşmeyi güçlendirmek ve sakinler ve ziyaretçiler için çekici yerler geliştirmek için yöntemler oluşturmak için kullanıldı. Turizm verilerini iyileştirme çabalarının bir parçası olarak İsveç, ödeme kartı işlem verileri konusunda bir İskandinav iş birliğine öncülük ediyor (aşağıdaki kutuya bakın).

2021 ile 2024 yılları arasında, İsveç genelindeki yaklaşık 40 projeye, yürüyüş ve dağ bisikleti parkurları gibi kırsal alanlarda rekreasyon ve turizm için altyapı yatırımlarını desteklemek üzere 100 milyon SEK dağıtılacak. Bu program, sakinlere, ziyaretçilere ve işletmelere fayda sağlayan daha fazla ve daha iyi parkurlarla sonuçlanacak.

Smarter Together platformu, Ekonomik ve Bölgesel Büyüme Ajansı, Visit Sweden ve İsveç bölgeleri ile iş birliği içinde yaratıldı ve destinasyonlar, yerel yönetimler ve bölgeler için daha iyi kapasite oluşturmayı hedefliyor. 2023'te platform, hem kamu sektöründe hem de turizm sektöründe becerilere ve eğitime, ulaşım, bilgi paylaşımına ve inovasyona odaklandı.

İşgücü ve beceri eksikliği, İsveç turizm işgücünün dörtte birinin COVID-19 salgını sırasında diğer sektörlerle geçmesiyle turizm için acil bir sorun ve hükümet için bir öncelik haline geldi. Bu kısmen geri getirildi. Ancak turizm sektörü için bir zorluk olmaya devam ediyor. Tillväxtverkets, sorunu analiz eden sekiz rapor yayınladı ve işe alım potansiyelinin büyük ölçüde şu anda işgücü piyasasının dışında olanlarda yattığı sonucuna vardı.

Pandemi ayrıca doğa ve açık hava turizmine olan ilginin artmasına yol açtı ve bu ilgi artmaya devam etti. Bu segmenti tanıtmak ve güçlendirmek için yapılan girişimler arasında, doğa turizmindeki eğilimler, geliştirme fırsatları ve hedef pazarlar hakkında içgörüler sağlayan bir rapor ve makalelerin üretimi yer aldı. Bu rapor çeşitli paydaşlara dağıtıldı. Tillvxtverkets ayrıca doğa turizmi şirketleri ve bölgesel tanıtım aktörleri için 2022'de Adventure Travel World Zirvesi'ne katılımı finanse etti.

#### İsveç ve İskandinav lkeleri için daha iyi ve daha ayrıntılı turizm verileri

İsveç, deme kartı işlem verilerini (Visa ve Mastercard) kullanarak verileri ulusal Turizm Uydu Hesabı'na (TSA) entegre etmek için bir İskandinav iş birliği projesine öncülük ediyor. Bu yöntem, turizm verilerinin daha kesin tahminini ve ayrıntılılığını sağlar ve daha düşük maliyetle daha kısa teslimat süresine olanak tanır. şu anda kullanılan manuel anketler, bölgesel düzeyde turizmden kaynaklanan ekonomik etkileri ölçmek için yeterli değildir. Bu proje, turizme yeni bakış açıları getirmek için büyük verileri kullanır.

Sürdürülebilir bir turizm gelişimini ve paydaş sistemindeki tüm düzeylerde turizm sektörünün yeşil dönüşümünü desteklemek için kanıta dayalı kararlar almak için doğru verilere de ihtiyaç duyulmaktadır. Nordic iş birliği projesi ayrıca, Turizm Sürdürülebilirlik Uydusu Hesabı'nın (Turizm Uydusu Hesabı ile evresel Ekonomik Muhasebe Sistemi'ni birbirine bağlayan) uygulanması gibi sürdürülebilir bir turizm politikası geliştirme için gereken istatistik ve verileri de ele almaktadır.

2022 yılında başlatılan proje için 2024 yılı sonuna kadar finansman sağlanacak ve 2025 yılına kadar İskandinav ülkelerinden daha fazla finansman sağlanarak yeni TSA modelinin 2026 yılına kadar İskandinav lkelerinde tam olarak faaliyete geçmesi hedefleniyor.

## İstatistiksel Profil

## İsveç: Yurt içi, yurt içi ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm<sup>1</sup></b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	55 880	56 171	128 792	122 669	143 700
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	35 686	36 891	49 831	51 185	62 334
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	20 194	19 280	78 961	71 484	81 366
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	47 852	49 849	38 122	46 946	52 420
Oteller ve benzeri işletmeler	33 075	34 712	23 135	29 742	35 931
Diğer toplu işletmeler	12 096	12 483	12 235	13 790	13 027
Özel konaklama	2 681	2 654	2 752	3 414	3 462
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	7 440	7 616	1 957	2 990	6 629
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	17 310	17 504	5 173	7 266	15 333
Oteller ve benzeri işletmeler	11 720	11 716	3 851	4 846	9 859
Diğer toplu işletmeler	3 949	4 246	577	1 659	4 104
Özel konaklama	1 642	1 541	746	761	1 371
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	19 939	19 061	6 081	7 615	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	18 855	18 000	4 225	5 767	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	1 084	1 061	1 856	1 848	..
En iyi destinasyonlar					
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON SEK</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	102 581	104 222	44 529	58 683	106 341
Uluslararası seyahat gelirleri	87 027	86 948	40 055	52 362	91 407
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	15 554	17 274	4 474	6 321	14 934
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	159 621	162 002	62 585	79 524	145 970
Uluslararası seyahat harcamaları	136 477	135 876	56 826	72 242	125 067
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	23 144	26 125	5 759	7 282	20 903

.. Mevcut değil; | Seride kopukluk var

1. Talep anketlerinden elde edilen seyahatler; Arz anketlerinden elde edilen geceler.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/ltb8kh>

## İsveç: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	116 286	116 278	97 650	94 303	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	..	73 590	73 076	65 183	61 882	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	..	30 592	28 987	23 657	25 201	..
Oteller ve benzeri işletmeler	2 160	..	..	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	..	18 411	17 809	15 003	15 489	..
Yolcu taşımacılığı	..	12 400	12 894	13 123	8 932	..
Hava yolcu taşımacılığı	..	4 341	4 719	7 594	3 757	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	2 779	1 958	2 101	2 169	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	3 486	3 491	2 720	2 273	..
Su yolcu taşımacılığı	..	1 794	2 726	708	733	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	..	818	987	1 013	924	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	..	6 922	7 796	7 625	7 058	..
Kültür endüstrisi	..	2 439	2 508	2 891	2 550	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	..	2 008	2 095	1 871	1 728	..
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	42 696	43 202	32 467	32 421	..

.. Müsait değil

1. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/mdr79f>

## İsveç: İç turizm tüketimi

Milyon SEK

	2021		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	191 746	57 093	248 838
Turizm karakteristik ürünleri	131 005	27 108	158 113
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	56 511	7 819	64 330
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	20 567	6 630	27 197
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	24 534	7 788	32 322
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	9 173	3 770	12 943
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	1 800	779	2 579
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	11 648	1 292	12 940
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	1 912	1 947	3 859
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	5 649	1 840	7 489
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	10 564	1 331	11 895
Kültürel hizmetler	10 188	519	10 707
Spor ve rekreasyon hizmetleri	2 992	1 181	4 173
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	0	0	0
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	0	0	0
Diğer tüketim ürünleri	60 740	29 985	90 725
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/4u6g7t>

# İsviçre

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, İsviçre ekonomisine önemli bir katkıda bulunmakta olup, doğrudan İsviçre GSYİH'sinin %2,6'sını oluşturmakta ve 2022'de 166.627 kişiyi (tam zamanlı eşdeğerler) veya toplam iş gücünün %3,9'unu istihdam etmektedir. Seyahat ihracatı, 2020'deki %7,9'dan toparlanarak 2022'de toplam hizmet ihracatının %11,4'ünü temsil etmiştir. Ekonomik açıdan bakıldığında, turizm sektörü henüz toplam GSYİH'nin %2,9'unu, istihdamın %4,2'sini ve hizmet ihracatının %13,7'sini oluşturduğu pandemi öncesi seviyelere ulaşamamıştır.

Uluslararası turizm, İsviçre'de pandemi öncesi seviyelere doğru toparlanmaya devam ediyor. Ticari konaklama tesislerine gelen uluslararası turist sayısı 2022'de 9,2 milyona yükseldi, 2021'deki geliş sayısının iki katı ve 2019 seviyelerinin %87,5'i. 2023 verileri, 2022'ye kıyasla %19,2'lik bir artış gösteriyor, bu da tarihi bir zirve.

2023'te İsviçre'nin en büyük üç kaynak pazarı Almanya (%22), Amerika Birleşik Devletleri (%13) ve Büyük Britanya (%9) oldu. Avrupalı ziyaretçiler 16,8 milyon gecelik konaklamaya imza attı ve bu 2022'ye kıyasla %8,3'lük bir artışı temsil etti. Amerika Birleşik Devletleri'nden gelen talep yükseldi, Asya'dan gelen talep ise COVID-19 salgınından kurtulmaya başlıyor.

Yurt içi talep 2023'te hafifçe düştü ve yurt içi ziyaretçiler her yıl otellerde ve benzeri tesislerde 30 milyondan fazla gece konakladı. Bu, pandemi öncesi seviyelere kıyasla önemli bir artışı temsil ediyor ve 2019'un %11,8 üzerinde.

İsviçre, 2024 yazında toplam geceleme sayısının 2019 seviyelerinin 24,2 milyon üzerinde olmasını bekliyor. Bu, özellikle Amerika Birleşik Devletleri ve Asya ülkeleri olmak üzere denizaşırı pazarlardaki toparlanmaya ve biraz düşmesi beklenen ancak yine de pandemi öncesi seviyelerin üzerinde olan iç talebe bağlıdır.

## Turizm yönetimi

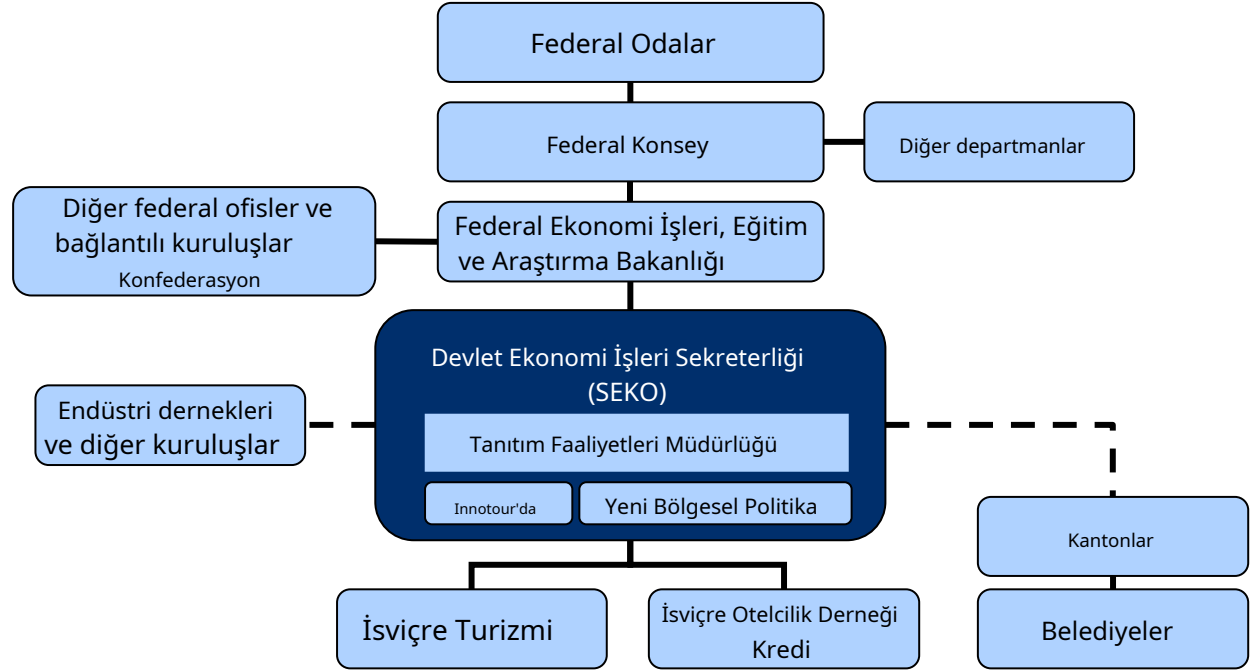
Devlet Ekonomi İşleri Sekreterliği (SECO), çok sayıda ulusal ve bölgesel düzeydeki siyasi kuruluşla işbirliği içinde, İsviçre'nin turizm politikasını tasarlamak ve uygulamaktan sorumludur. SECO, Turizmde Yenilik, İşbirliği ve Bilgi Oluşturma Teşviki Federal Yasasını (Innotour) yürürlüğe koyar ve turizmle ilgili önlemleri uygulamaktan sorumlu iki kuruluşu denetler: İsviçre Turizmi pazarlama faaliyetleri yürütür ve İsviçre Otel Kredisi Derneği konaklama sektörüne yatırıma destekler.

Her kantonun kanton düzeyinde tanıtım yapan bir turizm ofisi vardır. İsviçre Turizm Forumu, merkezi hükümet, kantonlar ve turizm paydaşları arasında yakın bir alışverişi kolaylaştırır. Merkezi hükümet ve kantonlar dağlık bölgeyi, kentsel ve kırsal alanları ve sınır bölgelerini tanıtmaktadır.

2024-27 yılları arasında İsviçre Turizmine toplam federal katkı 233 milyon CHF olacaktır. Aynı dönemde Innotour aracılığıyla yeniliği teşvik etmek için düzenli olarak 45 milyon CHF fon sağlanmaktadır.

turizm, bunun 15 milyon CHF'si COVID-19 kurtarma programının bir parçası olarak kullanılacak. İsviçre Otel Kredisi Derneği'nin tanıtım faaliyetleri 236 milyon CHF'lik federal bir krediye dayanıyor ve Yeni Bölgesel Politika çerçevesi yatırım için yaklaşık 200 milyon CHF kredi ve bölgesel ekonomik etkiye sahip projelere katkı (sübvansiyon) için 200 milyon CHF sağlıyor.

### İsviçre: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Ekonomik İşler Devlet Sekreterliği'nden uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

İsviçre Konfederasyonu Turizm Stratejisi, hükümetin İsviçre'deki turizme yönelik uzun vadeli vizyonu olarak 2021'de yayınlandı. Stratejinin temel hedefleri, çerçeve koşullarını iyileştirmek, girişimciliği teşvik etmek, dijitalleşmenin sunduğu fırsatlardan yararlanmak ve turizm ürünlerinin çekiciliğini ve İsviçre'nin pazar varlığını artırmaktır. İsviçre Konfederasyonu turizm politikasının uygulanması ve stratejik yönelimi hakkındaki bir sonraki rapor 2026'da yayınlanacaktır.

Her hedef, toplamda 15 eylem maddesi olmak üzere üç eylem maddesiyle desteklenir. Hedeflerin aksine, eylem maddeleri nihai değildir ve hedeflere ulaşmak için gerektiği gibi değiştirilebilir ve genişletilebilir. Bu, Federal Hükümetin Turizm Stratejisinin çevik olmasını ve hem eylem hem de tepki verme yeteneğine sahip olmasını sağlamayı amaçlar. Eylem maddelerinin orta ila uzun vadeli bir ufku vardır ancak süresiz olarak devam edebilir. Bazı eylem maddeleri Turizm Stratejisi kapsamındaki devam eden görevleri ele alır.

Sürdürülebilir kalkınma ve istihdam, İsviçre'nin turizm stratejisinin en önemli önceliklerinden ikisidir:

- Sürdürülebilir kalkınma: Federal Hükümetin Turizm Stratejisi'nin bir parçası olarak, İsviçre Turizm Federasyonu, İsviçre Turizmi ve Innotour finansman aracının desteğiyle 2022 yılında İsviçre Turizminde Sürdürülebilirlik için Yeterlilik Merkezi'ni (KONA) başlattı. KONA, projeler başlatıp uygulayarak İsviçre turizmini sürdürülebilirlikte lider yapmayı hedefliyor ve

İsviçre turizmdeki sürdürülebilirlik sorunları için merkezi bir temas noktası sağlamak. Turistik konaklama KOBİ'leri için yeni finansman yönergeleri hazırlandı (aşağıdaki kutuya bakın).

- İşgücü piyasası: COVID-19 salgını öncesi, sırasında ve sonrasında turizmdeki işgücü piyasası hareketlerini araştırmak için bir çalışma yürütüldü ve turizm sektöründeki işgücü piyasasının çok esnek olduğu (ve COVID-19 krizinden hızla kurtulduğu) bulundu. Ancak COVID-19 öncesindeki endişelerin çoğu hala sektörün işçi çekmesini engelliyordu (*örneğin* vardiyalı çalışmanın aile hayatı üzerindeki etkisi, sektörün olumsuz imajı, cazip maaş eksikliği, çağdaş liderlik kültürü eksikliği). Çalışma, çalışanların sektörden ayrılma olasılığının ortalamadan yüksek olduğu ve çalışanları elde tutmanın büyük bir zorluk olmaya devam ettiği sonucuna vardı. Bu sorunu ortadan kaldırmak için, *5 Nokta Planı* GastroSuisse, sektörün imajına önemli ölçüde olumlu katkı yapmak ve sektöre yeni yetenekler çekmek amacıyla Innotour tanıtım programının bir parçası olarak hayata geçirildi.

Ek politika girişimleri şunları içerir: *Hareket 21.3743 Stokli* Innotour'u güçlendirmeyi amaçlayan ve Federal Konsey'e dijitalleşmeyi ve sürdürülebilirliği teşvik eden projelere fon sağlamayı önceliklendirmesi talimatını veren *Hareket 21.4426 Gmür-Schönenberger* Federal Konsey'e, konukların ticari konaklamalarına ilişkin hükümete dijital raporlamanın uygulanmasını desteklemesi talimatını veren yasa tasarısı.

#### İsviçre konaklama tesisleri için yeni finansman yönergeleri: Sürdürülebilirlik bonusu

*Hareket 19.3234 Stokli* İsviçre Otel Kredisi Derneği tarafından uygulanacak, İsviçre genelindeki turistik konaklama tesisleri için modern bir yasa oluşturmayı hedefliyor. Program, Alpler bölgesindeki ve mevsimlik turistik alanlardaki konaklama tesislerinin yenilenmesini destekleyecek. Bu önerge, enerji verimliliğine odaklanarak konuk konaklama tesislerinin yenilenmesi ve modernizasyonunun önceliklendirilmesini ele alacak.

Finansman, katı enerji verimliliği standartlarını karşılayan konaklama iyileştirmeleriyle sınırlı olacak ve yeni inşaatlar hariç olmak üzere mevcut konaklamalarla sınırlıdır. Enerji verimliliği standartlarını karşılayan konaklama tesisleri, inşaat sektöründeki yatırım döngülerini yansıtan on yıllık bir süre içinde bir sonraki turizm yatırımlarına yönelik bir sübvansiyon olacaktır.

Yasanın revizyonu için 2024 yılında kamuoyu istişaresi yapıldı. Uygulamanın 2026 yılında başlaması bekleniyor ve finansman onayına tabi olarak yaklaşık 195 milyon CHF bütçesi olacak.

## İstatistiksel Profil

## İsviçre: Yurt içi, yurt içi ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm:</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	80 020	78 317	62 951	88 996	67 473
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	8 201	7 765	8 319	9 077	8 513
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	71 819	70 551	54 632	79 919	58 960
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	28 610	29 391	28 293	34 344	33 446
Oteller ve benzeri işletmeler	26 198	26 841	24 880	29 949	30 165
Diğer toplu işletmeler	2 412	2 550	3 413	4 394	3 281
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	11 715	11 818	3 690	4 390	9 160
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Almanya	2 216	2 220	1 219	1 455	2 128
Çin (Halk Cumhuriyeti) ve Hong Kong (Çin)	1 135	1 141	77	17	87
Amerika Birleşik Devletleri	1 118	1 219	167	279	1 145
Fransa	826	831	489	627	866
Birleşik Krallık	820	818	224	140	653
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	26 748	26 843	10 221	11 541	22 194
Oteller ve benzeri işletmeler	25 579	25 636	9 460	10 521	20 639
Diğer toplu işletmeler	1 168	1 207	761	1 019	1 555
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	26 397	21 360	8 319	11 127	17 943
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	16 735	14 622	6 813	7 188	12 539
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	9 662	6 737	1 506	3 940	5 404
En iyi destinasyonlar					
Almanya	3 135	2 816	1 474	1 197	2 075
İtalya	2 964	2 594	1 487	1 439	2 730
Fransa	2 441	1 885	1 178	1 014	1 653
Avusturya	1 078	940	629	351	923
..	..	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON CHF</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	20 820	21 118	9 416	11 054	..
Uluslararası seyahat gelirleri	17 592	17 837	8 511	10 070	16 564
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	3 229	3 280	906	984	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	20 985	20 963	9 751	11 578	..
Uluslararası seyahat harcamaları	18 650	18 635	8 974	10 675	16 771
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	2 334	2 328	776	903	..

.. Mevcut değil; | Seride kopukluk var

1. Talep tarafı anketlerinden seyahatler; Arz tarafı anketlerinden geceler.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/mzpo3q>

## İsviçre: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	2021	2022 yılı
<b>Toplam</b>	..	174 514	174 220	149 903	161 524	166 627
<b>Turizm endüstrileri</b>	..	141 772	141 065	116 643	128 285	132 772
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	35 662	36 409	35 747	30 573	34 967	38 711
Oteller ve benzeri işletmeler	4 498	32 962	32 185	27 074	31 352	34 769
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	..	46 384	45 061	30 860	39 129	37 239
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	..	26 820	27 950	27 449	26 821	27 684
Hava yolcu taşımacılığı	..	8 677	9 082	8 463	7 571	7 678
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	13 037	13 414	13 538	13 656	14 251
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	4 212	4 427	4 373	4 429	4 574
<b>Su yolcu taşımacılığı</b>	..	894	1 027	1 075	1 165	1 182
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	6 044	6 157	5 737	5 273	5 589
Taşıma ekipmanı kiralama	..	644	583	524	528	543
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	..	13 555	13 435	10 672	10 121	10 408
Kültür endüstrisi	..	3 953	3 987	3 872	3 917	4 290
Spor ve rekreasyon endüstrisi	..	5 774	5 903	5 773	5 980	6 333
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	2 190	2 242	1 182	1 549	1 974
<b>Diğer endüstriler</b>	..	32 742	33 155	33 259	33 239	33 855

.. Mevcut değil; p Geçici veriler Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/5sq7ur>

## İsviçre: İç turizm tüketimi

Milyon CHF

	2017		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	23 827	17 156	46 072
<b>Tüketim ürünleri</b>	18 999	14 281	38 369
Turizm karakteristik ürünleri	16 483	12 249	33 420
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	2 684	2 856	9 567
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	3 318	3 147	6 465
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	5 911	4 220	10 424
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	3 845	2 792	6 637
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	1 361	851	2 504
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	623	519	1 142
<b>Su yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	82	59	141
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	453	371	824
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	220	210	430
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	1 254	186	1 592
Kültürel hizmetler	473	169	858
Spor ve rekreasyon hizmetleri	1 630	987	2 617
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	540	103	643
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	7 345	4 907	12 653
Turizm bağlantılı ürünler	2 517	2 032	4 950
Turizm dışı tüketim ürünleri	4 828	2 875	7 703
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/gk13rx>

# Türkiye

## Ekonomide turizm ve görünüm

Birkaç yerel krize ve doğal afete rağmen turizm, COVID-19 salgını gerilemesinden hızla kurtuldu ve Türkiye ekonomisine önemli bir katkıda bulunmaya devam ediyor. 2022'de turizm GSYİH'nın %4,4'ünü temsil ediyordu ve doğrudan turizmle ilgili istihdam iş gücünün %2,9'unu veya 885.000 kişiyi oluşturuyordu. Bu, 2021'deki %2,4'lük paya kıyasla bir artış olsa da, 2019'daki %3,3'ün hala altında. Seyahat ihracatı, 2022'de toplam hizmet ihracatının %45,7'sini temsil ederek pandemi öncesi %44,4 seviyesinin üzerine çıktı. 2023'te turizm GSYİH'nın %5,0'sini temsil ediyordu.

2022'de uluslararası turist varışlarının sayısı pandemi öncesi seviyelerin %98,6'sına ulaşarak 51,4 milyona ulaştı. En büyük üç kaynak pazar Almanya (%11), Rusya (%10) ve Birleşik Krallık (%6) oldu. Turizm geliri 2022'de 49,8 milyar ABD dolarına ulaştı. 2023'te uluslararası turist varışlarının sayısı 56,7 milyona ulaştı. En büyük üç kaynak pazar Rusya (%11), Almanya (%10,7) ve Birleşik Krallık (%6,5) oldu.

İç turizm pandemiden daha fazla etkilendi ve henüz toparlanamadı. Türkiye 2022'de 52,3 milyon iç turist kaydetti ve bu 2019'un %33 altında kaldı.

2023 yılı itibarıyla Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı 55,2 milyon iken, 2023 yılı itibarıyla Türkiye'deki turizm gelirleri 55,9 milyar ABD dolarına ulaştı. 2022 yılı ile karşılaştırıldığında, yabancı ziyaretçi sayısı %9,32, turizm geliri ise %12 arttı. Türkiye, 2028 yılına kadar yaklaşık 80 milyon varış ve 100 milyar ABD doları gelir dahil olmak üzere güçlü bir turizm büyümesine ulaşmayı hedefliyor.

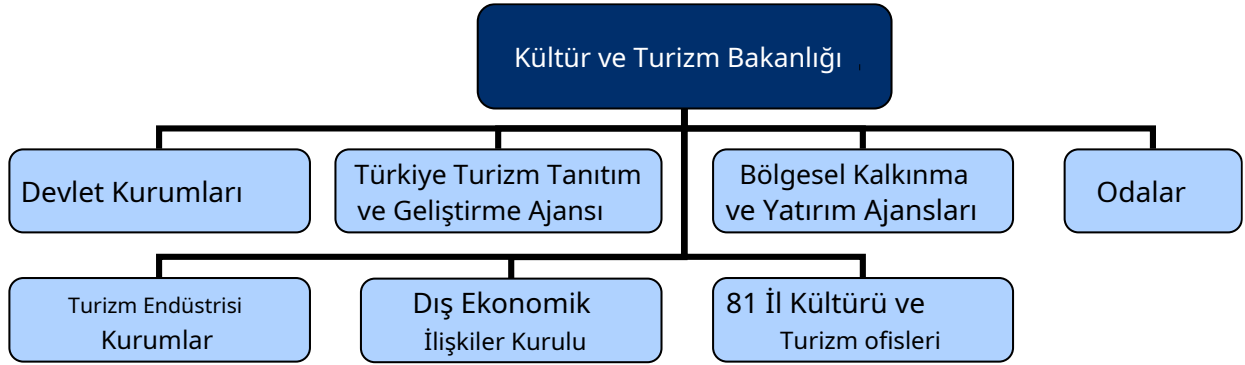
## Turizm yönetimi

Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı turizm politikasından sorumludur. Görevleri turizmi araştırmak, geliştirmek, korumak, sürdürmek, değerlendirmek, yaymak ve tanıtmaktır.

Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, Türkiye'yi hem yurtiçi hem de uluslararası turizm pazarlarında bir marka ve popüler bir destinasyon olarak tanıtmaktan; doğal, kültürel ve miras varlıklarını keşfetmek, geliştirmek ve tanıtmaktan; Türkiye'nin turizm kapasitesini artırmaktan, ulusal ekonomideki turizm yatırımlarını artırmaktan ve iletişim ve pazarlama faaliyetleri yoluyla hizmet kalitesini yükseltmekten sorumludur. Kültür ve Turizm Bakanlığı himayesinde faaliyet gösteren Ajans, özel hukuk hükümlerine tabidir. Türkiye'nin tarihi, kültürel ve doğal mirası korumak, turizmi çeşitlendirmek ve bölgelerini kültürel etkinlikler, festivaller ve fuarlar yoluyla tanıtmak için çalışan 81 İl Kültür ve Turizm ofisi bulunmaktadır.

Bakanlık, turizmi planlamak ve belirli sorunları ele almak için Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği, Turistik Oteller ve Yatırımcılar Derneği, Otelciler Federasyonu, Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği ve Turist Rehberleri Odaları Birliği ile yakın bir şekilde çalışmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi ayrıca Türkiye'nin yatırım fırsatlarını küresel iş topluluğuna tanıtmakta ve yatırımcılara yardımcı olmaktadır.

### Türkiye: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Türkiye, 2023 yılında 2024-28 için yeni bir turizm ana planı (12. Kalkınma Planı) başlattı. Plan, güvenli mobilite, yeşil dönüşüm, sürdürülebilirlik, kriz yönetimi, daha dirençli bir sektör, kapsayıcılık ve dijital dönüşüm yoluyla Türkiye'de sürdürülebilir ve kapsayıcı turizm büyümesine ulaşmak için kapsamlı bir yol haritası görevi görüyor. Küresel markalaşma ve tanıtım faaliyetleri, 2028 yılına kadar pazarlama iletişimi için 225 milyon ABD doları bütçe ayrılarak yıllık olarak artmaya devam edecek. Türkiye, Türkiye Turizmini dünyaya tanıtmak için toplam dokuz destinasyon markasına ve 20 ürün alt markasına sahip olacak.

Ulusal Türkiye Sürdürülebilir Turizm Programı, turizm sektörünün sürdürülebilir büyümesini sağlamak ve Türk turizm endüstrisi için uluslararası düzeyde ortak bir sürdürülebilirlik yaklaşımı geliştirmek amacıyla tüm turizm paydaşlarının katılımı ve desteğiyle geliştirilmiştir. Program, turizm sektöründe sürdürülebilir yönetimi, sosyo-ekonomik ve kültürel sürdürülebilirliği ve çevresel sürdürülebilirliği iyileştirmeyi amaçlamaktadır. Program aracılığıyla konaklama tesislerinin su ve enerji tüketimi, atık hacmi, karbon ayak izi ve sera gazı emisyon verileri izlenmekte olup, Türkiye'deki tüm konaklama tesislerinin 2030 yılına kadar Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi (GSTC) standartlarına tam olarak uyması gerekmektedir. Bu hedefe ulaşmak için Türkiye, GSTC ile üç yıllık bir ortaklık anlaşması yapmıştır (aşağıdaki kutuya bakınız). Öncelikle, GSTC standartlarına göre tanınan konaklama tesisleri için hazırlanan Türkiye Sürdürülebilir Turizm Kriterleri, Programa Tanınmış statüsü verilmiştir. Türkiye'nin Sürdürülebilir Turizm Programı ayrıca, BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerini desteklemeye katkıda bulunmakta ve turizm sektörünün rekabet gücünü korurken Paris İklim Anlaşması gibi yasal düzenlemelere ve taahhütlere uymaktadır.

2022/2 sayılı yasal direktif, 15 Kasım 2022'de yayınlanmış olup, tüm konaklama tesislerinin 31 Aralık 2023'e kadar Sürdürülebilir Turizm Programı'nda en azından 1. Aşama Doğrulaması almasını gerektirmektedir. Bu girişim, sürdürülebilirliği gönüllü bir kavramdan zorunlu bir yaklaşıma dönüştürmüştür. Şu anda Türkiye'de Sürdürülebilir Turizm Doğrulamaları ve Sertifikaları almış 17.800'den fazla otel ve 1,6 milyondan fazla yatak bulunmaktadır.

