

**COVID-19 DÖNEMİNDE  
İŞ SEYAHATLERİNE BAKIŞ:  
YAKLAŞIMLAR, TRENDLER VE  
TEKNOLOJİLER**

Kasım 2020

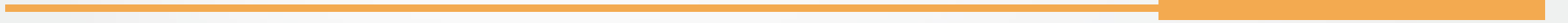


# İÇİNDEKİLER

Başlamadan Önce: .....	2-4
Türkiye’de Seyahat Edenlerin Davranışları Koronavirüsten Nasıl Etkilendi?: .....	5-8
Küresel Seyahatte COVID-19 ve Sonrasına Dair Veriler: .....	9-31
Dijital Olmak Neden Bu Kadar Önemli?: .....	32-36
Çalışan Gezginler ve Yeni Normalde İş Seyahatinin Değişimi: .....	37-44
İş Seyahatlerinin Geleceğinde Hangi Trendler ve Yaklaşımlar Yer Alacak?: .....	45-55
COVID-19 Döneminde HIS Travel’ın İş Seyahati Süreçlerini Kolaylaştıran Uygulamalarını Keşfedin : .....	56-61
Sonuç: .....	62

**BAŞLAMADAN**

**ÖNCE**



İşletmeler, kurumsal seyahatlere her yıl 300 milyar dolardan fazla para harcıyor ve bunun yaklaşık %20'si uçak bileti. Hava yolu firmaları ise küresel boyutta iş seyahati yapan yolcuların %12'sinden fazlasına denk geliyor (\*Kaynak: PwC) ve bu, büyük bir ekonominin de temelini atıyor. Bu çerçevede iş seyahati yapan çalışan gezginler, turizmin önemli bir segmentini oluşturur ve zincir otellerden, büyük araç filolarına kadar global boyuttaki markaların ekonomileri de iş seyahatleriyle entegredir. **New York Times'in yaptığı bir haber araştırmasına göre Marriott International ya da Hilton gibi büyük otellerin gelirlerinin neredeyse %70'ini iş seyahatleri oluşturuyor.**

Yaşadığımız koronavirüs salgını, seyahat endüstrisiyle birlikte birçok sektörü yakından etkiledi. Dünyanın birçok ülkesinde seyahat yasakları, karantina, evden çalışma gibi izole olmaya ve salgının yayılmasının önüne geçmeye teşvik edici uygulamalar hayata geçirildi. Normalleşme sürecinde kısıtlı seyahat hareketliliği başlasa da, ikinci ve üçüncü bir dalganın yaşanma ihtimali endişeleri devam ettiriyor. İnsan katkısının en çok olduğu seyahat ve turizm sektöründe ise bireysel ve iş ya da eğitim amaçlı seyahat eden birçok gezginin kaygısının görülmeye devam edeceğini söylemek yanlış olmayacaktır. İş seyahatleri de bu çerçevede daha planlı organize edilecek, dönüşüm geçirecek ve yeniden toparlanma sürecine girecek.

**Oxford Economics'in ABD'nin iş seyahatlerinin yatırım getirisi üzerine yaptığı bir araştırmaya göre, iş seyahatine yatırılan her dolar için şirketler, 12,50 ABD doları kar elde ediyor.** Buna göre dünyanın var olan gelir modelini ve kurumsal seyahat ekosistemini yeniden yorumlaması nasıl gerçekleşecek?



Hangi amaçla olursa olsun seyahat edecek olanların yaşadıkları kaygılar, COVID-19 döneminde seyahat ve turizmin ayırt edici özelliği olacak. **Kontrollü seyahat etmek, risk yönetimi yapabilmek, dijital olmaya daha çok yaklaşmak ve teknolojiyi kullanabilmek, seyahat politikalarında yeni bir sayfanın açılmasını sağlayacak.**

Turizmin sunduğu sosyal ve ekonomik faydalar, hem bireyler hem de tüm ülkeler için sürdürülebilir iyileşmeye giden yepyeni bir yolculuğu başlatacak. Geleceği okuyabilmek, fayda odaklı stratejiler üretebilmek, çevrimiçi dünyaya ayak uydurabilmek, bu iyileşmeyi doğru adımlarla yaparak iş seyahatlerinin dönüşünü daha anlamlı ve kazanımlı olarak sağlamış olacak.

**Bu raporla çalışan gezginlerin ne düşündüğünü ve hissettiğini anlamanıza yardımcı olurken, aynı zamanda iş seyahatinin geleceğini planlama yolunda destekleyici bilgiler vereceğiz.**

**TÜRKİYE'DE SEYAHAT**

**EDENLERİN DAVRANIŞLARI**

**KORONAVİRÜSTEN**

**NASIL ETKİLENDİ?**

Turizm sektöründeki hareketlilik, bir takım uygulamalar ve yönergeler belirlenerek başladı. World Travel & Tourism Council dünya çapında standartlaştırılmış sağlık ve hijyen protokollerini benimseyen kuruluşları öne çıkartmak için 'Güvenli Seyahat' doğrulamasını hayata geçirdi. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından desteklenen bu doğrulama otelleri, tur operatörlerini, havayollarını, restoranları, açık hava ve ören yerlerini kapsıyordu. 27 Mayıs 2020'de duyurulan bu uygulamaya Türkiye de dahil oldu. Güvenli Turizm Sertifikası ile başlayan turizm önlemlerine HES kodu, seyahat izni, PCR testi ve çeşitli hijyen kontrolleri dahil edildi.

Türkiye'de koronavirüs salgını ile seyahat sektöründeki değişimler, sadece sektörel kısıtlamalar ve hareketliliğin yavaşlaması değil, tüketici davranışlarında da farklı eğilimler ortaya koyarak kendini gösterdi. Tatil ya da iş seyahati planlarının ertelenmesi, bilet ya da otel iptalleri görülse de seyahat etme ve bir şeyler keşfetme arzusu hiç olmadığı kadar arttı. Bunun yanında yeni döneme ayak uydurmak, izole tatil alternatiflerine yönelmek ve seyahat ihtiyaçlarına dair ilgi de artış gösterdi.

## İzole Konaklamalar Öne Çıktı

Koronavirüs nedeniyle evde izolasyon döneminde “**sanal müze**” aramaları yılın ikinci çeyreğinde toplamda %40 kat artış gösterdi. Mayıs ayında “**HES kodu**” ile ilgili aramaların sayısı 1 milyonu geçti. “**Villa**” aramaları geçen yıla göre %101, “**bungalov**” aramaları 2019’a kıyasla %42, “**dağ evi**”, “**bağ evi**” %85, “**karavan**” %71, “**tekne kiralama**” %64 oranında artış gösterdi.

## İstanbul’a Yakın Yerler Araması Yükselişe Geçti

Türkiye’de seyahat edenlerin davranışları arasında ‘**yakın yerlere gitmek**’ aramalarında da artış görüldü. Özellikle İstanbul’a yakın gidilecek yerler arayışı hiç olmadığı kadar popülerdi. Ayvalık, Şile, Çatalca, Ağva gibi hem ulaşımı kolay hem de ekonomik lokasyonlar talep görürken, bu bölgelerdeki izole konaklama alternatiflerine yöneliş görüldü.

\*Kaynak: Google

## Şahsi Araç ve Araç Kiralama İle Seyahat Tercihler Arasında

Daha güvenli bir seyahat için uçak yolculukları pandemi döneminde tercihler arasında ilk sırada yer almadı. Uçuş iptallerinin yaşandığı sürece ek olarak daha güvenli ve hijyenik alternatifler arayan gezginlerin ilk ulaşım tercihleri şahsi araçları olurken, araç kiralama ve transfer hizmetleri de ihtiyaçlar arasında öne çıktı.

## Risk Yönetimi ve Güvende Olma İlişkisi Önem Kazandı

Seyahat planlarının başında güvende olmak ilk sırada geldi. Bu tabloda en çok talep gören ihtiyaçlar arasında **risk yönetimi** yer aldı. Koronavirüs sertifikalı oteller, PCR testi uygulamaları, koronavirüs güncel bilgileri seyahat edecekler için öncelikler arasındaydı.

\*Kaynak: Google

**KÜRESEL SEYAHATTE**

**COVID-19 VE**

**SONRASINA**

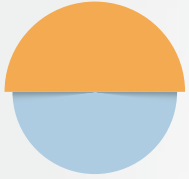
**DAİR VERİLER**

Genel olarak seyahatlerin COVID-19'dan önceki haline dönmesi için biraz daha zamana ihtiyacı olsa da, tüm dünyada '**yeniden seyahat**' çalışmaları hız kazandı. İş seyahatlerinin yeni normalini yakalamak ve şirketlerin seyahatleri olabildiğince güvenli ve rahat hale getirmelerine yardımcı olmak için SAP Concur 23 farklı pazarda, 5.000'e yakın çalışan gezgin üzerinde bir anket düzenledi. Araştırmaya göre iş seyahatlerinin yeniden başlamasından heyecan duyan çalışan gezginler, güvenliklerini sağlayacak çözümler arıyor. Buna göre yeni seyahat kuralları ile yeni normallerimiz, iş seyahatlerimizi oldukça etkileyecek.

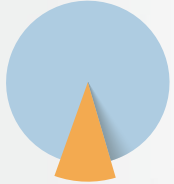




%32 Seyahate dönüşle ilgili ne hissedildiği sorusuna iş seyahati için heyecan duyduğunu ifade ediyor.



%52 İmza gerektiren anlaşma ve sözleşmelerde azalma bekliyor.



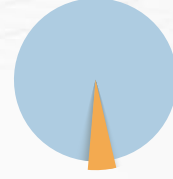
%92 Seyahat edememenin bir sonucu olarak olumsuz iş sonuçları bekliyor.



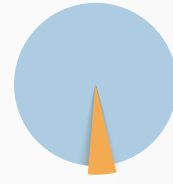
%97 Yolda yüz maskesi takma (%54) ve zorunlu sosyal mesafe (%47) dahil olmak üzere yeni normlar bekliyor.



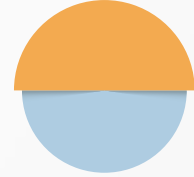
%45 Bu uygulamalarla birlikte sürecin daha stresli olacağını düşünüyor.



%96 Güvenlik önlemlerinin en üst seviyede olması gerektiğini düşünüyor.



%94 Şirket tarafından sağlanan eğitimin yolculuğa devam etmeden önce yardımcı olacağını söylüyor.



%54 Eğitimlerin, seyahat sırasında sağlık ve güvenliğin nasıl olacağı merak ediliyor.



%46 Gezgin güvenlik bilgilerinin bir mobil iş seyahati uygulamasındaki en önemli özellik olduğunu söylüyor.

