

ANATOLIA

Aylık Turizm ve Kültür - Sanat Dergisi

AYIN KONUSU: Uzun yıllar Kapadokya'da turizm işletmeciliği yapan
Saffet YATAĞAN;

Seyahat Acenteleri Türkiye'de Turizmi Öldürüyor''

- *Endüstri İhtilâli ile Sosyoloji ve Turizm İlişkisi*
- *Pamukkaleyi Koruyalım, Yaşatalım Sempozyumu Yapıldı*
- *Türk Hava Yolları'nın Türk Turizmi İçindeki Yeri ve Önemi*
- *Bodrum Notları...*
- *Kongre Turizmi Üzerinde Düşünceler*
- *İş Amaçlı Seyahatler İçin
Hava Yolu Taşımacılığını Geliştirme*
- *Otellerde Houskeeping Departmanının Yerleşiminde
Dikkat Edilecek Konular*
- *Kapadokya'nın Koruma, Geliştirme ve Tanıtması
'WORKSHOP' Sonuç Raporu*
- *Kapadokya Turizm ve Geliştirme Bölgesinde
Planlama Üzerine Düşünceler*
- *Dostum Georgios'un Mavi-Beyaz Ülkesi Hakkında*

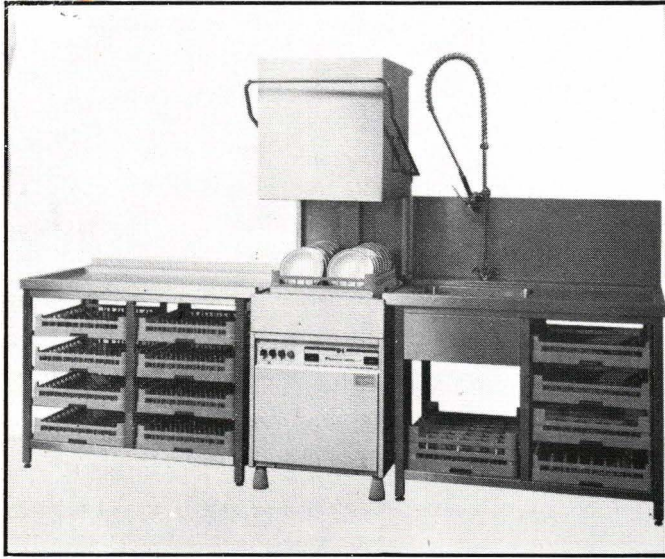
Yıl: 1 Sayı: 6-7
Haziran-Temmuz 1990
7000 TL (KDV Dahil)

KURULUŞUNUZUN HER TÜRLÜ MUTFAK MALZEMESİ SORUNUNA KESİN ÇÖZÜM



KAYALAR

MADENİ EŞYA SANAYİİ



KAYALAR

T.M.

ANKARA MERKEZ

Çıkrıkçılar Yokuşu No: 78 Ulus-ANKARA

Tel: 311 14 73 - 312 65 76 - 324 30 97

Telex: 44 221 Kyal tr. Fax: 312 16 83

İSTANBUL MERKEZ

Uzunçarşıbaşı Ağızlıkçı Sokak

Kayalar İşhanı No: 6/1 Tahtakale-İSTANBUL

Tel: 512 99 64 - 522 37 43

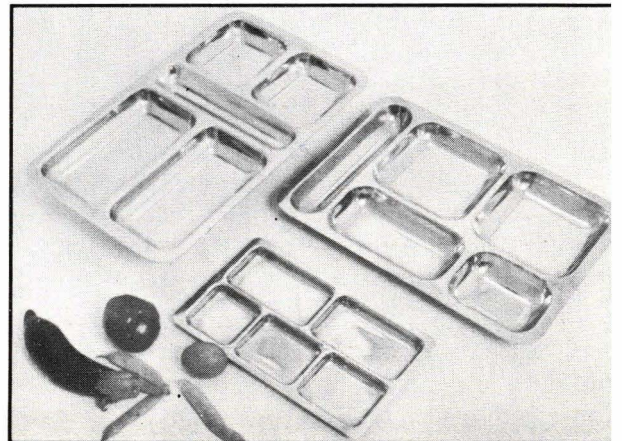
Telex: 23 368 Mus tr. Fax: 512 99 64

FABRİKA

Gümüşsuyu Caddesi Litros Yolu No:20

Topkapı - Maltepe-İSTANBUL

Tel: 567 94 89 - 567 94 90



ANATOLIA

AYLIK TURİZM VE KÜLTÜR-SANAT
DERGİSİ

HAZİRAN-TEMMUZ 1990

İmtiyaz Sahibi
Adnan HASTÜRK

Genel Koordinatör ve Sorumlu Yazışleri
Müdürü
Nazmi KOZAK

Genel Yayın Yönetmeni
Engin BAŞCI

Halkla İlişkiler Müdürü
Kenan AVCI

Katkıda Bulunanlar
Selim OZ-İlhan OZER
Şengül GÜDEK-Mehmet YEŞİLTAŞ
Metin KOZAK

Yurtici Temsilcilikleri

İSTANBUL
Bülent AĞAOĞLU
Tel: 146 17 94

İZMİR
Hasan KIRMIZI
Tel: 15 24 25

Yurtdışı Temsilcilikleri

ALMANYA (Kostanz)
Ahmet ERTEKİN
Tel: (07531) 151 51

İNGİLTERE (Bristol)
Mohammed BİHZAD
Tel: (0272) 65 63 62

YAZIŞMA ADRESİ
P.K. 589 06425 Kızılay-ANKARA

Dizgi
Serajans
Tel: 231 39 68

Baskı
DORUK OFSET
Tel: 229 80 83

Anatolia Turizm ve Kültür-Sanat Dergisi, Türkiye Seyahat Acenteleri, tur operatörleri, turistik konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri, turizmle ilgili resmi ve özel kurum ve kuruluşlar ile bu alanda eğitim-öğretim yapan kurumlara yönelik olarak hazırlanmakta ve dağıtılmaktadır.

İÇİNDEKİLER

ANATOLIA'dan.....	3
Endüstri İhtilâli ile Sosyolojî ve Turizm İlişkisi Mehmet ÖZDEMİR.....	4
Pamukkaleyi Koruyalım, Yaşatalım Sempozyumu Yapıldı "Barışa ve Geleceğe Uzanan Köprüde Pamukkale".....	10
Türk Hava Yolları'nın Türk Turizmi İçindeki Yeri ve Önemi Dr. Cem KOZLU.....	14
Bodrum Notları... Nazım KÖRÜKÇÜ.....	18
AYIN KONUSU: Turizm İşletmecisi Saffet YATAĞAN: "Seyahat Acenteleri Türkiye'de Turizmi Öldürüyor".....	21
Kongre Turizmi Üzerinde Düşünceler Tanju KARASU.....	32
İş Amaçlı Seyahatler İçin Hava Yolu Taşımacılığını Geliştirme Klaus BRATLIE Çev: Ayşegül AYDIN.....	35
Otellerde Houskeeping Departmanının Yerleşiminde Dikkat Edilecek Konular Meryem AKOĞLAN.....	37
Kapadokya'nın Koruma, Geliştirme ve Tanıtması "WORKSHOP" Sonuç Raporu.....	39
Kapadokya Turizm ve Geliştirme Bölgesinde Planlama Üzerine Düşünceler Prof. Dr. İlhan TEKELİ.....	43
Dostum Georglos'un Mavi-Beyaz Ülkesi Hakkında Esra Dilek.....	46

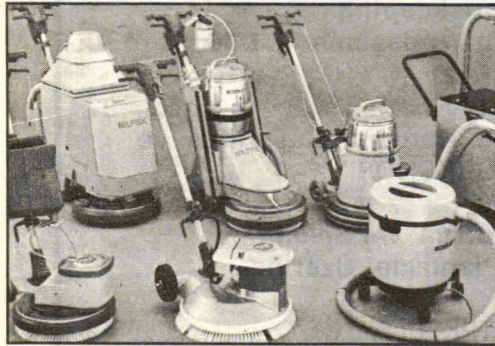
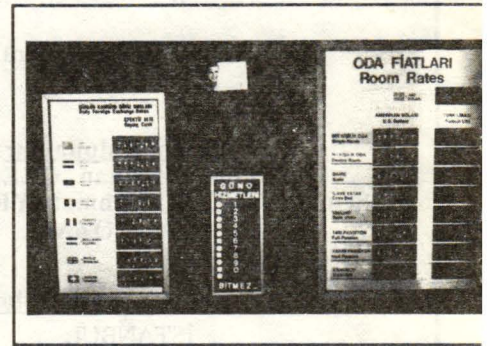
ABONE KOŞULLARI

Abone olmak için aşağıda belirtilen abone bedelini, Adnan Hastürk'e alt 467014 numaralı Posta Çeki hesabına yatırarak Posta Çeki dekontunun fotokopisini P.K. 589 06425 Kızılay- Ankara adresine göndermeniz yeterlidir. Adınızı, açık adresinizi, posta kodunuzu ve hangi sayıdan itibaren abone olmak istediğinizi lütfen belirtiniz.

Abone Bedelleri
6 Aylık: 20.000 TL.
1 Yıllık: 35.000 TL.

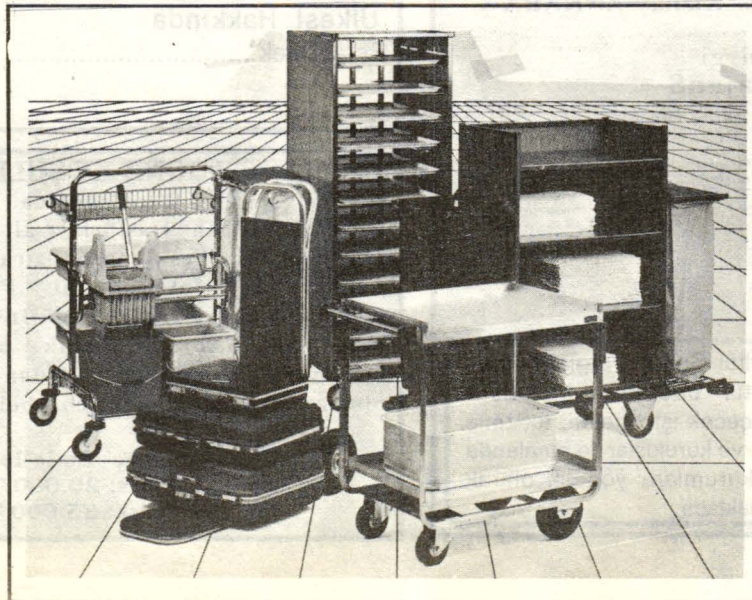
OTEL, RESTAURANT EKİPMAN VE DONANIMINDA SEÇKİN TESİSLERİN VAZGEÇİLMEZ TERCİHİ

GÜNO



- Çamaşır Üniteleri
- Mutfak Cihazları
- Bulaşık ve Bardak Yıkama Makinaları
- Çay Kahve Makinaları
- Buz Yapma Makinaları
- Meşrubat Makinaları
- Soğutucular
- Bar Malzemeleri
- Halı Yıkama ve Temizleme Makinaları
- Sert Zemin Cilalama ve Parlatma Makinaları
- Elektrik Süpürgeleri
- Numaratörlü Oda Fiyat Panoları
- Numaratörlü Dövit Kur Panoları
- İşkili Fiyat Teşhir Panoları
- Tesis Plaketleri
- Haber Panoları
- Servis ve Yön Levhaları
- Otel Tipi Askı, Banyo Paspasları
- Bavul Sehpaları
- Kat Temizlik Arabaları
- Servis Arabaları
- Oda Hizmet Arabaları
- Çamaşırhane Arabaları
- Oda Demirbaş Eşyaları
- Çöp Kovaları
- Salon Koridor Demirbaş Eşyaları
- Sivrisinek Kovucular
- Reception Zili
- Reception ve Oda Numaraları
- Reception Anahtarlıkları
- Personel Yaka Rozetleri
- Ayakkabı Parlatma Bandı
- Ayakkabı Temizleme Bezi
- Tarak (Kılıflı-Baskılı)
- Törpü (Kılıflı-Baskılı)
- Dikiş seti (Vernikli - Selefonlu - Fantazi Kutu)
- Kibrit (Kare Kesit, Dikdörtgen Karton İç Kutulu, Sabit Çöplü ve Dikdörtgen Plastik İç Kutulu)
- Sabun (Gül, Gardenya, Lavanta, Leylak, Karanfil Parfümlü - 15 - 20 - 25 gr.)
- Sabun Karton Kutulu (Amblemlî)
- Şampuan Poşet (12 cc)
- Şampuan Tüp (20, 25, 30 vb.)
- Poşet Şeker
- Banyo Köpüğü (12 cc - 20 cc)
- Saç Kremi
- Kolonyalı Mendil
- Vücut Losyonu
- Diş Fırçası (Kutulu - Macunlu)
- Poşet Traş Kremi ve Köpüğü (12 cl)
- Poşet Losyon ve Kolonya (6 cl)

VE BENZERİ ÜRÜNLERLE GÜNO HİZMETİNİZDEDİR.



ANKARA

Marmara Sok. 16/A Sıhhiye/ANK
Tel: 133 42 14 - 134 06 31 - 134 06 32
Fax: 135 39 48

İSTANBUL

Serencebey yokuşu Beşiktaş/İS
Tel: 136 14 95
Fax: 136 14 95

GÜNO

PAZARLAMA REKLAMCILIK
TURİZM SANAYİ VE
TİCARET LTD. ŞTİ.

ANATOLIA'dan

Tarihin en eski çağlarından beri yerleşik halklar varmış Anadolu'da. Bilinenlerin en eskileri Hattiler, Hurriler. Sonraları Hititler, Frigyalılar, Helenler, Persler, Romalılar, Bizanslılar, Moğollar gelmiş, fethetmişler Anadolu'yu. Sonra da Selçuklular ve Osmanlılar... Ama azlık çokluğa karışmış, hepsi de Anadolu potasında erimişler, onun malı olmuşlar. En son Türkler gelmiş, ama bu seferki daha bir başka türlü olmuş. Atalarımız, bir ırmak gibi akıp durmuş yeni vatana; bilgini, dervişi ve bütün ulusal hazineleriyle buraya gelip yerleşmişler.

Bir barış, bayındırlık, refah ve mutluluk çağı açmışız Anadolu'da. Gelenlerle yerlilerin çoğu kaynaşmış, halleşmiş hepsi. Ama bu öylesine bir kaynaşma ki...

"Fetheden de biziz artık, fethedilen de. Eriten de biziz, eriyen de. Biz bu toprakları yoğurmuşuz, bu topraklar da bizi. Onun için eskiden en yeniye ne varsa yurdumuzda öz malımızdır bizim. Halkımızın tarihi Anadolu'nun tarihidir.

Paganmış bir zaman bu halk, Bizanslılar ortodokslukla Rumlaştırmak istemişler. Biz gelince çoğu müslüman olup bize katılmış. Tapınakları kuran da bu halkmış, kiliseleri de, camileri de. Bembeyaz tiyatroları dolduran da bizmişiz, karanlık kervansarayları da. Kâh bozkıra çalmışız, kâh mavi denize. Sayısız devletler, medeniyetler bizim sırtımızda yükselmiş, bizim sırtımızda çökmüş. Yetmişiki dil konuşmuşuz Türkçe'de karar kılmadan önce. Hepsinin tadı kalmış damağımızda. Aylarımızın, günlerimizin, kentlerimizin adlarına bakın. Ne değişik eller halk oyunlarında tutuşmuş, ne horonlara, ne halaylara girmişiz. Doğuyla batı sarmaş dolaş olmuş bizim içimizde. Ya o ya bu değil, hem o hem buyuz biz..."*

Dağlarda, ovalarda esen rüzgarda, ırmakların çağılısında, ormanların uğultusunda... hep gelip geçmiş bütün o yaman insanların, atalarımızın bize seslenişi var sanki... Yurdumuzun her tarafında, onlardan bize kalmış bir anı var. Bütün o uygarlıkların görkemli anıtları, yapıtları, eşsiz değerdeki heykelleri... hepsi, hepsi bize bırakmış oldukları armağanlar... Hepsi de kendilerinden birşeyler katarak bize ulaştırmışlar.

Ya biz; Anadolu'nun son uygarlığının insanları, yetkilileri... Ne bırakacağız bizden sonrakilere?.. Kararmış bir Pamukkale'yi, özünden çok şey yitirmiş bir İstanbul'u ve bir Kapadokya'yı, "turistik tesis" diktiğimiz sit alanlarını... hangi yüzle bırakacağız bizden sonraki nesillere? Mirasyedi gibi davranmaya hakkımız var mı?..

Sayısız uygarlık yaratan toprakların halkıyız; uygarlık yapmak, yaratmak yaraşır bize, uygarlık değerlerini yoketmek değil...

Saygılarımızla

* Sebahattin EYÜBOĞLU, *Mavi ve Kara*, 3. Bası, s.11-12.

ENDÜSTRİ İHTİLALİ İLE SOSYOLOJİ ve TURİZM İLİŞKİSİ

Dr. Mehmet ÖZDEMİR
Turban Turizm A.Ş. Genel Müdürü

Nirun (1976: 32-39) sosyolojinin doğuşunu "Endüstri ihtilali" ve sonuçlarına bağlamaktadır. Nirun'un "Sosyoloji'nin doğuşu ile ilgili görüşleri şöyledir:

Sosyolojinin doğuşu bir yandan endüstri hareketlerine ve endüstrinin yarattığı sosyal, iktisadi ve siyasi olaylara, diğer yandan sosyal filozofik fikirlerin felsefe içinde birikimi sonucunda meydana gelen felsefi şuvaklanmaya bağlıdır. Bütün ilimler felsefeden çıkmışlardır. Felsefi düşünişteki ihtisas dallarına ait fikri şuvaklanmalar neticesinde felsefeden teker teker çıkan ilimlerin hemen hemen hepsinin binlerce yıllık tarihi vardır. Felsefeden en son çıkan ilim hiç şüphe yoktur ki, ilimler arasındaki yerini almasını yani sosyolojinin doğuşunu görelim (Nirun 1976:32).

1. ENDÜSTRİ İHTİLALİ

Bu girişimden sonra Nirun (1976) Endüstri ihtilalinin nasıl başladığını anlatmaktadır. Adeta bir film şeridi gibi gözlerimizin önünden akıp giden Endüstri ihtilali süreci, hiç şüphe yok ki, insanlığın tarihi içerisinde atladığı en büyük çağ değişimidir. Bu gün dünya

yüzünde yaşadığımız herşeyin; bunalımından, psikolojik gerginliklerden, ruhî sıkıntılardan, uzaya uydular gönderen, gezegenlere insan ayağı değdiren yüksek teknolojik gelişmelere kadar her şeyin müsebbidi, işte bu endüstri ihtilâlidir. Küçük bir buhar makinasının icadı, insanlık tarihini alt üst etmiştir. "ÜÇ M FAKTÖRÜ" olarak kısaca formüle edebileceğimiz Endüstri ihtilali, Üç M' in unsurları "Men-İnsan, Money-para, Machine-Makina"nın birleşmesiyle, binlerce yıllık insanlık tarihinde yepyeni ufukların açılmasına sebep olmuştur.

Endüstri ihtilâli'nin sosyal çalkantılarından sonra bütün düşünürler toplum meselelerine el atmak zorunluluğunu duymuştur, çeşitli ideolojiler böylece doğmuş, dünya iki büyük genel savaşın içinde kendini bulmuştur. Çağımızda dahi, hala, Endüstri ihtilâli'nin izlerini ve onun tevliid ettiği siyasi görüşlerin temsilcilerini görmek mümkündür. Konumuzun yeterince anlaşılması açısından özetle Endüstri ihtilâli'nin neticelerini tekrar gözden geçirmekte fayda vardır (Nirun 1976:37-39)

1) Endüstri ihtilâli'nden daha ziyade endüstride meydana gelen tam bir değişiklik ifade edilmektedir. Bu anlamda makinaya tatbiki ve bu aletlerin veya makinaların ıslâhı, yani daha mükemmel hale getirilmesi demektir. Bu durumda bir fabrika sistemine geçiş yaratılmış olur. James Watt'ın (1736-1819) yapmış olduğu buhar makinasına Richard Arkwright'ın (1732-1792) icat ettiği pamuk eğirme makinası (1780) ile Cartright'ın yaptığı mekanik dokuma tezgâhının bağlanması ile meydana gelen sistem, dokuma sanayiinde ilk fabrika sistemini yaratmıştır. Bir kuvvet makinasını iki iş makinasına kasnaklarla bağlamak suret ile tekstil sanayiinde ilk fabrika sistemi yapılmış oldu. Burada insana düşün görev, sadece makinaların çalışmasını kontrol etmek ve bobinlerde kopan iplikleri bağlamaktan ibarettir.

2) XVIII. yılında endüstri ihtilâli tam anlamıyla meydana gelmemiş olmasına rağmen, gelecek yüzyıl için büyük endüstrileşme vaadlerinde bulunacak temellerini atmıştır. Endüstri ihtilâli ile ilerlemeye büyük yardımcı dokunan teknik ilerleme önceleri pratik zekâyâ sahip, endüstriyel tecrübesi olan kimseler tarafından başlatılmış sonraları ilmin de bu konuya tatbiki neticesinde dahada hız kazanmıştır. Hemen şu hususu belirtelim ki, tekniğin temelinde daim ilmî buluşlar vardır. Her ilmî buluş sonunda bir takım teknik icatları davet eder, yani ilmî buluş teknik icada yardımcı olur.

3) Ekonomik yönden endüstri ihtilâli büyük çapta sermaye birikimi sonucunda meydana gelmiştir.

4) Ticaretin ve kredinin gelişmesi endüstri ihtilâlinin hazırlanmasına yardımcı eden başlıca faktörler

arasındadır. Sonraları sermaye sahipleri ticaret alanından sanayi sektörüne kaymaları, endüstrileşmenin en ehemmiyetli bir hazırlayıcısı olmuştur.

5) Endüstri ihtilâli bir gecede meydana gelmiş bir değişiklikten ziyade evvelki yıllarda hedefe doğru yöneltilmesi ve uzun bir sürede üretime tatbik edilmesi olarak kabul edilmelidir.

6) İlk zamanlar, nitekim, endüstri ihtilâli yeni sınıflar doğurmamış, eski sosyal sınıfları şekillendirmiş kendisine uydurmuştur.

7) Endüstrileşme sürecinde, görünen hareket halkın kendi kendine yeten tarım faaliyetinde, pazarların hakim olduğu bir üretime ve dolayısıyla şehir merkezlerine akımlar ile devam etmiştir. Endüstrileşme mutlaka şehirleşmeye sebep olmuştur.

8) XVIII. yüzyıl'da kendine has birçok sosyal problemler ortaya çıkarmış, bu problemlerle dolu ortamda insana bir şahsiyet kazandırma amacı güdülmüştür.