İl Tanıtım ve Geliştirme Programı, Destinasyon Yönetim Ofisi modelinin uzun vadeli bir dönüşümünü üstlenerek yerel kalkınmayı geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu, 81 ilin turizm potansiyelini geliştirmek için hükümetler, özel sektör kurumları ve sivil toplum kuruluşlarının katılımıyla geliştirilmiştir. Türkiye, dijital dünyada destinasyonların görünürlüğünü artırmayı, sürdürülebilir ve öğrenen bir destinasyon çalışma modeli oluşturmayı ve destinasyonların ulusal ve uluslararası alanda daha etkili tanıtımı yoluyla markalaşma süreçlerini güçlendirmeyi amaçlamaktadır.

### Türkiye'de turizm sürdürülebilirliği sertifikasyonunun yaygınlaştırılması

Türkiye, 2022 yılında Ulusal Sürdürülebilir Turizm Programı'nın uygulanmasına yardımcı olmak amacıyla Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi ile üç yıllık bir ortaklık anlaşması imzaladı. Bu, hükümet düzeyinde bu tür bir ortaklığın ilk örneğiydi.

Program, sorumlu ve sürdürülebilir politikalar aracılığıyla dayanıklılığı ve kapsayıcılığı artırmayı ve 2030 yılına kadar tüm uluslararası standartlara tam uyum sağlamayı hedefliyor. Ayrıca, turizm sektörünün sürdürülebilir büyümesini sağlamayı ve konaklama tesislerinin birincil odak noktası olduğu tüm turizm paydaşlarının katılımıyla Türk turizmine ilişkin ortak bir anlayış geliştirmeyi amaçlıyor.

Programın üç aşamadan geçmesi planlanıyor ve 2030 yılına kadar tamamlanması planlanıyor. İlk aşamada konaklama tesislerinin Aralık 2023'ten önce tanımlanmış standartların %30'una uyması gerekiyor. 2025 yılına kadar hedef %70'e çıkacak ve ardından tüm tesisler 2030 yılına kadar Sürdürülebilir Turizm Sertifikalı olacak.

Haziran 2024 itibarıyla 17.811 konaklama tesisi doğrulanmış ve sertifikalandırılmıştır - 16.790 konaklama tesisi kriterleri başarıyla karşılamış ve 1. Aşama Doğrulamasını elde etmiş, 1 tesis 2. Aşama Doğrulamasını elde etmiş ve 1.020 tesis 3. Aşama Doğrulamasını almıştır.

## İstatistiksel Profil

## Türkiye: Yurt içi, yurt dışı ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	126 446	124 639	67 142	75 883	76 567
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	78 523	78 202	42 847	52 774	52 327
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	47 923	46 437	24 295	23 109	24 240
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	633 721	637 070	469 091	458 872	426 579
Oteller ve benzeri işletmeler	55 815	51 633	23 569	41 654	39 967
Diğer toplu işletmeler	19 116	19 087	9 926	16 480	15 049
Özel konaklama	558 790	566 350	435 596	400 738	371 563
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	46 113	51 747	15 971	30 039	51 388
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	45 768	51 192	15 894	29 925	50 453
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	345	555	77	114	935
En iyi pazarlar					
Rusya Federasyonu	5 954	6 996	2 117	4 684	5 193
Almanya	4 464	4 993	1 119	3 083	5 581
Birleşik Krallık	2 220	2 504	821	387	3 254
Bulgaristan	2 383	2 710	1 242	1 402	2 878
Georgia	2 002	2 103	408	290	1 514
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	112 245	132 808	40 093	93 124	148 553
Oteller ve benzeri işletmeler	112 226	132 776	40 083	93 093	148 506
Diğer toplu işletmeler	19	32	10	31	47
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	8 389	9 653	2 243	2 738	7 267
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
Avrupa belirtilmemiş	1 359	1 499	..	480	1 214
Bulgaristan	751	1 085	..	285	623
İrak	853	977	..	366	786
Georgia	701	1 000	..	202	615
Yunanistan	783	804	..	63	412
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	37 175	41 291	13 567	28 790	..
Uluslararası seyahat gelirleri	25 243	29 813	10 190	21 087	41 702
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	11 932	11 478	3 377	7 702	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	5 003	5 259	1 436	2 109	..
Uluslararası seyahat harcamaları	4 601	4 108	1 066	1 672	4 092
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	402	1 151	370	437	..

.. Müsait değil

1. Talep tarafı anketlerinden gelenler; Arz tarafı anketlerinden gelen geceler.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/oyqwn8>

## Türkiye: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı					
		2022	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	..	..	935.000	627 000	697 000	885 000	
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	28 008	..	367 000	289 000	308.000	366.000	
Oteller ve benzeri işletmeler	24 577	..					
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	285 641	..	279 000	139 000	164.000	256.000	
Yolcu taşımacılığı	..	..	206.000	145.000	153.000	170.000	
Hava yolcu taşımacılığı	248	..	..	..	..	..	
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..	
Karayolu yolcu taşımacılığı	173 539	..	..	..	..	..	
Su yolcu taşımacılığı	3 947	..	..	..	..	..	
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..	
Taşıma ekipmanı kiralama	12 376	..	2 000	1 000	2 000	2 000	
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	13 371	..	51.000	41.000	56.000	62.000	
Kültür endüstrisi	6 726	..	24.000	9 000	9 000	20.000	
Spor ve rekreasyon endüstrisi	18 645	..	6 000	3 000	5 000	9 000	
Ülkeye özgü turizm karakteristik malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..	
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..	
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..	

.. Mevcut değil; c Gizli veriler

1. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/jt9axf>

## Türkiye: İç turizm tüketimi

Milyon TL

	2022		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	..	..	..
Turizm karakteristik ürünleri	..	..	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	31 677	144 997	176 674
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	33 451	125 726	159 177
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	108 502	409 363	517 865
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	744	8 472	9 217
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	26 036	37 672	63 708
Kültürel hizmetler	1 466	16 784	18 250
Spor ve rekreasyon hizmetleri	773	3 853	4 626
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	..
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	..	..	..
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	79 012	282 839	361 851
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/r80tpz>

# Birleşik Krallık

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Birleşik Krallık için ekonomik büyümenin itici gücüdür. 2021'de sektör, Birleşik Krallık ekonomisine nominal olarak 15,9 milyar GBP katkıda bulunarak GSYİH'nin %0,8'ini oluştururken, 2019'daki %3,7'ye kıyasla. İyileşme yolculuğu doğrusal olmadı. Örneğin, Mart 2023'te turizm sektöründeki işletme sayısı Mart 2019'a kıyasla 12.530 (%4,2) artmış, ancak Mart 2022'ye kıyasla 9.965 (%3,1) azalmıştı. Devam eden iyileşmeyle birlikte seyahat ihracatı 2022'de toplam hizmet ihracatının %12,9'unu temsil etti; bu, 2020'deki %7,3'lük pandemi düşük seviyesinin üzerinde olsa da, hala pandemi öncesi %14,0 seviyesinin altında.

Birleşik Krallık, 2023'te 38,0 milyon uluslararası varış kaydetti, 2019 seviyelerinin %7 altında ancak 2022 seviyelerine kıyasla %21 arttı ve uluslararası turist harcaması 31,1 milyar GBP olarak tahmin edildi. En büyük üç kaynak pazar Amerika Birleşik Devletleri (5 122), Fransa (3 172) ve Almanya (2 957) idi. Amerika Birleşik Devletleri'nden güçlü bir ziyaretçi toparlanması oldu ancak Çin gibi geleneksel olarak aktif pazarlar geride kaldı.

Yurt içi turizm açısından, Birleşik Krallık 2023'te 117,3 milyon yerli turistini kaydetti, bu 2022 seviyelerinin %7 altında. 2023'ün 3. çeyreğinde, Büyük Britanya içinde 35,7 milyon yurt içi gecelik seyahat gerçekleştirildi, bu 2022'nin 3. çeyreğine kıyasla %4 düşüş. Ziyaretçiler 2023'ün 1. çeyreğinde toplam 6,3 milyar GBP harcadı.

## Turizm yönetimi

Kültür, Medya ve Spor Bakanlığı, Birleşik Krallık'ta turizm politikası geliştirmekten sorumludur. Turizm Endüstrisi Konseyi, hükümet ve endüstri üyelerinden oluşan işbirlikçi bir forumdur ve hükümetin temel turizm paydaş katılım forumudur. Forumun dört temel teslimat önceliği şunlardır: etkinlikler; kapsayıcılık ve erişilebilirlik; uluslararası rekabet gücü ve talep; ve sürdürülebilirlik. Bakanlık Devlet Sekreteri başkanlığında ve Turizm Bakanı tarafından desteklenen Turizm için bakanlıklar arası bir grup, turizmle ilgili politika ilgisi veya sorumluluğu olan tüm hükümet departmanlarını bir araya getirir.

Destinasyon Yönetim Örgütleri, hükümetin Ağustos 2021'de yayınlanan bağımsız bir destinasyon yönetim örgütleri incelemesinden ('de Bois' incelemesi) ileriye taşıdığı önerilerin bir parçası olarak Yerel Ziyaretçi Ekonomisi Ortaklıkları (LVEP'ler) olarak yeniden adlandırıldı. Bu LVEP'ler, Birleşik Krallık genelindeki turizm destinasyonlarında yerel yönetim liderliği sağlayacak - yerel, bölgesel ve ulusal paydaşlarla paylaşılan öncelikler ve hedefler üzerinde iş birliği içinde çalışacak. Bu incelemeden gelen diğer öneriler, Birleşik Krallık'taki bölgesel turizm manzarasının yapısını ve tutarlılığını güçlendirmeyi ve bölgesel alanları turistleri çekmek ve yönetmek için daha iyi desteklemeyi amaçlıyordu.

İngiliz Turizm Otoritesi aracılığıyla 2023-24'te turizme tahsis edilen bütçe 50,7 milyon sterlindi.



İngiltere'de kısa süreli kiralama için bir kayıt planı, Dengeleme ve Yenileme Yasası aracılığıyla uygulanacaktır. Planın tasarımı için istişare 2023'te yapılmış olup yakında faaliyete geçecektir.

Birleşik Krallık'taki miras alanlarını finanse etmek için Kültür Kurtarma Fonu aracılığıyla yaklaşık 5.000 kuruluşa 1,5 milyar GBP'nin üzerinde hibe ve kredi sağlanacaktır. Kasaba Fonu (toplamda 3,6 milyar GBP değerinde), Birleşik Krallık Paylaşılan Refah Fonu (2,6 milyar GBP), Bina Alma Fonu (900 milyon GBP) ve Birleşik Krallık Topluluk Yenileme Fonu (220 milyon GBP) aracılığıyla ek finansman sağlanacaktır. Dengeleme Fonu (toplamda 4,8 milyar GBP değerinde) Birleşik Krallık genelinde ziyaretçi ekonomisi unsuru veya odağı olan önemli sayıda projeyi desteklemektedir.

Birleşik Krallık turizm sektörünün başarısını desteklemek için ulaşım altyapısı ve bağlantıya yatırım yapmak hayati önem taşır. VisitBritain'in Gateway İnovasyon Fonu, belirli bir gelen ağ geçidi veya bölge için uluslararası pazarlama faaliyeti sunmak üzere hibeler sağlayacaktır. Birleşik Krallık, 2022-23 ve 2024-25 yılları arasında 35 milyar GBP'nin üzerinde demiryolu yatırımıyla demiryolu ve otobüs ağlarına yatırım yapmaya ve bunları yenilemeye devam ediyor. Birleşik Krallık ayrıca 2050 yılına kadar net sıfır havacılık elde etmek için bir çerçeve ve plan yayınladı.

Birleşik Krallık'ın erişilebilirlik ve kapsayıcılığa yaklaşımını geliştirme çalışmaları, Ulusal Erişilebilirlik Planı gibi mevcut en iyi uygulama ve araç setlerini geliştirmek ve farklı korunan özelliklere dayalı turizm hizmetlerindeki mevcut erişim sınırlamalarını incelemek için eylemlere odaklanmıştır. Bunlar, Turizm Endüstrisi Konseyi Kapsayıcılık ve Erişilebilirlik Çalışma Grubu, Engellilik ve Erişilebilirlik Elçisi, İngiltere'nin Kapsayıcı Turizm Eylem Grubu ve diğer paydaşlar aracılığıyla istişare edilerek gerçekleştirilmiştir.

Ayrıca, Bakanlık Savunuculuk Programı, Bakanlıkların iş etkinliklerine katılımının artırılması ve etkinlik tekliflerine yönelik destek mektuplarının verilmesi, VisitBritain İş Etkinlikleri Büyüme Programı'nın genişletilmesine yönelik durumların değerlendirilmesi ve Sürdürülebilir Turizm Planı doğrultusunda sürdürülebilir iş etkinlikleri için bir strateji geliştirmek üzere Turizm Endüstrisi Konseyi Çalışma Grubu ile birlikte çalışılması yoluyla güçlendirilecektir.

#### **Birleşik Krallık'ta destinasyon yönetiminin yeniden yapılandırılması**

Birleşik Krallık, De Bois Destinasyon Yönetim Örgütleri İncelemesi'ndeki temel önerileri uygulamaya devam ediyor. Birleşik Krallık Hükümeti, DMO'ların İngiltere'nin turizm manzarasının hayati bir parçası olduğunu ve yapı, finansman modelleri ve parçalanma konusunda uzun süredir devam eden endişeleri gidermek için manzarayı yerel düzeyde dönüştürmenin gerekli olduğunu kabul ediyor.

VisitEngland, Birleşik Krallık hükümetinin desteğiyle (2022 ile 2025 arasında 1,8 milyon GBP) yeni bir akreditasyon şeması geliştirmek ve yönetmekten sorumludur. Yeni akreditasyon şeması kapsamında, başarılı DMO'lara Yerel Ziyaretçi Ekonomisi Ortaklığı (LVEP) statüsü verilecektir. Haziran 2024 itibarıyla 33 LVEP akredite edilmiştir.

NewcastleGateshead Girişimi liderliğinde İngiltere'nin Kuzeydoğusunda bir Destinasyon Geliştirme Ortaklığı (DDP) modeli pilot olarak uygulanıyor ve 2,25 milyon GBP'lik fon desteği sağlanıyor. Hükümet, bir ortaklığa çok yıllık fon ve bölgelerinin sürdürülebilir, rekabetçi ve becerileri, erişilebilirliği ve seviyeyi yükseltme gibi zorluklara duyarlı kalmasını sağlayan faaliyetlere odaklanma fırsatı verecek.

## İstatistiksel Profil

## Birleşik Krallık: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	1 821 600	1 775 780	..	710 200	1 212 000
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	118 600	122 780	..	86 200	126 000
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	1 703 000	1 653 000	..	624 000	1 086 000
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	208 054	220 812	..	302 600	383 300
Oteller ve benzeri işletmeler	144 261	161 881	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	63 793	58 931	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	40 283	40 857	11 101	6 384	31 244
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	38 664	39 418	..	6 287	30 741
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	1 619	1 439	..	97	503
En iyi pazarlar					
Amerika Birleşik Devletleri	..	..	..	699	..
İrlanda	..	..	..	685	..
Fransa	..	..	..	610	..
İspanya	..	..	..	492	..
Almanya	..	..	..	388	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	139 759	158 335	..	93 522	262 864
Oteller ve benzeri işletmeler	135 996	155 280	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	3 763	3 055	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	90 571	93 086	23 827	19 142	70 950
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	88 759	91 592	..	19 037	70 589
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	1 811	1 494	..	105	361
En iyi destinasyonlar					
İspanya	..	..	..	4 232	..
Fransa	..	..	..	1 598	..
Portekiz	..	..	..	1 159	..
Yunanistan	..	..	..	1 132	..
İrlanda	..	..	..	1 057	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON GBP</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	54 598	58 299	25 259	29 163	60 371
Uluslararası seyahat gelirleri	43 803	47 506	22 809	27 442	53 064
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	10 795	10 793	2 450	1 721	7 307
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	77 030	80 868	24 636	27 200	86 307
Uluslararası seyahat harcamaları	64 188	67 850	20 798	23 909	73 779
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	12 842	13 018	3 838	3 291	12 528

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/s4q3w7>

## Birleşik Krallık: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları 2020 ve	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	.	1 547 496	2 165 000	1 108 000	.	.
<b>Turizm endüstrileri</b>	241 490	1 115 496	1 742 000	917 000	.	.
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	18 530	378.000	424.000	207 000	.	.
Oteller ve benzeri işletmeler	.	.	.	.	.	.
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	144 719	404.000	421.000	251.000	.	.
Yolcu taşımacılığı	14 356	105.000	120.000	106.000	.	.
Hava yolcu taşımacılığı	461	31.000	34.000	38.000	.	.
Demiryolu yolcu taşımacılığı	73	30.000	30.000	32.000	.	.
Karayolu yolcu taşımacılığı	13 101	43.000	55.000	35.000	.	.
Su yolcu taşımacılığı	721	1 000	1 000	1 000	.	.
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	.	.	.	.	.	.
Taşıma ekipmanı kiralama	3 934	4 000	8 000	3 000	.	.
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	8 670	55.000	71.000	42 000	.	.
Kültür endüstrisi	29 880	82 000	85 000	46.000	.	.
Spor ve rekreasyon endüstrisi	17 198	87 000	119 000	71.000	.	.
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	.	.	.	.	.	.
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	4 203	496	494.000	191.000	.	.
<b>Diğer endüstriler</b>	.	432 000	423.000	191.000	.	.

.. Mevcut değil; e Tahmini değer

1. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/o024xw>

## Birleşik Krallık: İç turizm tüketimi

Milyon GBP

	2020 ve		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	.	.	.
<b>Tüketim ürünleri</b>	62 930	6 912	71 614
Turizm karakteristik ürünleri	41 327	3 629	44 956
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	5 596	1 447	7 042
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	15 912	1 002	16 913
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	10 257	963	11 221
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	6 406	661	7 068
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	2 067	92	2 159
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	1 282	137	1 418
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	503	73	576
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	.	.	.
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	1 763	46	1 810
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	1 530	29	1 559
Kültürel hizmetler	2 668	57	2 725
Spor ve rekreasyon hizmetleri	3 423	50	3 473
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	.	.	.
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	178	36	213
Diğer tüketim ürünleri	21 602	3 283	26 658
Turizm bağlantılı ürünler	.	.	.
Turizm dışı tüketim ürünleri	.	.	.
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	.	.	.

.. Mevcut değil; e Tahmini değer Kaynak: OECD

Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/h3m7ua>

## Amerika Birleşik Devletleri

### Ekonomide turizm ve görünüm

Seyahat ve turizm sektörü, Amerika Birleşik Devletleri'nde ekonomik büyüme ve istihdamın kritik bir itici gücüdür. Sektör, 2022'de 764 milyar ABD doları GVA (katma değer) üretti ve doğrudan 6,6 milyon kişiye istihdam sağladı. Bu, turizmin doğrudan ulusal GVA'nın %3,0'ını ve toplam işgücünün %4,2'sini oluşturduğu anlamına geliyor. Bu dönem hala COVID-19'un etkilerinden etkilendi, bu nedenle 2019'daki 7,3 milyonluk iş zirvesinin altında kalmaya devam ediyor. Uluslararası turizmdeki toparlanma devam etti ve 2023'te 213 milyar ABD doları tutarındaki seyahat ihracatı, toplam hizmet ihracatının %21,3'ünü temsil etti; 2019'daki %26,8'den düştü, ancak 2021'deki pandemi düşük seviyesi olan %10,5'e kıyasla önemli bir artış oldu.

Pandemiden toparlanma ABD genelinde eşitsiz oldu, bazı destinasyonların toparlanması çok daha uzun sürdü, bazıları ise 2019 seviyelerini çoktan aştı: 8 eyalete ve bir ABD bölgesine yapılan yurtdışı ziyaretleri 2023'te 2019 ziyaretlerini aşarken, 5 eyalette ve 2 ABD bölgesinde ziyaretler 2019 ziyaret seviyelerinin %60'ının altında kaldı. 2023'te ABD, 2020'deki 19,2 milyonluk pandemi düşük seviyesinden %246 artışla 66,5 milyon uluslararası turist varışı kaydetti, ancak hala 2019 seviyelerinin %84'ü seviyesinde. En büyük beş kaynak pazar Kanada (%31), Meksika (%22), Birleşik Krallık (%6) ve her biri %3'lük Almanya ve Hindistan oldu.

ABD'de turizmin anahtarı iç turizmdir. ABD Seyahat Birliği'nin 2024 Kış Tahmini'ne göre, iç seyahat edenler 2023'te tahmini olarak 2,3 milyar kişi-seyahat yaptı ve nominal olarak 943 milyar ABD doları harcadı. Bu rakam, 2019'daki 992 milyar ABD dolarından düşüktür.

ABD Ulusal Seyahat ve Turizm Ofisi'nin tahminine göre, toplam uluslararası ziyaretçi sayısı 2024'te 77,7 milyona, 2025'te 85,2 milyona (2019'daki 79,4 milyonu aşarak) ve 2026'da 91,1 milyona, 2028'de ise 96,8 milyona ulaşacak.

### Turizm yönetimi

Amerika Birleşik Devletleri'ndeki seyahat ve turizm oldukça merkezsizdir. Kamu otoriteleri turizmi ulusal, eyalet, bölgesel ve yerel düzeylerde yönetir. Bunlara federal hükümet, eyalet hükümetleri ve destinasyon pazarlama kuruluşları (DMO'lar) dahildir.

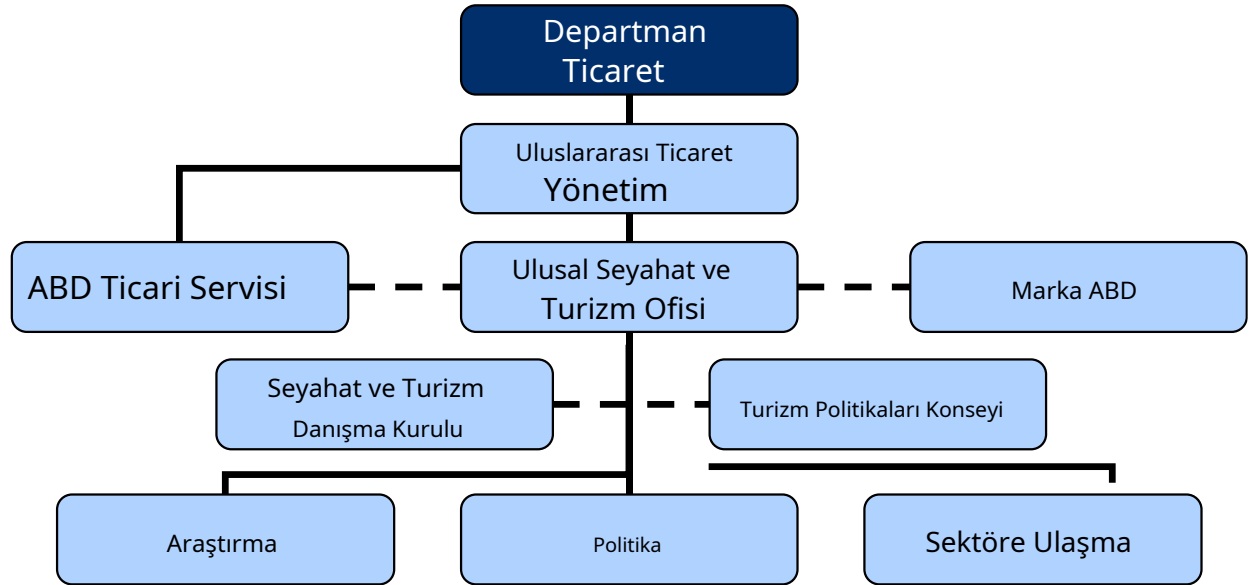
ABD Seyahat ve Turizm Danışma Kurulu, Ticaret Bakanlığı tarafından temel sektör sorunları hakkında politika girdisi sağlamak üzere atanan işletmelerden ve kuruluşlardan 32'ye kadar özel sektör turizm temsilcisinden oluşur. Turizm Politika Konseyi, ülkenin seyahat ve turizm çıkarlarının federal karar alma süreçlerinde dikkate alınmasını sağlamak, uluslararası seyahat ve turizm, rekreasyon ve ulusal miras kaynakları üzerinde önemli etkisi olan ulusal politikaları ve programları koordine etmek için yasayla kurulan bir kurumlar arası konseydir. Politika Konseyi, Danışma Kurulu önerilerini inceler ve değerlendirir ve ulusal düzeyde seyahat ve turizmi etkileyen sorunlar hakkında kamu sektörü perspektifinden ek içgörüler sağlar.

Ticaret Bakanlığı'na bağlı Ulusal Seyahat ve Turizm Ofisi (NTTO), federal hükümet içinde merkezi iletişim noktası olarak hizmet vermektedir. NTTO, bilgilendirmek için resmi turizm istatistiklerinin kaynağıdır.

kamu politikası ve özel sektör iş kararları. NTTO ayrıca, Amerika Birleşik Devletleri'ne seyahati teşvik eden kar amacı gütmeyen bir kuruluş olan Brand USA olarak faaliyet gösteren Corporation for Travel Promotion'ın resmi hükümet irtibat görevlisidir. Brand USA'nın Yönetim Kurulu, Ticaret Bakanı tarafından atanır.

NTTO'ya Ticaret Bakanlığı'na kongre ödeneğinden kaynak tahsis edilir ve ek işletme gelirleri elde etmek için araştırma raporları ve verileri satılırken, kurumlar arası anlaşmalar da fon sağlar. NTTO'nun 2023 mali yılı için işletme bütçesi yaklaşık 6,9 milyon ABD dolarıydı. NTTO ayrıca, vize muafiyet programına katılan ülkelerden gelen uluslararası gezginler tarafından ödenen Elektronik Seyahat Yetkilendirme Sistemi için alınan ücretlerin bir kısmıyla desteklenen Brand USA tarafından kullanılmak üzere Seyahat Tanıtım Fonu'ndan 100 milyon ABD dolarına kadar onay verir. Aralık 2022'de Amerika Birleşik Devletleri Kongresi, diğer şeylerin yanı sıra Amerika Birleşik Devletleri Ticaret Bakanlığı'nda Seyahat ve Turizm Sorumlu Bakan Yardımcısının rolünü belirleyen Visit America Yasasını kabul etti. Yasanın uygulanması tartışılıyor.

Amerika Birleşik Devletleri: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, ABD Ticaret Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

2022 Ulusal Seyahat ve Turizm Stratejisi, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki turizm gelişimi için rehber belgedir. Strateji, 2027 yılına kadar yılda 279 milyar ABD doları harcaması tahmin edilen 90 milyon ziyaretçi çekme genel hedefini belirledi. Amerika Birleşik Devletleri, büyümeyi teşvik ederken beraberinde getirdiği zorlukları ele almak için turizm gelişimine bütünsel bir yaklaşım benimsiyor. Strateji dört sütuna ayrılmıştır: Amerika Birleşik Devletleri'ni tanıtmak; Amerika Birleşik Devletleri'ne ve Amerika Birleşik Devletleri içinde seyahati kolaylaştırmak; çeşitli, kapsayıcı ve erişilebilir seyahat ve turizmi sağlamak; ve dayanıklı ve sürdürülebilir seyahat ve turizmi teşvik etmek. Stratejinin uygulanmasının ilk yılında, şunlar aracılığıyla ilerleme kaydedildi:

- İyileşme sürecindeki toplulukları destekleme: Amerikan Kurtarma Planı, ekonomileri pandemiden ağır etkilenen seyahat, turizm ve açık hava rekreasyon topluluklarını destekledi (750 milyon ABD doları değerinde). 240 milyon ABD doları değerindeki rekabetçi hibe fonu 126 ödüle dağıtıldı ve 1,1 milyar ABD doları özel yatırım üretmesi ve yaklaşık 10.000 iş yaratması veya kurtarması bekleniyor. Bu ödüllerin %50'sinden fazlasının tarihsel olarak yetersiz hizmet alan topluluklara ve nüfusa fayda sağlaması bekleniyor.

- Önde gelen pazarlardan ABD'ye ziyaretleri artırmak: 21 ABD Büyükelçiliği, ABD'ye seyahati teşvik etmek amacıyla Federal Hükümetle iş birliği yaparak stratejik Turizm Ülke Planları oluşturdu.
- Toplulukların aşırı hava koşullarına ve iklim değişikliklerine hazırlanmasına yardımcı olmak ve seyahat ve turizm varlıklarını korumak: Enflasyon Azaltma Yasası'ndan finanse edilen iklim dayanıklılığına ve kıyı topluluklarına yatırım yapmak için 2,6 milyar ABD doları tutarında bir çerçeve geliştirildi. Finansman ayrıca Ulusal Deniz Koruma Alanı Sistemi'ndeki ziyaretçi merkezlerindeki kritik iyileştirmeleri ve erişilebilirlik hizmetlerini destekleyecektir.
- Rekor hızda vize vererek seyahati kolaylaştırmak: 2023'te, küresel olarak 10,4 milyondan fazla göçmen olmayan vize verildi ve yakın tarihteki en yüksek seviyeyi aştı. ABD elçilikleri ve konsoloslukları 2019'a göre %20 daha fazla vize verdi. Bugün, daha önce hiç olmadığı kadar çok insan Amerika Birleşik Devletleri'ne seyahat edebiliyor (aşağıdaki kutuya bakın).
- Yerli Amerikan topluluklarının desteklenmesi: Amerikan Yerlisi Alaska Yerli Turizm Derneği ile ortaklaşa olarak, iki yıl boyunca altı kabileye Yerli Amerikan topluluklarında rekreasyon ve turizm altyapısı ve/veya teknik yardım geliştirmek amacıyla 990.000 ABD Doları tutarında hibe sağlandı.
- Güvenli seyahat ve seyahat deneyimini geliştirme: Havaalanlarında biyometrik çıkış, güvenliği ve seyahat deneyimini geliştirmek için havayolları ve havaalanlarıyla kamu-özel sektör ortaklıkları aracılığıyla genişletildi. Biyometrik çıkış 50 havaalanında mevcuttur ve 500 milyondan fazla yolcu hava, kara ve deniz limanlarında yüz biyometrisiyle işlenmiştir.
- Federal topraklarda ve sularda gezginler için erişilebilirliğin genişletilmesi: Ziyaretçi deneyimini iyileştirmek ve erişilebilirliği artırmak için ulusal parklarda, yaban hayatı koruma alanlarında ve diğer alanlarda altyapı ve tesislerde onarım ve iyileştirmeler yapılmıştır. Örneğin, Ulusal Park Hizmeti, Great Smoky Mountains Ulusal Parkı'ndaki Foothills Parkway West'i rehabilite etmek için 31 milyon ABD doları yatırım yapmıştır.
- Topluluklar için ekonomik fırsatların güçlendirilmesi: Kırsal Topluluklar için Rekreasyon Ekonomisi programı, 17 eyalette 25 küçük ve kırsal topluluğa açık hava rekreasyon ekonomilerini büyütme stratejilerini belirlemeleri için yardım sağladı.

Stratejinin sürekli uygulanması kapsamında, geleneksel pazarlardan gelen ziyaretçileri geri kazanmak da ek bir odak alanı olmuştur. Amerika Birleşik Devletleri-Hindistan Ticaret Diyalogu 2023'te yeniden başlatıldı ve Amerika Birleşik Devletleri ile Japonya, 2024'te Amerika Birleşik Devletleri-Japonya Turizm Yılı'na başladı.