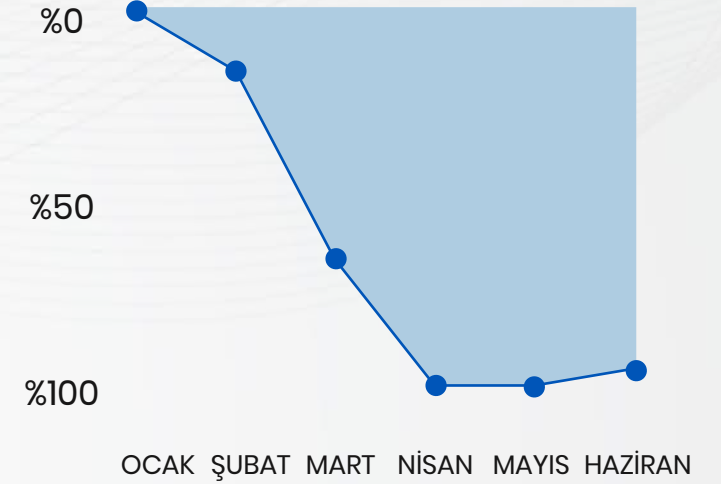


Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, 2020'nin ikinci çeyreğinde ilk kez küresel destinasyonların %100'üne seyahat kısıtlamaları getirdi. Bu da ilk kez uluslararası turizmin neredeyse tamamen bir süreliğine askıya alınması anlamına geliyordu. İç ve dış turizme getirilen bu kısıtlamaların ardından yavaş yavaş hareketlilik başlasa da uluslararası seyahatlerimizdeki esneklik için hala bir takım kısıtlamalar ve uygulamalar devam etmekte.

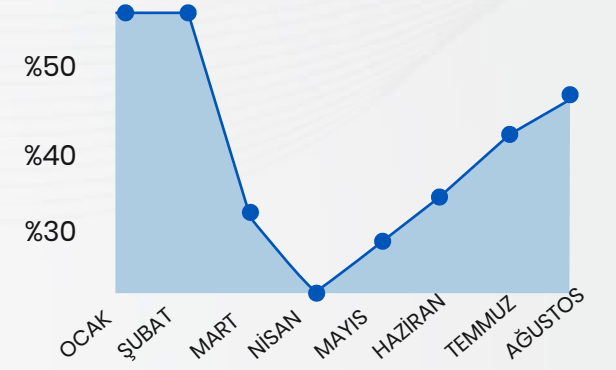
Turizm, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için büyük bir gelir ve istihdam kaynağı. Bu açıdan bakıldığında pandeminin etkilerinin global çapta ekonomik sonuçlar yaratması kaçınılmaz. Sektörel bazda turizm, hem en hızlı büyüyen ekonomik sektörlerden biri, hem de ekonomik büyümenin önemli bir itici gücü olma özelliğini taşımakta. COVID-19 salgını nedeniyle en çok etkilenen sektörlerden biri olan turizmdeki kayıp, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün tahmine göre (BM DTÖ) 850 milyon ila 1,1 milyar arasında.

Nisan 2020 itibari ile, havayolu endüstrisi (IATA) uçuşlarda %80 düşüş kaydetti. 2019'un aynı döneminde IATA'nın küresel hava taşımacılığı endüstrisi çerçevesinde havayollarının 2020'de 84,3 milyar dolar kaybetmesinin beklendiğini ortaya koydu. Yine IATA değerlendirmesine göre yolcu sayıları 2023 ve 2024'e kadar 2019 seviyelerine çıkamayacak.

Destinasyonlar	İşaret Edilen Uluslararası Turist Geliş						Kaynak UNWTO
	OCAK	ŞUBAT	MART	NİSAN	MAYIS	HAZİRAN	
Çin	%18	-%92	-%94	-%99	-%98	-%97	-%84
Fransa							
Almanya	%2	%1	-%71	-%97	-%95	-%82	-%64
İtalya	%4	-%8	-%83	-%90	-%84		-%71
Meksika	%9	%12	-%34	-%79	-%74	-%75	-%41
İspanya	-%1	%1	-%64	-%100	-%100	-%98	-%72
Tayland	%2	-%43	-%76	-%100	-%100	-%100	-%66
Türkiye	%16	%4	-%68	-%99	-%99	-%96	-%75
Birleşik Krallık	%7	%4	-%54				-%63
Amerika	%0	-%1	-%50	-%96	-%96	-%95	-%60
Dünya	%1	-%16	-%64	-%97	-%96	-%93	-%65



Destinasyonlar	İşaret Edilen Doluluk Oranı			% Doluluk			Kaynak STR		
	OCAK	ŞUBAT	MART	NİSAN	MAYIS	HAZİRAN	TEMMUZ	AĞUSTOS	TOPLAM
Çin	%46	%13	%23	%35	%44	%47	%57	%64	<b>%41</b>
Fransa	%58	%60	%24	%13	%17	%30	%47	%51	<b>%38</b>
Almanya	%58	%64	%24	%8	%12	%24	%38	%43	<b>%34</b>
İtalya	%54	%52	%6	%10	%11	%16	%28	%34	<b>%26</b>
Meksika	%57	%64	%37	%7	%14	%14	%19	%22	<b>%29</b>
İspanya	%61	%67	%24	%9	%10	%19	%35	%40	<b>%33</b>
Tayland	%78	%58	%29	%8	%14	%20	%19	%20	<b>%31</b>
Türkiye	%62	%60	%29	%13	%13	%20	%31	%42	<b>%34</b>
Birleşik Krallık	%64	%72	%37	%22	%23	%24	%28	%48	<b>%40</b>
Amerika	%55	%62	%39	%24	%33	%42	%47	%49	<b>%44</b>
Dünya	<b>%57</b>	<b>%56</b>	<b>%32</b>	<b>%22</b>	<b>%28</b>	<b>%34</b>	<b>%42</b>	<b>%47</b>	<b>%40</b>



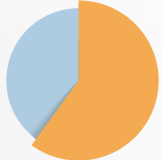
Turizm sektöründeki düşüşün potansiyel etkisini göstermek için Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, üç senaryoyu ortaya koyuyor. Senaryolar az, orta ve kötü olmak üzere değerlendirildi.



### 1. Seviye

Her ülkede yıllık gelen turizm harcamasının **1 / 3**'ü kaldırılır.

Bu, 4 ay boyunca uluslararası turizmin durmasına veya **5 ay** boyunca **% 80**'e denk geliyor.



### 2. Seviye

Her ülkede yıllık gelen turizm harcamasının **2 / 3**'ü kaldırılır.

Bu, 8 ay boyunca uluslararası turizmin durmasına veya **10 ay** boyunca **% 80**'e denk geliyor.



### 3. Seviye

Her ülkede yıllık gelen turizm harcamalarının tamamı kaldırılır. Bu, uluslararası turizmin neredeyse **12 aylık durmasına eşdeğerdir**



**100 ile 120 milyon**

arası turizm işi risk altında  
(UNWTO)



**910 milyar ile 1.2 trilyon dolar arasında**

uluslararası turizm ziyaretçilerinden yapılan ihracatta düşüş.  
(UNWTO)



**%1.5 ile %2.8**

arasında gayri safi yurtiçi hasıla kaybı  
(UNCTAD)

# COVID-19'un Havacılık Endüstrisi Üzerindeki İyileşme Etkisi

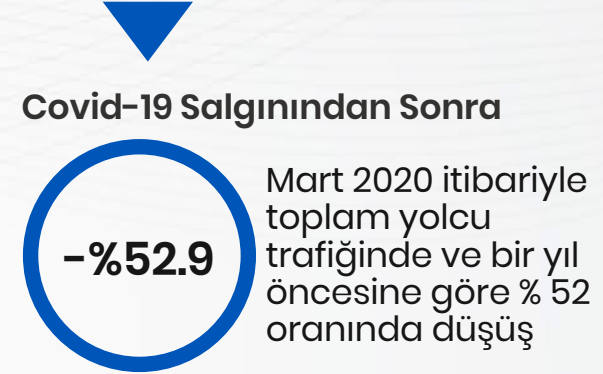
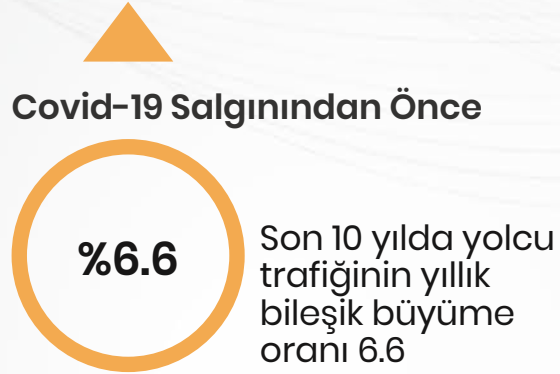
“BM Genel Sekreteri Antonio Guterres, Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) en son verilerine dayanarak, 100 milyona yakın turizm işinin risk altında olduğunu ve turizmden elde edilen ihracat gelirlerindeki düşüşün, küresel GSYİH'yi azaltabileceğini belirtiyor. Ve ekliyor; turizm sektörü güvenli, eşitlikçi ve iklim dostu bir şekilde yeniden inşa edilerek fayda odaklı olmalı, gelir yaratmalı ve kültürel mirasların korunmasını sağlamalı.”

*\*Kaynak: Globetrender*

Yapılan anketlere göre 2000'den fazla The Global Business Travel Association (GBTA) üyesinin %44'ü önümüzdeki iki üç ay içinde ABD sınırları içerisinde iş seyahati planladığını ortaya konuyor.