9) Üretim ve nakliyenin birlikte oluşturdukları ekonomik kalıp endüstri gelişiminin temelinde bulunan ehemmiyetli sistemlerden biri olmuştur. Nitekim, İngiltere'de Liverpool'daki ticari merkezin faaliyeti civarda fabrikaların yerleşmesine ve buraya bitişik olan Manchester bölgesinde dokuma sanayinin gelişmesine sebep olmuştur. Başka bir ifade ile ticaret ile sanayi arasında neden eser bağı sınıksız bir şekilde mevcuttur.

10) Fakat tekrar söyleyelim ki, İngiltere'deki endüstri ihtilâlinin başlangıcında en mühim faktör, buhar makinesinin bulunmasıdır. Bunu da temelinde ilmî çalışmalar uzanmaktadır.

11) Bu arada demirin kömür ile eritilmesi teşebbüsü gelir ki takriben 1620'lerde bir demirci olan Dudley kömür kullanarak demiri ilk defa eritmeye teşebbüs etmiş ise de komşularının korkuya kapılmaları bu işlemi engellemişti. Daha sonra "Puddling Dökme Demir Peter Onions ve Henry Cort tarafından elde edildi. Böylece işlenmiş demir icat edilmiş oldu ki bu çok ehemmiyetli bir atılımdır. Demir ve maden endüstrisinin inkişafı tekstil sanayinin gelişmesinin önünde ilerlemiştir. Diyebiliriz ki, modern fabrika sistemi tekstil endüstrisinden gelmiştir.

12) Pamuklu dokuma ve diğer tekstil mamûllerine talep arttıkça, tekstil endüstrisinin içinden kapitalizm de yayılmasına ve istilâsına devam etti.

13) Fizyolojik güç yerini tabiat güçlerine ter-

ketmiş ve iş yapmak için tabiat güçleri alabildiğine insanın elinin altında birikmiştir. Bu büyük tabiat gücüne bir de insanın yaratma gücü (ibda kabiliyeti) eklenmiştir. Böylece mamûle (işlenmiş maddeye) insanın hüneri de katılmış oldu. İş, elde edilen mamûl madde ile objektifleşirken insanın hüneri de objektifleşmiş oldu. Satılan mamûl mal ile birlikte hüner de oldu.

14) Büyük iş merkezleri, endüstri merkezleri ve böylece büyük şehirler teşekkül etti.

15) Bütün bunların neticesinde, Orta çağın mesleki zümreleri yerini endüstri çağının modern cemiyetinin sosyal sınıfları ve bu sınıfların içinde yer aldığı sosyal tabakaları almış oldu. SOSYAL SINIF ve SOSYAL TABAKA tabirleri kullanılır oldu.

16) Devletten daha çok CEMİYET ehemmiyet kazandı. Cemiyet meselelerini artık devlet kuvvetleri ile siyasi ve idari kararlarla ve hatta kanunlarla anlatmaya ve anlamaya imkân yoktu. Cemiyet olaylarını da tıpkı tabiat olayları gibi anlamak, incelemek gerekiyordu. Nasıl bir FİZİK TABİAT varsa aynı onun gibi bir de SOSYAL TABİAT'ın varlığı kabul edildi. İşte bu sosyal tabiatı anlamak için de yeni bir ilme ihtiyaç duyuldu ki, o ilim de SOSYOLOJİ oldu.

Nirun (1976: 32-45), bu arada bir de misal vermeyi uygun görmektedir. Şöyle ki, demir ve çelik sanayinin ilerlemesi, 1820'de George Stephenson'un icad ettiği lokomotif, 1807'de Robert Fulton'un yaptığı Buharlı Gemi, SOSYAL HAYAT ALANINDAKİ HAREKETLİLİĞE HIZ VERDİ. İnsanlar şehirlere daha çok akın etmeye başladılar. Bunun yanısıra HABERLEŞME vasıtaları da geliştirildi. Taşıt araçları ile haberleşme araçları endüstrinin birer eseri olarak sosyal hayatı etkilediler. Sosyolojik açıdan ehemmiyetli olan şehirler büyürken ailelerin bünyeleri de küçüldü. Ailelerin bünyeleri küçüldükçe modern insan yalnızlığa itildi, terdirgin oldu ve zaman zaman da güvensizlikten doğan huzursuzluk halleri hissetmeye başladı. Bu olaylar Sosyolojiye olan ihtiyacı arttırmaya devam etti.

Şimdiye kadar incelediğimiz hususlardan Endüstri İhtilâli ve doğuşu ile ilgili gördüğümüz şu önemli hususları özellikle vurgulamak isteriz:

1- Toplum yapısında tam bir değişiklik olmuştur. Bir taraftan makinanın tarıma girmesi, diğer taraftan sanayi merkezlerinde fabrikaların istihdam ihtiyacı, kırlardan kentlere göçü başlatmıştır.

2- Yeni ilmî buluşlar, yeni teknik buluşları getirirken, bu arada matbaanın yeni teknolojiye

kavuşması basılı eserlerin çoğalmasına sebep olmuştur.

3- Diğer taraftan yeni sömürge ve kolonilerin keşfi ve istilası, bu diyarların zenginliklerinin Batı Avrupa ülkelerine akmasına sebep olmuştur.

4- Bir taraftan Batı Avrupa'ya akan servet, diğer taraftan ekonomik ve ticari faaliyet kapitalistleşme sürecini başlatmıştır.

5- Sosyal sınıf kavramı ortaya çıkmış ve sosyal sınıflar hiyerarşisi Aristokratların aleyhine bozulmuştur.

6- Eğitim soyluların tekelinden kurtulmuş, yaygınlık kazanmıştır.

7- Şehirler "Büyük şehirler-metropoller" haline gelmeye başlamıştır.

8- Bu "Büyük şehirler" gerek emperyalizmin taşıdığı zenginlikler, gerek kapitalistleşmenin sağladığı kaynaklarla geniş ölçüde imar edilmiş, bir sanat ve kültür merkezi hüviyetini almışlardır.

9- Üretim, nakliye, pazar ilişkisi ulaşım sistemi geliştirmiştir.

10- Toplum önem kazanmış, giderek kapitalist sistem içinde sosyal adalet ve sosyal refah kavramları egemen olmaya başlamıştır.

11- Bütün bu ve buna benzer oluşumlar içerisinde kitlesel iletişim ağı hızla kurulmuş ve dünya da buna bağlı olarak hızla küçülmüştür.

Tabii bu olup bitenler, beraberinde bir sürü de problemi de birlikte getirmiştir.

2. ENDÜSTRİ İHTİLÂLİNİN SOSYOLOJİ BİLİMİ'NE TESİRİ

Daha önce de değindiğimiz gibi Nirun (1983) Sosyolojinin doğuşunu Felsefi birikiminin yanısıra özellikle "Endüstri İhtilâli"ne bağlamaktadır. Kanatımızca de esas sebep bu büyük olaydır. Bu büyük olay; toplumda öylesine büyük bir değişiklik yapmış; bu büyük değişiklik de öylesine büyük problemler yaratmıştır ki, adeta bu büyük problemleri çözümlenecek yeni bir ilimin doğmasına sebep olmuş, belki de zorunlu kılmıştır bu birikim den dolayı da sosyoloji doğmuş, hem de çok iddialı doğmuştur. Öyleki adeta bir "sosyolojizm" çağı yaşanmıştır. ("Sosyolojizm" doğal ve sosyal bütün bilimlerin sosyoloji bilimi çinde ele alınıp, incelenmesini öngören bir görüştür. Bir başka deyişle "sosyolojizm" fizik, kimya, tıp, psikoloji, siyaset, matematik kısaca bütün bilimlerin "kraliçesi" olarak nitelendirilen sosyoloji içinde ele alınmasına dayanıyordu.) (Erdoğan 1976: 13).

Bugün ise "sosyoloji" bir sosyal bilim olarak, diğer sosyal bilimlerden ve doğa bilimlerinden ayrı bir disiplin olarak varlığını sürdürmektedir.

Şu bilim dallarıyla da ilişkisi vardır:

1- Ekonomi,

2- Antropoloji,

3- Psikoloji,

4- Sosyal psikoloji,

5- Siyaset,

6- Hukuk,

7- Tarih.

Görülebileceği gibi sosyolojinin yakın ilişkisi olduğu bilimlerin tümü de, "Turizm Bilimi"nin ilişki alanı içerisinde.

Şimdi, "Turizm Olayı" ile "Endüstri İhtilâli" arasındaki ilişkilere geliyoruz.

3. ENDÜSTRİ İHTİLÂLİNİN TURİZM OLAYINA TESİRLERİ VE SOSYOLOJİNİN ORTAYA ÇIKIŞI İLE "MODERN TURİZM OLAYI" NIN BAŞLANGICI ARASINDAKİ PARALELLİKLER

Araştırmamızın II. Bölümünde "bugünkü anlamda turizm olayı" nı tamalarken, bu olayın XIX. asrın sonlarında ve XX. yüzyılın başlarında önem kazandığına değinmiştik. Demek ki, "Turizm Olayı" na sanayileşmenin ve dolayısıyla da Endüstri İhtilâlinin bir sonucu olarak bakabiliriz.

Usta'ya göre, modern turizm, sanayileşmenin bir sonucu, çok yönlü bir olay olarak, çeşitli faaliyetleri kapsayan bir hizmet endüstrisi niteliği kazanmıştır. Bu endüstrinin günümüzde yaygınlaşmasıyla geniş halk kitlelerinin turizme katılması imkânı sağlanmıştır.

Günümüzün modern turizmi, birbirine bağlı üç olgu arasındaki ilişkinin sonucunda doğmuştur. (Usta 1988: 5).

1- Gelişmekte ve yayılmakta olan sanayi uygarlığı verimlilik artışını sağlamış, aynı zamanda şu imkânları da beraberinde getirmiştir:

a) Ücretlerin ve gelirlerin artışı nedeniyle saunalma gücü, daha fazla gelir.

b) Tatil sürecinin artması ya da çalışma sürecinin azalması veya emeklilik yaşının düşürülmesi suretiyle daha fazla boş zaman. Bilindiği gibi turizmin oluşması için dört temel unsurun bir arada bulunması gerekmektedir.

Bunlar:

i- Gelir,

ii- Boş zaman,

iii- Teknik imkan,

iv- İstek'tir.

2- Sanayi uygarlığının gelişmesiyle birlikte, doğal çevre, toplumsal yaşam, kişinin mesleki ve özel yaşamındaki dengeleri bozan çevre sorunları gibi birçok olumsuz etkiler ortaya çıkmaktadır.

3- Sanayi uygarlığının yarattığı olumsuzluklara karşı, doyurabildiği ihtiyaçların çeşitliliği ve doğal kay-

naklara dönüş imkânı sağlaması nedeniyle turizm, çözüm yollarından en önemlisi olmaktadır.

Böylece görülmektedir ki, sanayi uygarlığı ile turistik gelişme arasında yakın bir ilişki vardır. Endüstri ihtilâlinin kastedilenin bir anlık bir olay değil bir olaylar zincirinin belirli bir süreç içerisinde bir akışı olduğunu hatırlarsak "Sanayi Uygarlığı"nın da bu sürecin bir türevi olduğunu çıkartabiliriz.

Daha önce değindiğimiz ve Endüstri ihtilâlinin sonucu Sosyolojinin doğuşu ile ilgili gördüğümüz hususlarla "Bugünkü anlamda Turizm Olayı"nın ortaya çıkışını ve giderek, genişleyerek devamını sağlayan unsurlar arasında tam bir paralellik kurmamız mümkündür:

- 1- Şehirleşme, büyük şehirlerin çoğalması,
- 2- Kırsal yörelere, tabiata özlem,
- 3- Teknolojinin gelişmesi ve paralelinde yeni teknolojinin insanlığın hizmetine verilmesi,
- 4- Ülkelerin refah düzeyinin artması. Dolayısıyla vatandaşlarına yeni imkânlar sağlamaları,
- 5- İnsanların entellektüel seviyelerinin yükselmesi,
- 6- Ulaşım sisteminin gelişmesi; Haberleşmenin yoğunlaşması, dünyanın giderek küçülmesi,
- 7-Sosyal refah düzeyi içerisinde boş zamanların çoğalması, ekonomik gücün, tasarruf imkanının artması.

Bütün bu ve buna benzer unsurlar sosyolojinin konusu içine girdiği gibi, "Turizm Olayı"nı da geliştiren faktörler olmuştur.

Özellikle şehirleşme sosyolojinin olduğu gibi, turizm olayının da en önemli unsurudur.Yaratıldığı problemleri ile turizm olayına kaynak sağlarken, özellikle daha önce değindiğimiz sanat ve kültür merkezi büyük şehirler,turizm olayının odak merkezini de teşkil etmektedirler.

Endüstrileşme ile şehirleşme arasında yakın bir bağıntı vardır.Endüstri büyük kentlerde ortaya çıkıp geliştiği gibi,endüstrileşme süreci şehirlerin büyümesine ve gelişmesine yol açmıştır. Şehir hayatı kendine has özellikleri ile içinde barındırdığı ekonomi ve hayat tarzından kaynaklanan sorunlar, turizm hareketlerinin gelişmesini büyük ölçüde etkilemiştir.

Günümüzde, şehirleşme, şehirlerde yaşayanların oranının artmasını simgelemektedir. Bu anlamda, şehirleşme yakın zamanlarda, endüstri ihtilâliyle bağlantılı olarak ortaya çıkan bir olaydır. Dünyada daha önce de şehirler vardı; ancak, toplumların çok küçük bir bölümü şehirlerde yaşamaktaydı. Ancak, 1800 yılından sonradır ki, kimi ülkeler yüksek bir şehirleşme düzeyi elde etmişlerdir. 19. yüzyılda, Avrupa ve Kuzey Amerika'da şehirleşme büyük bir hızla ilerlemiş; bu ülkelerde, kırsal alanlarda yaşayan nüfusun oranı büyük ölçüde

azalmıştır. 1900 lerden sonra ise, Batı ülkelerinde artmıştır (Doğan 1987:44).

Şehirlerdeki sosyal hayat, köy yaşamına göre oldukça değişik özellikler gösterir.Şehirlerde insanlararası ilişkiler, kişisel, içten, yakın ilişkiler olmaktan çok; insanların yaptıkları görevlerle ilgili parça parça ilişkilerdir. İnsanlar, çok yakın bir aile ve arkadaş çevresinin dışında duygusal olarak birbirleriyle ilgilenmezler; birbirlerine yabancıdırlar. Böyle bir ortamda, komşuluk bile sınırlı olmakta; aynı çevrede oturan insanlar birbirlerini tanımamaktadırlar. Şehir ortamının binalardan ve teknik araçlardan oluşan yapay niteliği, insanları kuşatmış; onları tabiattan ayırmıştır. Ayrıca, şehir hayatı içinde insanların kalıplaşmış ve her anı düzenlenmiş etkinliklerde bulunmaları, onları adeta robotlaştırmakta; yorgun düşmelerine neden olmaktadır. Şehirlerin gürültüsü de, insanların sinirlerini yıpratıcı başka bir olgudur. Şehir hayatının bu özellikleri, insanlardan, şehirlerden kaçma isteği uyandırmaktadır. İnsanlar, şehir hayatının gürültüsünden, yıpratıcılığından, tekdüzeliğinden, yapaylığından kaçarak, sesiz bir ortamda dinlenmek, başbaşa olmak, küçük topluluklarda kişisel ve yakın ilişkiler kurmak, dinlenmek, bedensel ve ruhsal yorgunluklarını atmak istemektedirler. Bu imkânı ise, turizm sağlamaktadır. Böylece, şehir hayatının itici etkisi, insanların tabiata yönelmesinde, dolayısıyla turizm hareketlerinin ortaya çıkmasında en önemli etmenlerden biri olmuştur. Şehirlerde oturanlar, fırsat buldukları her anda, kısa hafta sonu tatillerinde, uzun yaz tatillerinde, kırsal bölgelere akın etmektedirler. Turizm hareketlerine katılanların büyük bölümünün kentlerde oturanlar olması, bu durumu kanıtlamaktadır (Güler 1978:12-14).

Eralp (1975:21-25),şehirlerin, insanları kendilerinden, birbirlerinden ve içinde yaşadıkları çevreden yabancılaştıran bu özelliklerine ek olarak şehirlerin olumsuz etkilerini şu biçimde sıralamaktadır:

- 1- Şehirleri oluşturan yapılar, hava akımlarının önünü keserek, iklim değişikliklerine neden olmaktadır,
- 2- Gerek alanların yapılarla kaplanması, gerek bu durumun hava akımlarını kesmesiyle, havanın bitkilerin çıkardığı oksijenle temizlenmesi yavaşlamakta, hava kirlenmektedir; ayrıca, canlı varlıkların çıkardığı karbondioksit, bacalardan, taşıt araçlarından, lağım sularından, çöplüklerden çıkan zehirli gazlar, hava kirlenmesine neden olmakta; çöpler ve lağımın çevre kirlenmesine yol açmaktadır.

Bu nedenle şehir insanı, şehrin dışına, tabiatın hakim olduğu yerlere koşmakta; bu durum, bir turizm hareketi oluşturmaktadır. Öte yandan, şehirler, içerdikleri imkanlar nedeniyle, sosyal ve kültürel gelişmenin mer-

kezi durumuna gelmişlerdir. Çeşitli spor olayları, kültürel olaylar, sanat merkezleri, bilimsel toplantılar, sergiler, şehirlerde olmaktadır. Aynı zamanda, şehirlerde birçok müzeler, anıtlar da bulunmaktadır. Böylece, şehirler, bir çekim merkezi özelliği de göstermektedir. Bu nedenle, şehirlerden kırsal bölgelere yönelik bir turizm hareketinin yanında, kentlere yönelik bir turizm hareketi de ortaya çıkmaktadır.

Böylece, şehirler, içerdikleri olumsuz nitelikler nedeniyle kırsal bölgelere; içerdikleri olumlu özellikler nedeniyle kendilerine doğru turistik hareketlerin kaynakları olmaktadır. Bir kaynak olarak, turizm hareketlerinin gelişmesinde en önemli sosyal faktörlerden birini oluşturmaktadırlar.

4. ENDÜSTRİ İHTİLÂLİ'NDEN SONRA GELİŞEN VE TURİZMİ YAYGINLAŞTIRAN İMKÂNLAR

Kenleşme dışında Endüstri ihtilâlinden sonra ortaya çıkan ve sanayi uygarlığının gelişmesi sonucu turizmi geliştiren faktörler de şunlar olmuştur (Usta 1988: 7-10):

1. Ulaştırma araçlarının hızlı teknik gelişmesiyle:

- a) Bireysel ulaşım araçlarının, özellikle otomobilin daha sonra da deniz ve hava ulaşım araçlarının,
- b) Demiryolları, otobüs, gemi, metro yolu ile yapılan toplu ulaşım gelişmesi sağlanmıştır.

Özellikle kitle ulaşım araçlarındaki gelişme ile ulaşım maliyetleri arasındaki ilişkinin büyük olduğunu belirtmekte yarar vardır. Kitle ulaşımından daha masraflı görülen bireysel özel ulaşım araçları ise, kişilere her an "emre hazırlığı" ve "özgür seyahat" gibi imkânlar sağlanmasıyla önem kazanmıştır.

Sonuçta, "Ulaştırma endüstrisinin yüzyılımızdaki gelişimi sonucunda hızlı ve kitlesel ulaşım imkânı veren araçların kullanılması, zamanı ve mali gücü çok sınırlı olan insanların da turizm hareketlerine katılmasını sağlamıştır. Böylece ulaşım geliştikçe turistik hareketler miktar bakımından artmış ve orta sınıfı oluşturan halk seyahat etme imkânını elde etmiştir. Bunun anlamı, ulaştırmanın turizm üzerinde hem miktar, hem de kalite yönünden etki etmiş olmasıdır. (Olalı 1984: 177).

2. Kitle iletişim araçlarının gelişmesi, turizmde sürekli ve güvenilir iletişimi yaratmıştır. Bu iletişimin özellikleri şöyle belirtilebilir:

- a) Uzak kabul edilen mesafelerle iletişim kolaylaşmış, yeni teknik imkânlar uluslararası düzeyde bir iletişim sağlamıştır.
- b) Evlerin içlerine kadar girebilen gazete, radyo, televizyon gibi etkin araçları kapsayan gelişmiş bir ile-

tişim sistemi doğmuştur.

c) Özellikle renkli yayınlar yolu ile kişide tatile çıkma isteği uyandıran bir iletişim, turizmi sürekli teşvik etmiştir.

d) Yaş, cins, meslek ve yer ayırımı yapmaksızın, aynı anda, her kategorideki kişilere bilgi veren iletişim, turizme katkı yapmıştır.

Böylece "bilgi verme" özellikleri nedeniyle kitle iletişim araçları, kitle turizminde temel faktör olmuştur.

3. Kişilerin ve toplumların eğitim düzeylerinin yükselmesi; genel kültür düzeyini yükseltirken, kendilerini çevreleyen dünyayı tanıma isteğini de arttırmıştır. Eğitim düzeylerinin yükseltilmesi, bir yandan geleneksel eğitimin geliştirilmesi, diğer yandan her meslek ve yaştaki kişilerin sürekli eğitimi şeklinde ortaya çıkmaktadır.

4. Her düzeyde, çağımızı simgeleyen genel hareketlilik ve seyahat unsuru artmış ve şu yönlerde gelişmiştir:

a) Mesleki hareketler: İş hayatında bulunan kişilerin eğitim aşamasından itibaren katıldığı seyahat hareketleri,

b) Toplumsal hareketler: Kişinin yaşamı boyunca çeşitli nedenlerden ötürü, oturduğu yeri değiştirmesinden doğan hareketlilik. Ayrıca ikinci konut edinme konusundaki artan eğilimler de bu tür hareketlerin kapsamındadır.

c) Kişisel hareketler: Ortam değişikliği, yenilik, dinlenme eğlenme v.b. ihtiyaçlarının kişide daha uzak veya değişik yerlere gitme isteği yaratmasından doğan hareketlerdir.

5. Çevre sorunları geniş boyutlara ulaşmıştır.

Sanayi uygarlığının gelişmesi, etkisi en çok kişi üzerinde görülen çevre sorunlarının artmasıyla da simgelenebilir. Günümüzün çevre sorunlarını belirleyen bazı ölçütler, kişide yaşamı için zorunlu olan iş hayatından uzaklaşma, fiziksel ve ruhsal dengesine turizm yolu ile kavuşma özlemi yaratan olgularda görülebilir.