#### Amerika Birleşik Devletleri'nde vize işlemlerinin iyileştirilmesi

Birleşik Devletler, konsolosluk görevlilerinin belirli düşük riskli göçmen olmayan vize başvuru sahipleri için şahsen görüşme gerekliliğini kaldırma yetkisini genişletti. 2023 mali yılında, ABD göçmen olmayan vizesi alan 10,4 milyon gezginin yaklaşık %40'ı şahsen görüşmeye ihtiyaç duymadı. Görüşme muafiyeti yetkisi, daha uzun görüşme bekleme sürelerine sahip pozisyonların şahsen görünmesi gereken başvuru sahiplerine odaklanmasını sağlıyor. Talep bazı ülkelerde tarihi seviyelerde kalmaya devam ediyor ve Birleşik Devletler Meksika, Brezilya, Hindistan ve Kolombiya gibi ülkelerde rekor sayıda vize vermiş olsa bile uzun randevu bekleme sürelerine katkıda bulunuyor. ABD büyükelçilikleri ve konsoloslukları geçtiğimiz yıl çoğu pazarda randevu bekleme sürelerini önemli ölçüde azalttı. Vize işlemlerini kolaylaştırmak ve ABD seyahat deneyimini iyileştirmek için teknolojidenden yararlanmaya devam ediyor. Vize Ofisi, başvuranın pasaportuna basılıp yapılandırılan geleneksel vize folyosunun yerine verilebilecek dijital bir vize yetkilendirmesi geliştiriyor.

## İstatistiksel Profil

## Amerika Birleşik Devletleri: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	2 278 000	2 318 000	1 580 000	2 040 000	2 300 000
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	1 694 889	1 749 542	1 331 737	1 821 203	1 851 402
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	169 325	165 477	53 557	46 524	89 470
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	79 746	79 442	19 212	22 280	50 870
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	89 579	86 035	34 345	24 244	38 600
En iyi pazarlar					
Kanada	21 475	20 720	4 809	2 529	14 382
Meksika	18 387	18 328	6 809	10 576	12 535
Birleşik Krallık	4 659	4 780	730	461	3 466
Almanya	2 062	2 064	294	249	1 481
Fransa	1 767	1 844	298	222	1 318
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	405 682	411 164	95 783	95 783	435 103
Oteller ve benzeri işletmeler	212 207	215 359	38 765	38 765	227 898
Diğer toplu işletmeler	18 546	17 227	3 445	3 445	18 230
Özel konaklama	174 930	178 578	53 573	53 573	188 975
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	148 083	158 092	61 703	70 891	102 524
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	93 137	99 755	33 499	49 097	80 730
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	54 946	58 336	28 203	21 794	21 794
En iyi destinasyonlar					
Meksika	36 923	39 942	21 729	28 789	33 540
Kanada	14 440	14 994	1 929	2 093	9 088
Birleşik Krallık	3 927	3 943	620	747	3 734
Fransa	3 021	3 140	366	710	3 086
Dominik Cumhuriyeti	2 882	2 957	1 014	2 805	2 707
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	241 985	239 064	84 296	84 169	165 460
Uluslararası seyahat gelirleri	200 724	198 982	72 479	71 411	136 869
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	41 261	40 082	11 817	12 758	28 591
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	176 395	184 785	47 075	74 544	161 941
Uluslararası seyahat harcamaları	125 717	131 990	33 704	56 697	115 312
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	50 678	52 795	13 371	17 847	46 629

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/1xc34d>

## Amerika Birleşik Devletleri: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	2021 s	2022
<b>Toplam</b>	912 696	6 103 000	6 070 000	3 466 000	4 807 000	6 647 000
<b>Turizm endüstrileri</b>	67 354	5 316 000	5 282 000	3 049 000	3 571 000	4 860 000
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	59 596	1 537 000	1 565 000	1 001 000	1 083 000	1 333 000
Oteller ve benzeri işletmeler	666 409	1 776 000	1 701 000	877 000	1 607 000	1 820 000
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	24 260	795 000	818 000	544.000	154.000	744 000
Yolcu taşımacılığı	4 344	594.000	618 000	450.000	16 000	571 000
Hava yolcu taşımacılığı	.	9 000	9 000	3 000	4 000	5 000
Demiryolu yolcu taşımacılığı	16 988	154.000	147 000	74.000	121.000	151.000
Karayolu yolcu taşımacılığı	2 928	38.000	44 000	17 000	13.000	16 000
Su yolcu taşımacılığı	.	312.000	319 000	227 000	170.000	311 000
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	15 891	113.000	128.000	149 000	143.000	20.000
Taşıma ekipmanı kiralama	20 710	204.000	203.000	23.000	30.000	161.000
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	18 221	48 000	43.000	29 000	34.000	38 000
Kültür endüstrisi	99 851	531.000	505.000	199.000	350.000	433 000
Spor ve rekreasyon endüstrisi	.	.	.	.	.	.
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	.	.	.	.	.	.
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	.	.	.	.	.	.
<b>Diğer endüstriler</b>	.	787 000	788 000	417 000	1 236 000	1 787 000

.. Mevcut değil; p Geçici veriler, | Seride kopukluk  
Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/9lympo>

## Amerika Birleşik Devletleri: İç turizm tüketimi

Milyon USD

	2021		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	588 559	31 692	39 015 145
<b>Tüketim ürünleri</b>	882 049	49 299	44 412 686
Turizm karakteristik ürünleri	820 486	41 892	2 912 373
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	186 764	9 146	195 909
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	168 330	9 021	1 182 340
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	185 373	12 348	238 533
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	158 856	12 054	170 910
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	984	.	984
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	19 685	223	60 230
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	5 848	71	6 409
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	105 614	7 123	792 767
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	43 931	452	56 924
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	61 599	477	66 748
Kültürel hizmetler	15 732	936	76 506
Spor ve rekreasyon hizmetleri	53 143	2 389	302 646
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	.	.	.
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	.	.	.
Diğer tüketim ürünleri	61 563	7 407	41 500 313
Turizm bağlantılı ürünler	61 563	7 407	5 270 839
Turizm dışı tüketim ürünleri	.	.	36 229 474
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	.	.	.

.. Müsait değil  
Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/40htm6>

# Bölüm II Ortak ülke profilleri

## Brezilya

### Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Brezilya'da önemli bir ekonomik sektördür ve COVID-19 salgınının şokundan kurtulurken güçlü, henüz kullanılmamış bir büyüme potansiyeli sunmaktadır. Seyahat ve Turizm, 2022'de 2,14 milyon resmi işe veya toplam istihdamın %4,0'ına destek sağladı. Bu, sektörün 2,19 milyon işe sahip olduğu 2019 seviyelerinin biraz altındadır.

2023'te Brezilya 5,9 milyon uluslararası gecelik ziyaretçi kaydetti. Bu, 2022'de (3,6 milyon) %63'lük bir artışı temsil ediyor ancak 2019 seviyelerinin %7,2 altında kalmaya devam ediyor. Uluslararası turistlerin harcamaları 2023'te 6,9 milyar ABD doları olarak gerçekleşti ve nominal olarak pandemi öncesi seviyeleri %15,2 oranında aştı. En büyük uluslararası gelen pazarlar Arjantin (%32), Amerika Birleşik Devletleri (%11), Şili (%8) ve Paraguay (%7)'dir.

Yurt içi turizme ilişkin veriler 2020 yılından bu yana mevcuttur. Brezilya, 2020 yılında 9,6 milyon yurt içi gecelik turist kaydederken, bu sayı 2021 yılında hafif bir düşüşle 9,3 milyona geriledi.

Uluslararası turist varışlarının 2024 yılında pandemi öncesi seviyeleri aşması beklenirken, yılın ilk yarısındaki varışlar 2019'un aynı dönemine kıyasla yüzde 1,9 arttı.

### Turizm yönetimi

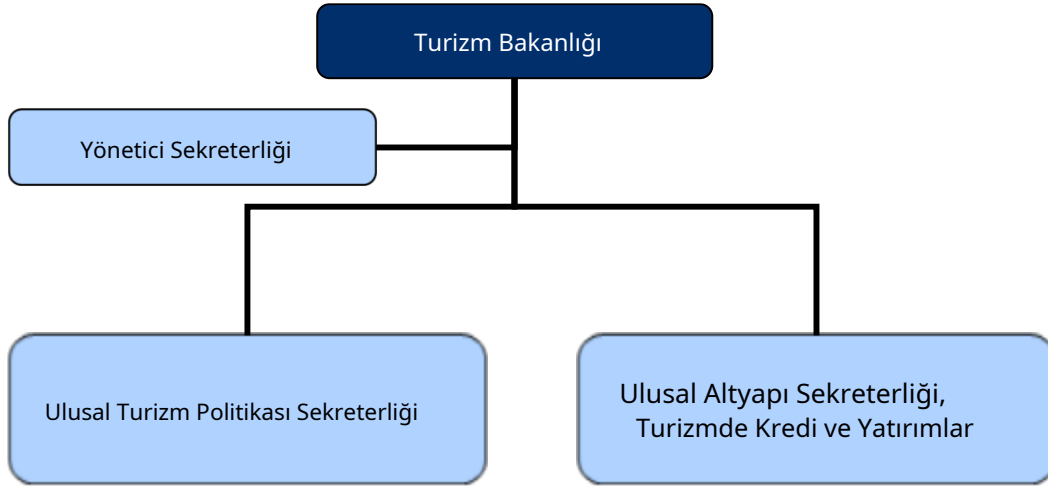
Turizm Bakanlığı, Brezilya'daki turizm politikasından sorumlu federal otoritedir. Bakanlık, görevleri arasında turizm programlarını denetlemek ve değerlendirmek, Brezilya'yı bir turizm destinasyonu olarak tanıtmak, turizm sektöründe yenilikçiliği, girişimciliği ve yatırımı teşvik etmek, Genel Turizm Fonu aracılığıyla finansman programlarını ve krediye erişimi desteklemek ve turizm hizmet sağlayıcılarını denetlemek yer alır.

Turizm Bakanlığı ayrıca turizm destinasyonlarında altyapıyı iyileştirmeyi, istihdam ve gelir yaratmayı ve krizlerle, dayanıklılıkla ve iklim eylemleriyle başa çıkmayı amaçlayan politikalar ve programlar oluşturmak için diğer bakanlıklarla iş birliği yapmaktadır. 2023'ten bu yana, yeniden kurulan Kültür Bakanlığı kültürel gündemi ele alarak Turizm Bakanlığı'nın yalnızca turizm konularına yoğunlaşmasını sağlamaktadır.

Brezilya Uluslararası Turizm Tanıtım Ajansı Embratur, Brezilya turizm ürünleri, hizmetleri ve destinasyonlarını yurtdışında tanıtmak için eylemler tasarlama, geliştirme ve uygulama amacını güden, Turizm Bakanlığı tarafından denetlenen ulusal bir kuruluştur. Ayrıca, Turizm Ulusal Konseyi, yürütme organından üst düzey üyeler ve yetkililer, seyahat endüstrisiyle ilgili çeşitli kesimlerden kuruluşlar ve özel ve kamu sektöründen stratejik oyuncuların oluştuğu ve kararları toplu olarak alınan bir kuruluştur.

Turizm, Brezilya'da ulusal, eyalet ve belediye düzeylerinde tasarlanmış ve uygulanmış ortak bir yetkinliktir. Turizm Bakanlığı, politikaları aracılığıyla ve Bakanlığın yapısı içinde kurulan veya federal kuruluşlar tarafından oluşturulan meslektaş organları aracılığıyla bölgesel ve yerel otoritelerle doğrudan iş birliği yapar.

### Brezilya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Turizm Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Ocak 2024'te Ulusal Turizm Konseyi, Brezilya'da turizm gelişimi için bir yol haritası özetleyen Ulusal Turizm Planı 2024-27'yi doğruladı. Yeni Plan, Turizm Bakanlığı tarafından kamu ve özel kuruluşlar, üniversiteler, sendikalar ve derneklerle yakın işbirliği içinde geliştirildi ve turizm sektöründeki birden fazla paydaşın katılımını sağlamak için kamuoyu duruşmaları ve istişareler içeriyordu.

Plan, kalkınmanın üç temel ayağı etrafında yapılandırılmıştır: sosyal ve hakların güvence altına alınması, ekonomik ve sosyo-çevresel sürdürülebilirlik, demokrasinin savunulması ve devletin ve egemenliğin yeniden inşası. Ayrıca, cesur turist varış hedefleri koymaktadır: Brezilya, 2027 yılına kadar 8,1 milyon uluslararası turisti ağırlayarak Güney Amerika'nın en büyük turizm ekonomisi konumunu pekiştirmeyi ve 150 milyon yerli turisti ağırlamayı amaçlamaktadır.

Brezilya'da turizm sektörünün toparlanmasını ve büyümesini desteklemek için çeşitli programlar uygulandı. 2021'de başlatılan Etkinlik Sektörünün Yeniden Başlaması için Acil Durum Programı, vergi teşvikleri için 15 milyar BRL sınırı da dahil olmak üzere kültürel, turizm ve eğlence sektörlerinin 30 segmentine fayda sağlayan önemli vergi teşvikleri getirdi. İnşaat sektörü için bir finansman programı olan FUNGETUR, 1.000'den fazla turizmle ilgili proje için 2023'te 1,2 milyar BRL serbest bırakırken, turizm hizmet sağlayıcıları için bir kayıt sistemi olan CADASTUR, yaklaşık 160.000 abonenin FUNGETUR fonlarından faydalanmasını destekliyor. Bölgeselleşme Programı, kamu politikasını ve yatırım gelişimini kolaylaştırmak için 3.000'den fazla şehri Turizm Haritası çevrimiçi platformuna kaydetti.

Bakanlık ayrıca turizm sektöründe yatırımları teşvik etmek ve yeni işletmeleri canlandırmak için investment.tourism adlı bir çevrimiçi platform oluşturdu. Kurumlar ve girişimciler ayrıca Bakanlık tarafından yenilikçi projelerini tanıtmak için ülke genelinde gayrimenkul yatırımlarına odaklanan büyük turizm fuarlarına ve etkinliklerine katılmaya teşvik ediliyor. Akıllı Turizm Destinasyonları programı, hem turistler hem de sakinler için deneyimleri geliştiren 21 destinasyona sertifika verdi (aşağıdaki kutuya bakın).

Turizm hareketliliğini artırmak için, COVID-19 salgınından bu yana otoyol seyahatlerindeki artışın ardından, ana otoyollarda gezginler için temel hizmet alanlarını açan Gezgin Destek Noktaları programı başlatıldı. Turizm Bakanlığı ayrıca, özellikle milli parklar içinde olmak üzere 100'den fazla kasaba ve 18 bisiklet rotası ile 3.500 km'lik işaretli parkurlar haritalayarak aktif turizm parkurlarını iyileştirdi.

Sürdürülebilir turizmi teşvik etmek için çeşitli girişimler uygulandı. 2023 yılında 42 Brezilya plajı, su kalitesi, atık yönetimi ve biyolojik çeşitliliğin korunmasına dayalı uluslararası bir eko-etiket olan Mavi Bayrak Sertifikası aldı. Çevre Bakanlığı ve Biyolojik Çeşitliliğin Korunması Enstitüsü ile ortaklaşa olarak Turizm Bakanlığı, ortaklıklar ve yatırımlar programı aracılığıyla koruma birimlerinde ziyaret yapılandırmasını destekliyor. 2019 yılında dört milli park için fizibilite çalışmaları yürütüldü ve bu çalışmalar Ulusal Ekonomik ve Sosyal Kalkınma Bankası ile devam eden imtiyaz süreçlerine yol açtı ve daha fazla çalışma devam ediyor. Ayrıca, Deniz Mekansal Planlama girişimi, Brezilya kıyıları boyunca turizm faaliyetlerini topluyor ve coğrafi olarak referanslıyor. Sürdürülebilirliği teşvik etmeye ve çatışmaları azaltmaya kendini adanmış olan girişim, dalış noktaları, gemi enkazları, plajlar ve diğer önemli deniz alanları hakkında veri içeriyor ve çevresel lisanslamayı kolaylaştırmayı ve iklim değişikliğine uyum planlamasını hedefliyor.

Turizm yoluyla sosyal katılımı artırmak için Turizm Bakanlığı, Federal Fluminense Üniversitesi ile ortaklaşa, yerli ve quilombola topluluklarını içeren 40 turizm ürünü geliştiren Orijinal Brezilya Deneyimleri programını başlattı. Yurt içi turizmi teşvik etmek için üç program başlatıldı. 2023'te başlatılan Discover Civic Brazil, öğrencileri, öğretmenleri ve araştırmacıları Brasília'yı ve başkentin tarihi yerlerini ziyaret etmeye teşvik etti. Discover Brazil: Make it Happen, diğer seyahat hizmetleri arasında turizm paketleri, biletler, konaklama, tema parkı biletleri için kredi erişimini kolaylaştırmayı hedefliyor ve Discover Brazil by Flying, yurt içi seyahati teşvik etmek için havayollarıyla ortaklık kurdu.

Kültür ve miras, Brezilya'da turizm gelişimi için de bir önceliktir. Dünya Kültür ve Doğal Mirası Turizm Yönetimi girişimi, Brezilya'nın UNESCO Dünya Mirası alanlarıyla ilgili turizm segmentlerini geliştirmek, organize etmek ve tanıtmak için Bakanlıklar Arası Komiteyi koordine eder. REVIVE Programı, kullanılmayan varlıkları özel yatırımlar aracılığıyla yeniden nitelendirerek, bunların turist kullanımına olanak tanıyarak ve bölgelerinin ekonomik ve sosyal gelişimine katkıda bulunarak bunu tamamlar. Rio de Janeiro ve Penedo adlı iki şehir, Turizm Bakanlığı'nın desteğiyle UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katıldı ve artık Edebiyat ve Sinema için Yaratıcı Şehirler olarak etiketlendi.

#### Brezilya'da akıllı turizm destinasyonları yaratmak

2022'de Turizm Bakanlığı, Akıllı Turizm Destinasyonları Brezilya programını başlattı. Turizm deneyimlerini geliştirmek için aktif olarak çalışan on pilot destinasyona dönüşümde Akıllı Turizm Destinasyonu sertifikası verildi.

Sertifikasyon süreci, Yönetim, Yenilik, Sürdürülebilirlik, Hareketlilik ve Ulaşım, Erişilebilirlik, Güvenlik, Teknoloji, Yaratıcılık ve Tanıtım ve Pazarlama olmak üzere dokuz stratejik sütunda 105 özel gereksinimi karşılamayı içeriyor.

2023'te 11 ek destinasyon aynı sertifikayı kazandı. Program, yönetişimi ve hareketliliği iyileştirirken destinasyonları daha sürdürülebilir, erişilebilir, teknolojik, yaratıcı ve güvenli hale getirmeyi amaçlıyor. 2024'te hedef, tüm uygun destinasyonları sertifikalandırmak, Brezilya genelinde özel eğitim sağlamak ve Dönüşüm Planlarının uygulanmasını sağlamak için denetimler yapmaktır.

## İstatistiksel Profil

## Brezilya: Yurt içi, yurt içi ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	..	13 302	12 247	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	9 637	9 256	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	3 665	2 991	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	6 621	6 353	2 146	746	3 630
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Arjantin	2 498	1 955	888	67	1 033
Amerika Birleşik Devletleri	539	591	172	132	441
Paraguay	357	407	123	132	308
Şili	387	392	131	47	202
Uruguay	348	365	114	12	180
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	10 733	..	..	..	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
Amerika Birleşik Devletleri	2 209	..	..	..	..
Portekiz	1 117	..	..	..	..
Arjantin	947	..	..	..	..
Şili	589	..	..	..	..
İspanya	559	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	6 323	6 127	3 099	3 005	4 968
Uluslararası seyahat gelirleri	5 921	5 995	3 044	2 947	4 952
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	403	132	55	58	16
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	22 229	21 178	6 490	6 252	15 426
Uluslararası seyahat harcamaları	18 266	17 593	5 394	5 250	12 185
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	3 963	3 585	1 096	1 002	3 241

. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/9m0g6t>

## Brezilya: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı <sup>2</sup>				
	2020	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	260 834	2 133 822	2 192 235	1 693 074	1 793 996	2 138 612
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	30 721	315 481	318 114	271 902	302 104	338.000
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	189 286	1 233 881	1 271 932	1 051 147	1 106 747	1 346 872
Yolcu taşımacılığı	14 073	453 943	420 919	219 417	222 463	258 384
Hava yolcu taşımacılığı	649	50 136	55 057	46 389	47 959	50 313
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	12 808	355 246	358 222	165 576	167 443	198 904
Su yolcu taşımacılığı	616	7 935	7 640	7 452	7 061	9 167
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	5 585	40 626	48 839	54 376	63 495	69 932
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	12 437	90 968	92 865	46 600	47 121	61 257
Kültür endüstrisi	8 732	39 549	39 566	49 632	52 066	64 167
Spor ve rekreasyon endüstrisi	..	..	..	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

1. Veriler işletme sayısına ilişkindir.

2. Veriler iş sayısına ilişkindir.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı<sup>2</sup> <https://stat.link/23xy4m>

## Bulgaristan

### Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm Bulgaristan'da önemli bir istihdam ve döviz geliri kaynağıdır. 2021'de turizm ülkede 201.000 işe katkıda bulundu, 2019 seviyelerinin %14,9 altında.

Uluslararası turizm toparlanması 2023'te de devam etti. Bulgaristan ticari konaklamada 3,6 milyon uluslararası ziyaretçi kaydetti. Bu, ülkenin 3,1 milyon ziyaretçi kaydettiği 2022'de %18'lik bir artışı temsil ediyor, ancak yine de 2019 seviyelerinin %11 altında. 2023'teki en büyük üç kaynak ülke Romanya (%24), Polonya (%8) ve Almanya (%8) oldu.

Bulgaristan'da iç turizm hızlı bir toparlanma yaşadı. 2022'de ticari konaklamada 4,6 milyon iç seyahat kaydedildi, bu 2019'a kıyasla %10,5'lik bir artış anlamına geliyor. 2023'e ilişkin geçici veriler, ticari konaklamada 5 milyondan fazla iç seyahatle iç turizmde devam eden bir büyüme gösteriyor, bu da pandemi öncesi seviyelere göre %22'lik bir artış anlamına geliyor.

### Turizm yönetimi

Turizm Bakanlığı, ulusal düzeyde turizm politikasını uygulamaktan sorumludur. Buna, Eylem planı, farklı turizm segmentlerinin geliştirilmesine yönelik stratejiler, kısa vadeli programlar ve planlar ve turizm sektörünün düzenlenmesi ile Bulgaristan Cumhuriyeti'nde Sürdürülebilir Turizm Kalkınması için Ulusal Strateji 2014-30 dahildir. Bakanlık ayrıca uluslararası pazarlamadan, ulusal pazarlama stratejilerinin uygulanmasının koordinasyonundan, bölgesel pazarlama stratejilerinin denetlenmesinden ve diğer bakanlıklardan ve kurumlardan gelen turizm faaliyetlerinin uygulanmasının koordinasyonundan sorumludur. Ulusal turizm politikası Bakanlar Kurulu tarafından formüle edilir.

Ulusal Turizm Konseyi, Turizm Bakanlığı'nın yetkisi altında faaliyet gösteren danışma organıdır. Üyeleri arasında turizmle ilgili bakanlıkların temsilcileri, ulusal, bölgesel ve yerel turizm dernekleri, şube ve ürün dernekleri, ulaştırma operatörleri ve tüketici kuruluşları yer almaktadır.

Bölgesel otoriteler, ulusal turizm politikasını bölgesel düzeyde uygulamaktan sorumludur.

Sorumlulukları arasında bölgesel stratejiler geliştirmek, turizm geliştirme programları uygulamak ve ulusal otoritelerin, bölgesel turizm yönetim örgütlerinin ve turizm geliştirme derneklerinin programlarını desteklemek yer alır.

Turizm faaliyetlerini koordine etmek için turizm dernekleri, belediye ve bölge temsilcileri, bilimsel kuruluşlar, turizm alanındaki enstitüler ve okullar, tüketici dernekleri ve diğer paydaşlardan oluşan dokuz Bölgesel Turizm Yönetim Örgütü kuruldu. Ana hedefleri, güçlü bölgesel markalar ve yerel kaynaklara dayalı uzmanlaşmış turizm ürünleri yaratarak bölgesel eşitsizlikleri azaltmaktır. Yerel düzeyde, belediye idareleri turizm gelişiminden sorumludur. Belediye meclisi, bölgesel strateji, pazarlama stratejisi ve yerel turizm kaynakları ve ihtiyaçları ile uyumlu belediye için bir turizm geliştirme programı benimser.



Sektörde çalışmakla ilgileniyorum. Müfredatın ve ikili eğitim programlarının uyarlanması ve gençler arasında turizm mesleklerinin farkındalığını artırmayı ve imajını yükseltmeyi amaçlayan Ortaöğretim Restoran ve Otelcilik Okulları Derneği ile kampanya dahil olmak üzere çeşitli önlemler geliştiriliyor. Şu anda uygulama sürecinde olan Meslekler Listesi (turizm alanı dahil) revize ediliyor ve bu, işletmenin ihtiyaçlarına ve turizm gelişim düzeyine daha iyi yanıt verebilmek için müfredatın revize edilmesine ve uyarlanmasına yol açacak.

Hazırlıkların son aşamasında ikili eğitim Tüzüğünde değişiklikler var. Değişiklikler ikili eğitim modelini iyileştirmeyi amaçlıyor. Turizm sektörü için yararlı olabilecek değişikliklerden bazıları, günlük eğitimden ikili eğitime geçişte esneklik sağlanması ve işletme tarafından hazırlanan bir eğitim takvimine dayalı ikili eğitimin mevsimsel olarak uygulanmasıdır.

2022'de Bulgaristan, Rusya'nın Ukrayna'ya karşı yürüttüğü saldırgan savaş nedeniyle yerinden edilen Ukraynalılara destek olmak için bir yardım programı başlattı. Turizm Bakanlığı ve özel bir geçici çalışma grubu tarafından koordine edilen program, geçici koruma arayanlara oteller ve diğer konaklama tesisleri tahsis etti (aşağıdaki kutuya bakın).

Bölgesel turizm pazarlaması ve tanıtımı için belediye düzeyinde ademi merkezîyetçilik de önemli bir politika geliştirmedir. Turizm Bakanlığı, yabancı tur operatörlerinin, havaalanlarının ve belediyelerin Karadeniz bölgesini tanıtmaya çabalarına aktif ve hedef odaklı bir ortaklıkla katılmalarına olanak tanıyan Karadeniz belediyelerinin tanıtımını desteklemek için hedefli bir program geliştirdi.

Bulgaristan ayrıca turizm sektöründe dijitalleşmeyi ve inovasyonu desteklemek için programlar geliştiriyor. Bu, 2024 yılı sonuna kadar tamamlanması beklenen sektörün dijitalleşmesi için stratejik bir belgeyi içeriyor. Ayrıca ülke, hava ve su kalitesini kontrol etmeye ve sürdürülebilir atık ve su yönetimi, kriz yönetimi, turizm yatırımını teşvik etme ve iklim değişikliğine uyum sağlamaya odaklanıyor.

#### **İhtiyaç sahibi Ukraynalılara destek sağlayarak Bulgar turizm sektörünü güçlendirmek**

Rusya'nın Ukrayna'ya karşı başlattığı saldırganlık savaşı, COVID-19 krizi sonrasında Bulgaristan'ın turizm sektörünü büyük ölçüde etkiledi, ancak sektör geçici koruma arayan Ukraynalılara hızla hedefli yardım sağladı. İhtiyaç sahibi Ukraynalıları desteklerken, girişim sektörün toparlanmasına yardımcı oldu ve pandemiden sonra Bulgaristan'daki turizm iş gücünü güçlendirdi. 2022'de Bulgaristan, Rusya'nın Ukrayna'ya karşı başlattığı saldırganlık savaşı sonucunda yerinden edilen Ukraynalıları desteklemek için bir yardım programı başlattı. Turizm Bakanlığı ve Bakanlar Kurulu bünyesindeki özel bir geçici çalışma grubu aracılığıyla Bulgaristan Cumhuriyeti'nde geçici koruma arayan kişiler için oteller ve diğer konaklama tesisleri tahsis edildi. Program, hem çocuklar hem de yetişkinler için konaklama, yiyecek ve eğlence sağladı ve ailelerin ve yakın akrabaların aynı tesislere birlikte yerleştirilmesine olanak tanıdı.

Konaklama tesisleri düşük ve ara turizm sezonları dahil olmak üzere yıl boyunca kullanıldı. Mart 2022'den Aralık 2023'e kadar 400.000'den fazla Ukrayna vatandaşı ağırlandı ve 2022 ve 2023 bütçelerine toplam 250 milyon BGN tahsis edildi. Programın bir sonucu olarak, turizm işletmelerinde yıl boyunca talep oluştu ve 3.500'den fazla Ukrayna vatandaşı turizm sektöründe çalışmaya geçti. Ukraynalılar işe girdikten sonra artık yardımdan yararlanmaya uygun değiller. Programa katılan tüm Ukrayna vatandaşları Bulgar Birleşik Turist Bilgi Sistemi'ne kayıtlıydı ancak turizm istatistik verilerinden muaf tutuldular.

## İstatistiksel Profil

## Bulgaristan: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm<sup>1</sup></b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	6 529	6 833	4 485	5 711	6 397
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	4 151	4 702	2 995	3 871	4 132
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	2 378	2 131	1 490	1 840	2 266
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	9 096	9 675	7 312	9 627	11 286
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm<sup>2</sup></b>					
Toplam uluslararası varışlar	12 368	12 552	4 973	7 188	10 888
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Romanya	1 377	1 287	626	822	1 250
Yunanistan	1 116	1 168	271	259	807
Türkiye	625	649	332	401	579
Almanya	850	761	138	288	471
Kuzey Makedonya Cumhuriyeti	560	554	169	175	303
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	17 749	17 480	4 656	7 994	12 887
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm<sup>3</sup></b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	6 699	7 007	3 973	5 182	7 252
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
Türkiye	1 516	1 622	..	..	..
Yunanistan	1 403	1 461	..	..	..
Kuzey Makedonya Cumhuriyeti	416	429	..	..	..
Romanya	523	554	..	..	..
Sırbistan	494	515	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	5 099	4 840	1 847	2 741	3 754
Uluslararası seyahat gelirleri	4 501	4 294	1 693	2 483	3 413
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	599	546	154	257	341
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	2 247	2 196	1 253	1 520	1 840
Uluslararası seyahat harcamaları	1 870	1 826	1 039	1 291	1 550
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	377	370	214	229	290

.. Müsait değil

1. Talep tarafı anketlerinden seyahatler. Arz tarafı anketlerinden geceler.

2. Talep tarafı anketlerinden gelen varışlar; Arz tarafı anketlerinden gelen geceler. En iyi pazarlara ilişkin veriler, transit olmadan yabancı ziyaretçilerin (gecelik ziyaretçiler ve aynı gün ziyaretçiler) varış sayısını ifade eder

3. Veri gecelik ve aynı gün çıkışları içerir. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/woqs3u>

## İstatistiksel Profil

## Bulgaristan: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm<sup>1</sup></b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	6 529	6 833	4 485	5 711	6 397
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	4 151	4 702	2 995	3 871	4 132
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	2 378	2 131	1 490	1 840	2 266
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	9 096	9 675	7 312	9 627	11 286
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm<sup>2</sup></b>					
Toplam uluslararası varışlar	12 368	12 552	4 973	7 188	10 888
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Romanya	1 377	1 287	626	822	1 250
Yunanistan	1 116	1 168	271	259	807
Türkiye	625	649	332	401	579
Almanya	850	761	138	288	471
Kuzey Makedonya Cumhuriyeti	560	554	169	175	303
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	17 749	17 480	4 656	7 994	12 887
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm<sup>3</sup></b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	6 699	7 007	3 973	5 182	7 252
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
Türkiye	1 516	1 622	..	..	..
Yunanistan	1 403	1 461	..	..	..
Kuzey Makedonya Cumhuriyeti	416	429	..	..	..
Romanya	523	554	..	..	..
Sırbistan	494	515	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	5 099	4 840	1 847	2 741	3 754
Uluslararası seyahat gelirleri	4 501	4 294	1 693	2 483	3 413
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	599	546	154	257	341
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	2 247	2 196	1 253	1 520	1 840
Uluslararası seyahat harcamaları	1 870	1 826	1 039	1 291	1 550
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	377	370	214	229	290

.. Müsait değil

1. Talep tarafı anketlerinden seyahatler. Arz tarafı anketlerinden geceler.

2. Talep tarafı anketlerinden gelen varışlar; Arz tarafı anketlerinden gelen geceler. En iyi pazarlara ilişkin veriler, transit olmadan yabancı ziyaretçilerin (gecelik ziyaretçiler ve aynı gün ziyaretçiler) varış sayısını ifade eder

3. Veri gecelik ve aynı gün çıkışları içerir. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/woqs3u>

## Bulgaristan: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı				
		2021 s	2018 s	2019 s	2020 s	2021 s
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	..	..	..	..	..	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	29 475	82 646	84 373	68 370	73 530	..
Oteller ve benzeri işletmeler	4 506	43 633	44 810	29 207	33 629	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	18 921	93 796	94 354	77 237	79 551	..
Yolcu taşımacılığı	4 536	22 634	22 497	20 908	19 542	..
Hava yolcu taşımacılığı	56	1 865	2 042	1 744	1 493	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	5 831	5 853	5 705	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	4 450	14 573	14 213	13 158	12 461	..
Su yolcu taşımacılığı	30	365	389	301	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	2 129	2 818	3 002	2 891	2 729	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	1 691	6 421	6 214	4 506	4 269	..
Kültür endüstrisi	1 194	1 744	1 914	1 635	1 752	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	3 682	23 980	23 940	19 036	19 615	..
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Mevcut değil; p Geçici veriler

1. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/ipqohe>

## Bulgaristan: İç turizm tüketimi

Milyon BGN

	2021		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	1 271	4 444	..
Turizm karakteristik ürünleri	1 268	3 606	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	607	1 403	..
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	456	1 351	..
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	196	602	..
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	6	163	..
Kültürel hizmetler	1	25	..
Spor ve rekreasyon hizmetleri	1	63	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	..
Diğer tüketim ürünleri	3	837	..
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/9z7u0q>

## Hırvatistan

### Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Hırvat ekonomisi için kritik öneme sahiptir. 2022'de sektör, ülkenin en büyük ihracat kategorisi olan hizmet ihracatının %66,6'sını oluşturdu ve doğrudan 91.400 iş veya toplam istihdamın %6,5'ini sağladı. Bu, 2020'deki pandemi düşük seviyesi olan 78.500 işten bir artış, ancak 2019 seviyelerinin (91.500 iş) %6 altında kalmaya devam ediyor. 2023'te sektör, hizmet ihracatının %65,4'ünü oluşturdu ve 98.400 iş veya toplam istihdamın %6,8'ini sağladı. 2019'da turizm, 5,1 milyar avro veya GSYİH'nin %11,3'üne katkıda bulundu.