*\*Kaynak: BBC*

**€7.9 Trilyon**  
Seyahat ve turizm endüstrisinden küresel \*GDP (yurt içi gayri safi hasıla)'ye katkı



**Bölgelere Göre Yer Bazında Kapasite Değişiklikleri %80**  
2019'a Kıyasla Günlük Bazda Kapasitenin Düşüşü

Birleşik Devletler İç Pazar



**%76 düşüş**

Avrupa İç Pazar



**%89 düşüş**

Çin İç Pazar



Şubat **%75 düşüş**  
Mayıs **%18 düşüş**

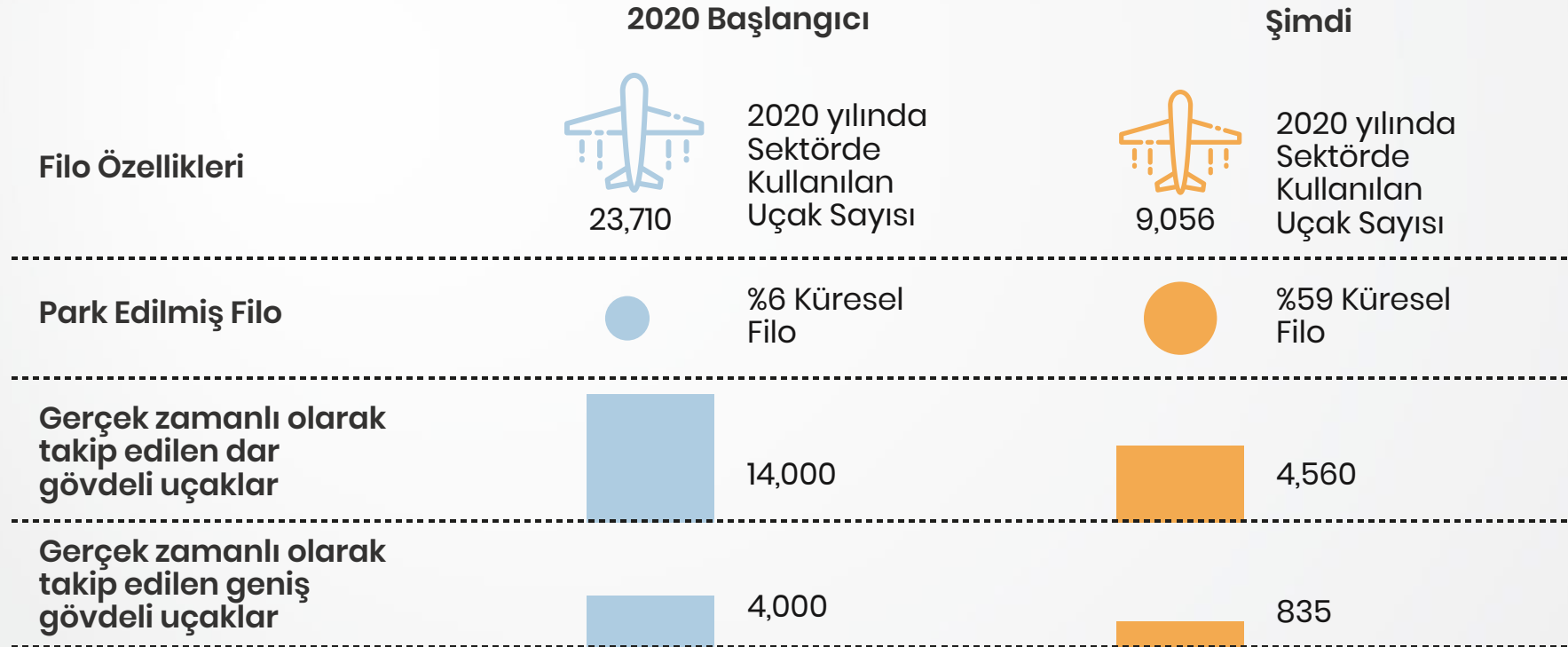


## 2021 Yılında Uçak Filolarının Trafiği Nasıl Olacak?



\* Yük faktörünün %70'e geri döndüğü varsayılırsa  
 \*\* Şuandaki orana göre %80 büyüme  
 \*\*\* Yeni teslimat oranları

## GLOBAL FİLO VERİLERİ



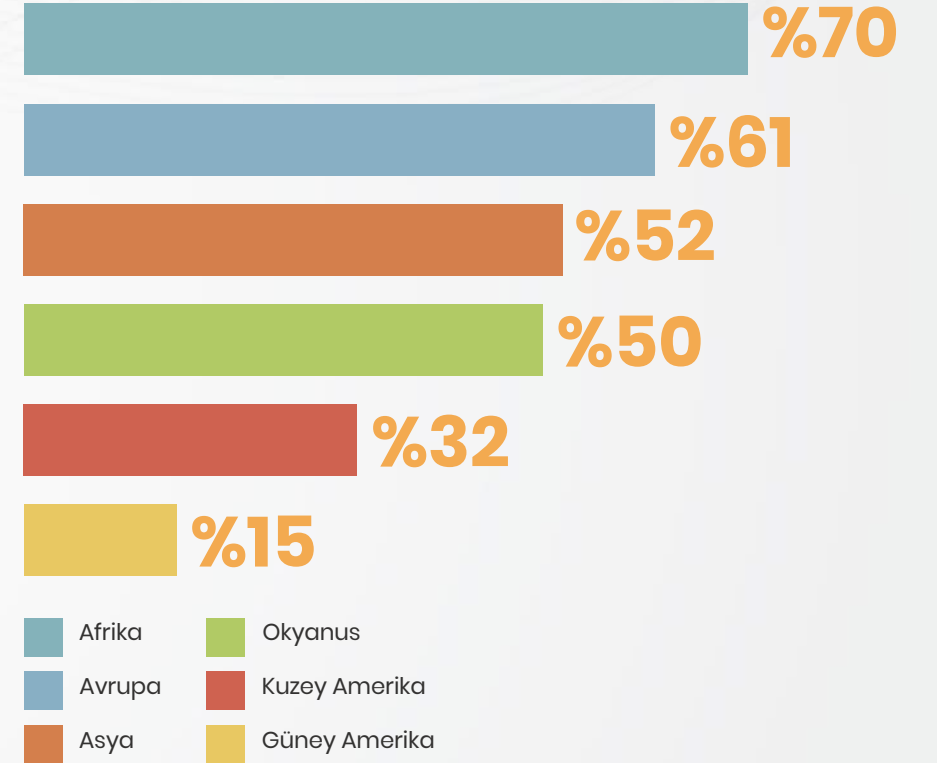


Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'ne göre turizmin yeniden inşasında 5 öncelik yer alıyor.

1. Geçim kaynakları üzerindeki sosyo-ekonomik etkileri dengelemek, kadınların istihdamını artırmak ve ekonomik güvenliği korumak.
2. Ekonomik çeşitlendirmenin ve KOBİ'lerin teşvik edilmesini sağlamak.
3. Turizmde dijital dönüşümü gerçekleştirmek.
4. Sürdürülebilir olmak.
5. Liderlik sağlamak.

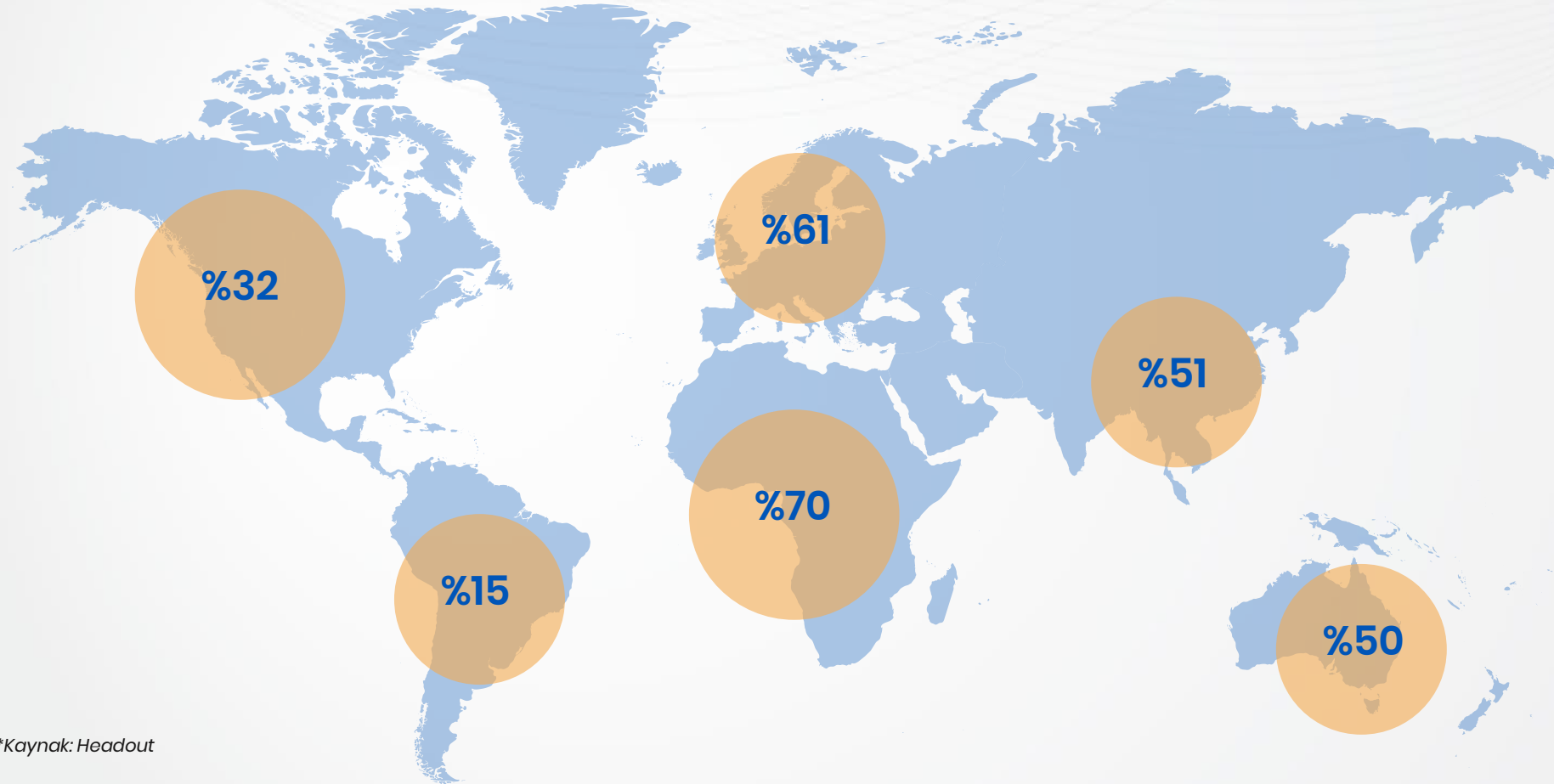
## Seyahatlerin Yeniden Başlaması – Kıtalara Göre Dağılımı

Dünyanın en popüler turizm destinasyonları arasında yer alan Yunanistan, Vietnam, Danimarka, Çin, Hırvatistan, Mısır, Bulgaristan, Portekiz, Hollanda ve İsviçre, ülkelerindeki tüm simge yapıları ve ilgi çekici yerlere kapılarını yeniden açtı. Avrupa, Okyanusya ve Afrika, Kuzey ve Güney Amerika'yı geride bırakarak, izolasyonu hafifletme ve turistik cazibe merkezlerini yeniden açma konusunda başı çekiyor. Salgından en çok etkilenen ülkelerden biri olan İtalya, 9 Mart'ta yürürlüğe giren ülke çapındaki yasakların ardından 3 Haziran'da AB, İngiltere, Andorra ve Monako vatandaşlarına sınırlarını açtı. 15 Haziran'da ise Almanya AB, İsviçre ve Norveç'ten gelen yolcular için sınır kısıtlamalarını kaldırdı.