Böylece, sanayi toplumundaki doğal ve sosyal çevresi belirlenen turist karakteristiğini şu şekilde özetleyebiliriz:

Günümüzün turisti:

- 1- Yaşamın sürdürülmesi için zorunlu ihtiyaçlarını karşılamış olan,
- 2- Bir miktar artı gelire ve yılın bazı dönemlerinde boş zamana sahip bulunan,
- 3- Bazı yükümlülükleri ve yasakları olan bir çevrenin etkisinde kalan,
- 4- Çeşitli baskılar ve etkiler altında yaşayan,
- 5- Doğa ile ilişkileri koparılan,
- 6- Özgürce seçtiği işlerden çok, kabul ettirilmiş

alanlarda ve uğraşlarda bulunmak zorunda bırakılan,

7- Çeşitli ve çelişkili dürtülerle karşı karşıya kalan,

8- Yeterli sayıda ulaşım araçlarına sahip bulunan,

9- Kendisine diğer bireylerle bir araya getiren toplumda yaşamak ve toplumun taklit özelliklerini kabul etmek zorunda olan,

10- Giderek artan sayıda ve nitelikte ulusal, uluslararası ve kıtalararası turistik talebin içinde bulunan, biridir.

Bu "tip", "Endüstri ihtilâli"nin ürünü olan çağımız insanıdır.

KAYNAKLAR

- ARAMBERRI, Julio R., "Tourism and its Socio-cultural Approach" *Vienna Centre Newsletter*, International Science Council Vienna, 1985.
- ARON, Raymond, *Sosyoloji ve Düşüncenin Evreleri*, Çev. Doç. Dr. Korkmaz Alemdar, T. İş Bankası Yayınları, Ankara, 1986.
- BAUD-BOVY, M. ve F. LAWSON, *Tourism and Recreation Development*, C.B.I., Boston, 1977.
- BROUPHAM, J.E. ve R.V. BUTLER, *The Social and Cultural Impact of Tourism: A Study of Sleat, Isle of Skye* Scottish Tourist Board, Edinburgh, 1977.
- BROWN, J. Francis, *Sociology*, Pricentice Hall Inc., 1958.
- COHEN, E. "Towards a Sociology of International Tourism", *Social Research*, 29: 164-182, 1972.
- COHEN, E., "Rethinking the Sociology of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 6: 18-35, 1979.
- COHEN, E., "A Phenomenology of Tourist Experiences", *Sociology*, 13: 179-202, 1979.
- FICHTER, H. Joseph, *Sociology*, The University of Chicago Press, Chicago, 1971
- FORSTER, John, "The Sociological Consequences", *International Journal of Comparative Sociology*, 5: 217-227, 1964.
- FOX, Morris, *The Social Impact of Tourism Challenge to Researchers and Planners*, Finney, B.R. and K.A. Watson (Ed.) A New Kind of Super, East-West Institute, Honolulu, Hawaii, 1976.
- GEELENER, R. Charles, *Travel Trends in the United States and Canada*, Business Research Division Colorado, 1984.
- GREEN, Arnold W., *Sociology, An Analysis of Life in Modern Society*, Mc Graw Hill Book Comp., New York, 1964.
- GÜLER, Şevki, *Turizm Sosyolojisi*, Turizm ve Tanıtma Bakanlığı T.E.G.M. Yayını, Ankara, 1978.
- GÜLERSOY, Çelik, *Batıya Doğru*, İstanbul, 1976.
- GÜNAY, Şevket ve ÇINAR, T., *Genel Turizm Bilgisi*, T.T.Y.Ö.O., Yayını, Ankara, 1975.
- H.DIN, Kadir, "Social and Cultural Impacts of Tourism" *Research and Cultural Impacts of Tourism*, 1988.
- HAULOT, "Social Tourism: Current Dimensions and Future Development", *Tourism Management*, 2: 207-212, 1981.
- HEENAN, David A., "Tourism and the Community a Drama in three acts" *Journal Travel Research*, 16, 4: 30-32, 1982.
- KRIPPENDORF, J., "Towards New Tourism Policies; the Importance of Environmental and Socio-Cultural Factors", *Tourism Management*, 1982.
- MIROSLAV, Oragicevic ve MIROSLAV Jilek, "Tourism and Social Environment Interaction" *Vienna Centre Newsletter*, International Science Council, Vienna, 1985.
- MOTHIESON, H. Wall, *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Longman Inc, 1982.
- NIRUN, Nihat, *Sistematik Sosyoloji Yönünden Sosyal Dinamik*, DTCF Yayınları, Ankara, 1969.
- NIRUN, Nihat, *Sosyoloji 2. Kitap*, Yay-Kur Yayınları, Ankara, 1977.
- NIRUN, N. ve ERDOĞMUŞ Z., *Sosyoloji*, Yay-Kur Yayınları, Ankara, 1976.
- ÖZDEMİR, Mehmet, *Araştırma Nedir? Bilimsel Araştırma Metodolojisi Üzerine Not*, T.C. Turizm Bankası A.Ş. Yayını, Ankara, 1982.
- ÖZDEMİR, Mehmet, "1977 Yılına Girerken Türkiye'de Bilgi Hiyerarşisi Denemesi", *Ankara Ticaret Odası Dergisi*, Haziran-Aralık 1976.
- ÖZDEMİR, Mehmet, *Turizm Nedir?*, T.C. Turizm Bankası A.Ş. Araştırma ve Eğitim Başkanlığı İnceleme/ Araştırma Dizisi, Ankara, 1987.
- PEARCE, P. L., *The Social Psychology of Tourist Behavior*, Pergamon, Oxford, 1982.
- ROTHMAN, Robert A., "Residence and Transients: Community Reaction to Seasonal Visitors", *Journal of Travel Research*, (Winter) 16: 8-13, 1978.
- SELWYN, Tom, *Social and Cultural Impacts of Tourism*, Froebel College, London, 1978.
- TOSKAY, Tunca, *Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım*, İ.Ü. İktisat Fak. Yayını, İstanbul, 1978.
- TOSKAY, Tunca, *Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım*, Der Yayınları, İstanbul, 1983.
- USTA, Öcal, *Turizm, Turizm Olayına ve Türk Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım*, Sümbül Basımevi, İstanbul, 1988.
- VAN, Doorn ve JOSEF, W.M., "Some Critical Notes on Socio-Cultural Impact Studies in Developing Countries", *Vienna Centre Newsletter*, International, Social Science, Vienna, 1985.

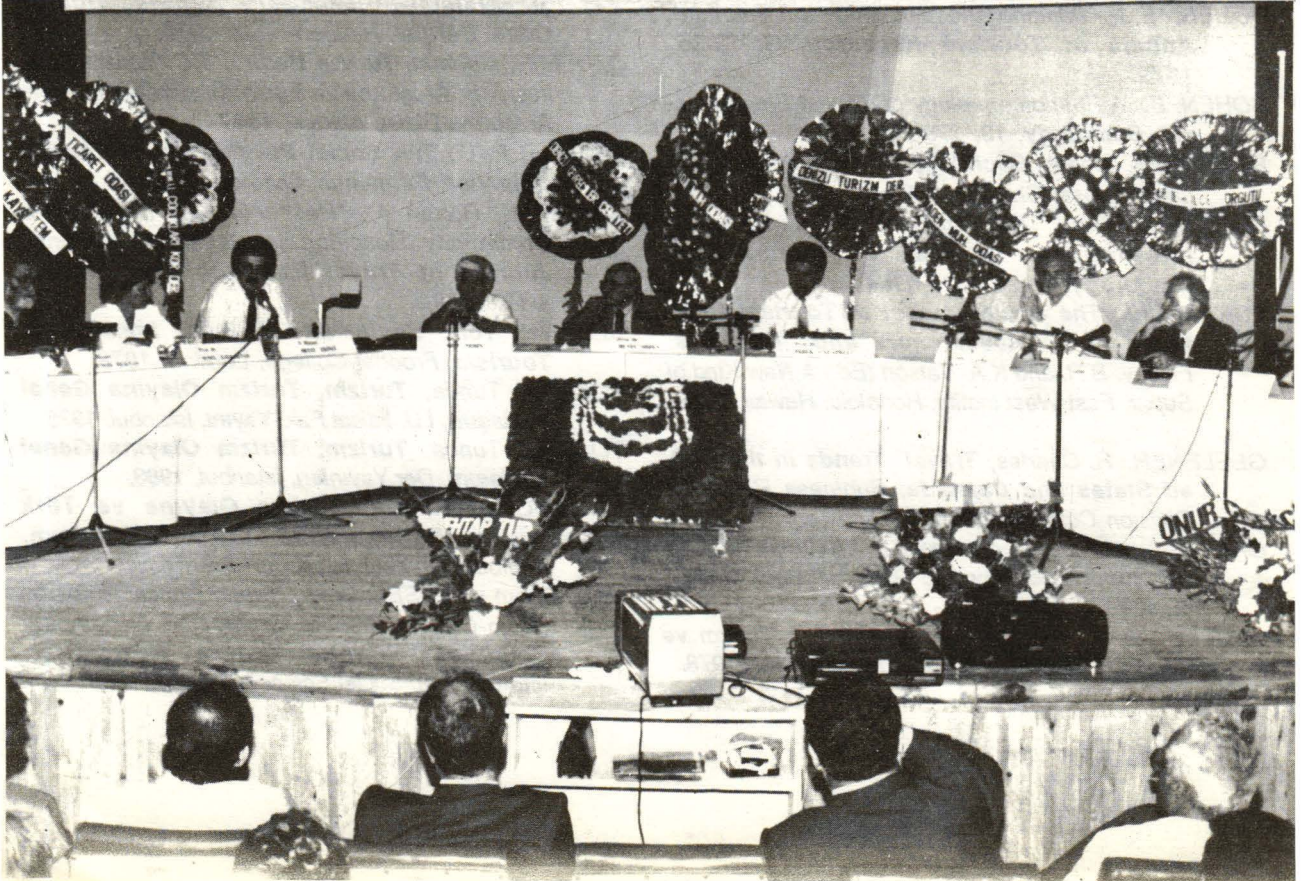
PAMUKKALE'Yİ KORUYALIM, YAŞATALIM SEMPOZYUMU YAPILDI

Dünyaca tanınmış doğa harikası Pamukkale'nin korunması için Denizli'de 25-26-27 Mayıs tarihleri arasında çok önemli bir sempozyum düzenlendi. Ülke turizminin can damarlarından olan Pamukkale'de son yıllarda yaşanan başkalaşım artık bütünüyle yörede yaşayanların, Denizli lilerin ve uzmanların sorunu olmaktan taşarak Türkiye turizmini ilgilendiren bir sorun olarak kamuya yansıyor.

Her yıl bir milyon turistin büyük ilgi ve hayranlıkla gezdiği Pamukkale, günümüzde giderek bozulmanın eşiğinde. Türkiye turizminin can damarlarından Pamukkale'de yaşanan olumsuz gidişe son vermek ve Pamukkale'yi korumak amacıyla DENİZLİ MİMARLAR ODASI'nca düzenlenen sempozyumda konu bütün ayrıntılarıyla gündeme getirildi, tartışıldı.

Sempozyuma aralarında Prof. EKREM AKURGAL, Yük. Mim. OKTAY EKİNCİ, Prof. CEVAT GERAY, yazar AZİZ NESİN, TURSAB Başkanı BAHATTİN YÜCEL, Prof. METİN SÖZEN, ZEKAİ BAYER ve yabancı bilimadamlarının da bulunduğu 26 konuşmacı katıldı.

Sempozyumda konuşan bilimadamları, 5 milyon yılda oluşan travertenlerin, su azalımı ve kötü kullanım sonucu bozulmanın eşiğine geldiğini vurguladılar. Konuşmacılar, bu kötü kullanımın antik HIYERAPOLIS kentini de etkilediğini ve SİT alanı içine taşan yapılaşmalardan dolayı oluşan bozulmaya dikkatleri çektiler. Doğa ve turizm cenneti Pamukkale'nin hızlı bir kararma yaşadığını söyleyen konuşmacılar, Pamukkale'nin ya da diğer adıyla BEYAZ CENNET'in geleceği açısından kuşku uyandıran yozlaşma ve çarpık yapılaşma olgusunun bütün dünyanın ilgisini çeken bu harika güzelliğin yakın bir gelecekte bütünüyle yok edebileceğine dikkat çektiler.



"Pamukkale'yi Koruyalım,
Yaşatalım
Sempozyumu"
Sonuç Bildirgesi
"BARIŞA VE GELECEĞE
UZANAN KÖPRÜDE
PAMUKKALE"

GENEL İLKELER

Üç gün süren çeşitli tartışmaların ardından, UNESCO'nun Birleşmiş Milletler Örgütü'nün desteği ile ilan ettiği "Kültürel Gelişmenin Dünya On Yılı" ilkelerinin de doğrultusunda sempozyum, şu genel ilkeleri, görüş ve önerileri dile getirdi:

- İnsan, doğal, toplumsal, kültürel ve tarihsel çevresiyle bir bütündür. Doğal, tarihsel ve kültürel değerlerden yararlanma, doğayı ve geçmişin kültür birikimlerini, çağdaş gereksinimler çerçevesinde koruyarak yenileme ve kendi kültürünü yeniden oluşturma hakkı evrensel insan haklarından. Bu hakkın kullanılmasının önündeki tüm maddi ve manevi engeller kaldırılmalıdır.

- Doğal, tarihsel ve kültürel değerlerin korunması, arındırılması, yenilenmesi ve yeniden üretilmesi sürecinin odağında **insan** vardır. Doğal ve kültürel çevreyi kullanan ve yaratan halkın, "kendi gelecekleriyle ilgili projelere etkin katılımı, bu projelerin uygulanabilir olması için bir dilek olmanın çok ötesinde, **olmazsa olmaz** bir koşuldur."

- Doğal, tarihsel ve kültürel çevrenin korunması, turizmin yalnızca ekonomik boyutuna indirgenemez. Hem turizmin, hem koruma ve geliştirmenin kültürel boyutu gözardı edilemez. Kaldı ki, turizm, ekonomik boyutun ötesinde, yerli halkınızla, gelen ziyaretçilerin birbirleriyle tanışmalarını, kültür alışverişinde bulunmalarını da sağlayan BARIŞA UZANAN KÖPRÜDÜR.

- "Yeni ve çağdaş yaşamın kurulmasında, geçmişin bize bıraktığı büyük miras, en önemli yol göstericilerinden biridir. "Bu nedenle tarihsel, kültürel değerlerimizin korunması ve geliştirilmesi de, hem kendi halkımızın, hem tüm insanlığın kültür çeşitliliğinin ve sürekliliğinin sağlanmasında GELECEĞE UZANAN KÖPRÜDÜR.

- Ancak gerek koruma ve geliştirme, gerek turizm, öncelikle kendi insanımız için yapılmalı, geçmişimizle sağlıklı ilişkiler kurarak geleceğimiz belirlenmeli, insanımız ve çevremiz kendi kişiliklerine, kimliklerine kavuşturulmalıdır.

- Siyasal iktidarlar ve partiler, kalkınma politikalarında ve programlarında, doğal ve kültürel çevrenin korunup geliştirilmesine, katılımcılığa daha fazla yer vermeli, partiler arasında, **uzlaşma sağlanmalı**, bu alandaki politikaları belirleyici, yönlendirici değil, özendirici olmalıdır.

- Halk katılımının en yakın örneği olan yerel yönetimler, tarihsel, doğal ve kültürel çevrenin korunup geliştirilmesine özen göstermelidir.

- Sivil toplum örgütleri, meslek odaları, üniversiteler, sendikalar, çeşitli özel ve resmi kuruluşlar doğal ve tarihsel çevrenin korunmasında etkin olmalıdır.

- Okullarımızda, eğitim programlarımızda, tarihsel, doğal ve kültürel değerlerimizin korunması, çevre ve sahiplenme bilincinin oluşturulması için gereken önem verilmelidir.

- Sempozyum: Demokratikleşme-insan ve çevre olgusunu bir bütün olarak algılar. İnsanın mutluluğu için demokratikleşmeyi, çevrenin korunmasını ve geliştirilmesini zorunlu sayar. Planlamanın tarihsel, sosyal, ekonomik, fiziksel ve kültürel boyutlarıyla ele alınması gereğini vurgular.

- "Kültürel Gelişmenin Dünya On Yılı" belgesinde belirtilen projelerin geliştirilmesini ve uluslararası platformlarda savunulmasını, Mimarlar Odası'na daha önce önerilen diğer projeler gibi, Pamukkale'nin de çağdaş uygarlığa kazandırılmasını önerir.

SAPTAMALAR

Bu genel yaklaşım değerlendirmelerin ışığında sempozyum, Pamukkale için aşağıdaki saptamaları yapmıştır:

- Pamukkale, termal suyu, traverten teraslarını ve antik Hierapolis kalıntılarını bir arada barındıran

doğal ve arkeolojik bir sit alanıdır.

- Özellikle, termal suyun yüzyıllardır yamaçlardan serbestçe akmasıyla oluşturduğu beyaz traverten terasları, özgün bir doğal varlık olarak "tümünde tek örnektir."



Aziz NESİN

- Pamukkale ya da Hierapolis, geçmişinden bugüne incelendiğine, su-insan ilişkisinin iyice belirginleştiği, termal kaynağına bağlı olarak bir kentin nasıl kurulup geliştiğinin ilginç bir örneğidir.

- Bu özelliklerinden dolayı yalnızca ülkemizin değil, tüm insanlığın ortak mirası kabul edilen Pamukkale ve çevresinde turizm gelişmekte, bu gelişmeyi aşan ölçülerde düzensiz ve karmaşık bir yapılaşma oluşmakta, termal su kirlenmekte, travertenler karamakta ve bu yanlış oluşumlar nedeni ile Pamukkale yok olma sürecinin sonuna gelmiş bulunmaktadır.

- Yok olma sürecinin durdurulması, Pamukkale'nin gerçekten korunup geliştirilerek halkımızın ve tüm insanlığın yararına sunulması tarihsel bir zorunluluk ve görevdir.

GÖRÜŞ VE ÖNERİLER

Bu anlayışla sempozyum, "Koruyan ve yaşayan bir Pamukkale" için şu görüş ve önerileri geliştirmiştir:

● Özgünlüğü, teklifi ve önemine bağlı olarak, Pamukkale için özel bir yasa çıkarılmalı, yasanın temelini, bu sonuç bildirgesinde yer alan ilke, görüş ve öneriler oluşturmalıdır. Ayrıca yürürlükteki yeraltı suları yasası gözden geçirilmelidir.

● Pamukkale'nin jeotermal ve jeomorfolojik yapılanmasının önemi gözönüne alındığında, yapılacak koruma-geliştirme planı, mevcut sit sınırları ile sınırlı kalmamalı, öncelikle bu konularda gerekli araştırmalar yapılmalı, koruma zonu belirlenmelidir. Pamukkale-Karahayıt jeotermal su kaynaklarını etkileyecek ve uzmanlarca belirtilecek bir alan içinde sondaj yapılması kesinlikle önlenmelidir. Jeotermal su, Pamukkale ve Karahayıt'ın varlık nedenidir.

● Doğal veriler, ayrı ayrı değil, bir arada kul-

lanıldıkları zaman değerlidir görüşünden yola çıkarak, termal su, antik kent kalıntıları ve beyaz traverten terasları bir bütün olarak ele alınmalı, insan-doğa ilişkileri dengeli bir biçimde kurulmalı ve "Çevrenin akılcı kullanımıyla gelişme ve koruma arasında, çevre lehine, uzmanlaşma sağlanmalıdır."

● Turizm ve kültürel etkinliğin arttırılması bakımından, çevrede diğer ören yerleri ve doğal güzelliği olan yerlerle, özgün mimari ve kültürel birikime sahip yerleşme birimleriyle ilişki kurulmalı, Laodikya ve Hierapolis öncelikle Denizli halkının kültür yaşamına katılmalıdır.

● Denizli ve çevresindeki tüm antik yerleşimler, kanal, baraj ve yol açma gibi nedenlerle bozulmamalı, defincilik ve yağmacılık önlenmelidir.

● Turizmin varlığını sürdürmesinde termal suyun, beyaz traverten teraslarının ve antik kentin korunması ve yaşatılması ön koşuldur.

● Turizmin gelişmesinde ise, birlikteliği ve kültürel alışverişi de sağlayacak biçimde, insan ilişkileri ön plana çıkarılmalı, yalnız büyük işletmelere değil, örgütlenmiş pansiyonculuk ve turizm kooperatifçiliği de özendirilmeli, ayrıca yakın çevredeki tarımsal alanlar yok edilmeden, tarım ve turizmin içiçe yapılmasına da olanak verilmelidir.

Jeotermal su, sınırlı kapasitesi de gözönüne alınarak:

- Öncelikle, traverten teraslarının beyazlatılması ve çoğaltılmasında ve doğal traverten havuzlarında, insan-su-beyazlık ilişkisinin kurulması amacıyla,

- Beyazlatma işlevinden sonra, tabanda, gölet, havuz ve kanallarda toplanarak yüzme, su bisikletleri, kayak v.b. araçlarla gezinti ve travertenleri tabandan seyir gibi rekreatif anlamda,

- Ardından, antımları koşuluyla Pamukkale



Yük. Mim. Oktay EKİNÇİ

kasabası ve diğer köylerde tesislerde kullanılmalı, tarla sulama jeotermal suyun en son işlevi olmalıdır. D.S.İ kanalıyla yürütülen yöredeki tarla sulama programları

hızlandırılmalıdır.

- Arkeolojik ve doğal sit alanındaki kamu ve özel kesime ait mevcut tesisler:

- Gerek antik kentin tam ortasındaki motel ve jandarma tesisleri,
- Gerek traverten teraslarının en güzel noktalarında kurulmuş tesisler,
- Gerek sit alanına giren diğer tesisler;
- Tesis sahiplerinin haklarını da gözeterek, beş yıllık bir program çerçevesinde-aşamalı olarak kaldırılmalıdır.

Sempozyumun tüm katılımcıları bu en önemli karara aşağıdaki gerçeklerle varmışlardır:

- Arkeolojik ve doğal sit alanındaki mevcut tesisler, korumanın temel ilkelerine aykırıdır.
- Çoğunun yasaklıları da tartışmalıdır.
- Pamukkale Motel ve Jandarma tesisleri antik kentin tam ortasından geçen ana yol-antik gezi güzergahı-üzerindedir.



Prof. Metin SÖZEN

- Diğerleri, traverten terasları üst gezi güzergahını kesen konumda, mola, dinlenme terası, baki noktaları gibi, genel amaçlı kullanıma en uygun noktadlardır.

- Bu konumlarıyla gerek antik kentten, gerek traverten teraslardan daha çok ziyaretçinin yararlanmasını engellemektedir.

- Tümü, havuzlarında ve banyolarında termal su kullanmakta, suların kirlenmesi nedeniyle tam beyazlatma sağlanamamaktadır.

- Mevcut tesislerin fosseptik ve kanalizasyon sorunları, su kirlenmesine yol açmaktadır.

- Tesisler, mevcut yapılarıyla, doğal ve tarihsel peyzaj içinde, aykırı görünüm sergilemektedir.