2022'de Hırvatistan, ticari konaklamada 15,3 milyon uluslararası turist kaydetti veya 2019 seviyelerinin %88,3'üne ulaştı, bu 2020'deki 5,5 milyondan fazlaydı. Bu, 2019 seviyelerine göre %24 artışla 13,1 milyar avroluk uluslararası turizm gelirine denk geliyordu. 2022'deki en önemli pazarlar Almanya (%21), Avusturya (%9) ve Slovenya (%9) oldu.

2023'te Hırvatistan Schengen bölgesine ve Avro bölgesine katılarak daha fazla Avrupalı turist için daha hızlı seyahat etmesini, fiyat ve hizmet kalitesi karşılaştırmalarını kolaylaştırmasını ve döviz kuruyla ilgili belirsizlikleri ortadan kaldırmasını sağladı. Ülke, 2022 seviyelerine göre %10 artışla 17 milyon uluslararası turist varışı kaydetti.

Yurt içi turizm, 2023 yılında ticari konaklama tesislerinde 2,6 milyon turiste ulaştı. Bu, 2022'ye göre %7,6'lık, pandemi öncesi seviyelere göre ise %10,8'lik bir artış temsil ediyor.

### Turizm yönetimi

Hırvatistan'daki turizmden Turizm ve Spor Bakanlığı sorumludur. Bakanlık, Ekonomi Odası, Ticaret ve Zanaat Odası ve turizm ve misafirperverlik sektörlerindeki meslek birlikleriyle düzenli olarak işbirliği yapmaktadır. Hırvatistan Ulusal Turizm Kurulu, Bakanlığa bağlıdır ve turizmin tanıtımından sorumludur.

Bölgesel düzeyde, 20 il idari ofisi ve Zagreb şehri, konaklama sınıflandırması ve turizmle ilgili hizmetler için izinlerden sorumlu turizm departmanlarına sahiptir. Ayrıca, 280 yerel turizm ofisi, bölgesel turizm ofislerinin rehberliğinde turistik ürünler geliştirmekten ve turizm bilgisi sağlamaktan sorumludur.

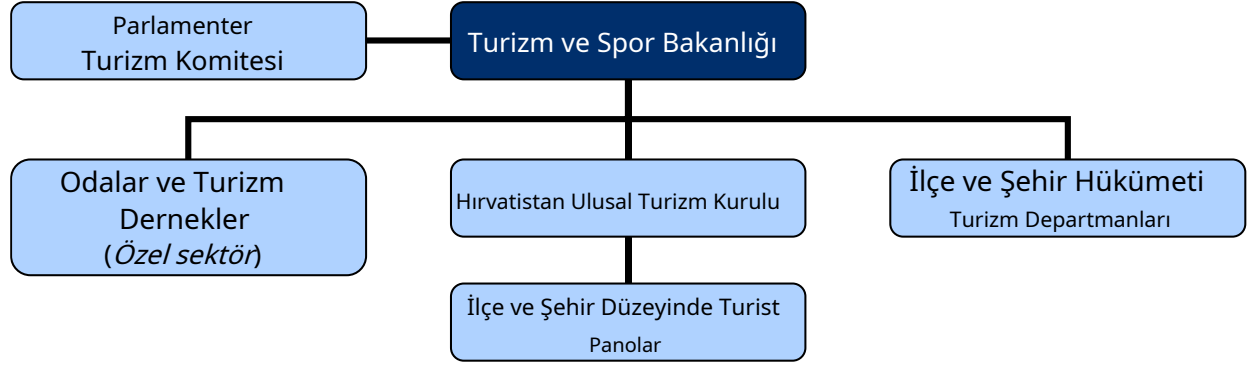
Turizm ve Spor Bakanlığı, ortak politikalar oluşturmak için diğer bakanlıklar, devlet ve özel kuruluşlarla iş birliği yapar. İş birliği örnekleri şunları içerir:

- Bölgesel Kalkınma Bakanlığı ve AB Fonları: Girişimcilere yönelik krediler ve faydalar ile AB operasyonel programlarının uygulanması.
- Denizcilik, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı: Ulusal seyrüseferde sertifikaların yaygınlaştırılması, limanlarda imtiyaz bedelleri ve harçlar.
- Fiziki Planlama, İnşaat ve Devlet Varlıkları Bakanlığı: Hırvatistan'a ait işyerlerinin kiralanması.

- ACI Club (Hırvatistan'ın deniz turizmi şirketi): Büyük marinalarda muafiyetler ve taksitler dahil olmak üzere ücret ödemeleri.

Turizm ve Spor Bakanlığı'nın bütçesi, bakanlığın faaliyet ve projelerinin genişletilmesi nedeniyle 2022'de 13,5 milyon avrodan 2023'te 20,4 milyon avroya çıkarıldı.

#### Hırvatistan: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Turizm Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

## Turizm politikaları ve programları

Sürdürülebilir Turizm Geliştirme Stratejisi 2030, Sürdürülebilir Turizmin Geliştirilmesine Yönelik Ulusal Plan 2027 ve Ulusal Planın Uygulanmasına Yönelik Eylem Planı 2025, Hırvatistan'daki turizmin stratejik bir denetimini sunmaktadır. Strateji 2030, 2022'nin sonunda başlatılmış olup sürdürülebilir turizm gelişimi için dört temel stratejik hedef tanımlamaktadır: yıl boyunca ve bölgesel olarak daha dengeli turizm; korunmuş çevre, mekan ve iklime sahip turizm; rekabetçi ve yenilikçi turizm; ve sürdürülebilir turizm. Uzun vadede, Strateji 2030, Hırvatistan'ı güvenlik, kalite, katma değer, sürdürülebilirlik ve inovasyon açısından Avrupa'nın önde gelen turizm destinasyonlarından biri olarak korumayı amaçlamaktadır. Strateji, 2025 yılında uygulama boşluklarını belirlemek ve değerlendirme sonuçlarına göre değişiklik gerekirse gerekli ayarlamaları yapmak için resmi olarak değerlendirilecektir.

2030 Stratejisi, Hırvatistan Cumhuriyeti Devlet Bütçesi, 2021-26 Ulusal Bütçe Kurtarma ve Dayanıklılık Planı, 2021-27 Rekabet Edebilirlik ve Uyum Programı, 2021-27 Etkin İnsan Kaynakları Programı, 2021-27 Entegre Bölgesel Programı ve AB tarafından finanse edilen programlar aracılığıyla finanse edilmektedir.

Stratejiyi destekleyen birkaç plan bulunmaktadır. Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kalkınma Planı 2027'nin Uygulanmasına Yönelik 3 Yıllık Eylem Planı, somut önlemlerle turizm için belirli hedefleri uygulamak üzere 2023 yılında kabul edilmiştir. Ayrıca, 1 Ocak 2024 tarihinde yürürlüğe giren Hırvat Turizm Yasası, kaynakları ve alanı korumak, turistik yerlerdeki nüfusun memnuniyetini ve yaşam kalitesini garanti altına almak ve aynı zamanda Hırvat turizminin küresel pazardaki rekabet gücünü sağlamak için veri ve ölçütlere dayalı bir turizm geliştirme yönetimi çerçevesi oluşturmaktadır. Hırvat Turizminin Stratejik Pazarlama ve Operasyonel Planı, Hırvatistan'ı uluslararası pazarlarda daha iyi konumlandırmak için 2023 yılında geliştirilmiştir. Bölgesel ve yerel pazarlama planları da geliştirilecek ve önümüzdeki dört yıl içinde, mevsimselliği azaltmaya ve daha dengeli turizm gelişimine katkıda bulunabilecek turistik yerleri tanıtmaya odaklanarak faaliyetler yürütülecek ve Hırvatistan'ın yüksek değerli bir turizm destinasyonu imajını oluşturacaktır.

Hırvatistan, 2022 yılında kamu turizm altyapısının yeşil ve dijital dönüşümünü teşvik etmek ve ana turistik ve kıyı alanlarının ötesinde kamu turizmi altyapısını geliştirmek için bir kamuoyu çağrısı başlattı.

123 milyon avroluk bir bütçe. Sürdürülebilirliği artırmak ve turizm girişimcilerinin yeşil ve dijital geçişini desteklemek için 165 milyon avroluk başka bir kamu çağrısı başlatıldı. Hırvatistan, turizm reformunun bir parçası olarak sürdürülebilirlik alanında Uydu Hesapları Sistemini iyileştirdi (Kutu 3.8).

Dayanıklı ve sürdürülebilir turizm için kapasiteleri güçlendirmeye yönelik eğitim programları, özellikle işsizleri ve devlet idareleri ile turizm kurullarındaki çalışanları hedefleyen programlar, 1,3 milyon avroluk bir bütçeyle uygulanmaktadır. Uygulama aşaması 2025 yılı sonuna kadar devam edecektir.

Rekabetçilik ve Uyum Programı 2021-27, KOBİ'lere rekabeti teşvik etmek ve daha fazla katma değerli yeşil ve dijital turizm ürünleri geliştirmek için sübvansiyonlu krediler için 90 milyon Avro tahsis etti. Kamu turizm altyapısı, sağlık ve aktif turizm ürünleri için ek 40 milyon Avro tahsis edilecek ve sosyal katılıma ve sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunulacak. Kamu çağrıları hazırlanıyor ve 2024 yılı sonuna kadar yayınlanması bekleniyor.

Eşit fırsatlar sağlayacak, turizm altyapısını uyarlayacak ve iş süreçlerini engelli kişilerin ihtiyaçlarına göre uyarlayacak turizm ürünleri ve hizmetlerinin geliştirilmesine Etkili İnsan Kaynakları Programı 2021-27 kapsamında 7 milyon avro hibe verilecek. Kamu çağrısının 2025 yılında yayınlanması bekleniyor.

Turizm ve Spor Bakanlığı her yıl, mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelerin yeşil ve dijital dönüşümü için Devlet bütçesinden finanse edilen turizm sektöründe rekabet gücünü artırmak için küçük bir destek programı başlatıyor. 2023'te 221 turizm işletmesi 2,57 milyon Avro hibe alırken, 2024'te yeni bir kamu çağrısı yayınlandı.

## İstatistiksel Profil

## Hırvatistan: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	8 166	10 445	6 183	6 974	7 122
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	3 197	3 708	2 510	3 278	3 148
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	4 969	6 737	3 673	3 696	3 974
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	17 581	20 712	15 341	19 200	19 464
Oteller ve benzeri işletmeler	1 524	1 725	1 037	2 844	3 354
Diğer toplu işletmeler	583	738	274	974	1 064
Özel konaklama	15 474	18 249	14 029	15 381	15 046
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	16 645	17 353	5 545	10 641	15 324
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Almanya	2 784	2 881	1 480	2 737	3 281
Avusturya	1 370	1 385	355	1 026	1 453
Slovenya	1 364	1 426	769	995	1 419
İtalya	1 148	1 175	228	417	908
Çekya	755	742	481	721	835
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	83 175	84 148	35 379	62 848	82 288
Oteller ve benzeri işletmeler	29 319	29 707	7 890	17 423	25 829
Diğer toplu işletmeler	18 380	18 183	8 228	16 301	20 220
Özel konaklama	35 477	36 258	19 261	29 123	36 239
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	2 980	3 500	678	907	2 005
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	2 058	2 255	493	639	1 351
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	922	1 245	185	268	653
En iyi destinasyonlar					
Bosna-Hersek	390	455	122	214	341
Almanya	326	303	86	87	141
İtalya	213	238	27	40	113
Slovenya	171	190	57	63	109
Avusturya	166	197	63	36	108
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	11 442	12 020	5 486	10 924	14 007
Uluslararası seyahat gelirleri	11 220	11 798	5 422	10 803	13 810
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	222	222	64	121	197
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	1 742	1 809	790	1 128	1 499
Uluslararası seyahat harcamaları	1 695	1 763	777	1 108	1 460
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	47	46	14	20	39

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/pmb4zn>

## Hırvatistan: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı <sup>2</sup>				
		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	22 830	86 646	91 608	78 485	80 223	91 398
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	3 655	41 826	44 326	35 071	36 204	42 767
Oteller ve benzeri işletmeler	1 254	..	..	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	17 446	38 678	41 011	38 198	39 486	43 719
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	5 299	..	..	..	..	..
Hava yolcu taşımacılığı	17	..	..	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	4 128	..	..	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı	1 154	..	..	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	..	..	..	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	1 729	6 142	6 271	5 216	4 533	4 912
Kültür endüstrisi	..	..	..	..	..	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	..	..	..	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

1. Veriler işletme sayısına ilişkindir.

2. Veriler çalışan sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı<sup>2</sup> <https://stat.link/kopt84>

## Hırvatistan: İç turizm tüketimi

Milyon EUR

	2019		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	1 575	10 517	12 372
Turizm karakteristik ürünleri	1 497	9 681	11 458
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	201	3 276	3 757
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	284	2 123	2 407
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	459	377	835
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	99	110	209
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	27	12	39
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	305	75	380
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	28	180	208
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	91	370	461
Kültürel hizmetler	109	726	834
Spor ve rekreasyon hizmetleri	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	353	2 810	3 163
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	78	836	914
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı<sup>2</sup> <https://stat.link/e8rf9>

# Endonezya

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Endonezya'da ekonomik büyümenin, bölgesel kalkınmanın ve istihdamın temel itici gücüdür. 2022'de turizm sektörü yaklaşık 6,8 milyar ABD doları döviz geliri sağladı ve ülkenin GSYİH'sinin %3,6'sını oluşturdu. Bu hala 2019'daki %5'ten düşük, ancak 2020'deki pandemi düşük seviyesi olan %2,2'den yüksek. Aynı yıl turizm yaklaşık 22,9 milyon kişiye veya toplam istihdamın %16,9'una istihdam sağladı. Bu, 2019'a kıyasla %0,8 arttı.

Endonezya 2023'te 11,7 milyon uluslararası gecelik ziyaretçi kaydetti veya 2019 seviyelerinin (16,1 milyon ziyaretçi) %73'üne denk geliyor. Bu, 2022'ye kıyasla %98'lik bir artış anlamına geliyor. 2023'teki en büyük kaynak pazarları Malezya (%16), Singapur (%12) ve Avustralya (%12) oldu. Ayrıca, 2023'teki toparlanma turizm gelirlerini artırdı. 2023'te döviz gelirleri 14 milyar ABD dolarına ulaştı ve bu 2022 seviyesinin iki katından fazla.

Endonezya'da iç turizm önemli bir rol oynuyor ve son yıllarda düzenli olarak artış gösteriyor. 2023 yılında ülke, 2019'a kıyasla %14 artışla 825,8 milyon iç gecelik ziyaretçi kaydetti.

Endonezya, 2024 yılında uluslararası turist sayısının 10,4 milyon ile 14,3 milyon arasında değişeceğini, turizm gelirlerinin ise 10,5 milyon ile 13,1 milyar ABD doları arasında gerçekleşeceğini öngörüyor.

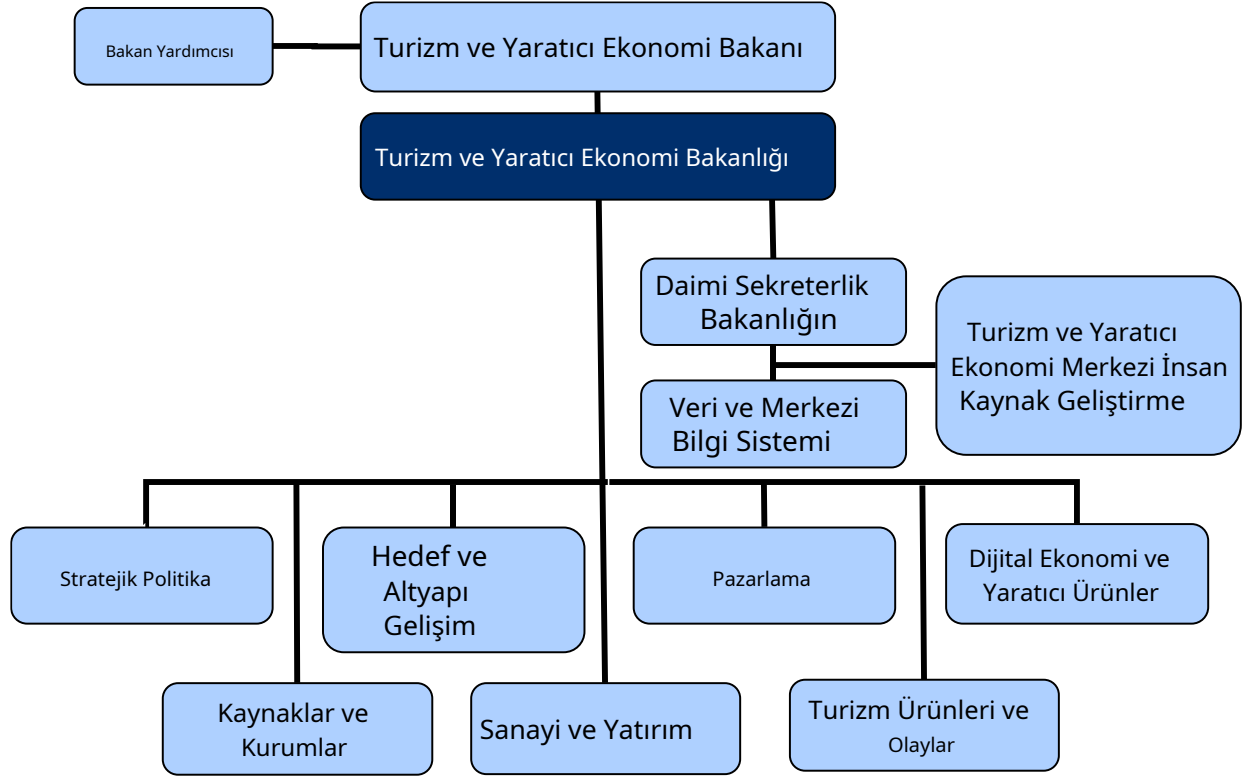
## Turizm yönetimi

Endonezya'daki turizmden Turizm ve Yaratıcı Ekonomi Bakanlığı sorumludur. Bakanlık, turizmi ve yaratıcı ekonomiyi geliştirmek için Sağlık, Dışişleri ve İletişim ve Bilgi bakanlıkları gibi çeşitli paydaşlarla düzenli olarak iş birliği yapmaktadır. Bakanlık ayrıca, özellikle Endonezya'nın süper öncelikli ve öncelikli turizm destinasyonlarında turizm destinasyonlarının geliştirilmesinde Kamu İşleri ve İskân Bakanlığı ile düzenli olarak iş birliği yapmaktadır.

Denizcilik ve Yatırım Koordinasyon Bakanlığı'nın, turizm ve yaratıcı ekonomi politikalarının oluşturulması, karar alma süreci ve uygulanmasının ilgili bakanlıklar ve kurumlar, özellikle Turizm ve Yaratıcı Ekonomi Bakanlığı ile koordine ve senkronize edilmesinden sorumlu bir Turizm ve Yaratıcı Ekonomi Yardımcısı bulunmaktadır.

Endonezya'nın ulusal bütçesi 2023 yılında turizme 3,38 trilyon IDR ayırdı. Bu miktar, 2022'deki 3,59 trilyon IDR'den düşüş gösterdi. Bu miktara, 0,45 trilyon IDR'lik Turizm Altyapısı için Özel Tahsisat Fonu (2022'de 0,31 trilyon IDR'den artış) ve 133,3 milyar IDR'lik Turizm Altyapısı için Özel Tahsisat Fonu (2022'ye kıyasla 9,8 milyar IDR artış) eklendi.

### Endonezya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Turizm ve Yaratıcı Ekonomi Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Endonezya'da turizmin büyümesi ve gelişmesi, ülkenin uzun vadeli turizm stratejisi olan Turizm Politikası Geliştirme Kurumsal Çerçevesi tarafından yönlendirilmektedir. Bu strateji aşağıdaki öncelikleri belirlemektedir:

- Kaliteli turizm ürünleri ve hizmetleri şeklinde destinasyon rekabet gücünü artırmak, Süper Öncelikli Turizm Destinasyonlarına odaklanan uygulamalar yapmak.
- Turizm işgücünün, pazarlamanın, kriz yönetim programının ve MICE sektörünün beceri edinimini ve yeniden beceri kazandırılmasını destekleyin.
- Birçok cazip destinasyonu tanıtan Proud to Travel in Indonesia kampanyasıyla iç turizmi artırın.
- Bali, Batam-Bintan ve Bandung gibi önde gelen turizm destinasyonlarını restore edin.
- Topluluk ekonomisinin itici gücü olarak yaratıcı ekonominin potansiyelini en iyi şekilde değerlendirerek turizm köylerini geliştirmek.

Endonezya, üretkenlik, kapsayıcılık ve sürdürülebilirlik olmak üzere üç temel ilkeye uygun olarak aşamalı ve yapılandırılmış bir turizm toparlanma yaklaşımına kendini adanmıştır. Bu yaklaşım üç aşamaya ayrılmıştır:

- 2020-21 - Dayanıklılık: Krizleri etkili bir şekilde yönetmek ve sektör üzerindeki etkilerini azaltmak için Endonezya hükümeti, Turizm Destinasyonları için Kriz Yönetimi Temizlik, Sağlık, Güvenlik ve Çevresel Sürdürülebilirlik programını uyguladı. Program, iç turizme öncelik verdi ve tahliye, acil durum müdahale protokolleri ve iletişim için acil durum planları geliştirdi. Bakanlık, Ulusal Afet Yönetim Ajansı ve Endonezya Ulusal Arama ve Kurtarma Ajansı ile yakın bir şekilde çalıştı.

- 2022-23 - Kurtarma: Endonezya, turizm ve yaratıcı ekonomi sektörlerinde kurtarmayı hızlandırmak ve üretkenliği artırmak için, turizm sektörünü canlandırmada önemli bir rol oynayan büyümenin temel itici güçleri olan Süper Öncelikli Turizm Destinasyonlarını belirledi. Endonezya ayrıca bu seçilmiş destinasyonları beslemek için tasarlanmış bir Turizm Ekosistemi kurdu. Ulusal Orta Vadeli Plan 2020-24 kapsamında, beşi Süper Öncelikli Turizm Destinasyonu olan on Öncelikli Turizm Destinasyonu, destekleyici yollar, limanlar, havaalanları, öncü turizm destinasyonları, turizm köylerinin geliştirilmesinden faydalanmaktadır. Program ayrıca turizm ürünleri geliştirmeyi, yaratıcı ekonomi ekosistemini iyileştirmeyi ve her lokasyonda insan kaynaklarını geliştirmeyi de içermektedir.
- 2024-25 - Uyarlanabilir ve Sürdürülebilir Destinasyonlara Hazırlık: Bu dönemdeki amiral gemisi girişim, çevreye duyarlı, sosyal sorumluluk sahibi ve ekonomik açıdan dayanıklı büyümeyi sağlamak için Süper Öncelikli Turizm Destinasyonlarını daha da iyileştirmeyi içeriyor.

Kurtarma aşamasındaki zorluklara yanıt vermek ve fırsatları değerlendirmek için altı segmente öncelik veriliyor: (i) Bleisure: Uzaktan çalışmanın artışından yararlanmak, dijital göçebeleri ve iş seyahatindekileri çekmek; (ii) Ekoturizm ve macera: Doğa ve çevreyle ilgili turizmi içerir; giderek daha fazla destinasyon ve operatör düşük karbonun yanı sıra Mavi, Yeşil ve Döngüsel Ekonomiye bağlıdır; (iii) Sağlık turizmi: Çok çeşitli tıbbi tedaviler arayan ziyaretçiler için kapsamlı sağlık turizmini desteklemek üzere özel bir ekonomik bölge belirlenmiştir; (iv) Miras ve kültür: Turistik destinasyonlarda somut ve somut olmayan kültürel ürünlere ve cazibe merkezlerine öncelik vermek; (v) Gastronomi turizmi; (vi) Turizm köyleri: Turistlere kültür ve sürdürülebilirlik konusunda eğitim verirken bütünsel bir turizm deneyimi sunmak (aşağıdaki kutuya bakın).

### Endonezya'da sorumlu ve sürdürülebilir turizm köyleri

Sürdürülebilir turizmin toparlanmasını hızlandırma ve ekonomik büyümeyi artırma potansiyeline sahip olan Endonezya'nın turizm köyleri programı, sektörün sürdürülebilir turizm uygulamalarını iyileştirme, profesyonel bir kadro yetiştirme, yüksek kaliteli turizm ürünleri sağlama ve sıkı sağlık prosedürlerine uyma konusundaki hazırlığını güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Program, doğal çevreyi korumaya ve yerel toplulukları desteklemeye yardımcı olur ve turizm köyleri, kültür, doğa ve eğitimi bir araya getiren bütünsel bir turizm deneyimi sunar.

Hükümet tarafından başlatılan birkaç turizm köyü geliştirme programı vardır, örneğin Turizm Farkındalık Kampanyası 5.0, Endonezya Turizm Köyü Ödülleri ve Sürdürülebilir Turizm Köyü Sertifikasyonu. Bu programlar, insan kaynakları geliştirme, Kurumsal Sosyal Sorumluluk programlarıyla işbirliği, turizm ve yaratıcı ekonomi işletmelerine destek ve finansal okuryazarlık programları gibi alanlarla turizm köylerini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, ev sahibi yönetimi, turizm ürünleri ve seyahat kalıpları geliştirme, turizm iş sertifikasyonu, finansal yönetim, yiyecek ve içecek hazırlama üretimi ve paketleme eğitimi, yerel işletmeler kurma, rehberlik eğitimi ve turizm köylerinin geliştirilmesi için bakanlıklar, kurumlar ve özel sektör arasında iş birliğini teşvik etme gibi alanlarda kapasite oluşturma sağlar.

Haziran 2024 itibarıyla, 2024 yılına kadar 6.000 işletme hedefinin üzerinde, platforma 6.024 turizm köyü kaydedildi. Avantajları arasında pandemi sırasında yerel turizmi %30 oranında artırmak, küresel rekabeti artırmak, ekonomik iyileştirmeler ve yaratıcı ekonomi potansiyelini haritalamak yer alıyor. Girişimi daha da tanıtmak için Endonezya, 2021'den beri her yıl Turizm Köyü Ödülleri düzenliyor.

## İstatistiksel Profil

## Endonezya: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	722 159	524 571	613 299	734 865
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	303 404	354 353	364 698	406 242	497 334
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	367 805	159 873	207 058	237 531
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	306 556	378 006	449 310	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	55 390	117 609	185 971	..
Diğer toplu işletmeler	..	16 032	36 668	36 664	..
Özel konaklama	..	235 135	223 730	226 675	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	15 810	16 107	4 053	1 558	5 889
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	13 396	15 455	3 981	1 546	5 761
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	2 414	652	72	11	128
En iyi pazarlar					
Çin (Halk Cumhuriyeti)	2 139	2 072	240	55	169
Singapur	1 769	1 934	280	19	737
Malezya	2 503	2 981	980	481	1 213
Avustralya	1 301	1 387	256	3	655
Hindistan	595	657	112	7	282
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	9 468	11 689	2 918	1 711	3 541
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	503	3 379
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	1 208	162
En iyi destinasyonlar					
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	17 915	18 405	3 602	548	..
Uluslararası seyahat gelirleri	16 426	16 911	3 382	521	6 719
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	1 489	1 494	221	27	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	13 171	14 449	2 075	516	..
Uluslararası seyahat harcamaları	10 314	11 308	1 748	472	6 288
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	2 857	3 141	327	45	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/by6njs>

## Endonezya: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı					
		2022	2018	2019	2020	2021	2022 yılı
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	..	..	..	..	..	..	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	..	..	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	28 800	408 565	407 292	348 270	186 643	339 224	
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	..	..	8 016 863	..	..	..	
Yolcu taşımacılığı	..	..	21 535	15 428	..	..	
Hava yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..	
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..	
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..	
Su yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..	
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..	
Taşıma ekipmanı kiralama	..	..	..	..	..	..	
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	..	..	86 770	65 112	..	..	
Kültür endüstrisi	..	..	117 092	98 539	..	..	
Spor ve rekreasyon endüstrisi	..	..	..	..	..	..	
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..	
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..	
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..	

.. Müsait değil

1. Veriler işletme sayısına ilişkindir.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/69e7qw>

## Endonezya: İç turizm tüketimi

Milyon IDR

	2020		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	674 507 316	71 080 512	745 587 827
Turizm karakteristik ürünleri	653 262 094	62 301 195	715 563 290
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	114 514 144	24 197 504	138 711 648
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	207 484 990	16 666 223	224 151 212
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	241 889 120	8 749 838	250 638 958
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	215 827 566	5 765 994	221 593 560
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	732 433	162 310	894 743
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	16 007 808	1 587 083	17 594 892
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	9 321 312	1 234 450	10 555 762
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	22 213 587	461 108	22 674 695
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	4 630 045	613 839	5 243 884
Kültürel hizmetler	13 872 288	1 833 053	15 705 341
Spor ve rekreasyon hizmetleri	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	44 131 761	5 660 575	49 792 336
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	4 526 160	4 119 055	8 645 215
Diğer tüketim ürünleri	21 245 221	8 779 316	30 024 538
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/8w39ab>

# Malta

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Malta ekonomisine önemli bir katkıda bulunmaktadır. 2023 yılında, toplam uluslararası turist harcamaları 2,7 milyar avroluk rekor rakama ulaşmıştır. Harcama tarafındaki GSYİH kimliğine göre turizmin 2023 yılında GSYİH'ye %10,2 katkıda bulunduğu tahmin edilmektedir. 2022 yılında turizm sektörü doğrudan 48.000 işi veya toplam istihdamın %16,9'unu desteklemiştir. Bu, sektörün doğrudan 40.500 işi temsil ettiği 2019 yılına göre %18,2'lik bir artışı temsil etmektedir.