\*Kaynak: Headout

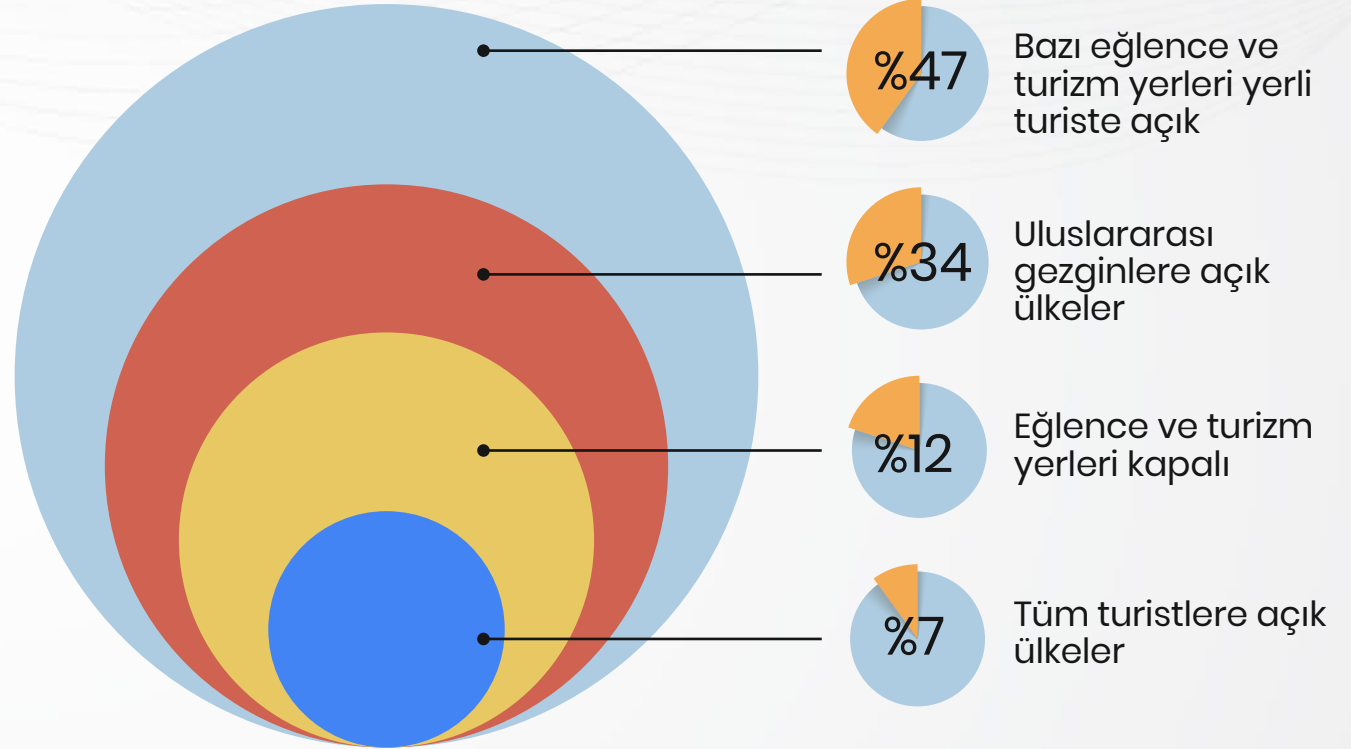
## Seyahatlerin Yeniden Başlaması – Kıtalaraya Göre Dağılımı



\*Kaynak: Headout

## Azaltılan Kısıtlamalar Ve Açılan Destinasyonlar Bazlı Turizm İstatistikleri

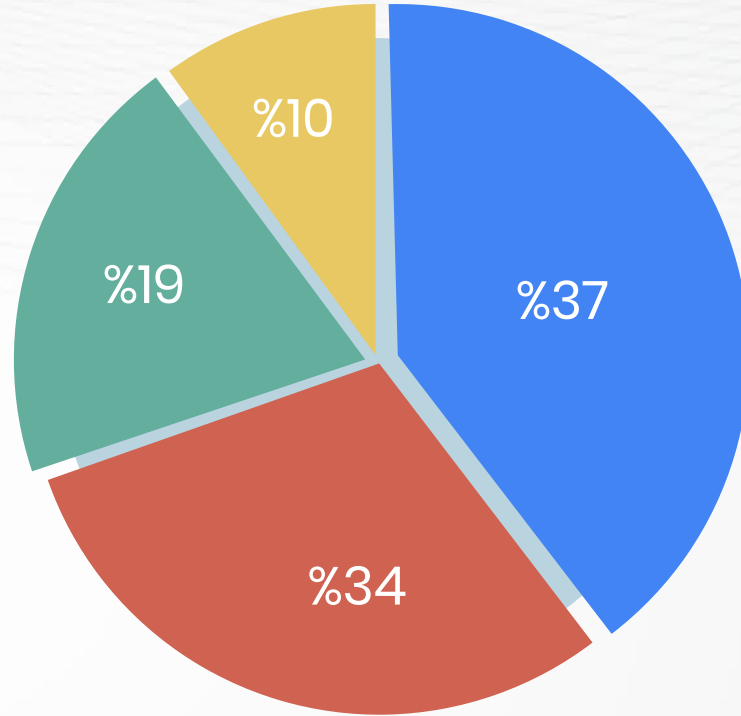
Dünya çapındaki ülkelerin %50'si, yurt içi yolculara açılarak iyileşme gösterdi. Seyahat etmek isteyenler yakın lokasyonları, hafta sonu keşif rotalarını ve kısa gezileri tercih etti. Yurt içi hareketlilik artış gösterirken, dünya çapındaki ülkelerin %31'i bazı ülkelere yabancı turistlere izin verdi.



\*Kaynak: Headout

Seyahat kısıtlamaları kaldırıldıktan sonra bir sonraki seyahat için ne kadar süre beklemeyi düşünüyorsunuz sorusuna 6.000'e yakın kişinin verdiği yanıtlara göre tablo şöyle;

Ankete katılan gezginlerin çoğu, kısıtlamalar kaldırıldıktan kısa bir süre sonra seyahat etmeyi planlıyor



- Hemen
- Kısıtlamaların kaldırılmasından 1-3 ay kadar sonra
- Kısıtlamaların kaldırılmasından 3-6 ay kadar sonra
- Kısıtlamaların kaldırılmasından 6 ay ve fazlasından kadar sonra

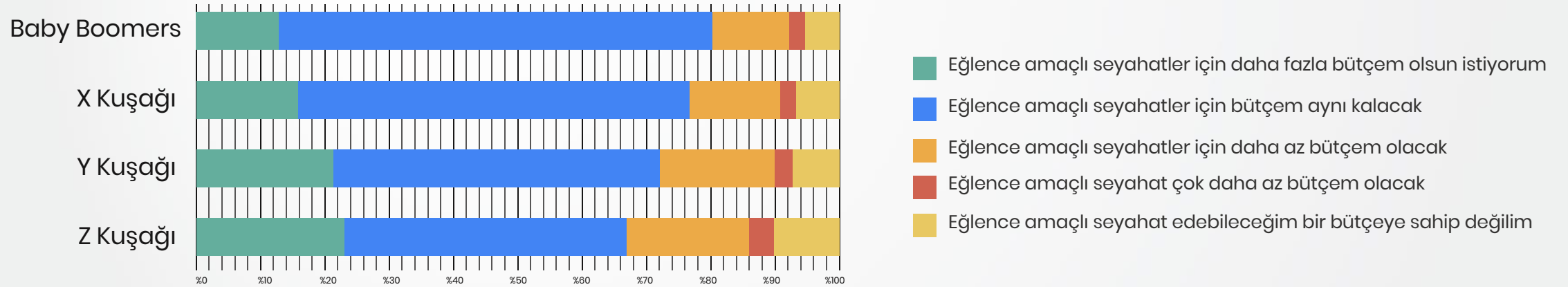
\*Kaynak: Amadeus

Küresel gezginlerin 4'te 3'ü kısıtlamaların kaldırılmasından sonraki 3 ay içinde seyahat edeceklerini söylüyor.

**Baby boomers, bir sonraki seyahatlerine ne zaman başlayacakları konusunda daha fazla kuşkucuyken mali açıdan en iyimser grup.** Bu nesil, aynı bütçeye sahip olmayı beklediklerini söyleyen katılımcıların çoğunluğu (%68) ile aynı veya daha fazla seyahat bütçesine sahip olacaklarını söyleme olasılığı en yüksek nesil.

**Z ve Y kuşakları, seyahat finansal araçlarıyla ilgili beklentiler konusunda bölünmüş durumda.** Tüm gezgin yaş gruplarının bize aynı seyahat bütçesine sahip olmayı beklediklerini söyleme olasılığı en düşük olanlar arasında. (Sırasıyla %36 ve %43). Z ve Y kuşakları aynı zamanda seyahat için daha az bütçeye sahip olacaklarına inanan en fazla yanıt veren gruplar. Ancak bu nesillerin neredeyse dörtte biri (%24 ve %23) daha fazla seyahat bütçesine sahip olmayı beklediklerini söylemektedir.

**Çalışmadaki X kuşağındaki yolcular, bu iki uç grubun tam ortasında.** Bu yaş grubunun çoğunluğu (%55) aynı seyahat bütçesi beklentilerini sürdürüyor, sadece %15'i gelecekteki seyahatleri için daha fazla bütçeleri olmasını beklediklerini söylüyor.



\*Kaynak: Amadeus

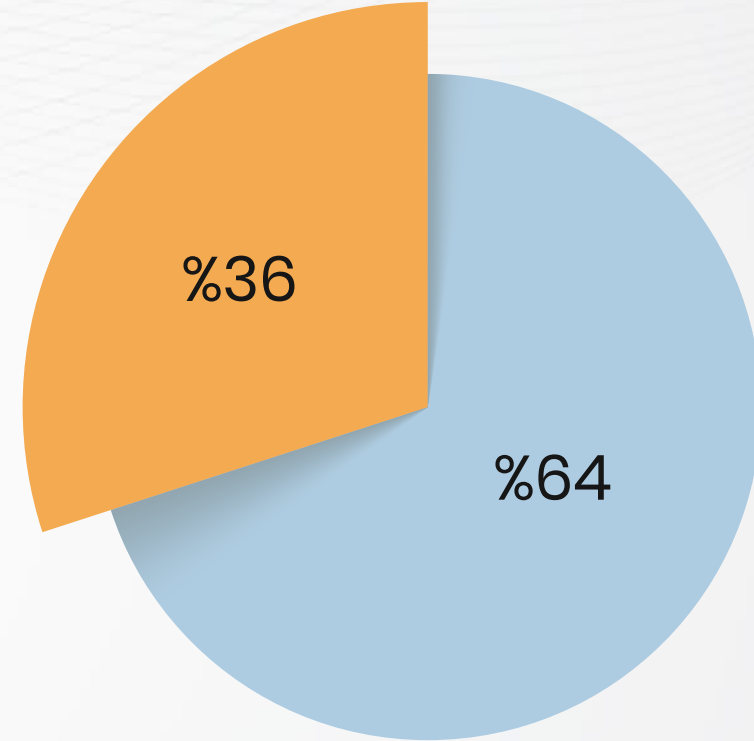
Küresel gezginler için hem münferit seyahatlerde hem de iş seyahatlerinde önemli olacak bazı maddeler öne çıkıyor.

#### SEYAHAT AMACI:

*Eğlence Amaçlı Gezi: % 64*

*Eğlence Amaçlı Gezi & İş Seyahatleri: % 36*

- Eğlence Seyahati
- İş Seyahati ve Eğlence Seyahati



\*Kaynak: Amadeus





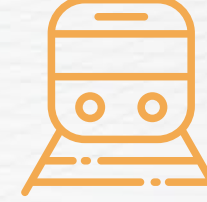
## UÇAK YOLCULUĞU

- Hijyen & güvenlik önlemleri
- Maske zorunluluğu
- Aşı
- Şeffaf politikalar
- Sosyal mesafe



## OTELLER

- Hijyen & güvenlik önlemleri
- Maske zorunluluğu
- Sosyal mesafe
- Aşı



## TREN YOLCULUĞU

- Hijyen & güvenlik önlemleri
- Sosyal mesafe
- Aşı
- Maske zorunluluğu



## ARABA YOLCULUĞU

- Hijyen & güvenlik önlemleri
- Sosyal mesafe
- Daha ekonomik seçenekler



## SEYAHAT SİGORTASI

- Şeffaf politikalar
- Kapsamlı sigorta hizmeti
- Medikal asistan ulaşımı
- Daha ekonomik seçenekler
- Kısıtlamalarla ilgili netlik



## SEYAHAT ACENTESİ

- Kesintisiz bilgi akışı
- Dürüstlük
- Her zaman ve her yerde sorumlu olmak
- Güvenlik ve sağlık
- Yol gösterici olmak





**Küresel katılımcıların çoğunluğu (%38) rahat uçtuklarını ve uçmaya devam edeceklerini söylüyor.**

Yaklaşık dörtte biri (%23) şu anda uçmakta en rahat hissettikleri uçağı tercih edeceklerini söylüyor.