- Pamukkale'de kendiliğinden oluşmuş, çok yüksek ranttan en çok mevcut tesisler yararlanmakta, üstelik çevrenin korunup-geliştirilmesine katkı verme-

mektedirler.

●Doğal ve tarihsel değerler, öncelikle halk yararına kullanılmalıdır.

●Bu tesislerin dışında, doğal ve arkeolojik sit alanı, Pamukkale kasabası ve yukarıdaki ören mahallesi mahallesi tarafından sıkıştırılmaktadır. Bu olumsuz yapılaşma durdurulmalı, arada yeşil kuşak oluşturulmalıdır.

●Pamukkale Kasabası ve Karahayıt Köyü gibi yakın çevre yerleşim birimlerinin karmaşık ve kimliksiz yapılaşması durdurulmalı, bu yöreler planlama kapsamına alınmalıdır.

●Mevcut asfalt yol ve diğer taşıt yolları tümüyle kaldırılmalıdır.

SİT bölgesi içinde, gelişigüzel piknik, sürü otlatma yapılmamalı, çöp, WC, reklam levhaları, elektrik direkleri ve kablolar, sorunu çözümlenmeli, teraslar üzerinde dolaşım, travertenler zarar vermeyecek biçimde düzenlenmelidir.

Sempozyum, yukarıdaki görüş ve önerilerin uygulamaya geçebilmesi için, aşağıdaki kararların alınmasını ve örgütlenme biçimini gerekli görmüştür:

- Planlama çalışmalarının, sempozyum çalışmalarından çıkan temel ilke ve ana kararlara göre yapılması, proje ve planlama çalışmalarının her aşamada tartışmaya açılması, gerek planlama sürecinin sağlıklı gelişimi, gerek sahiplenme bilincinin artırılması ve böylece uygulamanın gerçekleştirilebilirliği açısından zorunludur.

- Sempozyumdan çıkan sonuçların gerçekleştirilmesi için, yöre halkının, konuyla ilgili resmi ve özel kuruluşların, meslek odalarının üniversitelerin ve diğer sivil toplum örgütlerinin temsilcilerinden oluşan bir "Pamukkale'yi Koruma Yaşatma ve İzleme Kurulu" oluşturulmalıdır.

- Pamukkale tarihi ve doğal sit alanı içinde kalan tüm mevcut tesislerin kaldırılması, planlama çalışmasına temel dinamik olarak girmelidir.

- Sempozyumda ortaya çıkan görüşler doğrultusunda, Pamukkale Koruma Geliştirme Planı İhtales'ne esas olan şartname yeniden gözden geçirilmeli, planlama alanı sadece, mevcut sit alanı ile sınırlı kalmamalı, tarihi ve doğal sit alanı "açık müze" kullanımını dışında başka temel bir işleve kavuşturulmamalıdır.

Sempozyum bu sonuç bildirgesini ulusal ve yerel yönetimin ilgili organlarına, ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlara iletceğini, tüm yurt ve dünya kamu oyuna, basın ve yayın organları aracılığı ile titizlikle duyurulacağını açıklar.

TÜRK HAVA YOLLARI'NIN TÜRK TURİZMİ İÇİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Dr. Cem KOZLU

Türk Havayolları Genel Müdürü

İnancım odur ki, THY olarak bize Türk turizmine hizmet konusunda ya da Türk turizmine katkı konusunda üç ana rol düşmektedir. Bunlardan biri, tanıtma konusudur. Bugüne kadar büyük ölçüde ihmal ettiğimiz, hatta hemen hemen hiç faaliyette bulunmadığımız tanıtma konusudur. İkinci konu, taşıma konusudur. Üçüncü konu da organizasyondur.

TANITMA

Çeşitli forumlarda Türkiye'nin tanıtma konusundaki eksikliği -geride kalmışlığı diyelim, geride eksikliği diyelim-, diye getiriliyor. TÜRSAB'ın bu konuda değerli çalışmaları var. Ve Turizm Bakanlığı bu konuya el atmış durumda, ve son yayınlanan teşviklerle de, özellikle de Türkiye'nin ve turistik işletmelerin, turistik faaliyetlerin tanıtılması, pazarlanması için çok önemli teşvikler formüle edilmiş vaziyette.

(* Bu yazı, 28-30 Mart 1990 tarihleri arasında Ankara'da gerçekleştirilen "2000'li Yılına Doğru Türk Turizminin Durumu ve AT Olayı Sempozyumu"nda Dr. Cem KOZLU tarafından, "Turizmde Entegrasyon Olayı" konulu oturumda sunulan bildirinin deşifre edilmiş seklidir.

Yabancı basına baktığımızda görüyoruz ki, genelde ülkenin ilk planda göze çarpan iki tür tanıtımı oluyor:

1. Genel anlamda ülkenin tanıtımı ve pazarlanması
2. O ülkenin milli hava yolunun tanıtımı ve çoğu kez milli hava yolunun tanıtımı da, hava yolları büyük ölçüde birbirlerine benzedikleri için belki ülkenin tanıtımından yola çıkılıyor. Yani, "İspanya'nın güzellikleri şunlardır, İspanya'ya bizimle gelin" veyahut "şu ülkenin cazibeleri şunlardır, o ülkeyi bizimle keşfedin" gibi...

Bu konu THY tarafından yeterince değerlendirilmemiş, parkende bir şekilde ele alınmış. Bundan kastım şu; değişik ülkelere ofislerimiz tarafından o ülke şartlarına göre zaman zaman genel bir stratejinin parçası değil de, oradaki yetkililerin kararları doğrultusunda yapılan harcamalar, yapılan reklamlar var. Biz bunu ilk olarak 1990 yılında bir reklam stratejisi, bir reklam teması etrafında toplayıp, bir de imkanlarımız sonsuz olmadığı için belirli ülkelere kaynaklarımızı tekzip ederek (yoğunlaştırarak) -bütün dünyada 38-39 ülkede faaliyet gösteriyoruz, hepsinde reklam yapmamıza bütçemiz elvermiyor-, onun için Türkiye için en önemli turist kaynağı olan 5-10 ülkeyi seçerek, yoğun bir reklam kampanyasına önümüzdeki aylarda girişeceğiz. Ve bu kampanyanın da ana teması, Türkiye'nin tanıtımı olacaktır. Türkiye'yi tanıtmakta, Türkiye'yi keşfetmekte o ülkenin insanına, o ülkenin insanının kullanabileceği bir araç olarak kullanacağız. Ümidim odur ki, THY geniş kapsamlı tanıtma kampanyasının, Türkiye'nin genel tanıtmasına ve pazarlanmasına da önemli katkısı olacaktır.

İkinci bir endirekt tanıtma fonksiyonu, bir havayolu için, o ülkenin vitrinini teşkil etmesidir. Ayağınızı attığınızda o ülkenin hizmet standardı ile temizlik standardı ile karşılaşıyorsunuz ve birçok yabancı ilk defa bir ülkeyi kendi ülkesinde, gideceği yerin havayollarının uçağına bindiğinde tanıyor.

Biz Türk Hava Yolları olarak bu sahada da yoğun bir çalışma içindeyiz; özellikle uçaklarımızın iç ve dış görünümünü ve temizliğini son derece önemli bir konu olarak ele aldık Airbus filomuzu zaten biliyorsunuz, fakat Boing 727 ve DC 9'larımızı da yoğun bir tempo ile modernize ediyoruz. İçlerini, hem koltukları, dolapları, mutfakları ve tuvaletleri, halısıyla, tümüyle elden geçirip daha temiz görünümlü, daha temiz modern görünümlü, daha güven verici bir hava yolu imajını bize binecek olan yerli-yabancı bütün yolcularımıza vermeye gayret ediyoruz. Çünkü bu imaj, aynı zamanda Türkiye'nin de kokusunu taşıyan bir imaj...

Aynı şekilde hizmetin de daha iyi olması, gene endirekt bir şekilde Türkiye'nin tanıtımına katkısı olan

bir konu. Türk Hava Yolları'ndan gelen şikayetlerden birincisi; tehir konusu. Bu konuda, THY önemli düzelmeler göstermiştir. Bazı örnekler vereyim: Mesela 1989 yılında Türk Hava Yolları'nın iç hatlarda zamanında kalkış oranı %81'den %85'e çıkmıştır. Aynı dönemde Avrupa havayolları şirketlerinde, Batı Avrupa'da bu oran %85'ten %81'e inmiştir. Dış hatlarda zamanında kalkış oranı 1988'de %53 iken 1989'da %62'ye çıkmış; Avrupa'nın genelinde bu rakam %79'dan %74'e inmiştir. Toplam rakama baktığımızda, THY'nin zamanında kalkış oranlarının %69'dan %74'e çıktığını görüyoruz. Aynı dönemde Avrupa'da bu rakamın %81'den %76'ya indiğini görüyoruz. Yani biz Avrupa rakamlarını yakalarken, iyiye gidiyoruz, ama Avrupa kötüye gidiyor.

1990'da bu trendde, bizim ferformamızda pek büyük iyileşme beklemiyorum. Birincisi, Aralık, Ocak ve Şubat aylarında sisten çok etkilendik. Bu, yıl sonu sonuçlarına yansiyacak. Ama daha önemlisi, Avrupa'da kötüye gidiş devam ediyor. Sizler sık sık seyahat eden bir sektörün içindensiniz. Özellikle Frankfurt, Londra gibi alanlarda bugün hemen hemen seferlerin %40'ı %50'si tehirliler olarak kalkmakta çünkü. Bu da Türkiye'nin turizmını etkileyecek önemli bir faktördür. Yani, kanımca önümüzdeki yıllarda Avrupalı turist, giderek tren veya otomobille gidebileceği yerleri sırf hava sıkışıklığı yüzünden tercih edecek, bu da tabiki özellikle İspanya ve Türkiye gibi hava ulaşımını gerektiren ülkeleri olumsuz bir şekilde etkileyecektir. Niye? Çünkü hava taşımacılığına olan talep büyük bir süratle ve tahminlerin üstünde artıyor. Mesela 1993'te erişilmesi tahmin edilen rakamlar, yani Avrupa'da seyahat edecek kişilerin rakamı 100 milyon civarındadır; 1993'te beklenen rakama 1989'da ulaşıldı. Ve bu rakamın 2000 yılında tekrar katlanması bekleniyor.

Buna mukabil gene Avrupa'yı biliyorsunuz, hemen hemen Münih'in dışında yeni havaalanı yatırımı yok gibi. Havaalanları kadar hava sahalarında da büyük sıkışıklıklar vardır. Bugün Amerika'da bir sistemin 20 merkezden idare ettiği hava kontrol mekanizması, Avrupa ki aynı mekanizmaya sahip yaklaşık olarak; 22 ayrı sistem tarafından 40'dan fazla merkezden idare edilmeye çalışılıyor. Ne lisansları aynı, ne kompüterleri aynı lisansı konuşuyor, ne teçhizatlarında bir standardizasyon var. Bu da hava sahalarının kullanımını çok olumsuz etkiliyor. Yani, orada işimiz zor ve düzeltilmesini beklemek için pek bir neden gözüküyor.

Diğer hizmet konusu, yine indirekt etkileyen tanıtım konusu ise, ikram. İkramda da önemli bir hamle içindeyiz, fakat orada da olaylar biraz daha yavaş geliyor. Çünkü ikramı biz kendimiz yapmıyoruz, başka bir şirketten satın alıyoruz. Fakat orada da tedrici

düzelmeler var, bunun daha da ileriye gideceğini ümit ediyoruz.

Demek ki tanıtım ilgili THY'nin turizm sektörüne yapabilecekleri ana hizmet, şu özetlediğimiz konulardadır.

TAŞIMA

Gelelim taşıma konusuna, taşımada bildiğiniz gibi, hemen hemen gelen turistlerin yarısı havayolu ile gelmek zorunda. Bunun da yaklaşık olarak %47.5'i Türkiye'ye İstanbul'dan giriyor ya da İstanbul'dan geçerek Türkiye'ye giriyor. THY bu gelen toplam rakamın %20-25'ini taşıyor.

Kanımca bizim bu sektöre verebileceğimiz en önemli hizmetlerden biri, kapasitemizi artırmak. Çünkü sektörün inşaa etmekte olduğu yatakların dolabilmesi için, o turistlerin bir şekilde Türkiye'ye gelmesi lazım. Diyebiliriz ki THY taşımaz ise başka havayolları taşır. Bu da pek gerçekçi bir beklenti değil. Çünkü demin bahsettiğim arz ve talep dengesizliği, yani hava taşımacılığına olan talebin yeterince arz ile karşılanamaması, bunun da temelinde uçak imalatındaki gecikmelerden, yetersizliklerden kaynaklanıyor. Bu nedenle, THY'nin taşımayacağı yolcu, büyük bir ihtimalle, yahutta bir kısmı Türkiye'ye gelebilecektir önümüzdeki yıllarda.

Size bir örnek vereyim işin ciddiyeti açısından; THY, 1987 yılında Amerikalı yapımcılardan uçak teklifi istediğinde, mesela Boing 747, 1989 yılında veya 1990 yılında teslim edebiliyordu. THY 1987'de bu kararı vermemiş. 1989 yılında teklif istediğimizde Boing 747 ancak 1996 veya 1997'de teslim edilebilir hale geldi. Yani iki senelik gecikme sipariş vermede, teslimde 6-7 senelik bir gecikmeye yol açtı. Bu durum, orta menzilli uçaklarda da aynı; bugün herhangi bir yapımcı, 1995, 1996 hatta 1997 yılından evvel uçak teslim etmekte zorluk çekiyor. Tabii bu, bütün havayollarını etkiliyor.

Demek ki THY'nin kapasite sorununu halletmesi lazım. Biz bu konuda süratli bir çalışmaya girdik; 2000 yılına kadar olan ihtiyaçları tesbit ettik, ve ona göre bir alım programı yaptık. Fakat ihtiyaç derken, tabii, gene de bu ihtiyaçları kendi imkanlarımızla dengelemek zorunda kaldık. Bazı rakamlar vereyim: Bugün biliyorsunuz, bize geçen yıl gelmiş 4.5 milyon turist, bizim nüfusumuzun yaklaşık %7.5'i. Diğer ülkelere baktığımızda, İtalya'ya gelen turist oranı nüfusunun %95'i, İspanya'ya gelen turist oranı nüfusunun %120'si, Yunanistan'a gelen turist nüfusunun %70'i.

Biz muhafazakar bir tempo ile Bakanlığın 1994'e kadar tahmini var, 1994'de 7 milyon turist gelecek diyor. Biz aynı artış hızını, aynı artış miktarını düzenli bir hızla sürdürdük ve 1999'da en muhafazakar bir şekilde 10 milyon turist olarak ortaya koyduk. Benim

kişisel tahminim ve rakamım, 10-15 milyondan yukarıda olabileceği yönündedir. 10 milyon bile olsa, bu, nüfusumuzun %14'üne tekabül ediyor. 10 milyon turist gelmesi 1989'dan 1999'a %122'lik bir artışa tekabül ediyor. Bizim yaptığımız yeni filo planında ki, kendimizi çok cesur addettik, önemli büyüme hızını hedef almaya gayret ettik. Buna rağmen koltuk adedimizdeki artışımız ancak %60'tır; yani airbus ve diğer alımlar sonucunda koltuğumuzu ancak %60 artırabiliyoruz. Benim bu konudaki düşüncem, THY'nın daha da cesur davranıp, Turizm Bakanlığı 1999'da turist sayısının ne olacağını hesap ettikten sonra, hiç olmazsa o tempoyu yakalayan bir artış hızını ve kapasitesini sektöre arzemesi gerekmektedir.

Tabi taşımada yaptığımız, attığımız önemli adım, bu filo planı yapmakla gerçekleştirmeye başlamak değil, bir felsefe değişikliği gerçekleştirmeye gayret ediyoruz. O da, mümkün olduğu kadar "direkt" ve "nonstop" uçuşlara yönelmek. Hedefimiz; Antalya, Dalaman, İzmir, Ankara gibi merkezlerden Avrupa merkezlerine direkt uçuş. Bugün bunu rakiplerimizin büyük bir kısmı yapıyor, yapıyor. Bizler ise, yolcumuzu bildiğiniz gibi, büyük ölçüde, Yeşilköy'ü bir merkez olarak kullanmak suretiyle planlıyoruz. Yeşilköy, artık kapasitesine erişmiş durumda. Yeşilköy büyük darboğazlar ile karşı karşıya bir havaalanı. Ve gelen yolcuların %50'ye yakın bir kısmının Yeşilköy'e gelmesi hizmeti aksatan bir olay.

Demek ki bizim birçok merkezden turizm merkezlerine direkt uçuş koyabilmemiz lazım bu yaz tarifesiyle, örneğin Antalya'dan ilk defa Milano, Cenevre, Paris'e direkt seferler koyduk önümüzdeki yıl artan bir tempoyla, filo planımızı tamamlayabilirsek bunu sürdüreceğiz. Bunun da turizme önemli bir katkısı olacağına inanıyorum. Yani bir Avrupa havaalanına baktığınızda her gün, mesela bir Münih'te, bir Frankfurt'ta, Londra'da, Antalya'ya tarifeli sefer görebilmemiz lazım, özellikle gene bu sektörün yeterince turist çezebedebilmesi için.

Bir de menzil konusu var. Elimizdeki bir araştırmaya göre 1999'da en çok seyahat harcaması yapması beklenen 10 ülkeden dördüne biz direkt uçamıyoruz elimizdeki filo ile. Bunların başında Amerika geliyor. İkincisi Japonya, sanıyorum ki hepimizin büyük ümitler beslediği bir ülke. Hem kişi başına turistik harcamasının yüksekliği hem de hâlâ gelen turist oranının nüfusuna olan düşüklüğü; Japonya nüfusunun yaklaşık %8-9'u geçen yıl yurt dışına çıkmıştır. Bu rakam İngiltere'de Almanya'da %40'ların üzerinde. Demek ki Japon ekonomisi de bu suretle gelişme temposunu sürdürdüğü sürece bu %8-9'lar, %15-20'lere hatta %30'lara; Avrupa ortalamalarını aştıkça, çok büyük bir turizm akışı beklenebilir. Ama bunu taşıyabilmek lazım.

Birincisi Amerika, ikincisi Japonya, üçüncüsü Kanada, dördüncüsü Avusturalya, biz bu ülkelere, ya Kanada ve Avusturalya'da olduğu gibi hiç uçuş

ABONE İSTEK FORMU

ANATOLIA

Aylık Turizm
ve Kültür-Sanat Dergisi

Türkiye Seyehat Acentaları, tur operatörleri, turistik konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri, turizmle ilgili resmi ve özel kurum ve kuruluşlar ile bu alanda eğitim-öğretim yapan kurumlara yönelik olarak hazırlanmakta ve dağıtılmaktadır.

ADI SOYADI :

MESLEĞİ :

ADRESİ :

VERGİ H. NO :

TELEFON :

ABONE BAŞLANGIÇ SAYISI :

ALTI AYLIK

BİR YILLIK

yapamıyoruz ya da direkt uçamıyoruz. O bakımdan 2000 yılına kadar olan planımızın en önemli unsurlarından biri de direkt seferlere başlamaktır. Planladığımız Airbus A-340 uçaklar, bu bahsettiğim ülkelerden Avusturalya hariç, oraya direkt uçamıyoruz, fakat Kanada'ya, Amerika'ya, Japonya'ya direkt seferlere 1993 yılında başlayabileceğiz. Bunun da turizme büyük bir katkısı olacağına inanıyorum. O zaman Avusturalya'ya, uçuş izni alabilirsek -şu anda yok, diğer ülkelere var- bir ara inişle uçmaya başlayacağız.

Bunun yanında THY olarak bildiğiniz gibi, SUNEXPRESS Projemiz var. Birkaç gün içinde ilk seferini yapacak, ve ilk yılında tek uçakla Boing 737 ile, 150 bin kişi taşıyacak. Gelecek sene sayısını üçe çıkarmayı planlıyoruz. Ve merkezi de Antalya olacak. Bu da büyük bir adım bizim açımızdan; ilk defa önemli bir uçak şirketinin merkezini Antalya'da kurduk.

Bir programımız daha var, yeni açıklandı. Türkiye'de pek yankısı yok, çünkü tamamen dışa yönelik, "Visit Turkey" diye bir program, bütün dış bürolarımızda geçerli. 119 dolar verirseniz ve bir ayağınızı THY ile uçarsanız; gidiş veya gelişte, belli bir süre içinde Türkiye içinde herhangi üç yere 119 dolarlık bir kupon ile uçabilirsiniz.

Gene başlamış bir proje, iki-üç gün evvel başlayan 3. yaş turizmi projesi Antalya'ya. Bir ayı aşkın bir süre içinde 2200 kişiyi 131 ek seferle Avusturya'nın beş şehrinden Antalya'ya taşıyoruz. Bunu yoğun bir sezon olan Nisan ayında gerçekleştiriyoruz. Bunu da hemen hemen hiç kâr etmeden yapıyoruz. Maksadımız; bu kitlenin Türkiye'ye cezbedilmesi.

ORGANİZASYON

Son olarak tanıtma ve taşımadan sonra teşkilatlanma diyeceğim, konu da şudur; Biz havayolunun görevini sadece yolcu taşıma ve kargo taşıması olarak görmüyoruz. Bugün İskandinavya Havayolları'na bakalım, kendilerini entegre bir seyahat şirketi olarak tarif etmektedirler. Ve paralarının ancak belli bir kısmını taşımadan kazanmaktadırlar. Bizim de amacımız, THY'nı bir bilgi sistemi haline sokmak ve taşımanın yanında otel rezervasyonu, tur organizasyonu rezervasyonu, araba rezervasyonu gibi bilgi isteyen bu konulara kendimiz girmeyeceğiz ama, bir AVIS, HERTZ veyahut bir otel, tatil köyü, bir şirketten bir tur organizasyonu istiyorsa öbür uçtaki müşterimiz, onu bir bilgisayar sistemi aracılığı ile gerçekleştirmeye çalışacağız. Unutmayalım bugün THY, Türkiye'nin dışında 56 yerde bürosu bulunan çok yaygın bir teşkilata sahip. Bu teşkilatı daha etkin bir şekilde kullanmak istiyoruz. Bunun ilk adımı olarak, nisan ayı içerisinde vereceğimiz genel dağıtım sistemi Galileo, Amedeus arasında bir karar vereceğiz. O kararla birlikte kullanacağımız sistemde bu bahsettiğimiz konuları gerçekleştireceğiz.

SONUÇ

Özetlersek, THY, tamamıyla Türk turizminin hizmetinde ve turizm sektörünün içinde olan ve sektörle tanıtma, taşıma ve teşkilatlanma konusunda üç ana hizmeti veren ve sektörle giderekten diyalogunu geliştirmeye gayret eden, hizmetini yükseltmeye gayret eden bir kuruluştur. Bu yolda süratle yürümeye devam edeceğiz.