2020-22 yıllarında COVID-19 salgınının neden olduğu aksaklık, 2023'te güçlü bir toparlanmayla takip edildi ve rekor seviyede 3,0 milyon uluslararası turistle sonuçlandı. 2023 yılı için en önemli kaynak pazarları İtalya (%18) oldu, ardından Birleşik Krallık (%18) ve Fransa (%10) geldi.

Pandemi sırasında iç turizm arttı. Malta, 2019'daki 240.000'e kıyasla 2020'de 360.000'den fazla iç gecelik turist kaydetti. İç turizm, 2021'de 390.000 gecelik turist rekoruyla arttı ve 2022'de 370.000 turiste sabitlendi.

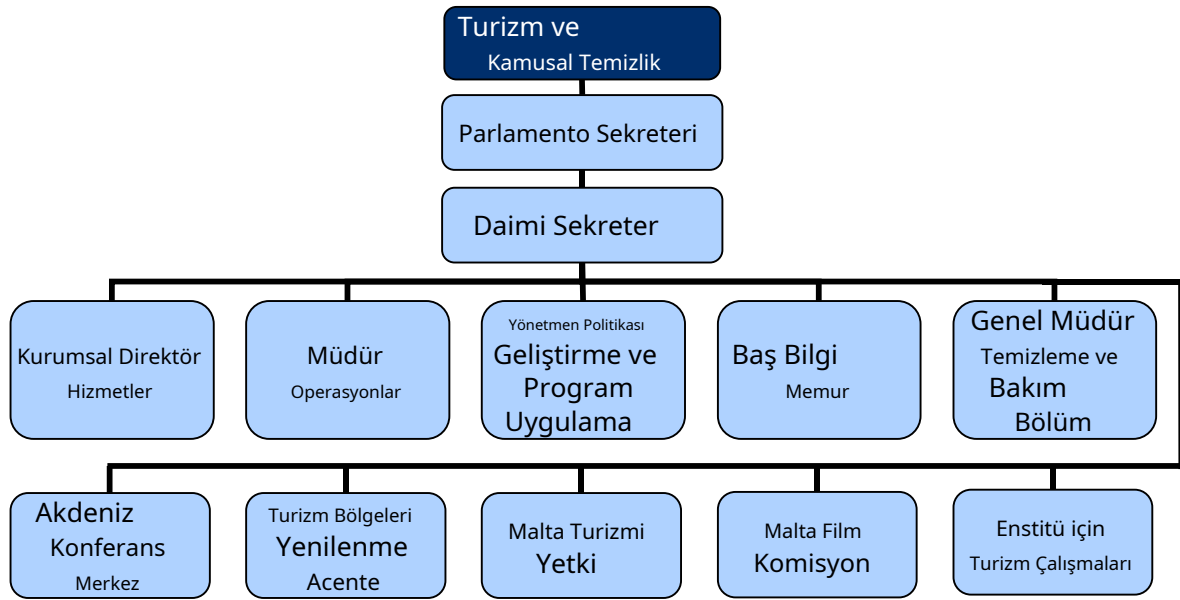
## Turizm yönetimi

Ocak 2024 itibarıyla Turizm ve Kamu Temizliği Bakanlığı turizmden sorumludur. Misyonu, sürdürülebilir kalkınma ilkelerine dayalı turizm politikaları oluşturmak ve yürütmektir. Bakanlık, ürünlerin, hizmetlerin ve değerlerin hem Malta adasının hem de Gozo'nun turizmin mevsimsel yayılımını ve ekonomik faydalarını iyileştirmesini sağlayacak seviyelere ulaşmasını sağlamak için çeşitli paydaşlarla çalışarak Malta'nın rekabet gücünü artırmaya çalışmaktadır.

Malta Turizm Otoritesi, Bakanlığın yetki alanındaki destinasyon yönetim kuruluşudur ve Malta'yı bir turizm destinasyonu olarak tanıtmaktan, hükümete turizm faaliyetleri konusunda tavsiyelerde bulunmaktan ve ilgili mevzuat uyarınca lisanslar vermekten sorumludur. Malta Turizm Otoritesi ayrıca Gozo ve Comino adalarının ihtiyaçlarını karşılar, Gozo Bakanlığı, Gozitan turizm paydaşlarını temsil eden Gozo Turizm Derneği ve Gozo Bölgesel Kalkınma Otoritesi ile bağlantı kurar.

Turizm ve Kamu Temizliği Bakanlığı ve kuruluşlarının 2022'de turizmle ilgili faaliyetler için harcadıkları gerçek miktarlar ulusal fonlardan yaklaşık 145,9 milyon avro ve AB fonlarından yaklaşık 2,2 milyon avro olmuştur. 2023 yılı için tahmini tahsisat ulusal fonlardan 145,3 milyon avro ve AB fonlarından 2,6 milyon avro olmuştur.

### Malta: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Turizm Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Malta'daki turizm politikası, pandemi sonrası toparlanmayı sürdürmeyi, sürdürülebilir kalkınma ve iklim politikasını dahil ederek turizm büyüme modellerini yeniden düşünmeyi ve niş pazarlar geliştirerek turizm sektörünü canlandırmayı amaçlayan 2021-30 yılları için Recover, Rethink, Revitalize ulusal stratejisi tarafından yönlendirilmektedir. Stratejinin temel öncelikleri şunlardır: (i) beceri düzeyi artırılmış bir turizm iş gücü; (ii) modernize edilmiş altyapı; (iii) güncellenmiş turizm mevzuatı; (iv) dijitalleşme için daha güçlü potansiyel; (v) Malta'nın havayolu bağlantısının sürekli geliştirilmesi ve (iv) yeni seyahat trendlerine yanıt vermek için yenilikçi bir yaklaşım.

Stratejinin uygulanmasına yönelik çabalar, yayımlanmasının hemen ardından başladı. Malta Turizm Gözlemevi, stratejinin uygulanmasını denetlemek ve BM Turizminin Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Gözlemevi Ağı çerçevesinde faaliyet göstermek üzere Eylül 2022'de kuruldu. Gözlemevi, Malta'daki turizm faaliyetleri hakkında veri ve içgörüler toplayarak, analiz ederek ve yayarak, turizm sektörünü etkileyen çok yönlü görev ve işlevlerle Malta turizm ve misafirperverlik sektöründe hayati bir rol oynamaktadır. Gözlemevi ayrıca, Stratejinin uygulanmasına geniş katılım sağlamak için ilgili paydaşlarla iş birliği yapmaktadır.

Pazarları çeşitlendirmek ve turizm sezonunu uzatmak için Malta, macera turizmi, sağlık turizmi ve kültürel deneyimlere odaklanıyor. Örneğin, dalış endüstrisi Malta'da tüm yıl boyunca macera arayanları çeken önemli bir niş. Dalgıçlar yeni su altı cazibe merkezleri arıyor ve Hephaestus tankeri, deniz yaşamını çekmesi ve daha küçük balıklar için bir kreş görevi görmesi beklenen yeni bir yapay resif görevi görecek. Visit Malta resmi web sitesi ayrıca adayı bir sağlık destinasyonu olarak tanıtıyor, doğal özelliklerini ve sağlık turizmi ürünlerini sergiliyor.

Kültür deneyimini geliştirmek için Malta'daki yabancı turizm çalışanları Malta takımada, tarihi, miras alanları, yerel gelenekler ve gastronomi hakkında genel bilgi eğitimi alırlar. Turizm sektöründeki yabancı çalışanlara çeşitli kültürel turlar teklif edilmiştir. Katılımcılara

Malta dili, yerel gelenekler ve yerel yemekler hakkında bir sunum da dahil olmak üzere Malta kültürü hakkında şirket içi eğitim ile eksiksiz bir kültürel eğitim deneyimi.

Malta Turizm Otoritesi, yerel turizm sunumunu güçlendirmek için turizmin canlandırılacağı daha az bilinen alanları aktif olarak belirlemektedir. Turizm Otoritesi ayrıca Malta Adaları genelinde sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmek için turizm konaklamaları için eko-sertifikasyon etiketini güncelliyor ve Aralık 2023'te Green Key International ve Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi ile mutabakat zaptı imzaladı.

#### Malta'da aşırı turizmle mücadele

Aşırı turizm, Malta gibi küçük ada devletlerinin karşı karşıya kaldığı önemli bir turizm politikası sorunudur. Yoğun sezonda gelen ziyaretçilerin artışı çevre üzerinde olumsuz etkilere, altyapı zorlanmasına, kültürel bozulmaya ve sakinlerin yaşam kalitesinde genel bir düşüşe neden olabilir.

Aşırı turizmin etkilerini azaltmak ve sürdürülebilir turizm gelişimini sağlamak için Malta, sorumlu turizmi teşvik eden ve turizmin faydalarını daha eşit bir şekilde dağıtmayı amaçlayan çok yönlü bir politika reformu uygulamayı amaçlamaktadır. Bu nedenle ülke, reform için bir taslak geliştirmiştir:

- **Taşıma kapasitesi değerlendirilmesi ve ziyaretçi yönetimi:**Malta, adanın sürdürülebilir turizm için taşıma kapasitesini belirlemek üzere kapsamlı bir değerlendirme yapmaya hazırlanıyor. Bu çalışma, Taşıma Kapasitesi Değerlendirmesi yerine bir dizi sürdürülebilir turizm göstergesine dayanarak yürütülecek. Malta ayrıca ziyaretçi akışlarını yönetmek ve yoğun sezonda varışları sınırlamak için stratejiler geliştirecek.
- **Düşük sezon turizmini teşvik edin:**Malta, yıl boyunca pazarlama kampanyaları aracılığıyla düşük sezon turizmini teşvik ediyor. Malta Turizm Otoritesi'nin pazarlama kampanyası, harekete geçme çağrısına dayalı rezervasyonları teşvik etmeyi amaçlayan dijital, ev dışı, çevrimiçi ve basılı, B2B ve B2C faaliyetlerinin bir karışımını kullanıyor. Düşük sezon reklamcılığı genellikle oldukça niş odaklıdır.
- **Çevresel sürdürülebilirlik girişimleri:**Malta, atık azaltma, yerel kültüre saygı ve doğal kaynakların korunması gibi turistler arasında sorumlu davranışları teşvik eder. Turizm Otoritesi, Malta için kıyı iklimi kırılganlığı stratejisinin oluşturulmasıyla ilgilenmektedir.
- **Turizm tekliflerinin çeşitlendirilmesi:**Popüler destinasyonlar üzerindeki baskıyı azaltmak için Malta, adanın diğer yönlerini de tanıtıyor. Malta Üniversitesi ile birlikte Turizm Otoritesi, Malta'da turizmin önemli bir ayağı haline gelen dalışı teşvik etmek için bir dizi konferans düzenledi.
- **Altyapı ve taşıma kapasitesi izleme:**Malta, altyapıyı iyileştirmeye yatırım yapıyor ve adanın taşıma kapasitesini düzenli olarak izliyor, ziyaretçi akışlarını yönetmek ve kaynak tahsisi ve gelecekteki turizm gelişimi konusunda bilinçli kararlar almak için veri analizi ve teknolojik çözümler kullanıyor.

Malta, bu politikaları benimseyerek, turizmin ekonomik faydaları ile doğal ve kültürel mirasının korunması arasında denge kuran, daha sürdürülebilir ve dayanıklı bir turizm sektörüne geçiş yapmayı hedefliyor.

## İstatistiksel Profil

## Malta: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	245	237	360	389	369
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	650	618	1 064	1 081	994
Oteller ve benzeri işletmeler	164	145	150	197	207
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	486	473	914	884	787
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	3 153	3 383	717	984	2 704
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	2 599	2 753	659	968	2 287
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	554	629	59	132	417
En iyi pazarlar					
Fransa	213	239	71	134	258
Almanya	227	212	72	97	169
İtalya	391	393	94	128	398
İspanya	99	116	27	36	87
Birleşik Krallık	641	650	136	214	427
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	18 570	19 339	5 227	8 390	16 608
Oteller ve benzeri işletmeler	10 082	10 069	2 362	6 534	13 810
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	8 488	9 270	2 865	1 855	2 798
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	728	774	218	344	694
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	667	707	197	303	602
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	61	67	21	41	93
En iyi destinasyonlar					
İtalya	212	214	67	119	227
Birleşik Krallık	119	126	29	26	65
İspanya	38	45	10	21	36
Fransa	28	28	8	12	35
Almanya	42	38	11	11	22
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	1 848	1 897	392	772	1 841
Uluslararası seyahat gelirleri	1 848	1 897	392	772	1 841
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	518	530	127	240	476
Uluslararası seyahat harcamaları	518	530	127	240	476
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/wetm62>

## Malta: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı	Çalışan kişi sayısı				
	kuruluşlar <sup>1</sup>	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	8 873	33 997	40 568	40 722	40 070	47 956
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	919	7 547	7 723	6 584	6 489	8 697
Oteller ve benzeri işletmeler	272	..	..	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	2 471	7 215	9 945	9 786	8 163	10 111
Yolcu taşımacılığı	1 999	4 128	4 594	6 051	5 977	7 006
Hava yolcu taşımacılığı	40	1 563	1 073 e	1 490	2 250	2 358
Demiryolu yolcu taşımacılığı	0	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	1 822	1 769	2 927	3 934	2 952	3 474
Su yolcu taşımacılığı	137	797	594 e	627 e	776 e	1 174 e
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	729	2 473	2 983	3 454	4 172	4 843
Taşıma ekipmanı kiralama	147	683	1 050	361 e	291 e	924 e
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	468	1 228	1 349	1 427	1 163 e	1 179
Kültür endüstrisi	1 654	8 708	11 052	11 517	12 881	13 165
Spor ve rekreasyon endüstrisi	486	2 014	1 871	1 542	933 e	2 031
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Mevcut değil; e Tahmini değer

1. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/za5tw1>

## Malta: İç turizm tüketimi

Milyon EUR

	2010		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	112	1 033	1 150
Turizm karakteristik ürünleri	99	859	963
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	7	232	243
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	17	258	275
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	31	256	287
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	29	231	260
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	2	25	26
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	0	19	19
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	44	36	80
Kültürel hizmetler	0	13	13
Spor ve rekreasyon hizmetleri	0	23	23
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	..
Diğer tüketim ürünleri	13	174	187
Turizm bağlantılı ürünler	4	104	108
Turizm dışı tüketim ürünleri	9	70	79
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/irzbxm>

# Karadağ

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Karadağ ekonomisi için stratejik öneme sahiptir ve ülkenin GSYİH'sinin ve istihdamının önemli bir bölümünü oluşturur. WTTC'nin tahminlerine göre, turizmin toplam katkısı 2023'te yatırım, tedarik zinciri ve indüklenen gelir etkilerinden kaynaklanan daha geniş etkiler de dahil olmak üzere 1,4 milyar avroya veya toplam GSYİH'nin %26'sına ulaşırken, sektör 2022'de 55.000 işi veya toplam istihdamın %25,6'sını destekledi. Sadece doğrudan etkiler ele alındığında, turizmin GSYİH'ye katkısının 2023'ten 2033'e kadar yılda %4,1 artarak 658,4 milyar avroya (GSYİH'nin %9,1'i) çıkması bekleniyor

Ülke, 2022'de ticari konaklamada 2,0 milyon uluslararası turist kaydetti. Bu, 2019 seviyelerinin %18,9 altında kalmaya devam ediyor ancak 2020'deki 351.000'lik pandemi düşük seviyesinden güçlü bir toparlanma gösteriyor. 2022'deki en büyük üç uluslararası pazar Sırbistan (%21), Bosna-Hersek (%10) ve Rusya (%8) oldu.

Yurtiçi turizm, Karadağ'daki genel ziyaretçi gecemelerinin küçük bir bileşenini temsil etmektedir. Karadağ'daki ticari konaklama tesisleri 528.000 yurtiçi gece (2019 seviyelerinin %10,0 üzerinde) kaydetmiştir; bu, aynı dönemdeki 3,7 milyon uluslararası geceleyle tezat oluşturmaktadır.

2023 yılı başında turizm talebinde yaşanan güçlü artış nedeniyle yıl sonu itibarıyla uluslararası gecelik turist varışları 2019 seviyelerine döndü.

## Turizm yönetimi

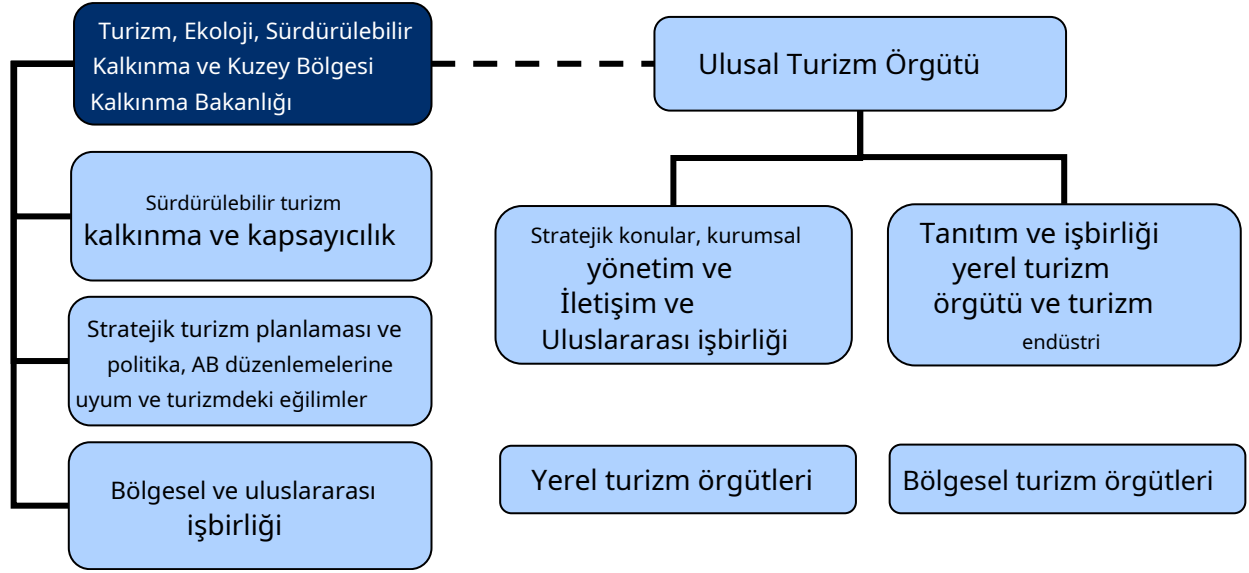
Karadağ'daki turizm politikasından Turizm, Ekoloji, Sürdürülebilir Kalkınma ve Kuzey Bölgesi Kalkınma Bakanlığı sorumludur. Karadağ Ulusal Turizm Örgütü ve yerel turizm örgütleri de turizmde kalkınma politikalarının tanımlanması, destinasyon yönetimi ve turizm ürünü oluşturma konusunda öncü bir role sahiptir.

Karadağ ayrıca bir Ulusal Turizm Konseyi kuracaktır. Konseyin temel görevi, hem ulusal hem de uluslararası alanda turizmi bir sektör olarak güçlendirmektir. Konsey, ülkedeki tüm kuruluşlar için turizm ve tamamlayıcı dallar alanında önemli faaliyetler tasarlayacak ve uygulayacak, ayrıca Karadağ'ın bir turizm destinasyonu olarak konumunu iyileştirmek, turizm ve diğer endüstrilerin daha iyi entegrasyonu yoluyla ekonomiyi güçlendirmek, turizm sektörüne yatırımı teşvik etmek ve daha fazla turist memnuniyeti sağlamak için istikrarlı bir iş ortamı yaratmak için sektördeki standartları yükseltecektir. Konsey, stratejilerin ve programların uygulanmasını kontrol etmede bir role sahip olacak ve özel sektör temsilcilerini de dahil edecek, bu da kamu-özel sektör ortaklıklarını ve özel sektörün turizm alanında stratejik kararlar alma rolünü daha da güçlendirecektir.

Karadağ, yerel düzeyde iş ve yatırım ortamını iyileştirmek için kamu-özel sektör ortaklıklarını güçlendirmek ve hükümet içinde daha iyi dikey koordinasyonu teşvik etmek amacıyla bir destinasyon yönetim modelinin tanıtımını planlıyor. Karadağ turizm yönetim yapısı için önemli olan diğer bir şey ise Karadağ'daki arazinin %7,7'sini yöneten Karadağ Ulusal Parkları Kamu İşletmesi ve yaklaşık 300 km'lik plajları yöneten Kıyı Bölgesi Kamu İşletmesidir.

2023 Eylem Planı kapsamında turizmde operasyonel hedeflere ulaşmak için toplam 19,5 milyon avro kaynak ayrılmış olup, bu tutarın 18,1 milyon avrosu Sermaye Bütçesi (Turizm Faaliyeti) kapsamında planlanan yatırım projelerine, 1,2 milyon avrosu cari bütçeden (MERT) ve 185 bin avrosu ise bağışçı kaynaklardan sağlanmaktadır.

### Karadağ: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Turizm, Ekoloji, Sürdürülebilir Kalkınma ve Kuzey Bölgesi Kalkınma Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Sürdürülebilir turizm gelişimi Karadağ için çok önemlidir ve Ekonomik Reformlar Hükümet Programı'na bir öncelik olarak dahil edilmiştir. Karadağ'da Turizmin Gelişimi Stratejisi 2022-25, bu hedefi önlemlere dönüştürerek ülkenin turizm politikasına rehberlik eder. Strateji, özellikle mevsimsellik ve kitle turizminin zorluklarını ele almaya odaklanarak sürdürülebilir, kapsayıcı, akıllı, yeşil ve sorumlu turizm gelişimine odaklanır. Strateji, aşağıdaki alanları iyileştirmek için yedi temel operasyonel hedef içerir:

- Turizm cirosunun resmileştirilmesine yönelik turizmde düzenleyici çerçeve;
- Turizm altyapısı;
- Konaklama kapasitelerinin niceliği ve niteliği;
- Çeşitlendirilmiş turizm ürünlerinin kalitesi;
- Turizmde insan kaynakları, bilgi ve beceriler;
- Turizmde dijital, yenilikçi çözümlerin ve yeni teknolojilerin geliştirilmesi;
- Karadağ'ın küresel çapta tanınan bir turizm destinasyonu olarak geliştirilmesi.

Turizmin çevresel etkisini azaltmak için çeşitli girişimlerde bulunulacaktır. Bunlar arasında sürdürülebilir kapasiteler ve hizmetler geliştirmek, SafeTravel, Green Key ve Blue Flag gibi uluslararası eko-standartlara uymak, enerji verimliliğini artırmak ve konaklama işletmelerinde dairesel ekonomi prensiplerini uygulamak yer almaktadır. Ayrıca, Turizm, Ekoloji, Sürdürülebilir Kalkınma ve Kuzey Bölgesi Kalkınma Bakanlığı 2023 yılında Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi Üyesi oldu.

Turizm tekliflerini çeşitlendirmek için çabalar eko ve kırsal turizm, spor-eğlence ve macera aktiviteleri, sağlık ve kültürel turizm ve ulusal parklar ve korunan alanlardaki turizme odaklanmaktadır. Yürüyüş, bisiklet ve panoramik rotalar gibi aktiviteler, modern turistlerin doğa konaklamaları ve küçük ölçekli konaklama isteklerini tatmin etmeyi, yerel aile çiftliklerini ve kentsel olmayan alanları teşvik etmeyi amaçlamaktadır.

Ulusal Kültürel Gelişim Programı 2023-27, kültür için kurumsal olmayan sektörü güçlendirerek profesyonel, verimli ve bağlantılı bir kültürel sektör kurmayı amaçlamaktadır. 2023-24 için programda listelenen kültürel faaliyetlerin uygulanması için toplam 1,8 milyon Avro tahsis edilmiştir.

Karadağ Kırsal Turizm Geliştirme Programı 2023-25, Karadağ'da otantik bir kırsal turizm teklifini çeşitlendirmeyi ve geliştirmeyi, yaşam standartlarını iyileştirmeyi ve kırsal alanlardan göçü azaltmayı amaçlamaktadır. Temel hedefler arasında gençleri kırsal turizme çekmek, mirası korumak, kırsal turizm tekliflerinin kalitesini ve miktarını iyileştirmek, doğal kaynakları sürdürülebilir bir şekilde yönetmek, kırsal turizme yönelik AB fonlarının kullanımını artırmak ve dijitalleşmeyi ve tanıtımı geliştirmek yer almaktadır. Program ayrıca daha iyi pazar koşulları için dernekleri teşvik etmeye ve kırsal turizmi desteklemek için ulusal mevzuatı uyarlamaya odaklanmaktadır. Ekonomik Kalkınma ve Turizm Bakanlığı 2023 için 75.000 Avro tahsis etti ve 2024 ve 2025 için daha fazla fon planlandı.

Karadağ Sağlık Turizmi Geliştirme Programı 2021-23, tıbbi turizm gelişimi için bir çerçeve oluşturma, Karadağ'ın sağlık turizminde uluslararası rekabet gücünü artırma ve Dr. Simo Milosevic Enstitüsü'nün kapasitelerini, eğitim ve uygulama izleme sistemleriyle birlikte güçlendirme gibi hedefleri ana hatlarıyla belirtmektedir. Programa tahsis edilen toplam bütçe 1,2 milyon avro olup, 1,1 milyon avrosu kredilerden ve 105.000 avrosu ulusal bütçeden sağlanmıştır.

Tüm bu çabaların ortak amacı, Karadağ'ı yıl boyu turizm olanakları sunan, dengeli bölgesel kalkınmaya sahip ve korunmuş bir çevreye sahip sürdürülebilir bir turizm merkezi haline getirmektir.

## İstatistiksel Profil

## Karadağ: Yurt içi, yurt içi ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	445	480	342	376	528
Diğer toplu işletmeler	1	1	1	0	1
Özel konaklama	41	42	18	73	33
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	2 077	2 510	351	1 554	2 036
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Sırbistan	409	403	58	429	435
Rusya	338	385	39	108	170
Bosna-Hersek	194	204	50	215	211
Almanya	90	164	18	71	152
Fransa	77	90	10	36	76
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	3 732	4 168	601	2 547	3 749
Diğer toplu işletmeler	31	33	1	26	38
Özel konaklama	8 680	9 733	1 625	6 851	8 080
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	1 224	1 277	180	903	..
Uluslararası seyahat gelirleri	1 171	1 225	166	895	1 080
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	53	52	14	8	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	74	72	38	58	..
Uluslararası seyahat harcamaları	68	58	30	42	59
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	5	14	8	15	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/ubr0fc>

## Karadağ: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
	2022	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	..	..	..	..	..	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	..	7 102	8 020	5 508	6 469	9 423
<b>Oteller ve benzeri işletmeler</b>	..	6 094	6 850	4 527	5 335	8 090
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	..	9 444	10 965	8 399	9 416	12 789
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	..	..	..	..	..	..
Hava yolcu taşımacılığı	..	442	436	407	97	179
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	1 347	1 330	1 232	1 226	936
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	1 813	2 311	1 960	1 917	2 200
<b>Su yolcu taşımacılığı</b>	..	208	280	216	219	283
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	..	531	592	515	532	668
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	..	1 458	1 667	1 261	1 279	1 719
<b>Kültür endüstrisi</b>	..	548	551	528	595	989
<b>Spor ve rekreasyon endüstrisi</b>	..	3 192	3 468	3 133	3 124	3 809
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/dlu63f>

# Fas

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Fas'ta sosyo-ekonomik kalkınma için olmazsa olmaz bir dayanaktır. 2022'de Fas, büyük ölçüde Fas'ın hizmet ihracatının %47'sini oluşturan turizm sektörünün iyi performansı ile yönlendirilen ihracat hizmetlerinde %14'lük bir artışla %3,4'lük bir GSYİH büyümesi yaşadı. 2019'da turizm, ekonomiye doğrudan 81,4 milyar MAD katkıda bulunarak ulusal GSYİH'nın %7,1'ini temsil etti. Sektör ayrıca Fas'ta istihdam için önemli bir itici güç olup 2019'da 565.000 doğrudan iş sağladı ve ülkedeki toplam iş gücünün %5,0'sine denk geldi.

2023'te Fas, 2022'ye kıyasla önemli bir %34 artışla 14,5 milyon uluslararası turisti ağırladı ve 2019 seviyelerini %12 aştı. En büyük üç kaynak pazarı Fransa (%14), İspanya (%9) ve Birleşik Krallık (%5) oldu.

Fas'ta iç turizm de önemli bir gelir akışıdır ve uluslararası turizmden daha hızlı toparlanmıştır. 2023'te Fas, 2022'ye kıyasla %11 ve 2019 seviyelerine göre %9 artışla 3,9 milyon iç turist kaydetti.

## Turizm yönetimi

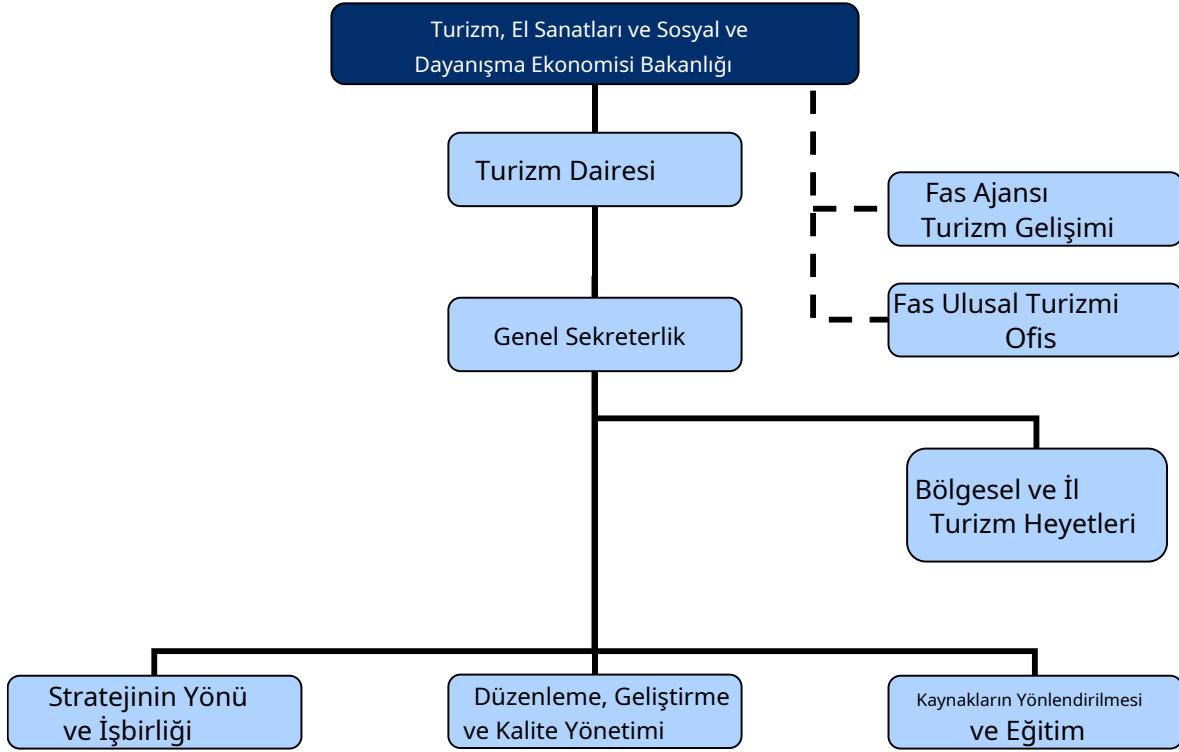
Turizm Bakanlığı, Turizm, El Sanatları ve Sosyal ve Dayanışma Ekonomisi Bakanlığı'na bağlı olup turizm konusunda hükümet politikalarının geliştirilmesi ve uygulanması, sektörün iş gücünün desteklenmesi ve turizmde yer alan kamu kuruluşlarının denetlenmesinden sorumludur.