**Üçüncü en büyük katılımcı grup (%27) uçak yolculuğu konusunda daha az rahat olduklarını, ancak yine de uçmaya devam edeceklerini söylüyor.**

Otel konaklaması ve araba kiralama verilerinde benzer bir eğilim gözlemleniyor, gezginlerin çoğunluğu (%40), otelle aynı düzeyde konforu hissettiklerini söylüyor. Yanıt verenlerin %15'i konaklamalarında daha az rahat olduklarını fakat yine de otellerde kalmaya devam edeceklerini söylüyor.



**Araç kiralama konusunda ankete katılanların çoğu (%37) bu geçiş şeklini sürdürmenin daha rahat olduğunu söylüyor ve (%17) araba kiralamanın oldukça rahat olduğunu söylüyor.**



**Ankete katılanların yaklaşık üçte biri (%32) trenle rahatça seyahat ettiklerini ve böyle yapmaya devam edeceklerini söylüyor.**

Her 5 kişiden 1'i demiryolu seçenekleriyle daha az rahat olsalar da trenleri kullanmaya devam edeceklerini söylüyor.

Global verilere ve ön görümlere bakıldığında iş seyahati ekosisteminin odak noktasında şu an çalışanların güvenliği, iş seyahatlerinin nasıl bir plan çerçevesinde uygulanacağı gibi konular yer alıyor. Buna ek olarak iş seyahatlerinden tasarruf etmek ve dijital araçları kullanmak da bu odak noktaya dahil edilebilir.

**İş amaçlı seyahat edenlerin %97'si iş seyahatleri için "yeni bir normal" bekliyor ve bazı yeni davranışların COVID-19 ile ilgili kısıtlamalar kaldırıldıktan sonra bile devam edilmesi bekleniliyor.**

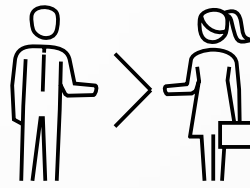
*\*Kaynak: SAP Concur*

Öyleyse iş seyahatlerinin şekillenmesi için küresel bir formül aşağı yukarı hazır diyebiliriz. İş seyahatleri kademe kademe gelişecek ve yeni bir döneme girecek. Profesyonel bir şekilde organize edilmiş, dikkatli ve üzerine düşünülmüş iş seyahatleri baş rolde olacak. Uzun vadede, hem çalışanlara hem de işverenlere fayda sağlayacak; hem çalışanlara hem de şirketlere daha iyi yatırım getirisi sağlayacak. İş seyahatlerinden maksimum faydayı almak için şirketler, ihtiyaçları doğrultusunda bu değişimi başlatabilmiş turizm firmalarının hizmetlerinden ve çözümlerinden yararlanacak.

Yurt içi seyahatlerin ağırlıklı olarak başlayacağı iş seyahati hareketliliğinde araç kiralama, özel jet kiralama, tren yolculukları, transfer hizmetleri gibi alternatif ulaşım çeşitliliğinin artacağı da kesin. Buna ek olarak çalışan gezginlerin kontrollü hareket etmelerinde de seviye, bugünkü seviyesini koruyacak.



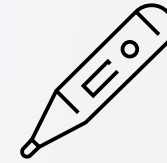
**% 54** seyahat sırasında maske takılmaya sonrasında da devam edileceğini düşünüyor



**%47** seyahatin zorunlu kıldığı sosyal mesafeyi öngörüyor



**% 42**'si temassız selamlaşacaklarını düşünüyor



**% 41**'i sıcaklık taramalarının rutin olacağını tahmin ediyor

Çevrimiçi uygulamalar dünyanın birçok ülkesinde seyahat edenlere kolaylık sağlarken, COVID-19 döneminde önemini bir kez daha gösterdi. Ulaşım ve konaklama iptallerinin yaşandığı pandemi döneminde iptal ve erteleme işlemleri seyahat edecekler için büyük bir problem oluşturdu. Maddi ve manevi yıpratıcı bir süreç olan bu tür işlemleri 7/24 iletişim alınabilen entegre hizmetlerle çözüme ulaştırmak, küresel seyahatin dinamiklerinden biri konumuna geldi.

Yeniden iş seyahatlerinin başlamasıyla birlikte çalışan güvenliği önemli olacak. Bir çalışanı ülkesine geri göndermek zorunda kalmak, COVID-19 döneminde her zaman mümkün. Global prosedürlere hakim olmak ve lojistik hareketliliği hızlı yönetebilmek global turizm acentelerinin yeteneklerinden biri haline gelecek.

Güvenlik, yolcuların seyahat sırasında önceliği durumunda. Yaklaşık 5 kişiden 2'si (%38) iş için seyahat ederken sağlık ve güvenliklerinin en önemli öncelikleri olduğunu söylüyor. %40 oranında çalışan gezgin zorunlu kişisel sağlık taramalarının kritik olduğunu düşünüyor. %90'dan fazla bir oran ise şirket eğitimlerinin faydalı olacağını ve özellikle seyahat sırasında sağlık ve güvenliklerini nasıl koruyacaklarına dair bilgi sahibi olmanın önemli olduğunu belirtiyor.

\*Kaynak: SAP Concur

Çin ve Güney Kore'de, her ülkede pozitif COVID-19 vakalarının günde 50'den az olduğu Nisan 2020'nin sonlarında büyük yerel otomotiv ve inşaat ticaret fuarları 40.000'den fazla katılımcıyı ağırladı. 30 Nisan'da açılan Hunan Otomobil Fuarı, yaklaşık 60.000 katılımcının ilgisini çekti.

Global Business Travel Association'un anketine göre şirketlerin yurt içi seyahatler için tercihi araç kiralama olacak.

***DIJİTAL OLMAK***

***NEDEN BU KADAR***

***ÖNEMLİ?***

Evde izole olduğumuz karantina boyunca hayatımızın neredeyse tamamı çevrimiçi bir dünya ile şekillendi. Alışverişlerimizi, toplantılarımızı, bayramlaşmalarımızı, sosyalleşmelerimizi sanal bir dünyada gerçekleştirdik. İletişimi kesintisiz kılan, uzakları yakın eden bu sanal dünyanın önemini de pandemi döneminde anladık. Gencinden yaşlısına birçok birey telefondan, bilgisayardan, tabletlerden hayatlarına devam ederken teknoloji uygulamalarının hayatımıza kattığı faydaları daha net kavrayabildik. Bu durum bize gösteriyor ki dijitalleşmek önemini hiç olmadığı kadar artırdı ve özellikle dijital olarak donanımlı, maceracı ve geleceğe dönük olan Z kuşağı ile çevrimiçi hayata adapte olmamız çok daha hızlı olacak.

İş hayatında var olan Z kuşağının pandemi sonrası işe geri dönme ve seyahat etme endişeleri, diğer nesillere göre kısmen daha az. Globetrender yayınladığı makalede öne çıkan ve FlightPlan sanal konferansında davranış bilimci Rory Sutherland'in vurguladığı nokta da tam olarak bu görüşü belirtiyor: "Z kuşağı için seyahat etmek bir ihtiyaç ve kendi çocuklarımdan elde ettiğim bilgiye göre bir ayrıcalık değil hak."

**Z kuşağının koronavirüs sonrası turizm sektörü için en önemli gruplardan biri olmaya devam edeceği kesin gibi. Bugün küresel nüfusun %32'sini oluşturan Z kuşağı, yalnızca ABD'de 143 milyar ABD doları satın alma gücüne sahip.** Pandemi sonrası normalleşme sürecinde özellikle eski nesillere göre değişken iş güvenliği ve daha az harcanabilir gelirle karşı karşıya kalacak Z kuşağı için iş seyahatlerinde dijitalleşmek ve fiyat politikaları da bu açıdan değerli.



# Çevrimiçi Rezervasyon Uygulamaları

Yapılan araştırmalar, global çapta etkileşim yaratan gezginlerin teknolojinin kendilerine yeni bir deneyim ve yeni keşifler sunmasını beklediğini ortaya koyuyor. **Gezginler, seyahat ederken aktiviteleri gerçek zamanlı olarak keşfetmeyi, kolay ve hızlı yoldan rezervasyon yapabilmeyi istiyor.** Bu da çevrimiçi uygulamaların kullanımının artacağını ortaya koyuyor. İş seyahatleri için oldukça öncelikli bir dijitalleşme olan çevrimiçi rezervasyon uygulamaları, önceden planlanan etkinlikleri, seyahatlerden tasarruf sağlayabilmeyi, farklı deneyimler için bilgi ve bilet elde etmeyi, önceden ayarlanan transfer ve araç hizmetleri, alternatif rota önerileri ve hava durumundan risk taşıyan olaylara kadar seyahati ilgilendiren konularda gezginleri bilgilendirmeyi tek bir uygulama üzerinden kolayca kullanıcının tarafına gönderiyor. Böylece seyahat süreçleri daha hızlı, ekonomik ve ayrıcalıklı oluyor. İş seyahatlerini otel odasından kurtaran bir gezi ve deneyim planına dönüştüren, daha çok seyahat edebilmek için doğru çözümlerle maliyeti düşüren, yolculuk öncesinde ve yolculuk sırasında meydana gelebilecek risklerden haberdar eden çevrimiçi rezervasyon uygulamaları, iş seyahati yapan çalışan gezginlerin asistanı konumuna gelecek.

## İçeriğin Yön Gösterici ve Karar Verdirici Kuvveti

Seyahat etmeyi düşünenlerin **%75**'inden fazlası araştırmalarını online olarak yapıyor. Fiyat ve yorum araştırmaları Google ve online seyahat acenteleri ağırlıklı. Cep telefonu ise araştırma yapılırken bilgisayar ve tableten daha fazla kullanılıyor. Türkiye'deki kullanıcıların **%85**'i seyahatleri hakkında bilgi almak için online video izliyor ve söz konusu kullanıcıların **%71**'inin tercih ettiği ana kaynak YouTube. Bu da bize gösteriyor ki içeriğin yön gösterici bir konumu var ve seyahat süreçlerini doğrudan etkiliyor. Fayda sağlayan, etkileyen, ilham veren ve hayatı kolaylaştıran her türden içerik değerini artıracak. Bu da dijitalleşmeyle gerçekleşebilecek diğer bir madde olarak önemini kazanacak.

*\*Kaynak: Google*

Global Digital ve Adobe Tüketici İçerik Anketi gibi son araştırmalar, tüketicilerin ortalama olarak günde 8 veya daha fazla saat boyunca dijital içeriklerle zaman geçirdiğini gösteriyor.