ANATOLIA Dergisi'ne 6 Aylık / 1 Yıllık Abone olmak istiyorum.

Abone bedeli olan 20.000.-TL / 35.000.-TL'nı Nazmi KOZAK adına Türkiye İş Bankası Kızılay Şubesi 720095 no'lu hesaba havale ettim. Havale dekontunun fotokopisini bu formu birlikte aşağıdaki adresinize gönderiyorum.

Abone kaydımın yapılmasını ve faturanın adresime gönderilmesini rica ederim.

İMZA

ANATOLIA Dergisi

P.K. 589 06425 Kızılay-ANKARA

BODRUM NOTLARI...

Nazım KÖRÜRKÇÜ

Nerede olursa olsun bir otele gittiğinizde, sizi kapıda doorman karşılar, resepsiyon memuru giriş işlemlerinizi yapar, bellboy bavullarınızı taşır ve odanızı gösterir, kat görevlileri odanızı temizler, servis elemanları restoranda ve barda yemek ve içki servisinizi yapar, telefon memuru telefonlarınızı bağlar...Sayısını artırabileceğiniz tüm bu hizmetler, otelin büyüklüğü ile değiş mekle birlikte size verilir...

Bu hizmetlerin sayıca artmasında ya da azalmasında etkin olan bir unsur da, otelin bulunduğu yer; yani otelin bir kent oteli ya da bir tatil yöresi oteli olmasıdır. Ayrıca, otelin mevsimlik ya da sürekli hizmete açık olması da bu hizmetlerin çeşitliliğinden etkindirler...

Bir tatil yöresinde herhangi bir otele gittiğinizde yukarıda sayılan hizmetler biraz değişmekle birlikte size sunulacaktır: Çoğunlukla bir bellboy eşyalarınızı taşıyacak, resepsiyon memuru girişinizi yapacak, telefonlarınızı bağlayacak, ser-

vis çalışanları yemek ve içki servisini yapacaktır...

Hiç düşündünüz mü; size tatil yöresinde hizmet sunan bu insanlar kimdir, nasıl çalışır, hangi koşullar içinde hizmet sunarlar, nerede barınır, ne yer ne içerler?.. Olabildiğince temiz giysileri içinde sundukları hizmette kusur etmemeye özen gösteren bu kişiler, hangi psikolojik ortamda yaşarlar ve hizmet verirler; bu ortam, sundukları servisin kalitesini nasıl etkiler? Faaliyete sürekli açık otellere nazaran pek planlı ve programlı çalışmayan sezonluk otellerdeki koşulların farklılığı var mıdır? Varsa, bu nereden kaynaklanmaktadır?..

Şimdiye değin bu konular pek araştırılmış değil. Varsa turizmden gelecek döviz. Çalışanların içinde oldukları koşullar nedir, pek dikkate alınmamış...

Bu konuda birtakım gözlemler yapmak amacıyla, ülkemizin turizminin en gelişmiş bölgelerinden Bodrum'a gittim. Gerek yerli gerekse yabancı turistlerin pek yoğun olarak talep ettikleri bir yöre Bodrum. Bu durum, en azından bu yıla değin böyle.

Bitez, Bodrum'un bir köyü, şimdilerde ise turizmde hızlı bir gelişme içinde; daha birkaç yıl öncesine değin pek bilinmeyen bir yöre iken şimdilerde hızlı bir yapılaşma içerisinde. Bitez köyü, yeni yeni turizme ısınmaya başlıyor. Denizi fazla kirlenmemiş henüz; toplumsal çevrede öyle. Küçük otellerden oluşuyor Bitez Yalısı'ndaki tesisler. Çoğu belediye tarifeli, aralarında birkaç tane de turistik belgeli var, yani Turizm Bakanlığı denetiminde olanlar...

Oteller Bitez Koyu'nda bir sıra boyunca sıralanmışlar. Aralarında da irili ufaklı lokanta, bira-hane ve kafeteryalar... Denizin bitiminde oteller ve lokantalar başlıyor, onların bitiminde de portakal, limon bahçeleri... Bitez Koyu, sanki bir "Ölü Deniz", küçük bir boğaz ile denize açılıyor. Koyun her iki tarafı da tesislerce doldurulmuş; bir yanda Aktur, diğer yanda yeni yeni yapılaşmalar gözlenen diğer tatil köyleri...

Böyle bir ortamda sezonluk otellerde çalışan personelin içinde yaşadıkları koşulları gözlemlemek istiyorum. Bunun için de en elverişli ve doğru yol olarak personeller ile karşılıklı konuşmalar yapmak. Küçük bir araştırma ile bu çevrede çalışan personelin "takıldığı" bir yer olduğunu öğreniyor, ve çok fazla uzak olmayan bu kahveye gidiyorum.

Burası kahve olarak tanımlanacak bir yer, yarı açık bir ortam, tahta sandalyeler ve masalar, ve birde televizyon...

Bu çevrede çalıştıkları durumlarından belli bir grup toplanmışlar masa çevresinde, aralarında konuşuyorlar. Onlara yaklaşıyor ve izin isteyerek yanlarına oturuyorum. Masanın etrafında beş-altı kişi var, hepsinin yaşları yirmi dolaylarında...

Konuşmamızın sonlarında memleketinin Samsun ve adının Ali olduğunu öğrendiğim gruptan biri ile başlıyorum konuşmaya. Anlatıyor Ali; Samsun'lu olduğunu, TUREM'ni bu yıl bitirdiğini, buraya geleli bir ay olmasına karşılık sezonun henüz açılmadığını. Çalıştığı otelde garson olarak çalıştığını da bu arada sözlerine ekliyor.

Konuşmamızın tam bu sırasında masadakilerin başları televizyonun bulunduğu tarafa dönüyor, ben de bu arada... Televizyonda bir maç yayını var, bir dünya kupası maçı, şimdi ikinci devresi başlıyor, maç Hollanda ve Mısır arasında.

Masada herkes maçın sihirine kapılmış, pür dikkat izliyorlar. Böyle bir durum karşısında konuşmamızı maç sonuna saklamak zorundayım. Ben de öyle yapıyorum, ve maçı izlemeye koyuluyorum...

Maç oldukça heyecanlı anlar yaşıyor masadakilere. Ben ise, futbol denilen ve spor olarak nitelenen bu olay ile aram pek iyi olmadığından, maçı çok masadakilerin incelemesine ayırıyorum zamanımı...

Masadaki herkes, temiz sayılabilecek görünümleri var; traşlarını yeni olmuşlar, elbise olarak birer şort üzerlerinde.

Sonunda maç bitiyor, sonuç beraberlik. Ama olsun bu sonuç bile bir üçüncü dünya ülkesi için büyük başarı... Masadaki herkesin sonuçtan memnun olduğunu gözlüyorum, çünkü herkes maç sırasında Mısır takımını destekliyorlardı. Konuşmamıza kaldığımız yerden başlıyoruz. Maç bittiği için diğerleri de bize katılıyor.

Öğrenmek istediklerimizi sormaya başlıyorum. Öncelikle günde kaç saat çalıştıklarını soruyorum. Önce Ali başlıyor konuşmaya:

- Hiç belli olmuyor, bazen 12, bazen 14, hatta bazen de 16-17 saat çalışıyoruz, bu, birazda iş yoğunluğuna bağlı.

Aynı soruyu diğerlerine de yönelttiğimizde; onların da pek farklı bir konumda olduklarını öğreniyorum.

Yapılan bu uzun süreli çalışma karşılığında iş hukunun kendilerine sağladığı fazla çalışma ücretinin ne kadarını aldıklarını soruyorum. Aldığım yanıtlar oldukça ilginç olduğu kadar da düşündürücü:

Ali:

- Bırakın fazla çalışma ücretini, bizler şu ana değin çalışmalarımızın karşılığını bile alamadık...

Masadakiler, başları ile Ali'yi onaylıyorlar. Ayrıca bu çevrede fazla mesai ücretinin pek ödenmediğini öğreniyorum.

"Ya hafta tatili" diye başlıyorum konuşmaya, ve ekliyorum "hafta tatiliniz mutlaka vardır?" Aldığım yanıtlar bu kezde beni yanıltıyor:

Ali yaklaşık bir saatlik birlikteliğimizden de güç alarak:

- Abi galiba siz Avrupa'da filan yaşıyordunuz, buraya gelmeden önce? Burada hafta tatili kullanana pek rastlanmaz, dolayısıyla bizim çalıştığımız iki yıldızlı otelde de hafta tatili kullanan yoktur. Yalnızca, bazı zorunlu durumlarda bir-iki gün izin kullanabilirsiniz. "Tabii onuda verirlerse..."

Masadan bir başkası:

- Ben de aynı otelde çalışıyorum Ali ile birlikte. Ben de TUREM mezunuyum, geçen yıl bitirdim. Garson olarak çalışıyorum. Buraya geleli iki ay oldu, henüz Bodrum'a gidip dolaşmışlığım yoktur. Aslında işlerinde pek yoğun olduğu söylenmez, müşteriler çok az çünkü, ama yine de izin kullanamayız. Şunu belirtmeliyim; biz bu maçı izlemek için zorla izin alabildik. Şu anda sizinle konuşmamızda izin dışı zaman kullanmaktayız. Bu, sonuçta kötü sözler işitmemize neden olabilir...

Masadan bir başkası arkadaşının sözünü keserek:

- Sabahları genellikle saat onda başlarız çalışmaya, sonra da tüm gün boyunca çalışırız, işin durumuna göre bir-iki de yatarız. Günlük çalışma içerisinde dinlenmeye ayrılan yalnızca üç saatlik adına "antre" dediğimiz dinlenmedir.

Barınma sorununa geliyorum. Ve soruyorum: "nerede barınıyorsunuz" diye...

Ali:

- Otelin lojmanı var, diyor sonra da ekliyor; Lojman deyince sanmayın ki öyle büyük bir binadır, birçok odası vardır. Bizimkisi iki katlı, dört tane odalıdır. Bu odalarda yaklaşık yirmi kişi kalıyor. Ortalama bir odada beş-altı kişi kalmakta... Lojmanda banyo ve WC var, ama sular her zaman akmadığı için buraları pek kullanamıyoruz...

Gruptan biri şimdiye değin pek konuşmamıştı, sakın gönüyordu, ama konuşmanın bu arasında sessizliğini bozdu:

- Benim adım Ahmet, Çorum'luyum, arkadaşlar ile aynı otelde çalışıyorum. Görevim servis elemanı, yani garsonum... Şimdiye kadar arkadaşlar bizim kaldığımız yeri, yani pansiyonu

kötülediler, aslında sözleri gerçekleri yansıtmıyor da değil. Ancak bizim kaldığımız yer, başkalarının kaldığı yerlere göre bayağı iyi sayılır. Bu çevrede pek çok personel çadırdaki kalmakta, şu gördüğünüz portakal, limon bahçeleri içerisinde. Bu çadırlar içerisinde her türlü haşere var, ayrıca ellerini yüzlerini bile doğru dürüst yıkayabilecekleri yerleri yok. Sabahları ayrı bir sorun, güneşin ilk ışıkları ile birlikte çadırların içi yaşanmaz oluyor çünkü. Isı çok yükseliyor...

"Sigortanız var mı?" diye soruyorum: Genel olarak herkesin sigortalı olduğunu öğreniyorum. Ancak sigortaya ödenen primin aldıkları ücrete göre az olduğunu söylüyorlar.

Önümüzdeki yıllarda yine buraya, çalıştıkları otele gelip gelmeyeceklerini soruyorum. Hemen tümü bu sorumuzu "Hayır" diye yanıtıyor. Gerekçe olarak ise, otel çalışanlarının, özellikle de kendi yöneticilerinin kendilerine karşı hiç de olumlu davranmadıklarını, sürekli birşeylerden şikayet ettiklerini söylüyorlar. Bu arada işini gereği gibi yapan otel sahipleri ve yöneticilerinin de bulunduğunu sözlerine ekliyorlar.

Bu arada Ali söz isteyerek şunları söylüyor:

- Bizim çalıştığımız otelde çalışanlara karşı hiç mi hiç iyi davranılmıyor, bazen kaba kuvvetin bile kullanıldığı olmaktadır. Bazen şef garson komilere hatta bazen de garsonlara yumrukları ile girişmektedir. Ayrıca, yemeklerde berbat durumda. Doğru dürüst birşeyler yiyemiyoruz. Çalışılan ortam, otel sahibi ve yöneticilerin çalışanlara karşı takındıkları bu olumsuz tutum, yapılan işin kalitesi üzerinde de etkili olmaktadır.

- Nasıl?

- Bir kere doğru dürüst uyuyamıyoruz, çok çalışıyoruz çünkü. Uykumuzu alamadığımız için de yeterince verimli olamıyoruz, dikkatli olamıyoruz. Daha önemlisi, hep uykulu olduğumuz için, özellikle sabah servislerinde müşteriye güleryüzlü davranamıyoruz, titiz olamıyoruz. Sabah servisinde çalışan arkadaşlar servise uykulu ve gergin bir şekilde çıkıyorlar. Tabii müşteri bizim durumumuzu ve içinde bulunduğumuz koşulları bilmediğinden, durumumuzu yanlış yorumlu-yor, bir daha gelmiyor çoğunlukla. Sonra, otel sahibi ya da yönetici bize karşı hep önyargılı davranıyor ve sürekli personeli azarlıyor. Bu nedenle bizler pek içimizden geldiği gibi çalışmıyoruz. Çünkü biliyoruz ki her an işimizden olabiliriz. Lütfen söyler misiniz, iş güvenliği olmayan bir personel nasıl isteyerek çalışabilir, işini severek yapabilir?.. Ayrıca,

işletmecinin ya da otel sahibinin bize karşı olumsuz yaklaşmasının ona, yani otele kaybettirdiği yalnız bunlar değildir?

- Neler kaybettiriyor?

- Bunlara ek olarak, çalışan kendisine kötü davranıldığı için işinde gerekli dikkati gösteremeyebiliyor, otel malzemelerine ve donanım ve teçhizatlarına karşı gerekli özeni gösteremeyebiliyor kullanırken... Örneğin mutfak personeli, on-onbeş milyonluk bir ocağı hor kullanabiliyor ya da hergün yapması gereken temizliği yapmadığı için, bu ocağın kullanım süresi düşebiliyor. Ya da resepsiyon memuru kendisine kötü davranıldığı için otelde boş oda bulunmasına karşılık rezervasyon almayabiliyor, boş oda bulunmasına karşılık odayı satmayabiliyor... Görüldüğü gibi, çalışanlara karşı kötü davranılması ya da haklarının yenilmesi, her zaman için otele zararlı sonuçlar getirebilmektedir. Bunun örneklerini daha da artırabiliriz.

Bu arada Ali saatine bakıyor:

- Abi biz çok geç kaldık, inşallah fazla azar işitmeyiz, diyor.

Masada birden hareketlenme oluyor, onlar otellerine, otellerindeki o hiç sevmemedikleri işlerine doğru gidiyorlar...

Ben de ayrıldım onlardan sonra, yürümeye başladım deniz kenarında. Otellerin ve diğer işletmelerin ışıkları denize yansımış olarak olağanüstü güzellik içindeler. İnsanlar eğleniyor, kimisi bir barda dansediyor, kimisi şen şakrak konuşuyor havadan sudan... Bir taraftan müzik, yerlisiyle yabancıyla, arabeskiyle... Diğer taraftan rengarenk ışıklar...

... ve içki sunan bardaki kız, restoranta servis veren garson, boşları toplayan komi, yerleri temizleyen meydancı, müşteri eşyalarını odalarına taşıyan bellboy... hepsi olabildiğince güleryüzlü, olabildiğince istekliler...

AYIN KONUĞU

Uzun Yıllar Kapadokya'da Turizm İşletmeciliği Yapan Saffet YATAĞAN: "SEYEHAT ACENTELEERİ TÜRKİYE'DE TURİZMİ ÖLDÜRÜYOR"

Nazmi KOZAK

Saffet Yatağan, doğma büyüme İstanbullu, ilk ve orta öğrenimini İstanbul'da tamamlamış; ancak çoğunluk onu Kapadokyalı sanır. Yöreyle bütünleşmiş olması, Kapadokya'nın kültürünü, tarihini çok iyi özümsemesi ve yöredeki değerleri Kapadokya'da yaşayan çoğu kişiden daha fazla sahiplenmesi bizde bu kanıyı uyandıran en büyük etken olsa gerek... 20 yılı aşan bir süre Kapadokya'da yaşamış olan Saffet Yatağan, yükseköğrenimini izleyen yıllarda turizmin çeşitli alanlarında yönetici yardımcısı, otel müdürü ve işletmeci olarak Kapadokya'da çalışmış...

Saffet Yatağan ortaöğrenimini izleyen yıllarda, 1962-1963 yılında, o zamanki adıyla Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'ndan kazandığı yurtdışı bursu ile Belçika'da turizm işletmeciliği ve otelcilik alanında öğrenim görmüş. Kendi deyimi ile bu alanda öğrenim görmüşler içinde ilk onbeşe girenlerden... 1966 yılında yurda döndükten sonra çalışma yaşamına turizm alanında faaliyet gösteren özel bir şirkette başlayan Yatağan, çeşitli konaklama işletmelerinde departman yöneticiliği ve otel müdürlüğü yaptıktan sonra 1970'li yılların başından itibaren kendi işini kurarak turizm işletmeciliği yapmaya başlamış. Daha sonraları restaurant, diskotek işletmeciliği ve halıcılık gibi turizmin diğer alanlarında da faaliyetler içine giren Yatağan, bir süre sonra halıcılık işlerini tasfiye etmiş. Bu tasfiyenin nedenini şöyle anlatıyor; **"Artık halı satmak bana şeref kazandırmıyordu, sadece para kazandırmaya başlamıştı. Bir zamanlar 'Halıyı aldım, çok teşekkür ederim, dostlarım da beğendi halıyı' diye mektuplar alırken, fiyatlar yükseldikçe, komisyonlar arttıkça, aracılar çoğaldıkça; 'Hırsızlık yapmaktan utanmıyor musun?' diye mektuplar almaya başladığımdan dolayı halıcılığı bıraktım..."**

Son yıllara değin Kapadokya yöresinde turizm işletmeciliği faaliyetlerini sürdüren Yatağan, bugün artık bir ikisi dışında işlerini tasfiye etmiş durumda. Eskiden, bir yılın yaklaşık tümünü Kapadokya'da geçirirken, işlerini tasfiye ettikten sonra bir ay bile kalmıyor artık... Bunun nedeni olarak ise, son yıllarda turizm işletmeciliği alanında yaşanan kaosu gösteriyor. Ve ekliyor; **"Kapadokya'da otelcilik yapmanın rantabl olduğuna inanmıyorum..."** Bu olumsuzluğa en büyük etkinin, seyahat acentelerinin turizm yapmak yerine halı satışı ile gelir elde etme isteklerinden kaynaklandığını söylüyor. Saffet Yatağan işletmecilik alanındaki olumsuz koşulların ortadan kalkması durumunda yeniden Kapadokya'ya dönerek turizm işletmeciliği yapmak istiyor...

Ankara'da yaşayan Saffet Yatağan, Beysukent'teki evinde... Evi ve bir müze gibi donattığı yine Beysukent'te kurulu turistik eşya dükkanı buram buram Kapadokya havası, Kapadokya kültürü kokuyor... Hele bir müze gibi donattığı ve Cumartesi günleri çok sesli müzik konserlerinin düzenlendiği turistik eşya dükkanı, Saffet Yatağan'ın turizme ve Kapadokya'ya bakışını daha iyi açıklıyor...



ANATOLIA: Sayın Yatağan, uzun yıllardır turizm alanında çalışıyorsunuz. Turizmi de çok seviyorsunuz, severek yapıyorsunuz bu işi. Sizi turizmci olmaya iten nedenler var mıydı? Varsa, bu nedenler nelerdir?

YATAĞAN: Meslek olarak epey eskiden beri seviyordum olayı. Tahsilim sırasında bir burs kazandım. Ve burs sayesinde de, o zamanlar, 1962,1963 senesinde yeni bir meslek olan turizm alanına girdim. Belçika'da turizm eğitimi yaptımı yaptım. Belçika'ya gitmemin sebeplerinden en büyüğü, liseyi yabancı bir mektepte okumam, köklü bir Fransızca bilmem ve İngilizce bilmem... Bunun sayesinde de bu bursu kazanmamdı. Dönüp geldiğimde, Turizm Bakanlığı'na karşı çalışma zorunluluğum vardı. Fakat özel sektöre geçince, özel sektör bunu ödedi, ve bende kendimi otelciliğin içinde buldum. O zamandan beri devam ediyorum.

ANATOLIA: Başlangıçta...

YATAĞAN: Şöyle söyleyeyim size, başlangıçta bir merak, bir yeni bir meslek ve bir sevgi...

ANATOLIA: Ülkemizde ilk turizm eğitimi alanlardansınız...

YATAĞAN: Eğitilmiş turizmci olarak ilk onbeşe girerim.

ANATOLIA: Başlangıçta bir başkasının yanında çalışarak turizme girdiniz...

YATAĞAN: Tabi... TUSAN'larda başladım. TUSAN şirketinde başladım. İşletmeci olarak değil de, işletme vekili olarak... İlk başladığımda, merkez rezervasyon müdürü olarak başladım. O zaman TUSAN'lar onbir oteldi. Bunların yeni bir yöntemle merkezden rezerve etme yöntemini buldum. Genç bir insandım ama, birtakım görgülerimizi Türkiye'de turizme aşıladım. Eskiden her otele telefon edilerek dolduruluyordu otel. Bir seyahat acentası her otelin rezervasyonuna telefon ediyordu, tek tek dolduruyordu. Bunları ben, bir sene sonrası için, diyelim ki nisan ayından şubat ayına kadar merkezde toplamayı öngördüm. Mevcut sene değil de müstakil sene rezervasyonu için. Bugünkü sevgili dostlarımızın kurduğu o rebant gibi birşey ama, bir sene sonrası için, günü gününe değil. Bu merkezi rezervasyon müdürlüğünden başladım. Sonra da bazı otellerde müdürlük yaptım, sonradan da otel kiralayarak otel işletmecilik alanına atıldım.

ANATOLIA: Sanıyorum siz restourant da kiralayarak işlettiniz...

YATAĞAN: Tabi... Restorant da işletiyorum. Şu an da diskotek de işletiyorum. Halen de elimde bir diskotek var.

ANATOLIA: Sayın Yatağan, uzun yıllar, ülkemizin doğal ve tarihi kalıtları bakımından oldukça ayrıcalıklı bir yöresi olan Kapadokya'da, başta otelcilik olmak üzere, turizmin diğer alanlarında da işletmecilik yaptınız. Bize söyler misiniz, Kapadokya turizminin arz kaynakları nelerdir? Turist neyi görmeye gelir Kapadokya'ya?..