Turizm Departmanı, merkezi olmayan hizmetleri aracılığıyla ulusal ve bölgesel düzeylerde ikili sorumluluklarla faaliyet göstermektedir. Departman, bölgesel kamu hizmetlerinin yönetimini ve kamu politikalarının uygulanmasını denetler ve bölgesel düzeyde turizmle ilgili programların ve projelerin geliştirilmesi ve yürütülmesiyle ilgilenir. Merkezi olmayan hizmetler, kendilerine rapor verdikleri ulusal hükümet otoritelerinden gelen direktiflerin ve kararların yürütülmesini sağlar ve yerel veya il düzeyinde programlar ve projeler yürütür.

Fas Ulusal Turizm Ofisi, Fas'ı hem yurt içinde hem de yurt dışında bir destinasyon olarak tanıtmak ve pazarlamakla görevlidir. Fas Turizm Geliştirme Ajansı, Fas'ta turizm gelişiminden sorumlu kamu kuruluşudur. Ajans, turizm projeleri kavramsallaştırarak Fas turizm stratejisinin hedeflerini aktif olarak uygular. Buna turizm gelişimi için potansiyel alanların belirlenmesi, arazi güvence altına alınması, pazar araştırması ve fizibilite çalışmaları yürütülmesi, yatırım fırsatlarının tanıtılması ve özel girişimlerin ve kamu-özel sektör ortaklıklarının geliştirilmesi dahildir.

2023 yılında Turizm Bakanlığı bütçesi toplam 736 milyon Meksika Madalyonu'na ulaşmış olup, bu bütçenin 182 milyon Meksika Madalyonu'ndaki kısmı merkezi yönetim ve dış hizmetlere, 300 milyon Meksika Madalyonu'ndaki kısmı Fas Ulusal Turizm Ofisi'ne ve 254 milyon Meksika Madalyonu'ndaki kısmı Fas Turizm Geliştirme Ajansı'na tahsis edilmiştir.

### Fas: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Turizm, El Sanatları ve Sosyal ve Dayanışma Ekonomisi Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

### Turizm politikaları ve programları

Fas'taki turizm politikası, turizm sektörünün ulusal ekonomiye katkısını artırmak ve dayanıklı ve entegre bir endüstriyi teşvik etmek için tasarlanmış stratejik bir plan olan 2023-26 Turizm Sektörü Yol Haritası tarafından yönlendirilmektedir. 2023'te başlatılan bu iddialı politika, 6,1 milyar MAD tutarında önemli bir mali zarfla desteklenmekte olup 2023-26 döneminde uygulanacaktır. Yol Haritası, 2026 yılı sonuna kadar ulaşılması gereken üç temel hedefi özetlemektedir:

- 17,5 milyon turist çekiyor.
- 120 milyar MAD döviz yaratılıyor.
- 200.000 yeni iş fırsatı yaratmak.

Bu strateji, hedef odaklı bir yaklaşımdan müşteri deneyimi odaklı bir modele geçişi sağlayan bir paradigma değişimini işaret ediyor. Yol haritası, 9 tematik sektör ve 5 kesişen sektör etrafında yapılandırılmış olup, aşağıdaki gibi 6 stratejik kaldıraç tarafından destekleniyor:

- Hava kapasitesini iki katına çıkarmak için bir plan geliştiriliyor
- Özellikle dijitalleşmeye vurgu yapılarak tanıtım ve pazarlama çalışmalarının güçlendirilmesi
- Kültürel ve eğlence ürünlerinin çeşitlendirilmesi
- Otellerin rehabilite edilmesi ve konaklama seçeneklerinin ve kapasitelerinin genişletilmesi
- Cazip bir eğitim çerçevesi aracılığıyla insan sermayesinin güçlendirilmesi
- Fas Turizm Gözlemevi'nin Güçlendirilmesi

Yol Haritasının başarısını sağlamak amacıyla, Hükümet Başkanı başkanlığında ve imzacı taraflardan oluşan Ulusal Bakanlıklar Arası Turizm Komisyonu'nun yanı sıra Havacılık Komisyonu ve Arz/Talep Ürün Komisyonu olmak üzere iki ulusal komisyon ve her bölgenin Valileri başkanlığında bölgesel planların takibi için on iki komisyonun oluşturulması yoluyla yeni bir yönetim sistemi oluşturulmuştur.

Yeni yönetim sistemine, animasyonun merkezi bir yapısı ve animasyonun bölgesel yapıları ile kamu ve özel sektör arasında diyaloga kurumsal bir çerçeve sağlama misyonuna sahip, her biri çok disiplinli bir ekipten oluşan yerel düzeyde dörtü laboratuvarları da dahil edilmiştir (aşağıdaki kutuya bakınız).

Fas, 2023-26 Yol Haritası'nda belirtilen öncelikleri uygulamak için Şubat 2024'te başlatılan GO SIYAHA programı da dahil olmak üzere çeşitli girişimler başlattı. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Teşviki Ulusal Ajansı ve endüstri profesyonelleriyle iş birliği içinde geliştirilen bu program, 2026 yılına kadar toplam 720 milyon MAD bütçeyle 1.700 turizm işletmesini desteklemeyi hedefliyor. GO SIYAHA, üç ayrı alt programı kapsıyor: yatırım desteği, teknik uzmanlık ve yeşil kalkınma. Her alt program, belirli alanlarda büyümeyi teşvik etmek ve yenilikçi, dinamik ve çevre dostu turizm işletmelerinden oluşan bir ekosistem yaratmak için tasarlanmıştır.

#### Fas'ta kamu-özel sektör ortaklıklarının teşvik edilmesi

Yeni 2023-26 Turizm Sektörü Yol Haritası'nın temel taşlarını oluşturan İmpuls Laboratuvarları, yeni turizm politikası kapsamında belirlenen 9 tematik sektör ve 5 kesişen sektörün geliştirilmesinden sorumlu kamu-özel sektör ortaklığı kuruluşlarıdır.

Impulse Laboratuvarları'nın misyonu aşağıdaki dört temel hedef etrafında yapılandırılmıştır:

- Her hedef sektörün gelişimini kolaylaştırmak için gerekli olan altyapı, kamu finansmanı ve uyarlanacak düzenlemeler gibi ön koşulların belirlenmesi.
- Her sektör için başlatılacak sürüş projelerinin lansman planlarının oluşturulması.
- Hedef sektörlerin geliştirilmesine yönelik kamu-özel sektör anlaşmalarının hazırlanması.
- Her hedef sektör, her küme, her öncelikli bölge ve her yönlendirici proje için özel eylem planları hazırlamak.

10 dörtü laboratuvarının kurulması şu anda devam ediyor. Şimdiye kadar iki bölgesel eylem planı imzalandı, ilki Ocak 2024'te Fès-Meknès Bölgesi için ve ikincisi Şubat 2024'te Béni Mellal - Khénifra Bölgesi için.

## İstatistiksel Profil

## Fas: Yurt içi, yurt içi ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	3 247	3 547	1 442	2 764	3 504
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	7 166	7 833	3 509	6 376	7 939
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	12 289	12 933	2 778	3 722	10 869
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Fransa	1 844	1 991	412	494	1 505
İspanya	814	881	200	99	902
Almanya	394	413	79	39	171
Birleşik Krallık	511	551	113	56	482
Belçika	274	272	41	65	173
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	147 790	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	16 866	17 415	3 480	2 816	11 069
Diğer toplu işletmeler	30 953	..	..	..	..
Özel konaklama	99 971	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	1 923	2 009	738	643	2 021
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	9 520	9 949	4 513	4 670	10 414
Uluslararası seyahat gelirleri	7 774	8 187	3 847	3 840	9 063
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	1 746	1 762	666	830	1 352
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	2 988	3 103	1 509	1 707	2 494
Uluslararası seyahat harcamaları	1 976	2 176	1 113	1 205	1 883
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	1 011	926	396	502	611

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/reul1w>

## Fas: Turizmde girişimler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar 2022	Çalışan kişi sayısı				
		2018 ve	2019 ve	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	550.000	565 000	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	6 327	424.000	435 800	..	..	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	..	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	4 650	140.000	144.000	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	..	90.000	92 500	..	..	..
Yolcu taşımacılığı	..	37 000	38.000	..	..	..
Hava yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	..	..	..	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	1 677	24.000	24 600	..	..	..
Kültür endüstrisi	..	10.000	10 300	..	..	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	..	3 000	3 100	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	..	120.000	123 300	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	126.000	129 200	..	..	..

.. Mevcut değil; e Tahmini değer Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/mx7a25>

## Fas: İç turizm tüketimi

Milyon deli

	2014		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	<b>32.000</b>	<b>73 508</b>	<b>105 508</b>
Turizm karakteristik ürünleri	21 648	53 666	75 315
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	6 196	11 962	18 158
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	5 318	10 088	15 406
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	4 868	14 212	19 080
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	122	..	122
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	43	1 100	1 143
Kültürel hizmetler	106	1 017	1 123
Spor ve rekreasyon hizmetleri	2 416	8 032	10 449
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	2 580	7 256	9 836
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	..	..	..
Diğer tüketim ürünleri	10 352	19 841	30 193
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	10 352	19 841	30 193
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Müsait değil  
Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/8eh5vl>

# Peru

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm Peru'da önemli bir ekonomik katkı sağlayıcıdır ve COVID-19 salgınından sonra toparlanmaya başlamıştır. 2023'te turizm doğrudan ekonomiye 25 milyar PEN katkıda bulunarak Peru'daki toplam GSYİH'nin %2,5'ini temsil etmiştir. Bu, turizmin GSYİH'ye %3,9 katkıda bulunduğu 2019 rakamlarının hala %14 altındadır, ancak 2020'deki pandemi düşük seviyesinden %136'lık bir artışı temsil etmektedir. Sektör 2023'te 1,2 milyon iş (doğrudan ve dolaylı) yarattı, 2019 seviyelerinin %21 altında.

2023'te Peru 2,5 milyon uluslararası turist varışı kaydetti. Bu, 2021'deki 444.000'lik pandemi düşük seviyesine kıyasla önemli bir artışı temsil ediyor, ancak 2019 seviyelerinin %42 altında kalmaya devam ediyor. 2023'teki en büyük üç uluslararası pazar Şili (%24), Amerika Birleşik Devletleri (%19) ve Ekvador (%9) oldu, bu da Şili'nin (%27) en büyük kaynak pazar olduğu 2019'a benzer, ardından Amerika Birleşik Devletleri (%18) geldi.

Gelen turizmde olduğu gibi, iç turizm de pandemi sonrası toparlanma belirtileri gösteriyor. Peru, 2023'te 37,2 milyon iç turist varışı kaydetti, bu 2020'deki pandemi düşük seviyesine kıyasla %159'luk bir artış, ancak yine de pandemi öncesi seviyelerin %23 altında. Peru, uluslararası turizm varışlarının 2026'ya kadar pandemi öncesi seviyeleri aşacağını öngörüyor.

## Turizm yönetimi

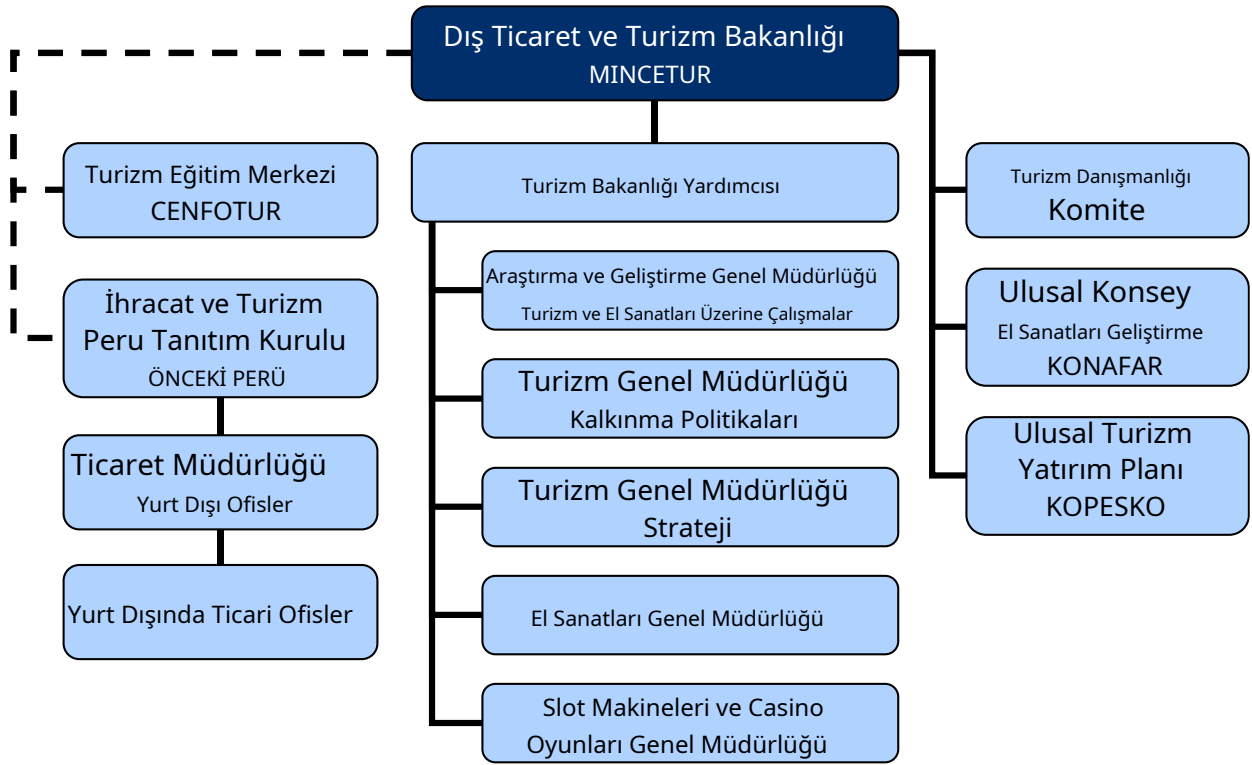
Dış Ticaret ve Turizm Bakanlığı, turizm sektörünün önde gelen siyasi ve idari otoritesidir. Görevi, ülkenin dış ticaret ve turizm politikasını Peru'nun genel politikasıyla uyumlu bir şekilde tanımlamak, yönlendirmek, yürütmek ve koordine etmektir. Bakanlığın bir parçası olan Turizm Bakan Yardımcısı, turizm politikasını uygulama, değerlendirme ve denetlemekten sorumlu olan Turizm Geliştirme Politikası Genel Müdürlüğü'nü denetler. Müdürlük ayrıca turizm hizmetlerinin kalitesini, çevre yönetimini, turizm kolaylaştırmayı, turist korumayı ve kültürün tanıtımını iyileştirmek için eylemler formüle eder ve uygular. Turizm Bakan Yardımcısı ayrıca Turizm ve El Sanatları, Turizm Stratejisi, El Sanatları ve Kumarhane Oyunları ve Slot Makineleri Araştırma ve Çalışmaları Genel Müdürlüklerini denetler.

Bakanlığın iki Uzman Danışma Kurulu vardır, Turizm Danışma Komitesi ve Ulusal El Sanatları Geliştirme Konseyi. Turizm Eğitim Merkezi ve Peru İhracat ve Turizm Tanıtım Kurulu da Bakanlığa bağlıdır ve Peru'nun Yurt Dışındaki Ticari Ofislerini yönetir.

Bölgesel hükümetler, bölgesel turist faaliyetlerinin geliştirilmesi, bölgesel turist hizmet sağlayıcılarının yeterliliklerinin belirlenmesi ve turizm faaliyetleri konusunda yerel hükümetlerle koordinasyonla ilgili politikaların oluşturulması, onaylanması ve yürütülmesinden sorumludur. Ayrıca turizm hizmet sağlayıcılarının izinlerini, turizm kaynaklarını ve bölgesel etkinlik takvimlerini tutar ve güncellerler.

Ulusal düzeyde, 2023 yılında turizm için toplam bütçe 652,9 milyon PEN idi ve bu, 2022'deki 204,6 milyon PEN'den güçlü bir artışı temsil ediyor. Bütçe, Dış Ticaret ve Turizm Bakanlığı'na verilen 267,7 milyon PEN, Turizm Eğitim Merkezi'ne verilen 24,8 milyon PEN ve Peru İhracat ve Turizm Geliştirme Komisyonu'na verilen 360,4 milyon PEN olmak üzere ikiye bölündü.

## Peru: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Dış Ticaret ve Turizm Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

## Turizm politikaları ve programları

Peru, 2016 yılında uluslararası varışları artırmaya odaklanan 10 yıllık bir strateji olan PENTUR 2016-25'i başlattı. COVID-19 salgınının ardından ülke, Peru turizm sektörünün karşılaştığı zorlukları ele almak için Ulusal Turizm Sektörü Yeniden Canlandırma Stratejisi 2022-25'i onayladı. Peru, 2024 yılında tüm turizm paydaşları için rehber bir belge olmayı ve turizm sektörünün ihtiyaçlarını tüm ilgili sektörlerin gündemine ve operasyonel planlarına entegre etmeyi amaçlayan yeni bir turizm stratejisinin geliştirilmesine başladı. Yeni strateji çok sektörlü ve katılımcı bir yaklaşım benimseyecek ve atölye çalışmaları ve görüşmeler yoluyla ulusal ve bölgesel düzeyde farklı paydaşlarla istişare edilerek geliştirilecektir. Ulusal turizm politikasının 2024 yılı sonuna kadar hazır olması bekleniyor.

Mevcut strateji, ülkenin doğal kaynaklarına ve ata kültürüne dayalı, kapsayıcılık ve sürdürülebilirliğe odaklanan benzersiz ve biyogüvenli turist deneyimleri yaratarak Peru'daki turizm sektörünün yeniden canlandırılmasının teşvik edilmesini amaçlamaktadır. Strateji kapsamında, PROMPERÚ tarafından İsviçre İthalat Tanıtım Programı ile anlaşmaya varılarak geliştirilen Bölgesel Turizm Pazarlama Planları Rehberi veya 2023 sonuna kadar 29 otelin kayıtlı olduğu ve sera gazı emisyonlarını azaltma taahhütlerini gösteren Peru Karbon Ayak İzi Planı gibi çeşitli girişimler başlatılmıştır.

Ek olarak, İşletme Rekabetçiliğini Teşvik Programı, mikro, küçük ve orta ölçekli turizm işletmelerinin rekabet gücünü güçlendirmeyi amaçlayan satış, pazarlama, finans, inovasyon gibi konulara odaklanan kurslar sunmaktadır. 2024 itibarıyla 300'den fazla turizm işletmesi bu girişimden faydalanmıştır. 2021'de başlatılan Sanal Sınıf, girişimcilere, akademisyenlere ve turizmle ilgilenen bireylere yönelik, seyahat ve turizm sektöründe uzmanlaşmış Peru Devleti'nin ilk e-öğrenme platformudur.

turizmde ticari yönetim ve destinasyon yönetimi eğitimlerine erişimde. 2024 itibarıyla, ülke çapında 15.000'den fazla kullanıcı kayıt yaptırdı ve 80'den fazla ücretsiz eğitim kursundan yararlandı.

Ekonomik Yeniden Canlandırma Planı, turizme 500 milyon PEN bütçe ayırarak tüm ulusal üretken sektörlerin toparlanmasını destekliyor. Bu finansman, havaalanı pistlerini ve taksi yollarını iyileştirmeyi, havaalanlarındaki turistler için güvenliği ve hizmet kalitesini artırmayı, Machu Picchu, Kuelap ve Colca Kanyonu gibi turistik turlara yatırım yapmayı ve yabancı turistler tarafından satın alınan mallar için KDV iadesi yapmayı amaçlıyor.

PENTUR 2016-25 hedefleri doğrultusunda Peru, sosyal turizmi geliştirmek için girişimler geliştirdi. Sosyal Turizm Girişimi, rehber araçlar, kapasite güçlendirme, yenilikçi ve erişilebilir turizm ürünleri ve hizmetleri tasarımı ve talebin erişilebilir, güvenli ve kaliteli tekliflere yaklaşımını kolaylaştıracak araçların geliştirilmesi yoluyla Peru'daki turizm tekliflerini çeşitlendirmek için çalışmaktadır. Girişim, Peru'da Sosyal Turizmin Geliştirilmesine Yönelik Kılavuzlar (2020) ve şehirlerde ve bölgesel alanlarda 25 erişilebilir ve kapsayıcı turizm deneyimini tanıtmak için kullanılan Herkes İçin Turizm tarafından desteklenmektedir. 1.200'den fazla kişiye erişilebilirlik eğitimi ve farkındalık oturumları sağlandı. 2023'te, Sosyal Turizm yönetiminde uluslararası deneyimlerin paylaşılması ve gelişimini artıran ağların oluşturulması için bir alan yaratmak amacıyla Lima'da V Sosyal Turizm Forumu düzenlendi. Turizm Girişimciliği Girişimi kapsamında, turizm sektörüyle ilgili mikro ve küçük işletmeler de dahil olmak üzere, bireylere ve tüzel kişilere destek sağlamak ve teşvik sağlamak amacıyla ulusal bir kamuoyu yarışması düzenlendi (aşağıdaki kutuya bakınız).

Charming Villages Girişimi, Peru'nun turizm tekliflerini çeşitlendirmek, ziyaretçi deneyimini geliştirmek, yerel ekonomiyi canlandırmak, miras korumayı teşvik etmek ve yerel halkın yaşam kalitesini iyileştirmek için otantik ve benzersiz doğal ve kültürel özellikleri vurgulayarak turist potansiyeli olan dokuz kasabayı tanıdı. Yerel yönetimlerin güçlendirilmesi ve bağlılığı ve yerel paydaşların turizm planlamasına katılımı, destinasyonlara etiket verilmesinde dikkate alındı. 2023'te yerel sağlayıcılar işletme yönetimi, iyi kullanım uygulamaları ve doğal ve kültürel miras koruma konusunda eğitim aldı.

El Sanatları Ulusal Stratejik Planı 2019-29, girişimci bir vizyona sahip tekliflerin geliştirilmesi, karlı pazarlara erişim, el sanatları faaliyetindeki kritik risklerin yönetimi ve rekabet için stratejik liderlik dahil olmak üzere Peru el sanatlarının rekabet gücünü teşvik etmek için dört odak alanı özetlemektedir. Plan, Peru'daki turizmi iyileştirmek için geliştirilen ve uygulanan diğer önlemleri tamamlar.

### **Peru turizm sektöründe resmi istihdamı ve ekonomik toparlanmayı desteklemek**

Turizm Girişimciliği programı, Peru'nun turizm sektöründeki gayri resmi ekonomi ve resmi istihdam payının zorluğuyla mücadele ediyor. Program, yararlanıcı başına beş doğrudan ve on dolaylı iş yaratıyor. Bakanlığın rekabetçi fonu, tüzel kişilere, girişimcilere ve mikro ve küçük turizm işletmelerine finansman sağlayan yıllık bir ulusal kamu yarışması aracılığıyla turizm hizmet sağlayıcılarını destekliyor. Program, ülkenin turizm tekliflerini çeşitlendirerek turizmle ilgili özel şirketleri canlandırmayı ve tanıtmayı amaçlıyor.

Program, COVID-19 salgınının etkilerini azaltmak için güçlendirildi. 2023 yılı sonuna kadar ülke çapında 108 kazanan yararlanıcıya 8,6 milyon PEN tahsis etti. Girişim, önceki dokuz edisyonunda 25.000'den fazla turizm hizmet sağlayıcısını cezbedi ve 8.300'den fazla kazananı faydalandırarak 136,8 milyon PEN dağıttı. Hibe yararlanıcıları arasında 397 konaklama hizmet sağlayıcısı, 286 yiyecek hizmet sağlayıcısı, 640 tur operatörü veya seyahat acentesi, 27 dernek, 117 zanaatkar şirket, 4.738 zanaatkar ve 2.040 turist rehberi yer aldı. Bu fonlar sektörün ekonomik toparlanmasına önemli ölçüde katkıda bulundu.

## İstatistiksel Profil

## Peru: Yurt içi, yurt içi ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	128 839	134 995	47 070	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	46 517	48 575	14 370	16 496	27 102
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	82 322	86 420	32 700	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	273.000	291 600	43 109	65 985	159 903
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	5 385	5 275	1 119	444	2 278
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	4 419	4 372	897	444	2 009
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	965	903	222	..	269
En iyi pazarlar					
Şili	1 159	1 196	288	37	366
Amerika Birleşik Devletleri	641	657	128	177	465
Ekvador	293	339	67	10	157
Kolombiya	219	224	49	41	133
Bolivya	159	189	52	4	98
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	44 194	43 718	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	14 302	14 796	3 415	3 573	9 123
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	3 435	3 634	893	617	2 350
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	3 078	3 275	791	617	2 119
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	357	359	102	..	231
En iyi destinasyonlar					
Şili	1 373	1 417	334	36	529
Amerika Birleşik Devletleri	294	325	89	269	322
Kolombiya	135	177	44	38	202
İspanya	160	184	42	70	194
Bolivya	284	291	70	4	137
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	4 505	4 703	1 002	1 042	2 938
Uluslararası seyahat gelirleri	3 557	3 738	776	688	2 137
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	947	965	226	355	801
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	3 352	3 627	938	1 521	2 953
Uluslararası seyahat harcamaları	2 604	2 775	733	1 149	2 345
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	749	853	205	372	608

.. Müsait değil

1. Talep tarafı anketlerinden gelenler; Arz tarafı anketlerinden gelen geceler.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/ndumr7>

## Peru: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar 2022	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019 ve	2020 ve	2021	2022
<b>Toplam</b>	..	700 367	725 980	353 552	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	..	..	..	..	..	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	..	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	26 729	80 044	81 964	40 741	..	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	305 892	236 632	252 152	125 284	..	..
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	..	..	..	..	..	..
Hava yolcu taşımacılığı	..	4 799	4 982	2 443	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	..	..	..	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	..	139 745	143 582	71 127	..	..
Su yolcu taşımacılığı	..	711	721	362	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	..	..	..	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	17 499	28 047	28 781	14 420	..	..
Kültür endüstrisi	..	20 373	20 708	10 369	..	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	..	15 466	15 843	7 872	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malların perakende ticareti	..	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	53 744	55 033	27 355	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	120 806	122 214	53 579	..	..

.. Mevcut değil; e Tahmini değer Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/apo0q8>

## Peru: İç turizm tüketimi

Milyon Kalem

	2020 ve		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	<b>11 700</b>	<b>3 500</b>	<b>17 300</b>
Turizm karakteristik ürünleri	..	..	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	..	..	..
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	..	..	..
<b>Yolcu taşımacılığı hizmetleri</b>	..	..	..
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	..	..	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	..	..	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	..	..	..
Kültürel hizmetler	..	..	..
Spor ve rekreasyon hizmetleri	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malları	..	..	..
Ülkeye özgü turizm karakteristiki hizmetleri	..	..	..
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	..	..	..
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	..	..

.. Mevcut değil; e Tahmini değer Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/firsyt>

# Romanya

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Romanya ekonomisinde önemli bir rol oynar. 2021'de turizm doğrudan 18,8 milyar RON'a denk geliyordu ve GSYİH'nın %1,6'sını temsil ediyordu. Bu, pandemideki 16,8 milyar RON'luk düşük seviyeden hafif bir toparlanma gösteriyor ancak pandemi öncesi seviyelerin %40 altında kalmaya devam ediyor. 2021'de turizm sektörü doğrudan Romanya'daki toplam istihdamın %6,1'ini oluşturuyordu ve 340.200 iş anlamına geliyordu. Bu, turizmin 412.600 iş sağladığı 2019 seviyelerinden hala önemli ölçüde düşüktü.

Romanya 2023'te ticari konaklama tesislerinde 2,1 milyon uluslararası gecelik ziyaretçi kaydetti. Bu, 2020'deki 450.000 uluslararası turistin pandemi düşük seviyesine kıyasla güçlü bir toparlanmadır, ancak yine de 2019'daki pandemi öncesi seviyenin %21 altındadır. 2023'teki üç ana kaynak pazar Almanya (%10), İtalya (%9) ve İsrail (%7) idi.

Yurtiçi turizm, Romanya turizminin kritik bir bileşeni olmaya devam ediyor. 2023 yılında Romanya, ticari konaklama tesislerinde 11,6 milyon yurtiçi gecelik ziyaretçi kaydetti; bu, pandemi öncesi seviyelerin %9,0 üzerinde ve 2022'nin %6,7 üzerinde.

## Turizm yönetimi

Ekonomi, Girişimcilik ve Turizm Bakanlığı Romanya'daki turizmden sorumludur. Turizmle ilgili ana faaliyet alanları şunlardır:

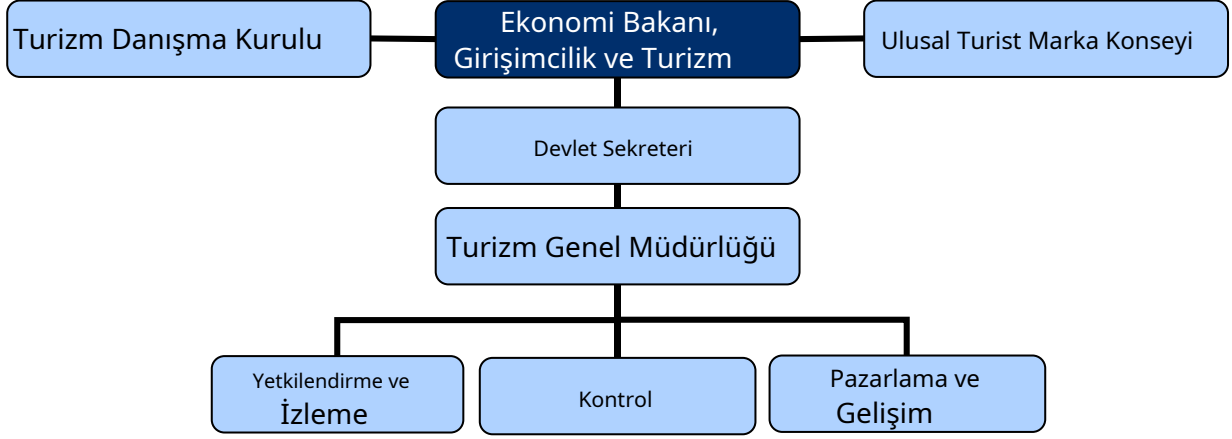
- Ulusal ve sektörel turizm stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanması.
- Romanya'yı yurt içinde ve yurt dışında turizm destinasyonu olarak tanıtmak.
- Destinasyonların ve turizm ürünlerinin geliştirilmesi.
- Turizmle ilgili altyapının geliştirilmesi.
- Turizm hizmetlerinin yetkilendirilmesi ve denetlenmesi.
- Romanya'yı uluslararası turizm organizasyonlarında temsil etmek.

Turizm Danışma Konseyi, merkezi ve yerel yönetimlerin, özel sektörün, akademinin, Romanya'daki farklı turizm sektörleri veya destinasyonları için derneklerin ve ulusal ilgiye sahip kültürel kurumların temsilcilerini içerir. Romanya, 2022'de turizm tanıtım faaliyetlerini koordine etmek için kamu ve özel sektör temsilcilerini içeren Ulusal Turist Marka Konseyi'ni kurdu.