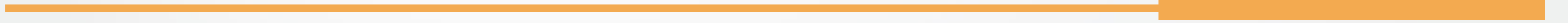
# Temassız Teknolojiler

Hayatımıza yeni alışkanlıklar olarak eklenen bir başka şey de temassızlık oldu. Pandemi sürecinde alışverişlerimizi temassız kartlarla, kapıda bırak seçeneklerle yaptık. Benzer uygulamaların gittikçe artış göstermesi, 2020'den sonra da temassız olmayı tercih edeceğimizin bir göstergesi. İş seyahatlerini ilgilendiren süreçleri de bu kapsamda ele alabiliriz. Uçak bileti rezervasyonlarını ya da iptalini, otel rezervasyonları, araç kiralama işlemlerini, vize başvurularını evden çıkmadan tek bir mobil uygulama üzerinden yapmak oldukça değerli. Bu da iş seyahati süreçlerini daha kolay, hızlı ve ekonomik kılıyor. **İş seyahati yapacak çalışanların bilgi toplayabileceği, ihtiyaç duydukları hizmeti alabilecekleri ve tüm bunları yaparken sadece çevrimiçi kalacakları temassız dünya, satın alma süreçlerinde tasarruf yaratırken seyahatleri daha ulaşılabilir yapacak.** Yeni normallerimiz arasında yer alan temassızlık ile gezginler, çevrimiçi uygulamalara daha çok yönelirken uygulama geliştiricileri de ara yüz iyileştirmelerine odaklanacak ve kullanıcı ihtiyaçlarına hızlı yanıt verebilmek adına çalışacak.

**ÇALIŞAN GEZGİNLER VE**

**YENİ NORMALDE**

**İŞ SEYAHATI**



Fuar, kongre, toplantı organizasyonu ve daha birçok etkinlik, müşteri portföyünü–marka bilinirliğini artırmak için iş seyahati yapmayı gerektirir. **İş seyahatleri bu açıdan sadece turizm için önemli değil, uluslararası şirketlerden holdinglere, KOBİ'lerden Start-up'lara kadar işini büyütmek ve evrenselleştirmek isteyen markaların da en önemli ihtiyacıdır.** Şirket çerçevesinden çıkıp çalışan tarafından baktığımızda ise iş seyahatlerinin yine önemli bir konumda olduğunu görebiliriz. Tüm dünyada iş seyahati kavramı ya da bilindik adıyla iş seyahatleri, trilyon dolarlık bir endüstri. Amerika Birleşik Devletleri ve Çin, dünyanın en büyük iş seyahati harcamalarını yapan iki ülke olarak başı çekiyor.

Amerikalılar yılda 405 milyondan fazla uluslararası iş seyahati yapıyor. Bu da Amerika Birleşik Devletleri'nde her gün yaklaşık 1,1 milyon insanın iş için seyahat ettiği anlamına geliyor. New York City, Amerika Birleşik Devletleri'nin tüm iş seyahatleri verilerinde ilk sırada gelirken Çin'de ise ilk sırada Şangay yer alıyor. Buna göre şirket çalışanlarının iş seyahatlerinde aktif, belirleyici ve vizyoner bir rol oynadığı açıkça görülmekte.

## Peki İş Seyahatleri, Birçok Şirketin Evde Çalışma Modeline Geçtiği Pandemi Döneminde Çalışan Çerçevesinde Ne Gibi Değişimlere Sahne Olabilir?

### Dijital Göçebelik Ve Uzaktan Çalışma

Uzaktan çalışmanın yakın gelecekte sinyaller çaldığı aşikardı ve evden çalışma dönemiyle birlikte bazı şirketler iş süreçlerini tamamen ya da hibrit modellerle evden çalışma sistemine dönüştürdü. Nationwide %98 uzaktan çalışma düzenine geçti ve kalıcı olarak bu geçişin çalışmalarına devam etmekte. Twitter ve Facebook, çalışanlarının "sonsuz kadar" uzaktan çalışmasına izin vermeyi taahhüt etti. Aslında internet bulabildiği ortamlarda ofise bağlı olmadan çalışan, bununla birlikte hem keşfetme hem de iş amaçlı seyahat eden çalışanlar için yapılan dijital göçebe kavramı, yeni çağın çalışma modellerinden biri olarak karşımıza COVID-19 sürecinden önce zaten çıkmıştı. Bu çalışma yönteminde bireyler freelance ya da tam zamanlı bir şirket çalışanı olarak iş yaşamlarını sürdürebiliyor; zamanlarını ve eforlarını çok daha fazla yetkinlik sahibi olmak adına keşfederek geçirebiliyorlar.

Çoğu ofis çalışanı, COVID-19 krizi sona erdikten sonra haftada beş gününü iş yerinde geçirmeyi düşünmüyor. British Council for Offices tarafından yapılan bir ankete göre, pandemi çalışma modellerini temelli değiştirebilir ve gelecekte beyaz yakalı çalışanlar, kısmen ofiste kısmen de uzaktan çalışarak hibrit bir çalışma modelini benimseyebilir.

# facebook®

Dünyanın en popüler sosyal ağlarından Facebook personelinin yarısı, önümüzdeki 5 ila 10 yıl içerisinde tamamen evden çalışma sistemine geçecek. Facebook CEO'su Mark Zuckerberg, 21 Mayıs'ta yaptığı canlı yayın ile şirketinin 48.000 tam zamanlı çalışanındaki yeni değişiklikleri açıkladı. İlk etapta Facebook, çoğu çalışanın yıl sonuna kadar evden çalışmasına izin verdi.

# amazon.com®

COVID-19 ile ilgili maliyetler için en az 4 milyar dolar bütçe ayırdı. Bu harcama, personel için daha yüksek maaşları ve yüz maskeleri gibi daha fazla güvenlik donanımını içeriyor.



Twitter CEO'su Jack Dorsey, 12 Mayıs'ta şirketin 4,900 çalışanına, koronavirüs salgını sona erdikten sonra bile, birçoğunun evden kalıcı olarak çalışmasına izin verileceğini söyleyen bir e-posta gönderdi.



Dünya genelinde iş süreçleri için en çok kullanılan iletişim uygulaması Slack, ofise dönüşlerin ne zaman olabileceğini planlamadıklarını söyledi



Esnek çalışma kuralları ile zaten tanınan bilgisayar devi, salgın sona erene kadar çalışanlarının yarısından fazlasının sürekli olarak uzaktan çalışmasını planladıklarını söyledi.



Seattle merkezli çevrimiçi emlak hizmeti, çalışanların 2020'nin sonuna kadar ve muhtemelen sonrasında evden çalışmasına izin vereceğini söyledi.



## Dünyanın Herhangi Bir Yerinde Çalışan Olmak

Yukarıda saydığımız global markaların açıklamaları ve gözüken tablonun ardından iş seyahatleri süreçlerinde dijital bir dönüşümün başlayacağı ve seyahat çözümlerine her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyulacağı ortada. Birçok büyük markanın "uzaktan çalışma" sistemine geçmesiyle beraber Airbnb de çalışmalarında yeniliğe gitti. **"Dijital Göçebe" eğiliminden yararlanmayı planlayan şirketin CEO'su Brian Chesky, profesyonellerin sadece evden çalışmak istemeyeceklerini, "herhangi bir evden çalışmak" isteyeceklerini belirtti.**

## Dijital Göçebe Vizesi

Kaybedilen turizm gelirinden çok etkilenen bazı destinasyonlar, dijital göçebelere kapılarını açmak için çalışmalar hayata geçirdi. Örneğin Barbados ziyaretçilerin adada 12 aylık bir vize ile çalışmasına izin vererek kariyerlerini Karayip iklimiyle birleştirmelerine olanak tanıyor. Barbados Turizm Pazarlama A.Ş.'nin başkanı Sunil Chatrani uygulama hakkında şunları söyledi: “Barbados, Karayipler'deki en hızlı fiber internet ve mobil hizmetlere sahiptir ve bir dizi farklı esnek ofis alanı sayesinde Barbados'taki çalışma ortamı kesinlikle işlerinizi halletmenizi sağlayacaktır.”

Antigua ve Barbuda, Estonya ve Gürcistan dijital göçebelik vizesinden yararlanmak isteyen çalışanlara ülkede çalışma kolaylığı sunuyor. Böylece hem uluslararası pazarda networklerini genişletme, hem de bağlı oldukları şirketleri için yeni pazar yaratma ve müşteri ağını genişletme gibi kritik süreçler daha efektif olarak gerçekleştirilebilecek. **Çünkü her ne kadar online toplantılar yapılırsa da yüz yüze görüşmenin ikna edici iletişimi ilk sıradaki yerini koruyor.**

Globetrender'ın Business Traveller dergisi ile birlikte hazırlandığı ve American Express Global Business Travel sponsorluğundaki “İş Seyahatinin Geleceği” araştırması 2.000'den fazla iş seyahati yapan çalışan üzerinde yapıldı. Bu araştırmaya göre görüntülü görüşmedeki artışa rağmen, çoğunluk hala yüz yüze toplantıları tercih ediyor. Katılımcıların dörtte üçünden fazlası, satış ve satış konuşması için uzaktan çalışmayı tercih edeceklerini söylerken, katılımcıların % 60'ı anlaşmaların ve kararların çoğunun sanal olarak yapılamayacağını ifade ediyor.

***İŞ SEYAHATLERİNİN***

***GELECEĞİNDE HANGİ TRENDLER VE***

***YAKLAŞIMLAR YER ALACAK?***

Zaman değiştikçe insan da değişiyor ve alışkanlıklarımız, dünyaya bakışımız, isteklerimiz ve hedeflerimiz de farklılık gösteriyor. Seyahat ihtiyaçlarımız da tıpkı diğer her şey gibi sürekli bir devinim içinde. Keşfetmek istediklerimiz ve farklı deneyimler yaşama arzumuz, değişen zaman ve bakış açımızla doğru orantılıdır ve seyahatin ulaşılabilir olduğu bu çağda dünyayı deneyimlemek aynı zamanda kendi dünyamızda da fark yaratmak anlamına gelir.

Teknoloji çağının gereksinimlerinden biri olan dijitalleşme, hem en uzak coğrafi bölgeyi bizlere yakın kılarken, bir yandan dünyada olup biteni fark etmemizi de sağladı. Hem teknoloji hem de 2020 ile birlikte yaşadığımız COVID-19 salgını, bizi hiç olmadığı kadar çevrimiçi uygulamalar ve sanal dünyayla yan yana getirdi. Bu da gösterdi ki yaşadığımız bu çağda ve sonrasında dijitallik önemini artıracak ve bununla birlikte aynı zamanda kitleler arası artan bir sorumluluk duygusu da getirecek. **Evlerimize kapandıığımız, seyahat kısıtlamaları yaşadığımız ve öncelikli olanın sağlığımız olduğu pandeminin ardından, yeni insanlarla ve yeni yerlerle daha güçlü bir duyguyla seyahat etme ve keşfetme ihtiyacı, çok daha yakın bir bağ kurduğumuz ihtiyaç olacak.** Bu durum hem kişisel seyahat amacımızda hem de iş seyahatlerimizde bazı yenilikleri de beraberinde getirecek. Aslında dünyanın değişen seyahat algısında şimdiye kadar daha niş bir kitleye hitap eden bu algı, yakın zamanda iş seyahatlerini şekillendiren bir çerçeve olacak.