YATAĞAN: Kapadokya turizmi hakikaten çok enteresandır; alışılmışın dışında birşey satar. Türkiye deni-

lince senelerdir güneş-kum-deniz sattık. Şimdi onları da kirlittik, bakalım ne satacağız bilemiyorum... Ama Kapadokya olayında, Kapadokya bir kültür satıyor, bir doğa satıyor; ve bu doğanın yanında örf, anane ve gelenek satıyor. Bunları açıklarsam size; doğa dediğimiz an da dünya harikası, yani dünyanın herhangi bir yerinde olmayan bir görüntü var Kapadokya'da... Bu görüntüyü, klasik bir turda hissedersiniz, görürsünüz, farkedersiniz... Ama bu klasik turun dışına çıkarsanız. Kapadokya'da yani mehtapda dolaşırsanız, normal turistlerin gezmediği vadileri gezersiniz, böyle bir olayın dünya üzerinde olmadığı kanısına varırsınız. Zaten kanısına varmanıza gerek yok, bu böyledir, yani dünyanın pek çok yerinin jeologları itiraf ediyor. Yani, biz bunu satıyoruz. Bunun yanında kültür satıyoruz. Bu kültür de, tipik misalleri var elimizde, kiliseler var, manastırlar var; bir tarih satıyoruz orada... Kapadokya'da yaşam, bir kültür olayının sonucu çıkmış bir olaydır. Üçüncü olarak, şu ana kadar belki duymadığımız bir olay örf, anane ve gelenek satıyoruz. Bu Türk köylüsünün hala eşek arabasıyla gitmesini, yeldirme dediği beyaz örtüyü takmasını, kadın çalışırken kocasına üzümlü öğle yemeği getirmesini, üzümleri kurutmasını, kayısıları kurutması, kabak çekirdeği yapması... Bunların hep bir turizm olarak kullanılması olayı... Bağ bozumları... Bunlar güzel şeyler. Biz bunları satıyorduk Kapadokya'da.

ANATOLIA: Kapadokya turizminin saydığınız bu arz kaynakları, sizin turizme başladığınız yıllarda nasıldı? Şimdi nasıl? Değişimin yönü ne?

YATAĞAN: Şu an da gelişim, turizmin para kazanması yönünde çok ileri bir noktaya gelmiş vaziyette. Yani turizm sektörünün para kazandığını hissediyorsunuz. Ama bu; bir, doğayı bozuyor, bunun faturası olarak; iki, kültür kaynaklarını bozuyor. Kiliseler gibi mesela. Üç örf, anane ve adeteleri ortadan kaldırılmış vaziyette. Artık, kapıdan geçen turist karı- kocayı avlusundan içeriye çağırın bir kadın, ona içerideki halısını satmayı düşündüğünden çağırıyor.

ANATOLIA: Ticari nitelikte tümüyle artık...

YATAĞAN: Yani ona bir kahve ikram edip, eskisi gibi sohbet edip, ona gelinlik kızının çeşizlerini gösterip, meraktan böyle şaşırtmaktan mutlu olan kadın tipi kayboldu artık Kapadokya'da...

ANATOLIA: Bu değişim ne zaman hızlandı? Somut bir tarihi var mı?

YATAĞAN: Değişim, tam tarih verebilirim size, değişim 1980 ile beraber başladı...

ANATOLIA: 1980 yılından sonra oluşan bu değişim sonucu, dış ülkelerden gelen turistlerin profillerinde değişimler oldu mu? Daha önce kimler geliyordu, şimdi kimler geliyor Kapadokya'ya?..

YATAĞAN: Geçenlerdeki toplantıda da söyledim, UNESCO ile yaptığımız "Kapadokya'nın Koruma, Geliştirme ve Tanıtması Workshop'unda da söyledim: Türkiye'ye gelen turist bence şu an Kapadokya kiliselerinin görmeye layık insanlar değil. Hak kazanmış insanlar değil. Kültür yönünden yani...

ANATOLIA: Kültürel yönden düşük insanlar ge-

liyor...

YATAĞAN: Evet... Kültürel yönden çok düşük insanlar...

ANATOLIA: *Yeni gelenler, eskiden gelenlere göre daha mı az kültürlü insanlar?*

YATAĞAN: Evet ama bu dünyanın her yerindeki turizmde böyle olur. Milletlerden önce maceraperestler gelir. Ondan snop entellektüel ve kültürlü insanlar gelir. Şu an mesela Fransız piyasasından tam sona yakın müşteri geliyor.

ANATOLIA: *Daha sonra kimler gelebilir?*

YATAĞAN: Daha sonra bir müddet modadan kalkar olay. Yeniden değişim olabilir.

ANATOLIA: *Moda olur...*

YATAĞAN: Tabi... Şu an mesela, otellerin ve servis gelişmesi, yeniden kültürlü, snop ve entellektüel kişilerin yeniden gelmesine neden olabilir.

ANATOLIA: *Efendim, bu günlerde çok tartışılan bir konu var: Kapadokya'da arz-talep dengesizliği ve bunun ortaya çıkardığı sorunlar... Deniliyor ki, gereğinden fazla yatak yapıldı, ve bundan dolayı bu durum ortaya çıktı. Sizce Kapadokya'da yaşanan sorun nedir? Ve bu sorun nereden kaynaklanmaktadır?*

YATAĞAN: Olay şu; biliyorsunuz Türkiye'de bu yalnız Kapadokya'da değil bütün Türkiye çapında, teşvikler ile yatırımcılara çok cazip şartlar verildi. Hatta "vergini devlete yatıracağına, git o yatıracağın vergi ile tesis yap, ben sana bunun karşısında teşvik iade edeyim" diye bir sistem bile geldi adeta. Otomatikman geldi. Legal bir geliş değil. Söylendiğine göre gazetelerden, pek çok "kara para" aklanmak için bu sanayiye aktı. Birden pazarlayamayacağımız miktarda yatağımız oldu. Yani, bu demektir ki, sizin kasabada beş bin kişi oturuyor, orada iki tane küçük mağazanız var, kumaş satan mağazanız var. Bu kumaş mağazanız kasabaya yetiyor. Bazen de eksik kalıyor, kumaş yetiştiremiyorsunuz. Bunu göz önüne alarak kasabanıza elli misli yahutta yirmi misli bir kumaş mağazası sokuyorsunuz o kasabaya kumaş satmak için...

ANATOLIA: *Sorun bu...*

YATAĞAN: Evet, sorun bu... Yani pazarlamak için böylesine yatağı, ne taşımacılığımız hazır, ne dış ne iç taşımacılığımız bu kadar yatağa hazır değil. Tanıtmanız hazır değil. Yüzbin yatağı tanıtıyorsunuz, fakat bugün belgeli ve belgesiz, hatta müstakbel belge alacakları da koyarsak yarım milyonun üzerinde yatağımız var.

ANATOLIA: *Kapadokya'da durum bundan farklı mı?*

YATAĞAN: Kapadokya bunun bir parçası... Kapadokya da pazarlanamayak bir olay. Kim kimi pazarlıyor? Sevgili seyahat acentalarımız pazarlıyorlar. Seyahat acentalarımız buna hazır değiller ki ... Yani kendi çabaları ile, bir anda Kapadokya üzerine yirmibin yatak, Denizli üzerine onbin yatak, Kuşadası üzerine yirmibin yatak pazarlamaya hazır değildi. Bunun sancılarını çekiyoruz. Ve eldeki mevcut pastayı da Kapadokya'da bilhassa fiyat kırarak, fiyatları mümkün olduğu kadar kırdırarak en sorduna kadar istifade etmek isteyen seyahat acentalarımızdır.

ANATOLIA: *Kapadokya'daki geceleme sayısında düşme olduğu, acentaların eskisine oranla Kapadokya'ya daha az zaman ayırdıkları söyleniyor...*

YATAĞAN: *Hayır... Şöyle, Kapadokya'daki az zaman ayrılmasının sebebi, sayahat acentalarının organizasyonu... Mümkün olduğu kadar halı satışını çabuk bitirip, halı satılması imkansız yerlere sevk etme olayı...*

ANATOLIA: *Acentaların amacı, turistleri Türkiye'de gezdirmeye değil, halı satın almalarını sağlamak öyle mi?...*

YATAĞAN: *Tamamıyla haklısınız!.. Şu an Türkiye çapında bu böyle... Türkiye çapında bir seyahat acentasının ve bir rehberin Türkiye'yi tanıma, tanıtma, onu gezdirmeye, eğlendirmeye nosyonu yok; halı, kuyum, deri satma olayı, bütün gaye bu... Yani, gaye bu, turizm vasıta...*

ANATOLIA: *Bu durum Türkiye turizmine büyük darbeler veriyor mu?*

YATAĞAN: Tabi vuruyor. Daha da vuracak...

ANATOLIA: *Kapadokya'da oluşan bu arz-talep dengesizliğinin önümüzdeki yıllarda ortadan kalkacağı ileri sürülüyor. Bu konudaki düşünceleriniz nelerdir? Önümüzdeki yıllarda sorun çözülür mü?*

YATAĞAN: Hayır çözülmez. Çünkü şu an kontrol elden çıkmış vaziyette. Bölge tamamen sahipsiz duruyor. Bölgedeki her otel istediği cins hizmeti veriyor, her istediğine vermiyor, istediği fiyata veriyor, istediği fiyata vermiyor, istediği şekilde yemek veriyor, istediği şekilde yemek vermiyor... Arzettiği vasıflı vasıfsız personeli çalıştırıyor. Yani bir hercümerç içinde... Bu bir iyileşme göstermeyecektir. Şunu belirtmek isterim ki, bilhassa bu, şu konuşmamızın zirve noktasıdır: Kapadokya yöresine eskiden turist geliyordu, ve pek çok imkanlarla temas ettiğimizde, bir daha geleceğini, hatta çok daha geleceğini, yöreyi çok sevdiğini, doyamadığını söylerlerdi. Şu an ise, gelen turistlerin gene aynı temaslarda verdiği cevapta, "bu kadarmış bir daha belki geliriz" lafıydı. Bu, korkunç bir olay. Bu hakikaten üzücü



Türkiye'de bu yalnız Kapadokya'da değil bütün Türkiye çapında, teşvikler ile yatırımcılara çok cazip şartlar verildi. Hatta "vergini devlete yatıracağına, git o yatıracağın vergi ile tesis yap, ben sana bunun karşısında teşvik iade edeyim" diye bir sistem bile geldi adeta. Otomatikman geldi. Legal bir geliş değil. Söylendiğine göre gazetelerden, pek çok "kara para" aklanmak için bu sanayiye aktı.

bir olay.

ANATOLIA: Bunun nedenleri var mıdır?

YATAĞAN: Bunun nedenleri var... Bunun nedenleri bir an evvel Kapadokya'yı gösterip, halıcıya sokup çıkartıp, bir an evvel Kapadokya'dan uzaklaştırmaktır. Ve bir tura turist olarak iştirak edin, ve rehber arkadaşımızın anlattıklarını dinleyin, ağlarsınız.

ANATOLIA: Niçin?

YATAĞAN: "Kapadokya bu kadar" diyor. "Ne var" diyor. "Hepsini gördünüz" diyor. "Dağ taş... Bu kadar" diyor. "Bu dağların arkası biter" diyor...

ANATOLIA: Bu anlattıklarınızın bir sonucu olarak, rehberlerin mesleklerini gereği gibi yapmadıkları ortaya atılabilir mi?

YATAĞAN: Hayır... Nitelikten falan değil. Bu, başka birşey. Bunun hal çaresi var? Gayet doğal, ben size anlatayım: Bunu söylemem, birtakım kişileri kiracak ama, gayet basit, Kademe Kanunu'nda var. Kademe Kanunu diyor ki, yurtdışına çıkarken, yabancılar aldıklarından prim alırlar. Yani, bildiğimiz Avrupa'daki 'Export Price'. Yani bundan ötürü siz ne söylerseniz söyleyin. Uçak koltuklarını ilan edersiniz, acentaları broşürler bastırmaya mecbur edersiniz, Türkiye'den aldığınız deri, kuyum, kilimi çıkışta gösteriyorsunuz, "faturanın %20'ini iade ediyorum" dediğiniz zaman, -bunların hepsi birbirine bağlıdır- otomatikman hal olur. Ve kanun mevcuttur, kullanılsın yeter...

ANATOLIA: Yine Kapadokya konusuna gelmek istiyorum. Son yıllarda Kapadokya'ya da hızlı bir bozulma yaşanıyor. Bu konuda bilgi verir misiniz?

YATAĞAN: Ne yönden bozulma? Çok bozulma var çünkü. Hangisini soruyorsunuz?

ANATOLIA: Tarihsel ve doğal alanlardaki ve yapılardaki bozulmalar söz konusu. Örneğin kiliseler, peribacaları hızla bozuluyor. Ayrıca, görüntüyü bozan yapılaşmalar da söz konusu...

YATAĞAN: Baştan kiliseleri ele alalım: Kiliseler, öylesine narin yapılar ki, bu kiliseler hiçbir zaman içine onbin kişi, yüzbin kişi, yirmibin kişi girsin diye yapılmış kiliseler değil. Yani bu kiliseler, hiçbir zaman, Avrupa'daki o büyük kathedraller değil... Bunlar küçücük, minnacık ve çok hassastırlar. Yani, bu kilise yapılıırken içine papaz girecek, o serinliğin içinde dini kültürünü yapacak, birkaç tane talebeye ders verecek... Bu mahaller, onun için yapılmış. Ama şu an günde, diyelim ki, yirmibin yatak varsa Kapadokya'da, Ağustos ayının onbeşinde her taraf doluyorsa, yani Ağustos ayının onaltısında yirmibin kişi girip çıkacaktır kiliselere en az...

ANATOLIA: Yerli turistleri saymazsak...

YATAĞAN: Evet, yerlileri saymazsak... Şimdi bunun bir nefes erozyonu var fresklere... Bunun bir sürtünme erozyonu var fresklere... Ses erozyonu var. Titreşim, konuşma sesleri...

ANATOLIA: Fotoğraf makinasının etkisi var...

YATAĞAN: Flaş kullanılmıyor. Mümkün olduğu kadar az flaş kullanılıyor içeride... Bekçiler öğrendi artık. Tabii bekçi olmayan yerlerde kullanıyor sevgili

dostlarımız... Bir yazma-çime erozyonu var. Bir bayram günlerinden sonra görüyorsunuz, olmadık yerlerde olmadık pislikler var. Bayağı bir tuvalet gibi kullanma erozyonu var... Bunun karşısında UNESCO toplantısında benim bir teklifim oldu. Pek çok kişi, bilhassa Avrupa'dan gelen birkaç davetli zevkle kabul ettiler ama, bazı dostlarımız biraz ters buldu. Dünya'da örnekleri var. Döklack Mağarası Fransa'da... Orijinalini buldular, o kadar çok hücum oldu ki, o frestorik mağaraya girmeye 'stop' dediler, kapattılar. Yanına bir sahtesine kazdılar. "Buyrun orasını gezin" dediler. Yani bundan şu doğuyor; benim elimde orjinal kiliseler var. diyelim ki 20 tane. 375'ini birden gezmiyoruz zaten. Çoğunu da gezmiyoruz zaten... Çoğu da gezilemeyecek vaziyette; tahrip olmuş, yıkılmış... Tabi, çok güzelleri de onlara kapatırım. Yani, yedi kilise bugün yetiyor bir turiste gezdiği zaman. Bu kiliselerin orijinallerini alalım, diyelim ki, Elmalı Kilise, Tokalı Kilise... Bunların orijinallerini kapatalım, kapatalım derken duvar örelim demiyorum. Bir özel mücadele ile gezilsin, Yani bir araştırma olayı, o araştırma olayı ile bir güzel adam gelsin, gezsin. Ona da, hatta özel kıyafetler giydirelim; mikrop saçmasın çünkü... Freskler mikroptan da etkileniyor. Ve diyelim ki, "dünya mirası olan bu kiliseleri koruyoruz, baylar. Bunlara artık her kapıdan giren mektep talebesine, yahutta içeride sevgilisi şarkı söylemeye niyetlenen adamlara gezdirmeye niyetim yok!.." Ama istiyorlarsa aynısını burada, dört-beş ayrı bir yerde olsun, trafik sıkışmasın. Diyeceksiniz ki, "nasıl kazacağız bunları?" Gayet basit. Bugün öyle ustalar var ki, getirin adamı "bak şu kiliseyi görüyor musun? Bana bunun aynısını kaz..." deyin, üç-dört ayda kazarlar size...

ANATOLIA: Türkiye'de böyle ustalar var diyorsunuz...

YATAĞAN: Rahat... Aramadığın kadar... Ortahisar ve civarında, biliyorsunuz bütün o kuzucuları filan kazıyorlar. Bu adamlar da sanatkâr. Koca kubbeyi oturtuyor, ve çökmüyor kubbe. Kuzucu restoranlarını yerli adamlar boyuyor, papaz boyamıyor ki... Yani, istedikten sonra yapabilirsiniz, hatta büyük bir para da değil... Peki nasıl boyayacağız? Şimdi diyelim ki, Elmalı Kilise'yi misal olarak vereceksin, yarışma açacaksın dünya içinde. Onlara imkân verirsin; yatma, yeme-içme imkânı vereceksin belediye olarak. Ürgüp Belediyesi yedi tane sahte kilise yaptıracak. Ve orijinaler kapanacak. Tabi, bunu söyleyince pek çok dostum, "biz memlekete bir adamı zorla getiriyoruz zaten, bir de ona sahte kilise göstermek şimdilik biraz erken" dediler. Ben de "şu an erken ama, yarın da çok geç olacak" dedim...

ANATOLIA: Kapadokya'nın turizm master gelişim planı var mı?

YATAĞAN: Var...

ANATOLIA: Bu plana uyuluyor mu?

YATAĞAN: Türkiye'de pek çok yer Kapadokya'dan fazla bozuldu. Dikkat ederseniz sahiller olsun, Pamukkale olsun, pek çok turizm potansiyeli olan yerler Kapadokya'dan berbat oldu. Neden Kapadokya'dan berbat oldu? Çünkü Kapadokya'da

iyi-kötü, eksik-gedik bir 1976 senesinde yapılmış bir master plan vardı. Bu sayede, doğa, insan eliyle çok az tahrip edildi. Çok sert çıktığım, sivri çıktığım noktalar var muhakkak ki, ama gene de tümünü göz önüne alırsanız, bu master planın büyük yardımı vardır bu bölgenin doğasının korunmasında. Ayrıca, enteresandır, Kapadokya'da doğa doğayı korumuştur. Bu nasıl oluyor? Eğer doğa Kapadokya'ya çok iyi yeraltı suları vermiş olsaydı, Kapadokya'da şu an, Zelve'de, Göreme'de her tarafta otel görürdünüz. Ama, doğa doğayı koruyup bu yörelere iyi, kuvvetli ve satırlı olan alt suları vermemiştir.

ANATOLIA: *Su olmadığı için de...*

YATAĞAN: Su olmadığı için de tesis yapılamamıştır. Çok enteresan bir olaydır bu. Çok iyi biliyorum, firmanın da adını biliyorum, şimdi söylemeye gerek yok. 1966 senesinde, biliyorsunuz, Paris Motel'den aşağı in, sağda Kayak Kamping, onun karşısında Franklı Manastırı vardır çukurda. O manastırın üstündeki araziye onbir katlı, şimdi Pamucak'ta yapılan Zigurat gibi merdiven bir otel, o tip bir otel yapılıyordu yirmi dönüm bir araziye. Orahisar Belediyesi'nden alınmıştı... Ve 1966 senesinde ben de gencecik bir insandım. Olayı öğrendim. Ben tahsile gitmeden Kapadokya'yı görmüş ve çok sevmiştim. Kapadokya'nın benim otelci olmama çok tesisi vardır. Ve otel nasıl yapılmadı biliyor musunuz? Orada su yoktur da ondan. Ve Ortahisar'ın suyu da yeterli değildi ona verecek... O otel projesi yarım kaldı. Yoksa o otel yapılmıştı. Ve orası aşağıya kadar merdiven gibi oteller olacaktı. Ne görecektiniz bilmiyorum...

ANATOLIA: *Kapadokya'da yapılan doğal ve tarihi değerlerin tahribinde belediyelerin etkisi var mıdır?*

YATAĞAN: Tabii... Hele şu son hükümetimiz; şehir planı yapma-değiştirme yetkisi verdi biliyorsunuz... Sayın Taşçıoğlu zamanında, sonradan dokuz yörede belediyelerin şehir planını değiştirme olayı. O devrede çok büyük hatalar yapıldı... Aşırı hatalar yapıldı. Ve neyse ki gene her aksiyonun karşısında bir kanal var Türkiye'de. Anıtlar Yüksek Kurulu diye bir olay var ki, Kapadokya Yöresi'ne çok hassas, takdir etmek lazım. Hassas olduğu halde bu hatalar oluyor, bir de hassas olmasaydı, ne olurdu? Gerisini siz düşünün...

ANATOLIA: *Kapadokya'da gerek turizm işletmeciliği yapanların gerekse orada yaşam sürdüren halkın bilinç düzeyinin bozulmaya etkisi olmuş mudur?*

YATAĞAN: Bilinç düzeyi derken, şöyle söyleyeyim; belki adam büyük bir üniversiteden, Yale

üniversitesi'nden mezundur. Kapadokya'da otelcilik yapıyor. Ama bu demek değildir ki Kapadokya'yı anlıyordur. Kapadokya apayrı bir olay. Her zaman söylediğim şey şudur: Orada çalışan arkadaşlara, müdüründen tutun, patronuna, şef garsonundan tutun komisine, "biz bir malı satıyoruz. bu malın adı da Kapadokya, lütfen hiç olmazsa ezberleyin." Biraz evvelki kumaş espirisini vereyim size: Dükkanındaki mevcut olan kumaşın kalitesini bilmeyen bir tezgâhtar düşünün. İnanıyor musunuz, o tezgâhtar iş yapabilir mi? Giriyorsunuz dükkânına "ben keten kumaş istiyorum" diyorsun. Tezgâhtar "keten kumaş nasıl olur, biz de var mı?" diye soruyorsa, o dükkan çalışır mı? .. Kapadokya olayını da böyle düşünün. Kapadokya'ya geldiği zaman bir turist, sokakdaki adama "bilmem ne kilisesi nerede" deyince, "yav bu kilise neredeymiş" diye soran sokaktaki adamı bırak, bir otel müdürü var ise eğer; utanılacak bir olaydır bu... Yani bütün kiliselerin adını ezbere bilmesin ama, hiç olmazsa bir tarihi yeri doğru olarak değil, kısaca bir merkezi yerleşme noktalarını, kısaca örfünü, adetini, kısaca bazı hikayelerini enteresan bir animasyon yapabilecek kadar baz bilgiye sahip olması değil, köklü bilgiye sahip olmasını isterim iyi bir rehber kadar... Çünkü rehberlerin hepsinin de bildiğini zannetmiyorum.