Yerel yönetimler turizm politikalarını uygulamak için Bakanlıkla iş birliği yapar. Yerel düzeyde, turizm dernekleri turizm gelişimine katkıda bulunmak için ilgili tarafları bir araya getirir. Ayrıca, Bakanlığın 17 bölgesel temsilcisi ulusal turizm politikalarını uygulamaya yardımcı olmak için yerel ortaklarla birlikte çalışır. Destinasyon Yönetim Örgütleri kurmak Bakanlık için bir önceliktir (aşağıdaki kutuya bakın). Romanya'da halihazırda 21 DMO sertifikalandırılmıştır, biri bölgesel düzeyde, ikisi ilçe düzeyinde ve 18'i yerel düzeyde.

2024 yılında turizm pazarlama ve tanıtım programı ile turistik destinasyonların, formların ve ürünlerin geliştirilmesi programını içeren turizm bütçesi 120 milyon RON'dan 55 milyon RON'a düştü. Pazarlama bütçesi %27 arttı ancak ürün geliştirme bütçesi %68 azaldı.

#### Romanya: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Not: Grafikte Ekonomi, Girişimcilik ve Turizm Bakanlığı bünyesindeki turizm bölümü gösterilmektedir.  
Kaynak: OECD, Ekonomi, Girişimcilik ve Turizm Bakanlığı'nın 2024'ten uyarlanmıştı.

#### Turizm politikaları ve programları

Dünya Bankası'nın desteğiyle geliştirilen Ulusal Turizm Geliştirme Stratejisi 2023-35, Romanya'yı 2035 yılına kadar tanınmış, yüksek kaliteli, yıl boyu turizm destinasyonu haline getirmeyi amaçlıyor. Strateji, ülkenin eşsiz kültürel ve doğal mirasına ve yüksek kaliteli hizmetlere odaklanıyor. Strateji, 2023 yılında halk ve Turizm Danışma Konseyi ile istişare halindeydi ve yazının yazıldığı sırada bakanlıklar arası onay süreçlerinden geçiyordu. Yönetim Planı 2023-24, kamu-özel ortaklıkları aracılığıyla turizm destinasyonları geliştirmeye, Romanya'nın yurtdışındaki ününü artırmaya, ekoturizmi teşvik etmeye, yatırım çekmeye, yetkilendirme sistemlerini basitleştirmeye, turistleri ve işletmeleri korumaya, dijitalleşmeyi iyileştirmeye ve girişimcileri desteklemeye odaklanarak stratejinin uygulanması için hükümetin önceliklerini ve hedeflerini ana hatlarıyla belirtiyor. Yönetim Planının uygulanmasını desteklemek için, özel sektörün spa merkezleri, gelen turizm ve Bakanlık ile birlikte yurtdışında turizm tanıtım etkinliklerine katılmasını desteklemek için devlet yardım planları da dahil olmak üzere çeşitli girişimler oluşturuldu.

Bakanlık, deneyimsel ve kişiselleştirilmiş turizme yönelik artan talebi karşılamak için turizm ve kültür örgütleri veya yerel kamu otoriteleri tarafından geliştirilen kültürel-turistik rotaları etiketlemek için gönüllü bir ulusal sistem oluşturdu. Şu anda yerel, bölgesel ve ulusal düzeyde 154 kültürel-turistik rota etiketlendi.

İdari Kapasite Operasyonel Programı (SIPOCA) projesi, turizm alanındaki yasal çerçeveyi analiz etmeyi, iyileştirmeyi ve güncellemeyi amaçlamaktadır. Projenin genel amacı, kurumsal yetkiye göre stratejik hedefleri yerine getirmek için turizm mevzuatını sistemleştirerek ve iyileştirerek karar alma sürecini optimize etmek ve bakanlık faaliyetlerinin verimliliğini artırmaktır.

Sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik etmek için Romanya, BM Turizmi tarafından verilen En İyi Turizm Köyleri ödülü gibi dikkat çekici turistik yerleri ödüllendiren uluslararası yarışmalara katılıyor. Ülke ayrıca Mavi Bayrak etiketiyle olağanüstü plajları ödüllendiriyor ve ekoturizm destinasyonlarını belirliyor. Yurt içi turizmi desteklemek için Romanya bir seyahat çeki sistemi uyguladı. Yalnızca

Romanya'da kullanılan ve bir yıl geçerliliği olan bu projeler son birkaç yıldır başarılı bir şekilde uygulanıyor ve fon almaya devam ediyor.

Ulusal Kurtarma ve Dayanıklılık Planı, turizm ve kültüre ayrılmış bir bölüm içeriyor ve bu bölümde Destinasyon Yönetim Örgütlerinin geliştirilmesi, 12 kültürel turizm rotasının oluşturulması ve tanıtılması, dokuz müze ve anıtın oluşturulması ve modernizasyonu ve bisiklet turizminin geliştirilmesi gibi önemli girişimler yer alıyor.

Romanya'da geliştirilen ek sektörel stratejiler şunlardır:

- 2019-29 Ulusal Ekoturizm Geliştirme Stratejisi, sertifikalı ekoturizm destinasyonları ağı geliştirerek ve hem ulusal hem de uluslararası pazarlar için rekabetçi ekoturizm ürünleri yaratarak doğal koruma alanlarında ekoturizm geliştirme koşullarını oluşturmayı amaçlamaktadır. Ulusal Ekoturizm Geliştirme Stratejisi'ne dayanarak, Bakanlık, Çevre, Sular ve Ormanlar Bakanlığı, Turizmde Ulusal Araştırma ve Geliştirme Enstitüsü ve Romanya Ekoturizm Derneği gibi Romanya'daki diğer kurum ve kuruluşlarla birlikte, Sürdürülebilir Turizm için Küresel Kriterler (GSTC) ve Avrupa Ekoturizm Standardı'na (EETLS) dayalı olarak Romanya'daki ekoturizm destinasyonlarını değerlendirmek için bir sistem geliştirdi. Bugüne kadar altı turizm destinasyonu bu tanıma layık görüldü.
- 2019'da başlatılan Spa Turizminin Geliştirilmesi Stratejisi, yeşil, sürdürülebilir projelere odaklanarak çok çeşitli sağlık turizmiyle ilgili ürünlerin geliştirilmesini desteklemek için kamu-özel sektör ortaklıklarını birleştiren yenilikçi bir yaklaşımı teşvik ediyor. Strateji, özel bir eylem planı aracılığıyla uygulanacaktır.

### Romanya'da Destinasyon Yönetim Örgütleri aracılığıyla yerel yönetişimin güçlendirilmesi

Romanya'nın Ulusal Kurtarma ve Dayanıklılık Planı, kırsal ve daha az ziyaret edilen turistik yerlerin rekabet gücünü artırmayı amaçlamaktadır. Stratejinin temel bir bileşeni, Destinasyon Yönetim Örgütlerinin (DMO'lar) kurulmasını içerir.

AB Yapısal Reform Destek Programı'nın bir parçası olarak Romanya, ülkedeki DMO'lar için yasal bir çerçeve resmileştirdi. Bu kuruluşlar, turizm tanıtımı için özel vergi ödeyenler ve/veya üyelik ücreti ödeyen diğer kuruluşlarla varış yerinin idari-bölgesel birimi(leri) arasında ortaklıklar olarak işlev görür.

Sertifikayı almak için, yerel düzeydeki DMO'lar belirli kriterleri karşılamalıdır. Yerel veya ulusal ilgi gören bir turizm tesisi olarak belirlenmiş olmalı veya yetkili konaklama tesislerinde en az 100 yatağa sahip olmalıdırlar. Ek olarak, turizm geliştirme ve pazarlaması için bir taslak strateji ve bir eylem planı hazırlanmalı ve DMO yönetimi tarafından onaylanmalıdır. Bu belgeler ayrıca DMO sertifikasından itibaren bir yıl içinde hazırlanabilir ve onaylanabilir. DMO'nun en az bir üyesi, DMO'ları ortak bir bilgi tabanıyla donatmak için tasarlanmış bir lisansüstü yeterlilik olan Turizm Destinasyon Yöneticisi diplomasına sahip olmalıdır. Kurs, Romanya Turizm İşverenleri Federasyonu, Romanya'daki Turist Tanıtım Dernekleri Federasyonu, Romanya'daki Otel Endüstrisi Federasyonu ve Turizm İttifakı gibi ulusal düzeydeki turizm örgütleri ve kuruluşları tarafından desteklenmektedir. Son olarak, DMO'nun 30.000 RON'a eşdeğer asgari bir bütçesi olmalıdır. Gereksinimler, ilçe ve bölge düzeyindeki DMO için biraz farklıdır. Ulusal düzeydeki DMO için genel çerçeve de belirtilmiştir.

2024 itibarıyla Romanya, bölgesel (1), ilçe (2) ve yerel (18) düzeyleri kapsayan 21 sertifikalı DMO'ya sahiptir. Ulusal Kurtarma ve Dayanıklılık Planı, toplam sekiz bölgesel DMO kurarak bu ağı genişletmeyi amaçlamaktadır.

## İstatistiksel Profil

## Romanya: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	10 109	10 691	5 945	9 326	10 914
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	10 109	10 691	5 945	9 326	10 914
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	23 315	24 795	13 582	20 823	23 378
Oteller ve benzeri işletmeler	16 543	17 446	9 224	13 276	14 993
Diğer toplu işletmeler	6 772	7 349	4 357	7 547	8 385
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	2 797	2 684	454	879	1 674
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	2 797	2 684	454	879	1 674
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Almanya	327	298	57	111	183
İsrail	278	235	29	52	160
İtalya	241	223	40	77	132
Amerika Birleşik Devletleri	166	162	22	47	107
Fransa	172	155	30	58	89
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	5 330	5 291	997	1 925	3 667
Oteller ve benzeri işletmeler	4 560	4 544	888	1 718	3 337
Diğer toplu işletmeler	769	747	109	207	329
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	10 469	13 651	4 267	8 237	10 895
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	10 361	13 515	4 237	8 182	10 724
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	108	136	30	55	170
En iyi destinasyonlar					
Türkiye	197	315	68	193	325
Bulgaristan	164	209	106	194	202
Yunanistan	161	130	46	75	141
İspanya	71	..	..	..	34
İtalya	69	44	..	13	24
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	3 834	4 183	1 580	3 509	5 072
Uluslararası seyahat gelirleri	3 396	3 578	1 436	3 299	4 704
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	438	605	144	210	368
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	6 105	7 161	3 521	6 021	8 858
Uluslararası seyahat harcamaları	5 339	6 001	3 077	5 230	7 762
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	766	1 159	444	790	1 097

.. Mevcut değer yok

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/3xyzrs>

## Romanya: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı				
		2020	2018	2019	2020	2021
<b>Toplam</b>	..	..	..	..	..	..
<b>Turizm endüstrileri</b>	51 294	409 881	412 649	393 427	340 217	..
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	7 650	43 686	40 910	40 849	44 889	..
Oteller ve benzeri işletmeler	7 650	36 954	35 511	36 947	41 771	..
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	18 031	156 669	163 335	146 888	132 835	..
Yolcu taşımacılığı	12 446	152 623	146 191	143 973	105 815	..
Hava yolcu taşımacılığı	72	6 626	6 884	5 208	6 198	..
Demiryolu yolcu taşımacılığı	43	35 010	30 649	31 185	26 519	..
Karayolu yolcu taşımacılığı	12 220	108 754	104 650	102 069	70 172	..
Su yolcu taşımacılığı	111	2 233	4 008	5 511	2 926	..
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama	793	914	1 078	2 607	1 017	..
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	2 177	11 993	13 718	12 570	10 714	..
Kültür endüstrisi	1 243	18 961	15 714	13 968	10 416	..
Spor ve rekreasyon endüstrisi	5 564	25 035	31 703	32 572	34 531	..
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malların perakende ticareti	3 390	..	..	..	..	..
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	..	..	..	..	..	..
<b>Diğer endüstriler</b>	..	..	..	..	..	..

.. Müsait değil

1. Veriler işletme sayısına ilişkindir.

2. Veriler çalışan sayısını ifade eder. Kaynak:

OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/k0vngd>

## Romanya: İç turizm tüketimi

Milyon RON

	2020		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	..	..	..
<b>Tüketim ürünleri</b>	1 793	33 694	35 661
Turizm karakteristik ürünleri	1 616	29 961	31 736
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	583	5 790	6 508
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	426	10 765	11 215
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	264	8 245	8 508
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	4	2 008	2 012
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	2	302	304
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	257	5 894	6 150
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	1	41	42
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	..	..	..
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	50	221	271
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	..	2 421	2 421
Kültürel hizmetler	57	513	570
Spor ve rekreasyon hizmetleri	55	786	842
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	108	375	482
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	74	846	920
Diğer tüketim ürünleri	177	3 733	3 925
Turizm bağlantılı ürünler	..	..	..
Turizm dışı tüketim ürünleri	..	..	..
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	..	73	73

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/dwkumr>

# Suudi Arabistan

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Suudi Arabistan'ın en hızlı büyüyen sektörlerinden biridir ve ülkenin ekonomik çeşitliliği, istihdamı ve sürdürülebilir kalkınması için olmazsa olmaz olarak görülmektedir. 2022'de turizmin ülkenin GSYİH'sine doğrudan %3,4 katkıda bulunduğu ve 2019'da kaydedilen %3,6'lık paya neredeyse eşit olduğu tahmin edilmektedir. 2023 için yapılan ön tahminler, bu payın %4,0 ile %4,4 arasında olacağını ve 2019 seviyelerini aşacağını göstermektedir. Doğrudan turizm işlerinin sayısı 2023'te 925.000'e ulaşarak Suudi ekonomisindeki toplam çalışanların %5,8'ini oluşturarak 2019 seviyelerine göre %62 artmıştır.

2023 yılında, gelen turizm 27,4 milyon uluslararası turist varışıyla zirveye ulaştı; bu, 2022'ye kıyasla %65 ve 2019'a kıyasla %56'lık bir artış anlamına geliyor. Bu artış, gelen turizm gelirlerinin 141,2 milyar SAR'a ulaşmasıyla sonuçlandı ve bu da 2022'ye göre %44 ve 2019'a göre %37'lik bir artışı yansıtıyor. Eğlence turizmi, gelen turizm büyümesinin temel itici güçlerinden biri olarak ortaya çıktı ve 2019'da 1,1 milyon turistten 2022'de 2,5 milyona ve 2023'te 6,2 milyon turiste önemli bir artışa tanık oldu.

Yurt içi turizm de önemli bir büyüme göstererek 2023 yılında 81,9 milyon gecelik yerli turiste ulaşarak 2022'ye göre %5 ve 2019'a göre %71 artış gösterdi. Yurt içi turizmdeki bu artış, 2022 ve 2019 rakamlarını sırasıyla %7 ve %87 aşarak toplam 114,4 milyar SAR gelir elde etti.

Suudi Arabistan, Suudi Vizyonu 2030'un belirlediği ilk zaman çizelgesinden yedi yıl önce, 2023'te 100 milyondan fazla gelen ve yerli turisti ağırladı ve bu, pandemi öncesi seviyelere kıyasla önemli bir büyümeyi temsil ediyor. Bu, Suudi Arabistan'ı daha önceki hedefini 2030'a kadar 150 milyon turisti ağırlama gibi daha iddialı bir hedefle ayarlamaya teşvik etti.

## Turizm yönetimi

Suudi Arabistan'da turizm politikasını belirlemek ve turizm sektörünü düzenlemekten sorumlu olan Turizm Bakanlığı, strateji, düzenlemeler, destinasyon geliştirme, insan sermayesi geliştirme ve yatırım çekme konularına odaklanıyor.

Bakanlık, mutabakat zaptı, ortak komiteler ve diğer bakanlıklarla düzenli toplantılar gibi çeşitli mekanizmalar aracılığıyla turizm politikası geliştirme konusunda diğer hükümet kuruluşlarıyla koordinasyon sağlar. Bakanlık ayrıca kamu-özel sektör ortaklıkları, turizm konseyleri ve endüstri anketleri gibi çeşitli mekanizmalar aracılığıyla turizm politikası geliştirme konusunda özel sektörle etkileşim kurar.

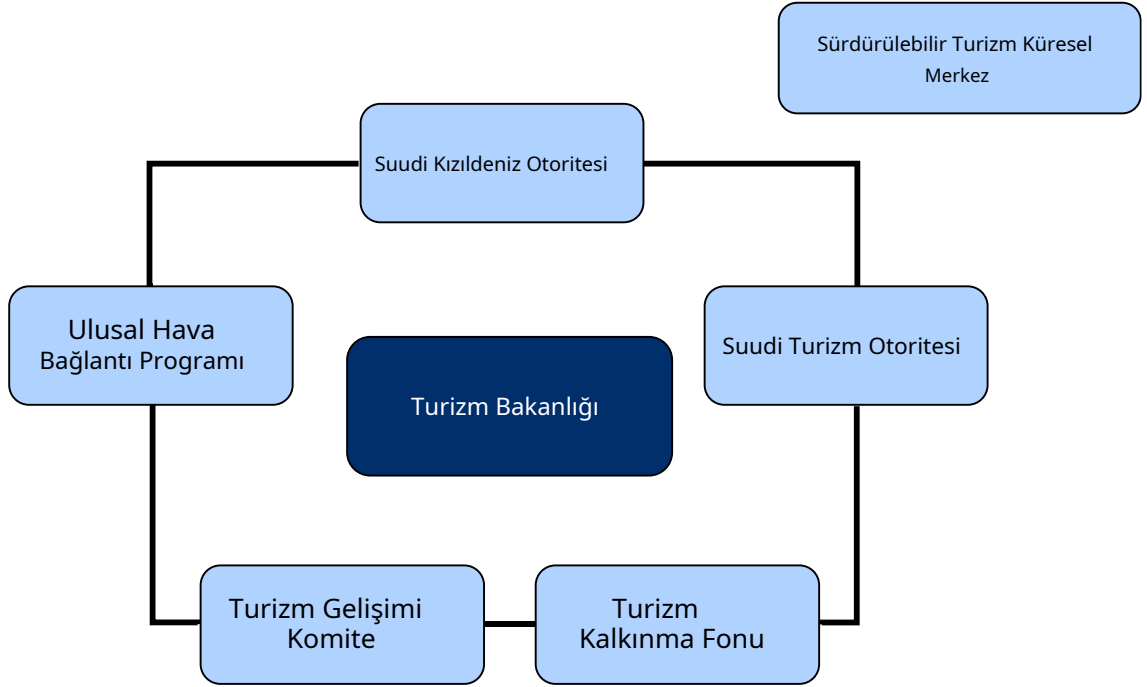
Bakanlık, farklı seyahat acenteleri ve tur operatörleriyle markalaşma, pazarlama ve tanıtım çalışmalarından sorumlu Suudi Turizm Otoritesi tarafından desteklenmektedir. Turizm Geliştirme Fonu, ikonik projeleri finanse etmekten ve özel sektörün teklifler ve konaklama yerleri geliştirmesini desteklemekten sorumludur. Turizm ve Ulusal Miras Genel Komisyonu, Suudi Arabistan'ın kültürel mirasını geliştirmek ve korumaktan sorumludur.

Turizm politikası ekosistemi, Dışişleri Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı, Elektrik, Su ve Tarım Bakanlığı gibi ilgili tüm devlet kurumlarıyla, Turizm Geliştirme Komitesi adı verilen bir devlet organı aracılığıyla yakın bir şekilde çalışmakta ve burada önemli hükümetler arası girişimler tartışılmakta ve izlenmektedir.

Ayrıca, il yönetimi, bölgesel kalkınma kuruluşları, turizm alanlarının ve destinasyonların geliştirilmesinden sorumlu çeşitli kuruluşlar ve meslek birliklerini bir araya getiren Bölgesel Turizm Geliştirme Komitesi aracılığıyla turizm sektörünün gelişimini yönetmek üzere bir yönetim de oluşturulmuştur.

Bölgesel kalkınma yetkilileri, turizm destinasyonlarının geliştirilmesi ve tanıtılmasında önemli bir rol oynar. Sektörü desteklemek için gerekli altyapı ve hizmetlerin yerinde olduğundan emin olmaktan sorumludurlar. Al-Ula Kraliyet Komisyonu, Al-Ula bölgesini dünya standartlarında bir turizm destinasyonu olarak geliştirmekle görevlendirilirken, Medine Kalkınma Otoritesi, şehrin ana caddelerini ve kamusal alanlarını yeniden tasarlayıp iyileştirerek ziyaretçiler için turizm deneyimini geliştirmek üzere bir proje başlattı.

#### Suudi Arabistan: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Turizm Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

#### Turizm politikaları ve programları

Vizyon 2030 stratejisi başlatıldığından beri, Suudi Arabistan Krallığı turizm sektörünün yerel ekonomik büyümenin itici gücü olarak rolünü güçlendirmek için çok çeşitli adımlar attı. Hükümet 2019'da Vizyon 2030 başlığı altında Ulusal Turizm Stratejisini duyurdu. Turizm, Vizyon 2030'un üç temel hedefine katkıda bulunuyor:

- 37 milyondan fazla Hac ve Umre ziyaretçisinin ağırlanması kolaylaştırarak İslami ve ulusal kimliği güçlendirmek ve deneyimlerini zenginleştirmek.
- 2030 yılı hedefleri olan GSYH'ye %10 katkı ve 1,6 milyon istihdam yaratılmasına ulaşmak için özel sektörün katkısını artırarak ve doğrudan yabancı yatırım çekerek ekonominin çeşitlendirilmesi çabalarını desteklemek.
- Petrol dışı sektörün potansiyelinin açığa çıkarılması yoluyla hükümet etkinliğini artırmak.

İlerlemeyi ölçmek için üç yıllık eylem planları uygulandı. İlk üç yıllık eylem planı, turizm sektörünün karmaşık ve dinamik gelişimini ele almak ve temel boşlukları belirlemek için 2019-22 yılları arasında yürütüldü. Yıllar geçtikçe turizm sektörü olgunlaştı ve Ulusal Turizm Stratejisi, Suudi Arabistan Krallığı'nda turizm sektörünü kurmak için düzenleme ve politika reformları için bir platform haline geldi.

Stratejinin 2. Aşaması, Suudi Arabistan Krallığı'nın önde gelen bir turizm destinasyonu olarak konumunu güçlendirmeyi hedefleyerek 2024-26 yılları arasında uygulanacaktır. 2. Aşama geliştirilirken, aşağıdakiler de dahil olmak üzere bir dizi politika ve program devam ettirildi veya uygulandı:

- Suudi turizm sektöründe teknoloji kullanımının düzenlenmesi. Buna çevrimiçi seyahat platformlarının kullanımının düzenlenmesi ve turistlerin turizm ürünleri ve hizmetleri hakkında doğru ve güvenilir bilgilere erişiminin sağlanması dahildir.
- Yeni yatırım teşvikleri geliştirerek turizm yatırımlarını teşvik etmek ve yabancı yatırımcıların Suudi Arabistan'da iş yapmasını kolaylaştırmak.
- Neom, Kızıldeniz, Qiddiya ve Diriyah gibi turizm giga projelerinin geliştirilmesi.
- Hassas bölgelerdeki turizm faaliyetlerini düzenleyen yeni düzenlemeler geliştirerek çevreyi ve kültürel mirası korumak, kültürel miras alanlarının restorasyonunu ve korunmasını desteklemek.
- Turizm projelerine finansal destek sağlamak için 2020'de Turizm Geliştirme Fonu'nu kurmak. On yıllık bir süre boyunca 160 milyar SAR (43 milyar ABD doları) bütçesi olan fon, önemli bir ekonomik etkiye sahip olan ve uzun vadeli sürdürülebilirliğe odaklanan projeleri finanse ediyor.
- Yenilenebilir enerji alternatiflerine odaklanan ve gıda ve su israfını azaltmak için yenilikçi yöntemler geliştiren Sürdürülebilir Turizm Küresel Merkezi'ni (STGC) kurmak.

Turizm Bakanlığı, turizm sektörünün geliştirilmesi ve düzenlenmesi için kapsamlı bir çerçeve sağlayan Turizm Kanunu'nu yayınladı. Kanun, turizm lisanslama, turizm ürünleri ve hizmetleri ve turistlerin hak ve yükümlülükleri (aşağıdaki kutuya bakın) dahil olmak üzere çok çeşitli konuları kapsamaktadır.

#### Suudi Arabistan'da yeni bir turizm yasası

2022'de Turizm Bakanlığı, Çevrimiçi Seyahat Acenteleri ve tur rehberleri dahil olmak üzere tüm turizm faaliyetlerini düzenlemek için yeni bir politika reformu uyguladı. Bu reform, tüm turizm faaliyetlerinin düzenleyici kapsama sahip olmasını sağlamayı ve turizm sektörünün yönetimini ve denetimini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

Yeni turizm yasası, Vizyon 2030 hedeflerine ulaşmak için önemli bir itici güçtür. Turizm sektörünü daha iyi organize etmeyi ve ülkedeki hizmet kalitesini iyileştirmeyi amaçlamaktadır. Yeni turizm yasası, lisanslama hükümleri, finansal ücretler, lisans sahibi yükümlülükleri, denetim ayrıntıları ve yaptırımlar gibi mevcut durumu ele alan hükümler içermektedir. Ayrıca, yasa, gelecekte gelişebilecek herhangi bir turizm faaliyetinin The Sandbox ile ortaklık yoluyla dahil edilmesini de sağlar.

Yeni turizm yasası, uluslararası en iyi uygulamalarla uyumlu olacak şekilde daha esnek olacak şekilde geliştirildi ve turizm sektöründeki yerel ve yabancı yatırımları Suudi Arabistan'a çekti. Yeni yasa, hükümlerini ihlal eden herkese cezalar içeriyor.

## İstatistiksel Profil

## Suudi Arabistan: Yurt içi, yurt dışı ve yurt dışı turizmi

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	46 512	53 074	48 399	108 129	125 817
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	43 255	47 805	42 107	63 834	77 837
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	3 256	5 269	6 292	44 295	47 980
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	232 122	268 751	228 538	353 331	369 606
Oteller ve benzeri işletmeler	140 452	155 540	121 909	161 334	205 161
Diğer toplu işletmeler	9 034	7 874	4 900	6 057	5 022
Özel konaklama	82 637	105 337	101 730	185 940	159 424
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	17 570	20 292	4 882	3 869	18 256
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	15 334	17 526	4 138	3 477	16 638
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	2 236	2 767	744	392	1 618
En iyi pazarlar					
Bahreyn	574	511	100	240	2 178
Kuveyt	1 993	2 132	629	623	1 948
Mısır	800	1 100	432	308	1 463
Pakistan	2 177	2 211	483	258	1 407
Endonezya	1 375	1 429	293	11	1 228
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	173 929	189 036	37 824	31 771	270 728
Oteller ve benzeri işletmeler	153 005	164 526	30 447	16 081	153 744
Diğer toplu işletmeler	5 298	1 011	119	210	8 043
Özel konaklama	15 626	23 499	7 258	15 480	108 941
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	27 425	27 196	6 657	10 682	24 264
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	19 751	19 010	4 839	8 415	16 882
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	7 674	8 186	1 819	2 266	7 381
En iyi destinasyonlar					
Bahreyn	3 957	3 907	588	1 282	2 931
BAE	3 262	3 125	792	1 189	2 644
Mısır	2 459	2 352	751	1 366	2 076
Kuveyt	2 498	2 447	567	887	1 952
Ürdün	1 462	1 417	336	713	1 579
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	16 974	19 849	4 646	4 639	26 517
Uluslararası seyahat gelirleri	13 790	16 431	4 036	3 817	23 475
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	3 184	3 418	610	822	3 042
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	17 939	16 415	9 379	13 130	18 662
Uluslararası seyahat harcamaları	16 651	15 140	8 843	12 176	15 914
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	1 288	1 275	536	954	2 748

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/rkg06i>

## Suudi Arabistan: Turizmde girişimler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı				
		2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	.	.	.	.	.	.
<b>Turizm endüstrileri</b>	121 779	552 556	571 152	683 178	762 957	880 140
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	12 451	118 941	124 676	94 660	98 492	110 095
Oteller ve benzeri işletmeler	.	.	.	.	.	.
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	88 938	298 487	306 508	455 168	520 643	608 722
<b>Yolcu taşımacılığı</b>	2 832	69 855	72 441	50 875	45 282	44 124
Hava yolcu taşımacılığı	94	28 232	29 547	21 578	20 106	18 118
Demiryolu yolcu taşımacılığı	4	1 655	1 716	2 298	282	14
Karayolu yolcu taşımacılığı	2 560	39 669	40 860	26 253	23 823	24 896
<b>Su yolcu taşımacılığı</b>	174	299	319	746	1 071	1 096
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	.	.	.	.	.	.
Taşıma ekipmanı kiralama	968	21 084	21 868	11 897	13 447	16 030
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	2 071	25 560	26 327	14 793	15 771	19 892
Kültür endüstrisi	406	2 256	2 339	3 029	4 710	4 699
Spor ve rekreasyon endüstrisi	1 515	13 359	13 843	8 544	10 046	11 323
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	11 170	.	.	36 979	43 877	52 576
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	1 432	3 014	3 150	7 233	10 689	12 679
<b>Diğer endüstriler</b>	.	.	.	.	.	.

.. Müsait değil

1. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/syz6v0>

## Suudi Arabistan: İç turizm tüketimi

Milyon SAR

	2022		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	.	.	.
<b>Tüketim ürünleri</b>	137 175	103 515	250 252
Turizm karakteristik ürünleri	101 918	70 695	172 612
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	27 230	28 323	55 554
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	40 134	18 151	58 285
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	23 095	17 818	40 912
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	16 490	11 565	28 054
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	332	240	573
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	6 229	6 013	12 243
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	43	0	43
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	.	.	0
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	3 990	120	4 110
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	1 284	3 136	4 419
Kültürel hizmetler	2 474	944	3 418
Spor ve rekreasyon hizmetleri	3 711	2 203	5 914
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	.	.	.
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	.	.	.
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	35 257	32 820	77 640
Turizm bağlantılı ürünler	.	.	.
Turizm dışı tüketim ürünleri	.	.	.
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	.	.	.

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/t5s937>

## Sırbistan

### Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Sırbistan'daki ekonomiye önemli bir katkıda bulunmaktadır ve COVID-19 salgınının ardından toparlanmıştır. 2022'de konaklama hizmetleri, Sırp ekonomisine doğrudan 25.915 milyon RSD veya toplam GSYİH'nin %0,4'üne katkıda bulunmuştur. Sırbistan İstatistik Ofisi, turizm endüstrilerinde yaklaşık 154.000 iş kaydetti ve bu, toplam istihdamın %6,7'sini temsil etmektedir. Bu, 2019'a kıyasla 10.000 turizm işi artışıdır.

2023 yılında Sırbistan resmi konaklama tesislerinde 2,1 milyon uluslararası turist varışı kaydetti. Bu, 2019 yılına kıyasla %16'lık bir artışı temsil ediyor. En büyük üç kaynak pazar Türkiye (%9), Rusya Federasyonu (%8) ve Bosna-Hersek (%7) idi.

Sırbistan'da turizm sektörü için iç turizm olmazsa olmazdır. 2023 yılında resmi konaklama tesislerinde geceleleyen yerli turist sayısı 2,1 milyon olup, bu sayı 2019'daki seviyenin %12 üzerindedir.

Sırbistan, 2024 yılında resmi konaklama tesislerine toplam 4,5 milyon varış ve yaklaşık 14 milyon geceleme öngörüyor.