Yaşadığımız pandemi çağına, sosyal uzaklaşma çağı dememiz yanlış olmaz. Bu süreçte kendimizi daha çok doğada mola verirken bulduk. Geniş ve açık alanlara her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyduk. İyi beslenmek, iyi hissetmek ve özgürlük, değerini biraz daha artırdı. Glamping camping gibi konfor olanı yüksek kampçılık başta olmak üzere doğada yaşamak bize iyi hissettirdi. Dünyanın geneline bakıldığında büyük karavan şirketleri bu süre zarfında **%650** artışla rekor rezervasyon rakamlarına ulaştı. Bu da bizlere gösteriyor ki gezginler ekosistemi dengelemek ve doğanın inşasına katkıda bulunmak için önemli bir rol oynayıcı. Metropol kentleri de bu inşaya katkıda bulunmak için şehirleşmeye olan bakış açılarında yeni bir çağ başlattı. Örneğin Kopenhag, piknik ve balıkçılık için kullanılabilen yüzme, kano veya tekne ile erişilebilen yapay adalardan oluşan bir takımada inşa etmeye başladı bile.

## İş Seyahatlerinde Farkındalık Zamanı

Dünya uzun zamandır turizmde daha ayrıcalıklı rotalar, daha farkındalık sahibi turistler, daha 'bakmakla görmek' arasındaki farkı anlayabilen bireyler ile eş zamanlı bir değişim içindeydi. Dünyanın turizm destinasyonları da bir süredir bu bilincin oluşmadan önceki süreçte etki eden olumsuzluklarıyla baş etmekteydi. Günümüzde bir turizm kavramı olarak karşımıza çıkan 'aşırı turizm', 'ekoturizm', 'sürdürülebilir turizm' gibi kavramlar, 2020 ile birlikte hem sektörün hem de seyahate bakış açımızın değişimini gerçekleştirecek.

Seyahat endüstrisinde dünyanın en büyük pazarlama uzmanları arasında yer alan MMGY tarafından yapılan bir araştırmaya göre Amerikalı gezginlerin % 60'ı iklim değişikliğiyle ilgili endişelerinin önümüzdeki 5 ila 10 yıl içinde yeni rotaların oluşmasında etkili olacağını söylüyor. Aşırı turizmin azaltılmasında rol oynamak isteyen global gezginlerin oranı ise %54.

Bu kapsamda iş seyahatlerinin de aynı kalamayacağı aşikar. Şirketlerin potansiyel müşterilerini artırma, global marka bilinirliğini görünür kılma, yeni ortaklık ve iş birlikleri kurma amaçlı yaptıkları iş seyahatleri, çalışan gezginlere de yeni bir vizyon aşılama hedefini taşıyacak. **Şirketler sadece 'satış', 'karlılık', 'müşteri' bağlamının yanı sıra çalışanlarına kültürel deneyim kazandırma, böylece şirket vizyonunu dünya çapında bir noktaya taşıma ve çalışan bağlılığını daha güçlü bir konuma getirme gibi kuvvetli bir temel atmayı da vizyoner iş seyahatleri ile yapabilecek.** Buna göre 2020 ile birlikte önümüzdeki yıllarda iş seyahatlerinde aşağıdaki kavramların öne çıkması kaçınılmaz görünüyor.

COVID-19'un görüldüğü andan bu yana AB'deki günlük karbon emisyonların %58 oranında düştüğü tespit edildi. Bu da gösteriyor ki geri dönüşüm ve yeşil turizm, artık daha çok hayatımızda yer edinecek.



## 1- Aşırı Turizm:

İtalya ile başlayan ve dünyanın en çok ziyaret edilen ülkeleri ile devam eden aşırı turizm kavramı, çevreyi korumak ve bilinçli gezgini meydana çıkartmak için alternatif rotalara ve mevsimsel zamanlamaya odaklanıyor. Popülerliğin getirdiği aşırı kalabalıklaşma, yerel halkın yaşam tarzlarına müdahale ederek onların yaşamlarında kalıcı değişikliklere neden olacağı için önüne geçilmesi ön görülen bir kavram. Daha izole tatilleri tercih ettiğimiz pandemi döneminden önce de izole olmak isteyen tatil severler, 'aşırı turizme' karşı olarak kalabalık destinasyonları tercih etmiyor; farklı rotaları keşfetmek için planlarını yapıyordu. COVID-19 döneminden sonra da aşırı kalabalık destinasyonlar, yerini farklı rotalara ve alternatif ziyaret dönemlerine bırakacağı benziyor.

## 2- Sürdürülebilir Turizm:

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de sürdürülebilir turizm uzun zamandır üzerine çalışmalar yürütülen bir kavram. Doğaya, çevreye, kültürel miraslara saygıyı temel alan sürdürülebilir turizmde gezgin memnuniyeti de aynı sürdürülebilirlik içerisinde yer alıyor. Önümüzdeki yıllarda daha çevreci, daha yeşil ve daha sürdürülebilir iş seyahatlerinin bizi beklediğini net bir şekilde söyleyebiliriz. Şirketlerin imajları için de oldukça değerli bir noktayı vurgulayan sürdürülebilir turizm, turizm haricindeki sektörlerin kurumsal kimliklerinde de belirleyici bir görev olarak yer alacak.

### 3- Sorumlu Gezin:

2020'de yayımlanan Cape Town Bildirgesi'ne göre sorumlu turizm turistler ve ev sahipleri arasında saygıyı teşvik etme olarak anlatılıyor. Çeşitliliğe saygı duyan, doğal ve kültürel mirasın korunmasına katkı yapan sorumlu turizmi benimseyen sorumlu turistler, yerel halkla daha anlamlı bağlantılar kurar ve kültürel, sosyal ve çevresel sorunları daha iyi anlayarak keyifli deneyimler yaşar. Bu da bizlere gösteriyor ki çalışan gezinler sadece 'iş odaklılık' değil 'kültürel farklılıkları' da kavrayabilen profillere sahip olacak.

### 4- Ekoturizm:

İlk kez 1992 Rio Çevre Zirvesi'nde sürdürülebilir bir dünya ve çevre için ortaya konan kriterlerle şekillenen ekoturizm, turistlere fayda sağlamak ve bozulmamış çevresel gezi rotalarına yönlendirmek üzere amaç benimsemekte ve buna yerel nüfusun sosyo-ekonomik katılımını da sağlamaktadır. Doğal alanlara duyarlı turizm akımı olan ekoturizm, bu özelliği ile sürdürülebilir kalkınma aracı olarak da görülmektedir. Buna göre iş seyahatlerindeki rotaların ekoturizm çerçevesinde planlanması da, yeni iş seyahatlerinin özelliklerinden biri olması bekleniyor.

## 5- Jeoturizm:

National Geographic Traveler'in getirdiği bir tanım olarak jeoturizm, 'yer hissine' odaklanıyor. Jeoturizm turistlere jeolojik ve jeomorfolojik oluşumları göstererek yer küreyi tanıtmayı hedef alıyor. Doğa dostu turizm akımlarından biri olan jeoturizm bu bakımdan sürdürülebilir yerel kalkınmayı destekliyor ve önemli bir konumda yer alıyor. Türkiye gibi jeoturizm alanlara sahip ülkelerin kurumsal seyahat organizasyonlarında özel bir ayrıcalık olan 'bleisure' seyahatler için jeoturizm bundan sonra adını daha sık duyacağımız bir amaç olacak.

## 6- Gönüllü Turizm:

Topluma geri dönen projelerde gönüllü olarak yer alınmasını esas alan seyahat şekli olan gönüllü turizm, emek karşılığı maddi bir çıkarım olmadan tatil yapılmasını sağlıyor. Yani bir işe yardımcı olmanız o işin karşılığında tatil yapmanız anlamına geliyor. Bu kimi zaman bir çiftlik işi kimi zaman da eğitim ya da çevre üzerine oluyor. İş seyahatleri yapan çalışan gezginler, sosyal sorumluluğa dayalı bir seyahat programı oluştururken aslında kurumların geleceğe miras bırakacakları büyük bir değeri de ortaya koymuş olacaklar.

## Değerli Olan Deneyim Yaşamak ve Kalıcı Anılar Biriktirmek

Şirketler kimliklerini, düz bir metin içerisinde 'vizyon' ve 'misyon' anlatımları yerine artık daha köklü ve nesilden nesle aktarılan bir miras haline getiriyor. Bugün kullandığımız uygulamalar, tercih ettiğimiz markalar tesadüfen tercihimiz olmadı. Onlarla kurduğumuz bağlar, kendimize yakın hissettiğimiz özellikleri, dünya görüşleri olarak lanse ettikleri politikaları, insan kaynaklarına ve teknolojilere yatırımları tercih edilmelerindeki nedenlerden sadece birkaçı. Tüm bunları ortaya koyabilmeleri ise kendileri için oluşturdukları bu kimlikle meydana gelebildi. Bu açıdan bakıldığında sektörel iş seyahatleri klasik iş seyahatleri algısını biraz değiştireceğe benziyor. **Çalışan gezginler de tam olarak bu kimliği oluşturacak vizyonerler olarak iş seyahatlerini gerçekleştirecek ve yaşadıkları deneyimler, öğrendikleri bilgiler ve edindikleri kültürler ile şirketleri için bir sonraki nesle taşınacak o mirasa bir tuğla koymuş olacak.**

Manzara izlemek, yol üstü duraklara uğramak gibi deneyimleri tercih eden gezginlerin oranı %61. Ulaşımın deneyimin bir parçası olduğunu düşünen gezginlerin oranı %62. Otantik bir tren yolcuğunun tercih edilme oranı %64. Yöresel lezzetleri tatmak isteyen gezginlerin oranı %71.

\*Kaynak: Booking.com'un 22.000 kişilik anket sonuçlarından alınmıştır

## İş Seyahatlerinde Sınırların Dışına Çıkan Paketler

Özel jet transferlerinden kiralık yatlara, karavan ve kamp alanlarından izole ve butik otellere olan talebin iş seyahatleri için gittikçe artabileceği ön görülüyor. **Deneyim odaklı, güvenli-hijyenik-daha izole konaklama ve ulaşım ihtiyaçlarının devam edeceği süreçte göl, dağ, deniz manzaralı oteller ile villa, tekne gibi alternatiflere yönelişler, seyahat firmaları için de yeni paketlerin hazırlanması anlamına geliyor.** İş seyahatlerine proaktif bir yaklaşımla yatırım yapmayı planlarına dahil eden turizm firmalarının önümüzdeki aylarda ortaya koyacağı hizmetler ve çözümler, hem şirketlerin seyahat politikalarını belirlemesine hem de çalışan bireylerin daha rahat seyahat yapmalarına imkan sağlayacak.

## Risk Yönetimi Yapabilmek ve İletişim Odaklılık

Artık seyahatlerde bilgiye anında ulaşmak bir kural niteliğini aldı. **Günceli yakalayan, global çağa ayak uydurmuş turizm şirketleri, iş seyahatlerinde rehber konumuna gelecek. Bunun en önemli formülü ise A'dan Z'ye risk yönetimi yapabilmekten geçiyor.** Peki iş seyahatleri için her zamankinden daha çok önem kazanan risk yönetimi, neden bundan sonraki sürecin en etkili maddesi olacak? Risk departmanınız ve yolcularınız riskli bir yere seyahat için rezervasyon yaptırdıklarını nasıl anlayacaklar? Seyahat ederken farkında olmaları gereken seyahat riskleri varsa nasıl bilgilendirilecekler? Risk departmanınız, yardıma ihtiyaç duyup duymadıklarını sormak için aynı anda birden fazla yolcuyla iletişim kurmalarını sağlayan bir platforma sahip mi?