ANATOLIA: *Geçen aylarda Kapadokya Turistik İşletmeciler Derneği bir basın bildirisi yayınladı. Bu bildiriye, Kapadokya'nın tarihsel ve doğal kalıt olduğu ve bizden sonraki kuşaklara bozulmadan bırakılması gerektiği vurgulanıyor. Bu bildiriden yola çıkarak Kapadokya'da faaliyet gösteren turizm işletmecilerinin bilinçlenmeye başladığını söyleyebilir miyiz?*

YATAĞAN: Hayır... Söyleyemeyiz, çünkü şu an servis yönünden hiçbir hizmet vermeyip, sadece fiyat yönünden para kazanmaya çalışan bir takım adamların yeri Kapadokya... Herhangi bir hizmette değişiklik yok, herhangi bir ilave yok; gerileme var, ama fiyatlarda, seyahat acentelerinin oyuncağı vaziyette. Belki siz de biliyorsunuz, şu an tam zamanı, biraz turist geliyor, acentelerin kazanma olayı, açıyor telefonu -hangi acente diye sormayın bana- olay olmuş, istersem ismini de veririm!.. Adam telefon ediyor, "gruplar başladı. ama, pazarlayamıyorum senin oteli bu fiyata" diyor. Çünkü, "senin çarşafklar eski" diyor. "Yahu çarşafkları geçen hafta aldım" diyorsun. "Ama ne yapalım?" diyor, aklına geliyor öyle bir şey... "Ne yapacağız?" diyorsun, "Bizim anlaştığımız fiyat var ya, hani 40.000 TL adam başına, onu sen 34.000 TL'ye in" diyor. "Bu gelenleri nerede



Kapadokya yöresine eskiden turist geliyordu, ve pek çok imkanlarla temas ettiğimizde bir daha geleceğini, hatta çok daha geleceğini, yöreyi çok sevdiğini, doyamadığını söylerlerdi. Şu an ise, gelen turistlerin gene aynı temaslarda verdiği cevapta, "bu kadarmuş bir daha belki geliriz" lafıydı. Bu, korkunç bir olay. Bu hakikaten üzücü bir olay.

yatıracağını?" diyorsun, yanda bir otel var abi, üstelik de otuza veriyor, üstelikte senden de iyi" diyor...

ANATOLIA: *Otel ile acenteler arasında yapılan anlaşmalar yasaların güvencesi altında değil mi?*

YATAĞAN: Hayır... Hiç bir yasal niteliği yok... Çünkü, bir sonraki sene yine o adamla karşılaşacaksın. İcraya verin, dava edin, bir sonraki sene hiç vermeyecektir size...

ANATOLIA: *Kapadokya'da acentalarca oynanan bir oyun var diyorsunuz...*

YATAĞAN: Kesinlikle!.. Bütün Türkiye'de, yalnız Kapadokya'da değil... Seyahat acentalarının tamamıyla kuklasısınız şu an...

ANATOLIA: *Türkiye'deki yatak artışı seyahat acentalarının işine yaradı...*

YATAĞAN: Tabi... Artış onların işine geldi. Fakat şu an onların işinde, bir müddet sonra olay değişecek. Nasıl değişecek onu da anlatayım: Biz, otellerin karşısına senelerdir yabancı sermaye çıkar değil mi? Sheraton var, Hilton var, Intercontinental var, Etap'lar var, şimdi Robinson var... Bir yığın yeni yatırımlar var; Alman, İngiliz... Bütün yatırımlar otellerin karşısında... Seyahat acentası çok rahattı, fakat ağır bir baskı ile seyahat acentaları, tur operatörleri şube açmaya başladı. Bir TUİ, bir Nehermann şubeler açıyor, ortaklıklar kuruyor, buradan işi organize etmeye başlıyor... Bu durumda ne olacak? Aradaki katalizör seyahat acentasına ihtiyaç kalmayacak. Diyelim ki TUİ gelecek otele, "ben senle bir anlaşma yapıyorum" diyecek, o anlaşmayı yapacak. Seyahat acentasını devreden çıkaracak. Sen onunla aracı komisyonu vermeden anlaşma yapıyorsun, bunun tehlikesi yok mu? Var... TUİ'de yarın öbür gün "özür dilerim, ben senden bıktım, bütün müşterimi Kabakubana'ya götüreceğim" diyecek. Gelmeyecek... Yani turizm olayında pazarlama devamlı bir risk, devamlı bir korku olayıdır rezervasyon; hiçbir zaman rezervasyonun garanti diyemezsin...

ANATOLIA: *Türkiye'de turizm işletmeleri arasındaki ilişkileri düzenleyen yasalar var mı?*

YATAĞAN: Var... Turizm İlişkiler Kanunu var. İlişkiler Kanunu, Turizm Bakanlığı, TURSAB, Otelciler Birliği'ni organize eder. Nasıl rezervasyon yapılacağı, nelere sadık kalınacağı, nasıl ödemeler yapılacağı, ödemelere kaç gün vade konulacağı, bütün hepsi kanuna bağlanmıştır. Ama, daha bir tek maddesinin uygulandığını görmedim. Kesinlikle 'orman kanunu', ve seyahat acentasının dediği uygulanır. Hele ödemeler işler acısıdır Türkiye'de... Seyahat acentası ile çalışmak istemeyen yüzlerce otel vardır. "Boş kalayım ne olursun, ama şu acentalar ile çalışmayayım" diyecek yüz tane otel ismi sayabilirim size şu anda. Hele Kapadokya'da, şu an hepsini sayabilirim, belki Dedeman dışında hepsini sayabilirim... Ödemelerden boşulmuş, kasaba, bakkala, manava para ödeyebilmek için banka kredisi kullanan, fakat seyahat acentalarında banka kredilerinden elli misli alacağı olan...

ANATOLIA: *Elbette ki bu durum, işletmeciliği ve*

verilen servisin kalitesini düşürmektedir...

YATAĞAN: *Inanmayacağın kadar!..*

ANATOLIA: *Otelin yıldızının pek anlamı kalmıyor öyleyse...*

YATAĞAN: *Turistten nefret ettiriyor insanı!..*

ANATOLIA: *Bu olumsuz koşullar sonucu, bu alanda çalışmayı bırakan işletmeciler ve yatırımcılar oluyor mu?*

YATAĞAN: *Karşınızda bir tane!..*

ANATOLIA: *Sayın Yatağan, Kapadokya konusuna yeniden gelmek istiyorum. Anıtsal yapılar ve fresklerin ömrünü uzatmak için, daha önce verdiğiniz örnekler dışında neler yapılabilir?*

YATAĞAN: Bir tane daha kolay yol var, örneğinin yapılması dışında, o da tatbik edilebilir. Mesela, aşağı-yukarı sekiz senedir Karanlık Kilise kapalı. Kimse de Karanlık Kilise kapalı diye Kapadokya'dan mutsuz ayrılmıyor. Yani o bir sebep değil. "Belki halıdan dolandırıldım" diye mutsuz ayrılıyor da, "Karanlık Kilise'yi görmedim, niye görmedim" diyene hiç rastlamadım ben... Yani, Karanlık Kilise olsa da olur, olmasa da... Tokalı Kilise'yi çok kişi gezmiyor. Kimse de şikâyet etmiyor, olsa da olmasa da... İki-üç kilise gösterdiğinde demin de söyledim, kültür seviyeleri düşük yeterli oluyor. Biraz daha bu işi alalım, sıraya koyalım. On kilisenin her gün üçer tanesini gösterelim. Yani üç gün de bir yirmibin kişi girsin. Bir bu olabilir. Hepsini zaten çoğu görmek istemiyor sıcaktan. Bir de kalabalık, itiş-tıkış... Açalım, bütün gün saatlerine bölsün rehber arkadaşlar; halıcıları da organize etsinler. Hangi saatte halıcıya gideceğim, hangi saatte Göreme'ye gideceğim diye bir rezervasyon yapınlar. Herkes yerini zamanını ayırsın, halıcıda ayırtır gibi... Göreme kiliselerinde de ayırsın saatini. Olay böyle oynanıyor; ona dokuz kilisemi birden açmayayım, üç kilisemi açayım, onları gezsinler, gitsinler... Hiç olmazsa, üçte birine düşer ziyanım değil mi?.. Gayet lojik değil mi söyledim?..

ANATOLIA: *Haklısınız...*

YATAĞAN: *Erozyonum üçte bire düşer...*

ANATOLIA: *Sayın Yatağan, bir de Peri Bacaları'nın yıpranması, aşınması olayı var...*

YATAĞAN: *Onları ayakta tutmak çok zor...*

ANATOLIA: *Son zamanlarını mı yaşıyor Peri Bacaları?*

YATAĞAN: *Hayır yerleri doğuyor.*

ANATOLIA: *Ama yenilerin doğması çok uzun bir süreçte gerçekleşiyor...*

YATAĞAN: Tabi, çok uzun bir süreç, fakat o şapkarların da düşmesi oldukça uzun bir süreç. O kadar kötümser olmalıyım... Yani doğa kendi kendini ayarlıyor. Çünkü biliyorsunuz, Peri Bacaları çok enteresan yapılarıdır. Diyelim ki bir satıh düşünelim, burası, füfo dediğimiz kalkerli yumuşak bir kum. Ama sertleşmiş, sıkışmış, yağmurlarla. Üstüne bozatlı sert bir taş düşüyor. Doğa atıyor, ben koymuyorum. Dikey yağmur erezyonu etrafından süzülerek taşın altındakileri alıyor götürüyor. Taş altındaki toprağı koruyor. Ve böyle tıraş ede ede

etrafını boşaltılıyor erezyon senelerce... Taş, yavaş yavaş böyle çıkıyor meydana. Bir gün gelecek bu taş düşecek, biraz evvel söylediğim gibi. Taş düşünce bu hemen ölecek değildir, belki blokun içinde bir kuvvetli taş daha var. Erezyon onu meydana çıkarıyor, işte iki-üç bin senede o şapka doğuyor. Ne tesadüf ki bloklarda sık sık sert taşa rastlanmakta. Bir de şu var: Kapadokya dünyada elli bin senedir var, Kapadokya Kapadokya olarak tanınalı ne kadar var? 30-35 sene, o kadar... Ondan evvel "aman Ürgüp'ün etrafında kayalar var, hep kara sabana takılır, adama rahat tarla sürdürmez, gece korkutur insanı, canavara benzer" diye bahsedilen bir taş parçası idi. Yani otuz senede moda oldu değil mi bu? Belki dünya öyle bir hale gelecek yarın, öbür gün yine onlar taş parçası olarak kabul edilecek. Onun için fazla telaşa düşmeyin.

ANATOLIA: *Sanırım Vatikan, Kiliselerin korunması için bir öneri ortaya attı.*

YATAĞAN: Hayır Vatikan'ın yok. UNESCO'nun var. Vatikan belki yardımcı olacaktır UNESCO kanalıyla.

ANATOLIA: *Yanılmıyorsa Vatikan, kiliselerin yeniden ibadete açılmasını istiyordu...*

YATAĞAN: Hayır... Kiliseleri ibadete açalım olmaz. Çünkü, kiliseler ibadete açılmaz. Kiliseler o kadar küçük ki, hele ordoks ayinleri gibi çok uzun süren dini törenler, bu küçük kiliselerde olmaz. Vatikan'ın böyle mantıksız bir girişimi destekleyeceğini zannetmiyorum. Ama büyük bir kilise yaptırmayı isteyebilirler. Mesela bir Zelve yazısına gelen Katolik ayini, bu rahani alan içinde bir kilise yaptırılabilir diyebilirler, ama mevcut kiliselerde ayin yaptırmaya niyetleneceklerini zannetmiyorum.

ANATOLIA: *Efendim, izin verirsiniz yine özel sorulara dönmek istiyorum. Öğrendiğimize göre, işlerinizi tasfiye etmişsiniz. Bunun bir nedeni var mı? Varsa nedir?*

YATAĞAN: Var... Nedeni biraz önce söylediğim olay, ödemeler dengesinde çok zor durumlara düşürüldüm. İkincisi, biliyorsunuz benim bölgede arazim filan var, bayağı köklü bir işletmeciyim, çok geniş arazim var bölgede, turizm yatırımlarına birinci derecede müsait olan ve Turizm Bakanlığı tarafından turizm merkezi tayin edilmiş alanın içinde. Fakat senelerdir bu araziye yatırım yapamadım. Sebep de, yatırım yapan bir otelin ilk senelerinin sırasında taksit borçlarını ödemek, bu otele büyük bir yıkıcı zorluk, yani turizmle turizm geliri ödenmez gibi bir inanç var benim içimde ki, bu da çıkıyor yavaş yavaş...

ANATOLIA: *Son zamanlarda ortaya çıkıyor...*

YATAĞAN: Son zamanlarda su üstüne çıkıyor.

Demek ki dediğim doğruymuş... Onun için hep kiralayarak işletmecilik yapmayı yeğ tuttum. Satın alarak, inşaa ederek değil. Şu an da ne kiracı, ne yatırımcı olarak Kapadokya'da yatırım yapmanın rantabl olduğuna inanmıyorum. Neden? Anlatayım: Biliyorsunuz bir zamanlar, 1974-1975 senesinde Kıbrıs Harbi'den sonra Petrol Krizi oldu. Bu devreye kadar etin kilosu 1971 senesinde sekiz liraydı. Sekiz liraya aldığımız dana etinden çıkarttığımız ikiyüz gramlık bir bifteği 20-22 liraya satıyorduk. Yani aşağı yukarı üç misline bir fiyata satıyorduk. Hesap meydanda. Şu an 20.000 liraya alıyoruz dana etinin kilosunu, yani 60.000 liraya satmamız lazım. Satabilir miyim?

ANATOLIA: *Çok zor...*

YATAĞAN: Çok zor değil, imkânsız... Gülerler adama yani. Çünkü alışgücü insanların çok azaldı.

ANATOLIA: *Yurt dışından gelenler de mi?*

YATAĞAN: Yurt dışından, yurt içinden gelenler, 60.000 liraya biftek yemez Türkiye'de ...

ANATOLIA: *Değişim turist profilini de etkiliyor...*

YATAĞAN: İmkânı yok, tamamıyla cep harçlığı düşmüş vaziyette profilin. Üstelik seyahat acentalarının fiyat baskısı devamlı... Demek ki şu an 1976 senesinde göre, 1990 senesinde büyük bir fiyat kaybım var yeme-içmede... Şu an Kapadokya'daki bütün otel idarecilerine sorun, "yeme-içmeden kuruş kazanmıyorum" der. Ne kalıyor geriye? Yatak kalıyor para kazanmanız için. Yatak da seyahat acentalarının hegemonyasında... Sene başında, "yatağım yüzbin lira" diyorsun yarım pansiyon olarak "Kaça veriyorsun?" diyor. Diyorum örneğin "gruplara 25.000 lira"? "Senin yemeğin 25.000 olmaz" diyor. "Yahu sinirlendirme sen nasıl karar verirsin 1 benim yemeğim 25.000 lira olmadığına? Sen mi alıyorsun domatesi, beyaz peyniri, ekmeği?.. "Acenta ben satamam" diyor. "Allah cezanı versin" diyorsun. Ne yapalım, ineceğiz. Kaça? 15.000 liraya. Yatak 75.000 TL. diyorsun kahvaltı ile birlikte. Acenta "satamam çok pahalı" diyor. Kısaca 55.000 liraya... Yani sizin akşama kadar bütün maliyet hesaplarını çıkarttığınız hesap, bir an da daha gencecik potansiyeli olan bir insanın, bir acentanın, bir tur operatörünün emriyle 50.000 liraya düşüyor. Ve ben iş imkânı göremiyorum. Eğer biraz daha ısrar etseydim, belki bu güne kadar kazandıklarımı kaybedecek duruma gelirdim. Şu an işlettiğim bir otelim var: Arkadaş otel. Ve Arkadaş otel, şu an mal sahibi tarafından işletiliyor, ben sadece danışmanlık ve yol gösteriyorum. Şu an kuruş kazandığını zannetmiyorum.



Ödemeler içler acısıdır Türkiye'de. Seyahat Acentesi ile çalışmak istemeyen yüzlerce otel vardır. 'Boş kalayım, ne olursun ama şu acenteler ile çalışmayayım' diyecek yüz tane otel sayabilirim. Hele Kapadokya'da, şu an hepsini sayabilirim, belki Dedeman dışında hepsini sayabilirim... Ödemelerden boğulmuş, kasaba, bakkala, manava para ödeyebilmek için banka kredisi kullanan, fakat seyahat acentalarında banka kredilerinden elli misli alacağı olan...

ANATOLIA: *Sizin isteksizliğinizin ardında yatan nedenlerden biri olarak Kapadokya'daki doğal, tarihi ve kültürel değer ve kalıtlarda oluşan bozulmayı da gösterebilir miyiz?*

YATAĞAN: Evet... Ben oraya yirmi senemi verdim. Ve Kapadokya'da şu an "ben sahibim" diye inanan bir insan olsun, hemen dönerim. Şu an sene başından beri sekiz kere gittim, diyelim ki üçer günden yaklaşık olarak 1990 senesinde üst üste sayarsak bir ay kaldım Kapadokya'da. Eskiden bir ay dışarda kalmazdım. Kapadokya şu an sahipsiz... Kendini bir şey zanneden ve herkesin herşeyi bildiği bir yer... Adam zabıta çavuşudur, bir müddet sonra turizmci. Adam şofördür, minibüs şofördür, bir bakmışsın karşınıza otel müdürü olarak çıkmıştır. bu kadar bir hercümerç olmaz. Kimin ne yaptığı, ne yapacağı belli olması lazım... Biraz durulsun ben otelcilik yaparım. O kadar yaşlı değilim, Yine de Kapadokya'ya dönerim yani... Zaten çıkmış değilim, orada Ticaret Odasına kaydım var, Arkadaş Otelini işletiyorum, bir de Armağan discomuz var, onu da işletiyorum. Oradan kopmuş değilim. Orada evim, arazim, dükkânım var...

ANATOLIA: *Böylesine sevdiğiniz bir yöreden kopabileceğinizi sanmıyorum...*

YATAĞAN: Kopmaya da niyetim yok. Kopacağımı bekleyenler de hata ederler!..

ANATOLIA: *Sayın Yatağan, sizin otelciliğe başladığınız yıllardaki işletmecilik anlayışı ile günümüzdeki otel işletmeciliği anlayışı arasında fark var mı? Var ise, bu değişim ne yönde?*

YATAĞAN: Çok şey değişti tabii... Bilgisayar olayı, korkunç bir olay, işletmeciye yardımcı... İşletmecilik iş yönünden kolaylaştı. Diğer yönden ise personel idaresi çok zorlaştı. Neden? Eskiden Kapadokya'daki personelin %90'ı yöresel kişilerdi. Çünkü yöresel kişiler hakikaten turizme yatkın ve yetiştirilebilecek kişilerdi. Fakat şu an yatak sayısı yükselince, bir an da her taraftan personel geldi. Ve her taraftan gelen personel, ilk baştan pek iyileri gelmediğinden, hepsinin dört dörtlük standardı olmadığından sorunlar yarattı. Sarkıntılıklar, hırsızlıklar... Çünkü bölgenin çocuğunun hırsızlık yapması çok zor, sülâlesi lekelenir çünkü bir hırsızlıktan... Bir yabancıyı başka yerde bir hırsızlık yapması daha kolaydır, unutulur geçer gider. Türlü işletme zorlukları oldu. İkincisi, eskiden, mesela kasaba telefon edersiniz, "bana şu kadar et getir" dersiniz, kasap da "peki abi" derdi. Şimdi, beş gün evvelden söylemezseniz, o eti bulamazsınız bölgede. Konya'dan getirirseniz lâzım, ya da Ankara'dan, İstanbul'dan getirirseniz lâzım...

ANATOLIA: *Yani bir anlamda rezervasyon yaptırmanız lâzım...*

YATAĞAN: Aynen!.. Süte de... Tavuğa da... İnanmayacağınız kadar... Çünkü yatakla beraber, yan üniteler genişlemedi ki... Aynı tavuk, aynı yumurta, aynı et... Bugün Ürgüp'teki otel sayısına göre, kasap sayısı belki iki tane artmıştır. Sonra eskiden kasaba üç aylık senet verirdiniz, "alacağım var, alacağımı görüyorsun, oyunun içindesin, biliyorsun... Sen de bilmem ne

acentasını tanırsın. Sana ben senet vereyim, sonra onun parası geldiğinde etin parasını öderim" derdiniz. Ama şimdi imkânı yok, şu an peşin para ile et, süt, kola, bira, ancak bir haftalık çekle alabilirsiniz. Üçüncüsü, eskiden otel işletmesi sayısı az olduğundan, sıkışık olduğun zaman, sen başka bir otelin müdürü ya da sahibiydin, benim senedim var ödenecek, diyelim ki bir-iki milyon lira eksik var. Açar sana telefonu, iki milyon borç alırdı. Ben sana borç verirdim. Şimdi o kadar banka girdi ki araya, hepsi "niye gidiyorsun ona, gel benden al" diyorlar. Yani olayı birbirimizden ayırdı. Herkes bireyci yaşamaya başladı. Tekel yaşaması tek yaşama oldu.

ANATOLIA: *Kapadokya'da yatırım yapan turizm yatırımcısı profiline gelmek istiyorum. Sizin turizme başladığınız yıllarda turizmde yatırımcı profili ile günümüzdeki yatırımcı arasında fark var mıdır? Örneğin bu iki dönemde yatırımcıların doğayı ve tarihi alanları koruma, sermaye genişliği ya da darlığı gibi konularda farklılık var mı? Var ise neler?*

YATAĞAN: Doğayı koruyuculuğun olmaması senelerden beri var. Eskisi de yenisi de aynı... Çünkü Türkiye'de ve dünya da, Türkiye diye suçlamayalım, parası olan adamın ilk düşündüğü şey, en güzel şeyin ortasına yapmak... Yani, bugün senin de yatıracağı bir 20-30 milyar paran olsa, hiçbir zaman "ben Göreme'den 30 km uzakta olayım, turistleri oraya sevk ederim" diye düşünmezsin. Onun yerine, Göreme yolu üzerinde, yamaçta bir otel kurayım da turistlerim balkondan Göreme'yi seyretsinler, herkes de "rahat görüyorum Göreme'yi oturduğum yerden" diye benim otele gelirler diye düşünürsün. Bu lojik değildir, hatalı düşüncedir ama, parası olan adam böyle düşünür. O artık onun 'prototip' düşüncesidir. Değiştiremezsin... Eskiden de yeneden de her böyleydi... Ama şu an değişti Kapadokya artık. Kapadokya'daki küçük sermaye kayboluyor.