### Turizm yönetimi

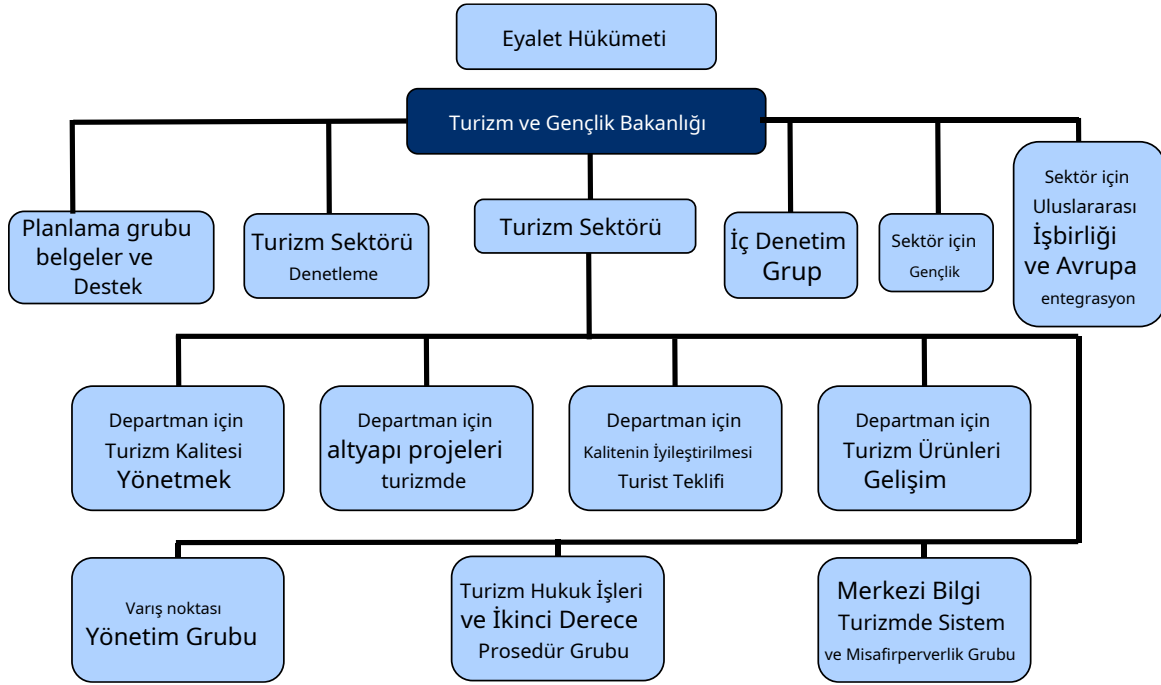
Turizm ve Gençlik Bakanlığı, turizm stratejisi, politikası, tanıtımı ve gelişiminin tüm yönleriyle ilgilenen turizm işlerinden sorumludur. Bakanlık, altyapı, tanıtım, eğitim ve öğretim gibi turizm geliştirme projeleri için teşvik programları ve yerel yönetimleri ve bölgesel kalkınma ajanslarını ortaklaşa finanse edilen projelerle destekleme dahil olmak üzere bölgesel ve yerel yönetimlere doğrudan ve dolaylı destek sağlar.

Bakanlık, diğer bakanlıklarla, özellikle Kültür Bakanlığı ile uluslararası ikili işbirliği ve kültürel rotaların geliştirilmesi, Tarım Bakanlığı ile kırsal turizmin geliştirilmesi ve kırsal kalkınma alanındaki destek araçları, Çevre Koruma Bakanlığı ile sürdürülebilir turizm gelişimi ve Sağlık Bakanlığı ile yakın işbirliği yapmaktadır. Bakanlık, özel sektörle yakın işbirliği yapmakta ve bölgesel girişimlerde, uluslararası kuruluşların programlarında ve projelerinde aktif rol almaktadır.

Sırbistan Turizm Örgütü uluslararası alanda tanıtım faaliyetleri yürütmektedir. Bölgesel ve yerel turizm örgütleri tanıtım faaliyetlerine sıkı bir şekilde entegre edilmiştir. Voyvodina Özerk Bölgesi'ndeki Ekonomi ve Turizm İl Sekreterliği, Sırbistan Cumhuriyeti Turizm Geliştirme Stratejisi ve Turizm Yasası uyarınca turizm gelişimini yönetmekten sorumludur.

2023 yılında toplam turizm bütçesi 4,9 milyar RSD idi. Bu tutara altyapı projeleri için 2,7 milyar RSD, tanıtım projeleri için 1,7 milyar RSD ve Ulusal Turizm Örgütü için 500 milyon RSD dahildi.

### Sırbistan: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Turizm ve Gençlik Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024

### Turizm politikaları ve programları

Sırp turizmi 2016-25 Turizm Geliştirme Stratejisi tarafından yönlendirilir. Strateji, stratejik ana planlar, stratejik pazarlama planı, ürün geliştirme programı ve mekansal ve kentsel planların bir karışımı yoluyla uygulanır. Turizm Geliştirme Stratejisi ayrıca Sırp turizmde iş sektörü için rekabetçi bir alan oluşturur.

Sırbistan, turizm gelişimi için yeni bir strateji taslağının son aşamalarında. Stratejinin temel hedefleri, turizmi daha verimli yönetmek, yatırım çekmek, istihdamı artırmak ve sürdürülebilirlik ilkelerine dayalı cazip turizm ürünleri ve teklifleri yaratmaktır.

Stratejiyi uygulamak için, özellikle kırsal ve bölgesel turizm gelişimine odaklanan çeşitli programlar uygulandı. Pandemiden öğrenilen dersler arasında, daha küçük kırsal alanlarda turizmi geliştirmenin önemi yer alıyor. Sırbistan'da kırsal alanlarda kadınların istihdamının artması, girişimciliğin teşvik edilmesi ve yerel rehberler, milli park bekçileri ve gıda tedarikçileri gibi turizm istihdamının artırılması gibi olumlu kırsal etkiler görüldü. Bu, mümkün olduğunda yerel turist tekliflerinin oluşturulmasına sakinleri dahil etmenin gerekliliğini ortaya koydu.

Turizm ve Gençlik Bakanlığı, teşvik fonları aracılığıyla kırsal ve köy turizminin gelişimini desteklemektedir. Kırsal alanlarda düzenlenen etkinliklere tahsis edilen fonlara ek olarak, Kalkınma Fonu kırsal turizmde turizm tekliflerinin kalitesini artırmak için elverişli kredi kaynaklarını onaylamaktadır. 2023 yılında 17,7 milyon RSD tahsis edilmiştir. Turizm ve Gençlik Bakanlığı, 2024 yılında, %20'lik bir kurucu ortaklık düzenlemesiyle, konaklama tesislerini onarmak ve inşa etmek, peyzajı iyileştirmek, turizm tesislerini yükseltmek ve kırsal alanlardaki ikram hizmetlerini artırmak için kırsal turist hanelerine geri ödenmeyen fonların tahsis edilmesine izin veren bir yasa çıkaracaktır. Şubat 2024'ün sonunda, Sırbistan topraklarında kırsal turizm ve misafirperverliğin geliştirilmesi ve iyileştirilmesi için teşviklerin verilmesi ve kullanılması koşulları, yöntemi hakkındaki düzenleme kabul edilmiştir. Kırsal turizmin geliştirilmesinde yer alan kırsal turizm hanelerine (tüzel kişiler ve fiziksel kişiler - tarım çiftlikleri) kendi katılımının %10'u olan geri ödenmeyen fonlar tahsis edilecektir.

Sırbistan, iç turizmi desteklemeye devam etmek için 2023 ve 2024'te seyahat çeki kullanımını genişletti. 2022'de Turizm ve Gençlik Bakanlığı tarafından sağlanan seyahat çekleri, Sırbistan'ın iç turizmde rekor kırmaya yardımcı oldu.

2024'te, sürdürülebilir turizm gelişimi için ulusal kriterler, Sırp destinasyonları, otel endüstrisi ve seyahat organizatörleri için özel olarak hazırlanacak. Sırbistan, Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi tarafından desteklenecek. Sırbistan ayrıca Sırp turizm teklifini dijital platformlarda sunmak için turizm dijitalleştirme programını da sonlandırıyor.

## İstatistiksel Profil

## Sırbistan: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	1 720	1 843	1 374	1 720	2 096
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	1 720	1 843	1 374	1 720	2 096
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	5 678	6 063	4 937	5 733	7 306
Oteller ve benzeri işletmeler	4 624	4 916	3 572	4 327	4 991
Diğer toplu işletmeler	48	35	18	21	25
Özel konaklama	1 006	1 112	1 347	1 385	2 290
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	1 711	1 847	446	871	1 773
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	1 711	1 847	446	871	1 773
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi pazarlar					
Bosna-Hersek	121	136	51	103	149
Karadağ	82	90	26	59	81
Çin (Halk Cumhuriyeti)	102	145	18	16	33
Hırvatistan	94	104	27	39	90
Türkiye	97	108	25	49	126
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	3 658	4 010	1 265	2 430	4 939
Oteller ve benzeri işletmeler	3 416	3 761	1 201	2 290	3 860
Diğer toplu işletmeler	24	20	1	9	17
Özel konaklama	218	229	63	131	1 062
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	..	..	..	..	..
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	1 941	2 001	1 430	2 172	2 592
Uluslararası seyahat gelirleri	1 547	1 604	1 245	1 882	2 592
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	394	396	185	290	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	1 837	1 999	1 178	1 718	2 459
Uluslararası seyahat harcamaları	1 643	1 806	1 115	1 617	2 459
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	194	194	64	101	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/ay8q4e>

## Sırbistan: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşları	Çalışan kişi sayısı				
	2022	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Toplam</b>	.	.	.	.	.	.
<b>Turizm endüstrileri</b>	63 399	138 947	143 724	149 106	149 932	153 711
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	4 846	21 681	23 308	24 619	24 795	26 240
Oteller ve benzeri işletmeler	1 995	12 035	12 768	13 361	13 056	14 127
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	27 773	61 348	63 961	66 159	67 316	68 291
Yolcu taşımacılığı	17 940	20 964	20 065	20 428	19 802	19 710
Hava yolcu taşımacılığı	52	1 431	1 414	1 498	1 286	1 405
Demiryolu yolcu taşımacılığı	2	1 593	1 398	2 370	2 404	2 447
Karayolu yolcu taşımacılığı	17 827	17 881	17 183	16 489	16 042	15 792
Su yolcu taşımacılığı	59	59	70	71	70	66
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	.	.	.	.	.	.
Taşıma ekipmanı kiralama	654	1 022	1 025	1 115	1 164	1 337
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	1 703	4 689	4 782	4 457	3 408	3 474
Kültür endüstrisi	4 133	12 442	12 799	12 855	13 021	13 453
Spor ve rekreasyon endüstrisi	6 350	16 801	17 784	19 473	20 426	21 206
Ülkeye özgü turizm karakteristikli malların perakende ticareti	.	.	.	.	.	.
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	.	.	.	.	.	.
<b>Diğer endüstriler</b>	.	.	.	.	.	.

.. Müsait değil

1. Veriler işletme sayısını ifade eder. Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/685I9z>

# Güney Afrika

## Ekonomide turizm ve görünüm

Turizm, Güney Afrika ekonomisinde önemli bir rol oynar ve ülkedeki sosyo-ekonomik zorluklara yanıt vermek için öncelikli bir sektör olmaya devam etmektedir. 2022'de turizm, Güney Afrika ekonomisine tahmini 234,7 milyar ZAR doğrudan katkıda bulunarak GSYİH'nın %3,5'ini oluşturdu ve bu, 2019'daki %3,7'lik payın biraz altındadır. Turizm, ekonomiye doğrudan toplam 733.400 iş katkıda bulunarak toplam iş gücünün %4,7'sini oluşturdu ve 2019'a kıyasla %6 düşüş gösterdi.

Uluslararası turist varışları 2023'te 8,5 milyona ulaştı ve 2019 seviyelerinin %17 altında kaldı. Uluslararası varışlar açısından en büyük üç kaynak pazar Zimbabve (%25), Mozambik (%16) ve Lesotho (%14) oldu. 2023'te uluslararası turizm harcamaları 70,9 milyar ZAR'a ulaştı ve 2020'deki 35,9 milyar ZAR'dan güçlü bir toparlanma gösterdi, ancak yine de 2019'daki 121,5 milyar ZAR zirvesinin altında.

Güney Afrika'nın iç turizmi, ülkenin ekonomik toparlanmasında önemli bir rol oynadı ve 2023'te 37,9 milyonluk bir zirveye ulaştı; bu, 2019 seviyelerinin %33 üzerinde. İç turizm harcamaları, 2022'de 2019'a göre %177 daha yüksek olan 99 milyar ZAR'a ulaştı.

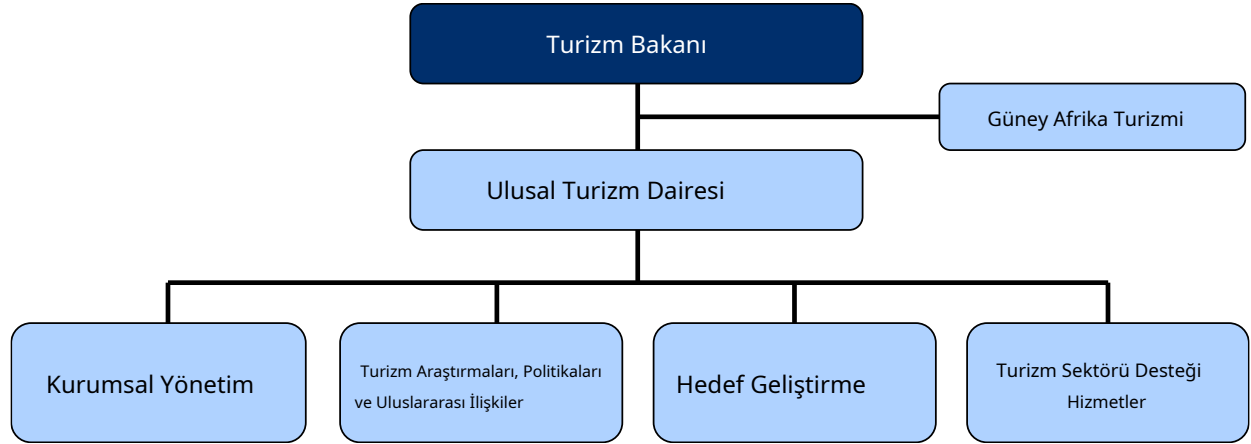
## Turizm yönetimi

Turizm, Güney Afrika Anayasası'nda eş zamanlı bir işlemdir, yani üç hükümet düzeyi (ulusal, eyalet ve yerel) turizm politikasını geliştirme ve uygulama konusunda yetki ve doğrudan sorumluluğa sahiptir. Turizm Bakanlığı, ulusal turizm politikasının yürütme makamıdır ve ülkedeki turizm gelişimi konusunda Parlamento'ya hesap verir. Güney Afrika Turizmi'ni, Güney Afrika'yı uluslararası alanda pazarlayan ulusal turizm organizasyonunu ve araştırma, politika, destinasyon geliştirme, uluslararası ilişkiler ve sektör destek hizmetleri aracılığıyla turizmin kapsayıcı büyümesini teşvik etmekten sorumlu Turizm Bakanlığı'nı denetler. Turizm Bakanlığı, Ulusal Turizm Paydaş Forumu, Turizm Liderlik Diyalogu ve diğer paydaş katılım oturumları aracılığıyla kamu ve özel sektör paydaşlarının faaliyetlerini koordine eder. Yatay koordinasyon, vize politikası, hava bağlantısı ve lisanslama gibi alanlarda kilit bakanlıklarla ikili katılım ve iş birliği yoluyla sürdürülür. Turizm Bakanlığı, Afrika, Orta Doğu ve dünyanın geri kalanındaki kilit ülkelerle imzalanan mutabakat zaptları aracılığıyla uluslararası katılımlara, çok taraflı organizasyonlara ve ikili ilişkilere katılır.

Bölgesel ve yerel yönetimler bölgesel turizm gelişiminden sorumludur. Eyalet düzeyinde, Güney Afrika'nın dokuz eyaletinin her birindeki Yürütme Kurulu Üyesi turizmden sorumludur. Turizm Bakanı ve Yürütme Kurulları, MINMEC hükümetler arası forumu aracılığıyla stratejik performans planlarını, öncelikleri ve hedefleri koordine eder ve uyumlu hale getirir. Yerel düzeyde, yerel ekonomik kalkınmadan sorumlu Belediye Başkanlığı Komitesi Üyesi tarafından yönetilen bir belediye turizm gelişiminden sorumludur. Güney Afrika Turizm İş Konseyi, özel sektör paydaşlarını bir araya getiren bir şemsiye kuruluştur. Turizm politikası savunuculuğunda aktif bir rol oynar ve Ulusal Turizm Paydaş Forumu'na katılır.

2023-24 için toplam tahsis edilen bütçe 2,524 milyar ZAR olup, bu 2022-23'e kıyasla %0,9'luk bir artışı temsil etmektedir. 2023-24'te kurumsal yönetime 324,9 milyon ZAR; turizm araştırmaları, politika ve uluslararası ilişkilere (Turizm Bakanlığı'nın tek kuruluşu olan Güney Afrika Turizmi dahil) 1435,2 milyon ZAR; destinasyon geliştirmeye 401,1 milyon ZAR; ve turizm sektörü destek hizmetlerine 363.000 ZAR tahsis edilmiştir.

#### Güney Afrika: Turizm kuruluşlarının organizasyon şeması



Kaynak: OECD, Turizm Bakanlığı'ndan uyarlanmıştır, 2024.

#### Turizm politikaları ve programları

Turizm gelişimi ve büyümesi, 2016-26 Ulusal Turizm Sektörü Stratejisi tarafından yönlendirilir. Strateji, Güney Afrika'nın doğa, kültür ve miras alanındaki rekabet avantajına odaklanarak hızlı ve kapsayıcı turizm gelişimini teşvik etmeyi amaçlamaktadır. *Ubuntu*ve inovasyon ve hizmet mükemmelliği ile desteklenmektedir. Plan, 2026 için net hedefler ve temel ekonomik performans göstergeleri belirlemektedir: doğrudan turizm GSYİH'sini 302 milyar ZAR'a çıkarmak; GSYİH'ye toplam (doğrudan ve dolaylı) katkısı 941 milyar ZAR'a çıkarmak; sektör tarafından desteklenen doğrudan iş sayısını 1 milyon işe çıkarmak; sektör tarafından desteklenen toplam iş sayısını 2,2 milyon işe çıkarmak; turizm ihracat gelirlerini 359 milyar ZAR'a çıkarmak ve uluslararası, bölgesel ve yerel turizm için sermaye yatırımını 148 milyar ZAR'a çıkarmak.

COVID-19 salgını sonrasında Stratejiyi desteklemek amacıyla Eylül 2023'te Turizm Sektörü Ana Planı başlatıldı. Ana Plan, Turizm Sektörü Kurtarma Planı zaman çerçevelerini ayarlıyor ve 2026'ya kadar stratejik müdahalelerin uygulanmasını izlemeye devam etmeyi amaçlıyor.

Ana Plan, birbiriyle bağlantılı üç stratejik temaya dayanmaktadır: arzı korumak ve canlandırmak, talebi yeniden canlandırmak ve uzun vadeli sürdürülebilirlik için olanak sağlayan kapasiteyi güçlendirmek. Bu sütunlar içinde, odaklanılan temel alanları ele alan yedi stratejik müdahale bulunmaktadır. Bu müdahaleler şunları içerir: eğitim ve beceri gelişimini geliştirmek, girişimciliği ve ekonomik büyümeyi teşvik etmek, altyapıyı ve bağlantıyı iyileştirmek, sosyal uyumu ve refahı teşvik etmek, çevreyi ve doğal kaynakları korumak, yönetişimi ve kurumları güçlendirmek ve bölgesel iş birliğini teşvik etmek.

Ana Plan, ülkenin daha geniş Ekonomik Kurtarma ve Yeniden Yapılanma Planı ile uyumludur ve altyapı gelişimine, kitlesel kamu istihdamına, yeşil ekonomi müdahalelerine, kadınların ve gençlerin dahil edilmesine ve beceri geliştirmeye katkıda bulunur. Ana Planın ilerlemesini ölçmek için yıllık bir performans beyanı düzenlenir.

Çeşitli politikalar ve programlar Güney Afrika'daki turizmin iyileşmesine doğrudan katkıda bulunmaktadır. Bunlar şunları içerir:

- Altyapı programı: Güney Afrika, özellikle il ve ulusal parklarda olmak üzere çeşitli illerde altyapı bakım ve yenileme projeleri uygulamaktadır. Bunlar, ziyaretçilere kaliteli hizmetler sunmak için turizm altyapısının bakımını sağlamayı amaçlamaktadır. Rota geliştirmenin bir parçası olarak, Güney Afrika'da kapsayıcılığı sağlamak ve turizm sektörünün dönüşümünü teşvik etmek için toplum temelli turizm projeleri uygulanmıştır. Belirlenen öncelikli alanlarda turizm tekliflerini ve ziyaretçi deneyimini çeşitlendirmek için şu anda destinasyon geliştirme ve rota geliştirmenin bir parçası olarak uygulanan 29 toplum turizmi projesi bulunmaktadır. Projeler, kırsal toplulukların canlanmasına, yerel turizmin büyümesine, iş yaratılmasına ve küçük orta ölçekli ve mikro işletme gelişimine katkıda bulunmaktadır.
- Kapasite geliştirme programı: Güney Afrika, özellikle kadınların ve gençlerin profesyonel aşçılık, şefler için önceki öğrenmenin tanınması, sommelier ve şarap servisi eğitimi, gıda güvenliği güvenceleri, misafirperverlik hizmeti eğitimi, kaynak verimliliği, güvenlik izleme programı, Ulusal Turizm Kariyer Fuarı ve kadınlar için yönetici geliştirme programı gibi çeşitli beceri girişimlerinde eğitildiği büyük ölçekli bir beceri geliştirme programı uygulamaktadır. Bu girişimler, iş gücü becerilerinin sektörün ihtiyaçlarıyla uyumlu olmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Programların çoğu, istihdam ve iş yaratma müdahalelerini destekleyen hükümetin Genişletilmiş Kamu Hizmetleri Programı aracılığıyla finanse edilmektedir. Bu girişimler için her yıl en az 4.000 katılımcı hedeflenmektedir.
- Teşvikler: 2023/24 mali yılı için 225,7 milyon ZAR bütçe tahsisi olan daha geniş Turizm Teşvik Programı kapsamında, sektör dönüşümünü, işletme büyümesini, operasyonel sürdürülebilirliği, iş yaratmayı ve gelişmiş bir ziyaretçi deneyimini teşvik etmek için finansal teşvik ve destek programları sunulmaktadır. Hedeflenen çok yıllık programlar arasında, küçük turizm işletmelerini uluslararası, bölgesel ve yerel ticaret platformlarında tanıtmak için Pazar Erişim Destek Programı; ülkenin turizm derecelendirme sistemine katılımı teşvik etmek için Turizm Derecelendirme Destek Programı; daha sürdürülebilir operasyonları kolaylaştırmak için daha fazla enerji ve su verimliliği sistemine yatırımı teşvik etmek için Yeşil Turizm Teşvik Programı; ve daha kapsayıcı işletme sahipliği yoluyla sektör dönüşümünü teşvik edecek sermaye yatırımını teşvik etmek için iki karma finans destek mekanizması olarak Turizm Sermaye Fonu ve Turizm Dönüşüm Fonu yer almaktadır.

### Güney Afrika Turizm Yeşil Kitabı İncelemesi

Güney Afrika, ülkede sürdürülebilir turizmi geliştirmeyi ve tanıtmayı amaçlayan Yeşil Kitap politikasını yayınladı. Güney Afrika'da turizmin geliştirilmesi ve tanıtılmasıyla ilgili Yeşil Kitap, kamuoyuyla istişare için Kabine tarafından onaylandı. Kamu istişare sürecinden alınan yorumlar analiz edildi ve ardından Yeşil Kitap güncellendi. Turizm Bakanı, nihai Turizm Beyaz Kitabını, mutabakat için Hükümet Kümelerine ve onay için Kabine Toplantılarına sunulmak üzere onayladı.

Turizmde teknolojik gelişme için elverişli bir düzenleyici ortam yaratmak, güçlendirme girişimleri yoluyla kapsayıcı bir sektörü teşvik etmek, turizm gelişimine yönelik tüm hükümet yaklaşımını aşılacak, istihbarat temelli bir turizm güvenliği girişimi sağlamak ve turizmde kriz yönetimine rehberlik edecek kapsamlı bir kriz yönetimi çerçevesi geliştirmek için politika reformu yapılıyor. Yeşil Kitap, Hazine Bakanlığı tarafından OECD'nin desteğiyle yürütülen Güney Afrika ekonomik anketinde dile getirilen endişelere yanıt olarak geliştirildi. Anket, Güney Afrika turizmini tam potansiyeline çıkarmak ve kaynakları kullanmak için daha fazlasının yapılabileceğini buldu.

## İstatistiksel Profil

## Güney Afrika: Yurtiçi, yurtdışı ve yurtiçi turizm

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TURİZM AKINTISI, BİN</b>					
<b>Yurtiçi turizm</b>					
Toplam yurtiçi seyahatler	133 650	264 980	125 077	83 597	210 394
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	17 650	28 456	17 038	14 837	34 029
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	116.000	236 524	108 039	68 760	176 366
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	69 300	94 144	56 808	51 185	118 646
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası varışlar	15 004	14 797	3 886	2 664	7 342
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	10 472	10 228	2 802	2 256	5 698
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	4 532	4 569	1 084	408	1 644
En iyi pazarlar					
Zimbabve	2 209	2 259	685	411	1 234
Lesoto	1 739	1 563	449	355	836
Mozambik	1 361	1 333	423	523	944
Swaziland	884	918	215	178	404
Birleşik Krallık	431	436	132	46	283
Her türlü konaklama tesisinde gecelik konaklama	..	..	..	..	..
Oteller ve benzeri işletmeler	..	..	..	..	..
Diğer toplu işletmeler	..	..	..	..	..
Özel konaklama	..	..	..	..	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası kalkışlar	6 015	6 076	1 624	1 624	3 731
Gecelik ziyaretçiler (turistler)	..	..	..	..	..
Aynı gün gelen ziyaretçiler (gezi gezginleri)	..	..	..	..	..
En iyi destinasyonlar					
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
..	..	..	..	..	..
<b>TURİZM GELİRLERİ VE GİDERLERİ, MİLYON USD</b>					
<b>Gelen turizm</b>					
Toplam uluslararası gelirler	9 789	9 064	2 717	2 113	4 738
Uluslararası seyahat gelirleri	8 989	8 390	2 607	2 108	4 738
Uluslararası yolcu taşımacılığı gelirleri	800	674	109	5	..
<b>Dış turizm</b>					
Toplam uluslararası harcama	6 017	5 551	1 466	1 669	2 220
Uluslararası seyahat harcamaları	3 402	3 141	928	991	2 220
Uluslararası yolcu taşımacılığı harcamaları	2 615	2 410	538	678	..

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/5yenzs>

## Güney Afrika: Turizmde işletmeler ve istihdam

	Sayısı kuruluşlar	Çalışan kişi sayısı				
		2022	2018	2019	2020	2021
<b>Toplam</b>	.	.	.	.	.	.
<b>Turizm endüstrileri</b>	55 228	623 515	777 686	454 114	492 561	733 384
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	12 063	125 757	118 128	93 366	86 514	118 422
Oteller ve benzeri işletmeler	3 504	.	.	.	.	.
Yiyecek ve içecek servis endüstrisi	22 500	97 051	144 225	76 182	87 916	133 765
Yolcu taşımacılığı	7 254	211 348	276 908	157 147	193 889	262 415
Hava yolcu taşımacılığı	1 354	29 037	28 540	20 262	9 462	20 075
Demiryolu yolcu taşımacılığı	38	4 819	6 318	2 981	3 318	5 782
Karayolu yolcu taşımacılığı	5 531	174 778	241 670	133 591	180 409	232 194
Su yolcu taşımacılığı	331	2 714	380	313	700	4 364
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	.	.	.	.	.	.
Taşıma ekipmanı kiralama	451	11 424	10 009	8 050	4 655	8 103
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	2 361	31 318	32 536	24 041	23 443	23 099
Kültür endüstrisi	5 630	18 605	19 627	10 892	12 860	27 912
Spor ve rekreasyon endüstrisi	4 969	9 543	17 678	11 379	12 125	17 221
Ülkeye özgü turizm karakteristiki malların perakende ticareti	.	118 469	158 575	73 056	71 159	142 447
Diğer ülkeye özgü turizm endüstrileri	.	.	.	.	.	.
<b>Diğer endüstriler</b>	.	.	.	.	.	.

.. Müsait değil

1. Veriler iş sayısına ilişkindir.

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/auxm7f>

## Güney Afrika: İç turizm tüketimi

Milyon ZAR

	2022		
	Yurtiçi turizm harcamaları	Gelen turizm harcamaları	İç turizm tüketimi
<b>Toplam</b>	.	.	.
<b>Tüketim ürünleri</b>	435 756	71 087	506 843
Turizm karakteristik ürünleri	267 103	48 570	315 673
Ziyaretçilere yönelik konaklama hizmetleri	35 378	11 009	46 387
Yiyecek ve içecek servis hizmetleri	51 941	10 184	62 125
Yolcu taşımacılığı hizmetleri	123 773	16 582	140 355
Hava yolcu taşımacılığı hizmetleri	47 725	3 984	51 709
Demiryolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	671	95	766
Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetleri	57 823	11 934	69 757
Su yolcu taşımacılığı hizmetleri	2 396	212	2 608
Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler	.	.	.
Taşıma ekipmanı kiralama hizmetleri	15 159	357	15 515
Seyahat acenteleri ve diğer rezervasyon hizmetleri sektörü	18 924	2 869	21 793
Kültürel hizmetler	8 790	3 396	12 186
Spor ve rekreasyon hizmetleri	28 297	4 530	32 827
Ülkeye özgü turizm karakteristik malları	.	.	.
Ülkeye özgü turizm karakteristik hizmetleri	.	.	.
<b>Diğer tüketim ürünleri</b>	168 653	22 518	191 170
Turizm bağlantılı ürünler	37 191	10 957	48 148
Turizm dışı tüketim ürünleri	131 462	11 561	143 022
<b>Tüketim dışı ürünler</b>	.	.	.

.. Müsait değil

Kaynak: OECD Turizm İstatistikleri (Veritabanı).

İstatistik Bağlantısı2 <https://stat.link/5alhfy>



# OECD Turizm Trendleri ve Politikaları 2024

OECD Turizm Trendleri ve Politikaları'nın 2024 baskısı, 50 OECD ülkesi ve ortak ekonomideki en son turizm performansını ve politika trendlerini analiz ediyor. Turizm ekonomisinin pandemi sonrası toparlanmasını değerlendiriyor ve sektör için daha dayanıklı, sürdürülebilir ve kapsayıcı bir gelecek için ivme oluşturmada zorluklar devam ederken koordineli, ileriye dönük politikalara olan ihtiyacı vurguluyor. Turizm ekonomisinin önemine ilişkin kanıtlar, yurt içi, gelen ve giden turizmi, işletmeleri ve istihdamı ve iç turizm tüketimini kapsayan verilerle sunuluyor. Turizm politikası öncelikleri, reformları ve gelişmeleri analiz ediliyor ve ülke uygulamalarına dair örnekler vurgulanıyor. Tematik bölümler, turizm işgücünün güçlendirilmesi ve sürdürülebilir turizm politikaları için kanıt tabanının oluşturulması konusunda içgörüler sağlıyor.



Co-funded by  
the European Union



BASKI ISBN 978-92-64-32259-2  
PDF ISBN'si 978-92-64-69850-5

9HSTCQE\*dccfjc+