İş seyahatlerinde hem şirket çalışanlarının hem de şirketlerin güvencesi olacak risk yönetimi, seyahat öncesinde ve sonrasında, hatta seyahat sırasında çalışanları ve şirketleri kesintisiz bir iletişimle güvende tutacak. Psikolojik, ekonomik ve fiziken tüm şirket aidiyetini koruyabilecek ve risk ihtimallerini minimuma indirebilecek risk yönetimi, iş seyahatlerinin ulaşım, konaklama, transfer gibi süreçlerini doğrudan etkileyecek. Bu da önceden planlanmış seyahatlerin daha çok tercih edilebilir olmasını ortaya çıkartacak.

Küresel gezginlerin % 80'i, bir seyahat acentesinin seyahatlerinden önce veya seyahatleri sırasında en az bir kez onlarla iletişim kurmasını bekliyor. Küresel gezginlerin 2/3'si seyahat tedarikçileri veya acenteleri tarafından hava, otel, tren ve araba için COVID-19 önlemlerinin, seyahatleri için check-in yapmadan önce bilmeleri için önemli olduğunu söylüyor.

\*Kaynak: Amadeus



**COVID-19 DÖNEMİNDE**

**HIS TRAVEL'IN İŞ SEYAHATI**

**SÜREÇLERİNİ KOLAYLAŞTIRAN**

**UYGULAMALARINI KEŞFEDİN**



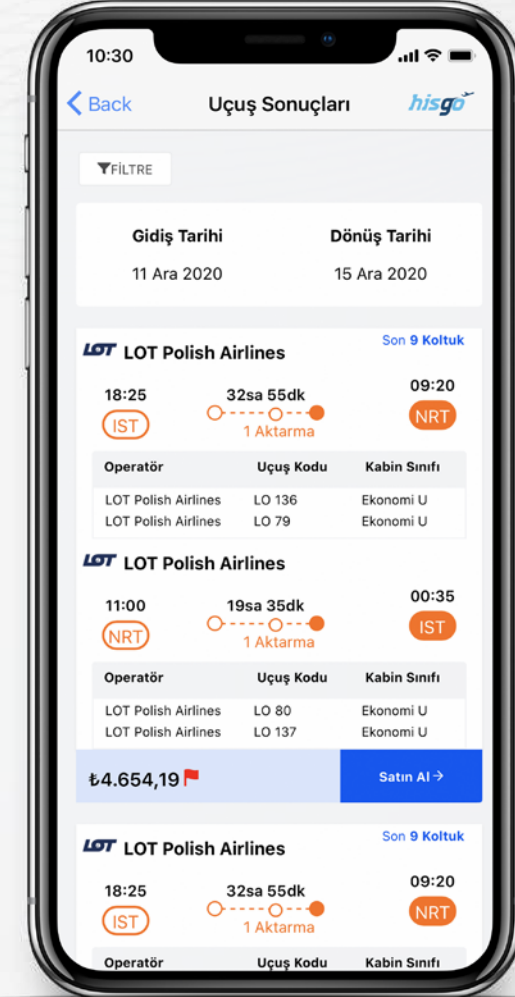


Online iş seyahati platformu HISgo, iş seyahatinde zaman ve paradan tasarruf sağlamanıza yardımcı olur. Dünya standartlarında kullanıcı deneyimine sahip ve 7/24 destek alabileceğiniz uygulama ile uçak ve otel rezervasyonları, transfer ve araç kiralama işlemleri, toplantı ve etkinlik organizasyonları, faturalandırma ve raporlama gibi ihtiyaç duyduğunuz hizmetlere tek bir tık ile ulaşabilirsiniz.

Hisgo'yu keşfetmek için [tıklayın](#).

57

COVID-19 Döneminde İş Seyahatlerine Bakış:  
Yaklaşımlar, Trendler Ve Teknolojiler



# HIS MOBILE MESSENGER

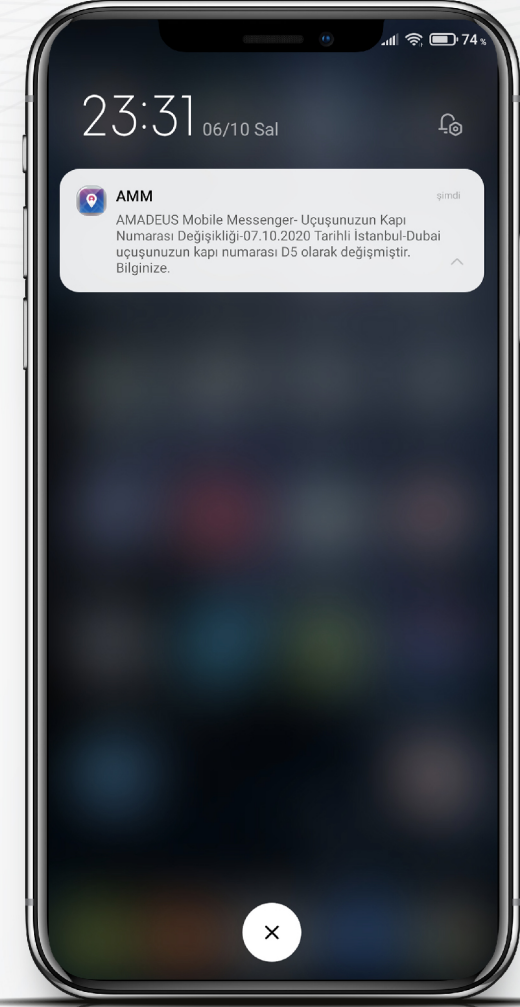
58

COVID-19 Döneminde İş Seyahatlerine Bakış:  
Yaklaşımlar, Trendler Ve Teknolojiler

## HIS Travel Risk Yönetimi Uygulaması

Gideceğiniz şehir ve ülkeye dair güncel bilgileri, uçuş planınızda yaşanan değişiklikleri ve seyahatinizi etkileyebilecek tüm risk faktörlerini otomatik olarak size bildiren HIS Mobile Messenger kapı değişikliği uyarısından, rötar ve iptallere, COVID-19 güncel durum bilgisinden, periyodik raporlamaya kadar asistanlık yapar.

Pandemi döneminde HIS Travel'ın seyahat çözümleri uçuş, konaklama, güvenlik ve sağlık ihtiyaçları çerçevesinde yoğunluk yaşadı. PCR testi uygulamamız bir ay gibi kısa bir sürede yaklaşık 1.000 talep alırken, araç ve özel jet kiralama taleplerinde artış görüldü. Yurt dışında okuyan öğrencilerimiz için sürekli bilgi ve danışmanlık sağlanırken, iş-egitim-turistik amaçlı yurt dışında olup da yurda dönmek isteyen birçok vatandaşımız ile Türkiye'de yaşayan birçok yabancı çalışan ve turist için karşılıklı olarak eve dönüş desteği için taleplerde büyük bir artış görüldü.



# RISK YÖNETİMİ

58

COVID-19 Döneminde İş Seyahatlerine Bakış:  
Yaklaşımlar, Trendler Ve Teknolojiler

HIS Travel Risk Yönetimi ile iş seyahatinizi etkileyebilecek kritik detaylardan ve riske maruz kalma oranınızdan önceden haberdar olun. COVID-19 başta olmak üzere yaşanabilecek tüm risk ve acil durumlarda 7/24 iletişim kurun, hemen müdahale ile güvenliğinizi olduğunuz yerde sağlayın. "Seyahat edeceğim ülkede risk var mı?", ya da "Bulduğum ülke benim için emniyetli değil geri dönüşümü sağlamalıyım!" gibi soru ve endişelerinizi risk yönetimi ile çözüme kavuşturarak güvenli bir seyahat planı organize edin.

Risk yönetimini keşfetmek için [tıklayın](#).



# PCR FOR TRAVEL

Seyahat süreçlerinde artık bir zorunluluk olan PCR testini HIS Travel güvencesi ve Memorial ile Medipol Sağlık Grubu iş birlikleri ile bireysel ya da çalışanlarınız için yaptırabilir; İstanbul ve Ankara'da yapılan test sonuçlarına 24 saat içerisinde ulaşabilirsiniz.

✉ [pcr@his.com.tr](mailto:pcr@his.com.tr)

☎ 0850 241 89 96

59

COVID-19 Döneminde İş Seyahatlerine Bakış:  
Yaklaşımlar, Trendler Ve Teknolojiler

# COVID-19 YURT DIŞI SAĞLIK SİGORTASI

Türkiye'nin ilk online vize uygulaması BizVize ile yurt dışı seyahatlerinizde COVID-19 kapsamlı yurt dışı sağlık sigortası yaptırarak sağlığınıza güvence altına alabilirsiniz.

60

COVID-19 Döneminde İş Seyahatlerine Bakış:  
Yaklaşımlar, Trendler Ve Teknolojiler

HIS



## SONUÇ

Üzerinde çalışmaların devam ettiği COVID-19 aşısının henüz aktif olarak yaygınlaşmamış olması iş ve diğer seyahat süreçlerini etkilemeye devam etse de yapılan araştırmalar gösteriyor ki şirketler ve çalışanlar, güvenlik ve hijyen standartları çerçevesinde kademeli olarak iş seyahatlerine başlamak istiyor. Business yolculuklar, çevrimiçi rezervasyon yapabilme imkanı, şirketlerin ve çalışanların kendi seyahat politikalarını uygulayabilmesi, güvenilir havayolu ve otel iş birlikleri, COVID-19 sağlık önlemleri, kolay ve ekonomik araç kiralama, PCR testi, risk yönetimi, alternatif tatil ve iş odaklı yeni çalışma ve gezi rotaları iş seyahati süreçlerinde karar vermeyi hızlandıracak.

**Yeniden seyahat etmek, şirketlere yeni bir bakış açısıyla organize olmaları gerektiğinin altını çizerek başlayacak.**

Eski kuralların yerini yeni alışkanlıklar ve değişen bakış açıları alacak. Seyahatin nişlerini keşfetme, ihtiyaçları görebilme, talepleri fark edebilme ve karşılayabilme, sağlık ve güvenlik hizmetlerinde güvenilir olma, hedef kitleleri segmente edebilme, proaktif olma ve tahmin yürütebilme, herkese uygun seyahat politikaları oluşturma, teknolojiden ve çevrimiçi uygulamalardan maksimum seviyede yararlanabilme, sosyal medya davranışlarını analiz edebilme, değerli içerikler üretebilme, alanında uzman bir kadroya sahip olma, 7/24 iletişim kurabilme, çalışan gezginlere mentorlük edebilme bundan sonraki iş seyahati süreçlerinde turizm firmalarının metotları arasında olmazsa olmazlar arasında yer alacak.

**Yayımladığımız bir önceki rapordan elde ettiğimiz sonuçlar ve global verilerin görüşleri, 'yeniden seyahat' etmeyi bekleyen ve iş seyahati yapmak isteyen gezginlerin oranında artışı işaret ediyor. Bu tabloya göre yakın gelecekte ise turizm alanını bekleyen çözümlerin ilk sırasında bu artışı en doğru biçimde ihtiyaçlarla analiz edebilmek ve hizmetleri özelleştirebilmek yer alacak gibi duruyor.**

# TEŞEKKÜRLER



[www.hisglobal.com.tr](http://www.hisglobal.com.tr)