ANATOLIA: *Kapadokya'ya gelen büyük sermayenin, Kapadokya turizmine etkisi olumlu mu ya da olumsuz mu olur?*

YATAĞAN: Bir müddet sonra olumlu olacak. Onlarda birbirini yemeye başlayacak. Şimdi hep beraber yerleşme halindedir. Aralarında bir 'Centelmen Argement' var... Ama bir müddet sonra, menfaat çatışması başlayacak aralarında. Bu menfaat çatışmaları başlayınca faydalı olacaklar. "Bak senin tesisin doğayı bozuyor, onun yüzünden ben aç kalıyorum" diye birbirlerine karışacaklar, sürtüşme başlayacak. Ve onlar aralarında anlaşarak "kuvvetli beraberlik" kuracaklar. Bu kuvvetli beraberlik, benzetmek gibi olmasın, türlü beraberliklere benzeyebilir. Ve onlar diycekler ki, "sen bizim aramıza otel yapabilmek için, doğayı bozmayacaksın, ayrıca da şu kadar para yatıracağını ve şu kadar sağlam olacak" diye bazı nitelikler arayacaklar.

ANATOLIA: *Bu da Kapadokya turizmi için olumlu olacak...*

YATAĞAN: Evet... Olumlu olacak çünkü mecbur kalacaklar. Milyarları yatıracaklar, sırf ellerindeki dört tane peri bacası için...

ANATOLIA: Çok haklısınız. Sayın Yatağan, izninizle Türkiye'deki mesleki turizm eğitimi konusuna gelmek istiyorum. Siz uzun yıllar turizm sektörünün içindesiniz. Sizce, bu alanda verilecek mesleki eğitim nasıl yapılmalıdır.

YATAĞAN: Turizm o kadar açık bir konu ki, ben turizmi güzel sanatlara sokacak kadar bağnazıyım turizmin... Evet turizm güzel sanatlardır. Turizm tahsili insana turizmcilik vermez. Bir mühendis olmaya kalktığınızda diyelim ki inşaat mühendisi, o da pek tahsil olarak vermez size inşaat mühendisliği ama, diplomanız var. Oturup hesap, kitap yapar, binanın statliğini yaparsın. Ama elinizdeki diploma ile turizm yapamazsınız. Turizm, içinizden gelmesi gereken bir olaydır. Bir kere doğa vergisidir. Tahsil şart tabii. Hiç olmaz ise lisan... Yani iyi bir lisana vasıf olmayan bir adam "ben turizm yapıyorum" diye karşıma çıkmasın. Bırakın diğer kültürü, umumi kültürü, mektep kültürünü, ama hiç olmazsa bir lisani, ana lisanına yakın bir şekilde konuşmadan karşıma gelmesin. Bu lisan da Fransızca, İngilizce, Almanca, hatta Almanca değil, yalnızca İngilizce ve Fransızca. Almancayı sokmam, çünkü Almanların çoğu İngilizceyi konuşur... Çok iyi bir İngilizce, çok iyi bir Fransızca, bu iki lisandan birini, ikisini bilmeden "ben turizm yapıyorum" diyen adam boşuna yapıyor bu işi, satıhta yapıyor, gitsin kambiyo servisinde çalışsın çok daha faydalı olur Türkiye'ye...

ANATOLIA: Efendim günümüzde Türkiye'de turizm eğitimi oldukça geniş bir yelpaze içinde yapılıyor. Üniversite öncesi kurslar, eğitim programları, meslek liseleri, üniversitelere bağlı önlisans, lisans, yüksek lisans ve hatta doktora düzeylerinde turizm eğitimi yapılıyor. Yalnız üniversitelere bağlı olarak 36 turizm programı var. Sanki bir turizm eğitimi kaosu yaşanıyor. Söyley misiniz, nedir bu durum? Nasıl çözüme çözüme ulaştırılabilir? Bunların çoğunun verdiği eğitimin turizmle pek ilgisi yok gibi görünüyor...

YATAĞAN: İşin kötü tarafı da ne biliyor musunuz? Yerden göğe kadar haklısın. Yeni yatırımcı tipi diye sordun ya bana. Kapadokya değil, Kapadokya'da az şu an da. Bilhassa tatil yerlerinde, adam zamanında bilmem ne işi yapıyormuş, sonradan otel yapmış. Soruyorsunuz; "kim işletecek bu oteli? Yüz oda yapıyorsun, canavar gibi odalar... "İki türlü cevap alıyorsun bunlardan: Birisi diyor ki, "aman Saffet Bey üzüldüğün şeye bak, müdüre benzer bir şey buluruz..." Bu bir cevap şekli. İkincisi, "bizim oğlan işletme fakültesine gidiyor, işletmecisi oluyor..." diyor. "Kaç yaşında?"

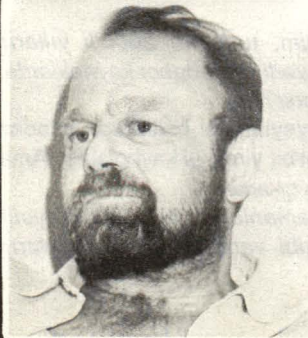
diyorsun. 23 yaşında... 23 yaşında ve o çocuğun başına turizm personelini veriyorsun. En efendi otelde bile korsan tayfası gibidir hepsi!.. Canavar gibi çocuklar, jilet gibi herifler, her an gözünün önünden sürmeyi çekecek kabiliyette adamların idaresini 23 yaşında bir çocuğa veriyorsun. Yazık o çocuğa...

ANATOLIA: Öyleyse bu okullar nasıl bir eğitim yapmalı ki, verimli olabilsinler?..

YATAĞAN: Bu eğitim defterde gayet düzgün. Yazları staj yapıyor. Her işte olduğu gibi, defterde düzgün... Turizm tahsilinin programını yapan, "üç staj yapılmalıdır" demiş. Üç aylık staj, çamaşırhaneden başla şuraya kadar git demiş, mezun olduktan sonra genel müdür ol dememiş ki sana... Git bir front ofiste çalış demiş. Ondan sonra front ofis müdürü ol demiş. Sonra terfi et, otuzuna geldiğin zaman alım, satım müdürü ol, 35-40'ında müdür yardımcısı ol, 45'inde de otel müdürü ol demiş, seni mezun olduktan sonra otel müdürü yaparım dememiş ki... Orta halli bir ailenin çocuğusunuz. Makina mühendisisiniz, hemen kendinize imalathane mi kurdunuz? Yahutta herhangi bir makinayı üreten bir yerde fabrikanın müdürü mü olursunuz?

ANATOLIA: Elbette hayır...

YATAĞAN: Evet. Ama turizm, halâ ve halâ yatırım olarak yeni bir meslek olduğundan, oğlu müdür oluyor. Niçin makina yatırımı yapan bir yatırımcı, fabrika kuran bir makinacı oğlunu makina mühendisi olsa bile, 23 yaşında neden onu genel müdür yapmıyor? Çünkü işi biliyor. Bir oğlunun onu yapamayacağını zannediyor. Bir de başka türlü vardır: Adam bir bakarsın dışçidir, senelerdir dışçilik yapmıştır. Bir gün gelir "ben bilmem nerede otel yapıyorum Saffet Bey" der. "Hayırlısı olsun, kim işletecek?" Kaç oda? Elli oda . "Nereden biliyorsun bu işi?.." "Saffet Bey, şu....." der. "Peki neden beyin cerrahı filan yapmayı düşünmüyorsun?" "Ben ne anlarım ondan" "Bundan ne anlarsın!.." Ha bir dışçinin beyin cerrahlığı yapması, ha bir otelcilik yapması arasında fark yoktur. Ama bugün kanun buna müsait değildir. Herkes kendini otel müdürü ilan eder. Otel müdürü olmak için hiçbir kanun hiçbir terfi, hiçbir tahsil yoktur. Oradaki şu an ki en büyük boşluk, 1973 senesinde teklif edilmiştir meclise ve bakanlığa Turizmde Otelciler Kanunu Otelciler Birliği Kanunu... acertaların iyi, kötü bir kanunları vardır. Kimdir acenta, kimdir acenta müdürü, kimdir enformasyon memuru, ne iş yapar, ne alır, ne satar bu bir kanuna bağlanmıştır. Otelcilikte böyle şey yok. İstersen yarın ben genel müdür, sen genel müdür yardımcısı ilan edelim



Adam bir bakarsın dışçidir, senelerdir dışçilik yapmıştır. Bir gün gelir "ben bilmem nerede otel yapıyorum Saffet Bey" der. "Hayırlısı olsun, kim işletecek?" Kaç oda? Elli oda . "Nereden biliyorsun bu işi?.." "Saffet Bey, şu....." der. "Peki neden beyin cerrahı filan yapmayı düşünmüyorsun?" "Ben ne anlarım ondan" "buradan ne anlarsın!.." Ha bir dışçinin beyin cerrahlığı yapması, ha bir otelcilik yapması arasında fark yoktur.

kendimizi...

ANATOLIA: Kimse birşey sormaz...

YATAĞAN: Hayır... Kimsin? Nesin? Yapabilir misin, yapamaz mısın? İrlı mısın, hırsız mısın? Soranyok...

ANATOLIA: Turizm Bakanlığı'nın böyle bir çalışması var: Otelcilik alanında çalışan personele standardizasyon getirme çalışması...

YATAĞAN: Benim bildiğim kadarı ile 1973 senesinden beri var.

ANATOLIA: İLO ile işbirliği içinde yürütülüyor bu çalışma. Otelcilik alanında çalışan personele standardizasyon getirecek bir çalışma bu...

YATAĞAN: Yapamazlar ki, nasıl yapacaklar? Kanun olmadan nasıl yaparlar? Kanun çıkacak önce, seyahat acentaları kanunu gibi. Ondan sonra, yönetmelikler ile standardize edilecek. Diyecek ki, otel müdürü on sene bilfiil mesaili olacak, bir lisans bakanlıktan imtihanla bildiğini ispatlayacak, yüz kızartıcı bir suçlu olmayacak, yani bir takım şeyler isteyecek...

ANATOLIA: Önce kanun diyorsunuz...

YATAĞAN: Önce kanun... Otel nedir önce... Seyahat acentasının bir tanımı vardır. Otel nedir? Tanımı yoktur ki...

ANATOLIA: Anladığım kadarı ile konuşmanızın bir bölümde, turizm merkezlerindeki otellerde çalışacak personelin, elden geldiğince yöresel olması taraftarısınız. Bundan amaç nedir?

YATAĞAN : Elden geldiğince tabii... Şu an Kuşadası'nda yöresel personel bulmak imkânsızdır. Kapadokya'da da öyle... Şu an Kapadokya'da yöresel personel bulma zorunlu hale gelmiştir.

ANATOLIA: Bildiğim kadarı ile özellikle tatil yörelerinde çalışan personelin çalışma ve barınma koşulları oldukça olumsuz durumdadır. Yöresel personel kullanımı yaygınlaşırsa bu durum büyük oranda ortadan kalkar kanısındayım.

YATAĞAN: Tabii... Ama insanın gırtlığına basıp, turizmde çalışacaksın diyemezsin ki... Şu an turizm yapan ve bırakan pek çok adam tanıyorum, kamyon şoförlüğü yapan, postane memuru olarak çalışan... En iyi personellerim ya Ziraat Bankası'na kapıcı oldu ya mekteplere hademe oldu devlet işi diye... Yani Anadolu'da turizm pek öyle itimat edilmez. Çocuklar da haklıdır, işimi kötülemiyorum, ne başka birini ama, pek hayat garantisi yoktur turizmde... Her an çıkarılma korkusu yaşayan bir yığın adam var.

ANATOLIA: O zaman işten çıkarılma korkusunu ortadan kaldırmak gerekiyor mu?

YATAĞAN: Nasıl kaldıracaksın sezonluk olayda?.. Eliniz mahkum. Diyelim çekirdek kadroyu tutup, gerisini çıkaracaksınız. Ben yapmadım bunu, 21 senedir yapmadım. Askere gidenler filan boşalttılar kadroyu. Pek çok dostum bunu yapıyorlar, ama kınamıyorum. Çünkü Kasım'dan itibaren perde kapanır bir Nisan, onbaş Nisan'a kadar... Yedi ay, altı ay korkunç bir olaydır bu. Şu benim işlettiğim otel de kışın personelini çıkarıyor.

ANATOLIA: Doğrusunu yapıyorlar diyorsunuz...

YATAĞAN: Tabii... Yani elindeki iyi personel ileride başka bir yerde çekirdek kadrolu olma imkânı bulduğu an da oraya gidiyor.

ANATOLIA: Sayın Yatağan, Türkiye turizminin günümüzdeki en büyük sorunu sizce nedir?

YATAĞAN: Halı!..

ANATOLIA: Halı... Doğa ve tarihsel alanların tahribatı değil...

YATAĞAN: Grup turizmi...

ANATOLIA: Grup turizmi...

YATAĞAN: Halı... Nefret ediyorlar...

ANATOLIA: Yabancılar nefret ediyorlar...

YATAĞAN: Evet, zorlanıyorlar. İnanır mısınız? Yedi günlük bir turda imkân olduğu an da altı sefer halı dükkânına sokuyorlar turistleri.

ANATOLIA: Acentaların halı satışından gelirleri varmı?

YATAĞAN: Olmaz olur mu?..

ANATOLIA: Başlıca gelir kaynağı "halı" mı?

YATAĞAN: Yok, türlü kârları var, senin bilmediğin. Bilet satar kazanır, adam gezdirir kazanır... Pek birşey yok gibi gözüküyor ama, gelirinin hepsi "halı'dan" diye suçlamayalım. Bugün doğru dürüst kazanan bu işi yapan vardır. Fakat "halı" gün ve gün gaye oldu. Yani halı , kilim, deri gibi olaylar gaye oldu. Ve bu gaye maalesef tur operatörlerine de sıçratıldı. Tur organizatörü de bu yola kaydı. Herkesi sardı, bir hastalık gibi... Mesela eskiden bir seyahat acentası rehberle anlaşma yaparken, "evladım şu Kapadokya'yı bana anlativer" derlerdi. "Şu vadiyi biliyor musun" diye soruları içeren imtihan geçirirdi. Şimdiki rehber ise referanslar getiriyor;" geçen sene bilmem kaç milyon liralık halı sattırdım, evvelki sene bilmem kaç milyonluk halı sattırdım" diyerek, yoksa Kapadokya'yı bilmesi, Efes'i bilmesi önemli değil...

ANATOLIA: Bir de...

YATAĞAN: Belki birisi cevap yazarken, "Saffet Yatağan da halı satardı!" diyecek...

ANATOLIA: Sattınız mı halı siz de?

YATAĞAN: Tabii... Otelimde kendime ait halıları satardım. Dükkânda da sattım. Bu potansiyeli başkasına verdim. Neden verdim? Artık halı satmak bana şeref kazandırmıyordu, sadece para kazandırmaya başlamıştı. Bir zamanlar, "halıyı aldım, çok teşekkür ederim, dostlarım da çok sevdiler halıyı" diye mektuplar alırken, fiyatlar yükseldikçe, komisyonlar arttıkça, "hırsızlıktan utanmıyor musunuz? Diye mektuplar almaya başladığımdan dolayı, halıcılığı bıraktım. Bugün pek çok halıcıdan fazla halı bilgim vardır.

ANATOLIA: Efendim, turizmin 2000'li yılların sektörü olacağı söyleniyor, yerli ve yabancı kaynaklarda. Bunun olabilirlik derecesi nedir?

YATAĞAN: Şöyle diyeyim; her halükârda ortadan kalkmayacak sektördür. Yani bir yirmi yıl kaybolabilir. Ama yirmi yıl sonra, yine meydana çıkacaktır.

ANATOLIA: Boş zamanların ve gelir düzeyinin 2000'li yıllarda artacağı gibi varsayımlar bu savların

dayanak noktası... Bunlar sonucu daha çok insan turizme çıkacak gelecek yıllarda...

YATAĞAN: Acaba?.. Her zaman turizmde bir "acaba" vardır. Şu an petrol musluğunu kapattık, Irak'a karşı ambargo uyguluyoruz. Yarın öbür gün iki silah patlasa, sınırlar kapansa ne olur? Türkiye savaşa girdi... Gene ekmek satılacak, gene elbise satılacak ama turizm biraz zor olacak. Ama diyelim ki on sene sonra turizm yine ortaya çıkacak. Yani tamamen yok olmayacak. 2000'li yılları bir yana, bir saat sonrasını garanti edemem, televizyona bakayım ondan sonra...

ANATOLIA: Konjonktüre bağlı...

YATAĞAN: Korkunç!.. Herşeyden nem alan bir olay. Sokakta adam öldürülür, elbise satılır, turizmde sekte vurur ama... Bir turiste sarkıntılık yapılır, iki tane gazete yazar, turizmde sekte vurur. Benzinin kalmaz Türkiye'de, gene turizm baltalanır. Havayolları greve girer, gene turizm baltalanır.

ANATOLIA: Son duruma gelmek istiyorum: Ülkemizde yerli turizmin canlandırılması için sizce neler yapılmalıdır?

YATAĞAN: Artık Türkiye'de yerli turizm olmaz...

Niye? Söyleyeyim, şu an Türkiye'de dört milyon ikinci konut var mıydı?

ANATOLIA: Var...

YATAĞAN: Dört milyon ikinci konut, dört yatakla çarparsak...

ANATOLIA: Onaltı milyon...

YATAĞAN: On altı milyon yatak var. Bu yatakların en azından %25'i, yani dört milyonu iç turizmde dönüktür. Yani, diyelim ki Kuşadası Davutlar Köyü'ndeki sitede 24 no'lu ev onbeş günlüğüne bir milyon liraya kiraya veriliyor. İstersen dört kişi kal, istersen sekiz kişi kal... Bu fiyatlarla bir otel yatak veremez. Zaten oraya giden kimseler de yatak fiyatını ödeyemez. Yani otelden uzaklaştırdı.

ANATOLIA: Bundan sonra yerli turizm olmaz diyorsunuz...

YATAĞAN: Mevcut otelleri doyurmaz. Yani şu an dört yıldızlı bir oteli iç turizmle yaşatabileceğinize inanıyorsanız, o müşteri Türkiye'de yok...

ANATOLIA: Sayın Yatağan, zamanınızın bir bölümünü bu söyleşiye ayırdığınız için çok teşekkür ederim.

YATAĞAN: Ben teşekkür ederim...



KONGRE TURİZMİ ÜZERİNDE DÜŞÜNCELER

Tanju KARASU
(Turizm Bilim Uzmanı)
Turizm Bakanlığı Şube Müdürü

GİRİŞ

Bir taraftan bilimsel alandaki ilerlemelere paralel olarak artan uzmanlaşmalar, diğer taraftan gelişen ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik iş ve ilişkilerle ortaya çıkan ulusal ve uluslararası örgütlenmeler, daha önce pek ender rastlanan toplantıların sayılarında İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra büyük gelişmelere sebep olmuştur. Söz konusu toplantılarda meydana gelen bu artışın ulaştığı boyut kongreciliğin bir meslek haline gelmesine ve kongre olayınında bir turizm hareketliliği olarak değerlendirilmesine yol açmıştır.

Kongre turizmi genel olarak şu şekilde tanımlanmaktadır: "Kişilerin daimi konakladıkları veya çalıştıkları yerler dışında, uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda veya meslek kollarında, belirli bir konuda bilgi alışverişi yapmak amacıyla biraraya gelmelerinden ortaya çıkan seyahat, konaklama olay ve ilişkilerinin

tümüdür (1).

Kongre turizmi ikili bir turizm türüdür. Burada esas olan kongredir. Turizm kongrenin bir türevi olarak ortaya çıkmaktadır.

Sürekli gelişim içinde olduğu ve/veya olacağı varsayılan kongre turizmi olgusunun, turizm ekonomisi içinde mevsim uzatıcılığı karakteri yanında, ulusal turizm çeşitli konularda sayısal katkılar ve yapısal değişimler sağlamakta olduğu bilinen bir gerçektir. Kongre turizmini diğer turizm türlerinden farklı kılan başka bir özelliği de delege harcamalarının normal turist harcamalarına oranla daha fazla oluşudur. Delege harcamalarından, sadece kongre salonu ve konaklama tesisleri değil, çok değişik sayıdaki pazar bölümleride yararlanmaktadır. Kaldı ki, kongrelerin yararları, yalnızca harcamalarla ölçülmemektedir. Kongrelerin ve kongre turizminin yarattığı yeni iş sahaları ve toplam istihdam kapasitesi de her ülke için ayrı bir önem taşımaktadır. Bunun dışında kongre turizmi, ev sahibi ülke ve kentini dünya kamu oyuna tanıtılması için bir propaganda aracı olabilmektedir.

Diğer taraftan, kongre turizmi bir ülkede kendiliğinden ortaya çıkıp gelişme şansına sahip değildir. Bu turizm türünün dar boğazını genelde, sabit maliyetler oluşturmaktadır. Bunlara örnek olarak; kongre binaları yapılması ve mevcutların sürekli olarak modernize edilmesi, kongre merkezlerindeki lüks ve 1. sınıf yatak kapasitesinin artırılması, "kongre yeri"ne kolay ulaşmayı sağlayan; hava alanları, tren yolları, otobanlar gibi alt yapılar ve kongre binaları çevrelerinde yeraltı-yerüstü otopark binaları yapılması gibi yüksek maliyetli yatırımlar ilk planda sayılabilir.

Kongre turizminde sabit maliyetler (örneğin kongre binaları) kâr getiren yatırımlar olmaktan çok, sektöre fayda sağlayan hizmet ve pestij tesisleridir. Bu nedenle, genellikle kongre binaları gibi yüksek maliyetli hizmet yatırımlarını yapmak, devlet kuruluşlarına veya yerel yönetimlere düşmektedir. Organizasyon, acentacılık, taşımacılık, çevirmenlik gibi işler ise genellikle, kâr amacı güden kişi ve işletmelerce yürütülmektedir.

KONGRE TURİZMİNİN TÜRKİYE'DEKİ DURUMU

Olaya Türkiye açısından bakıldığında, ülkenin genel turizm için var olan tüm problemleri kongre turizmini de olumsuz yönde etkilemekte ise de, Türkiye'nin dünya kongre pazarındaki rekabette yerini alabilmesi, özellikle kongre turizmine ilişkin sorunlarının çözümüne bağlı görülmektedir.

(1) G. Gamma, M. Accola, *Das Wesen des Kongresstourismus*, St. Galen, 1973, s.3.

Bu sorunlar şu başlıklar altında toplanabilir.

- a) Alt ve üst yapı sorunları
- b) Örgütlenme ve uluslararası kuruluşlarla işbirliği sorunu
- c) Tanıtma ve pazarlama sorunu
- d) Uluslararası kataloglara girme sorunu
- e) Toplantuların Türkiye'ye daveti sorunu
- f) Toplantuların organizasyonu sorunu

Türkiye'de 1000 kişiden fazla büyüklükteki toplantıların, dünya standartlarına uygun olarak yapılabileceği salonlar yoktur. İstanbul, İstinye sırtlarında yıllardır inşaatı devam eden ve projesinde 2000 kişilik bir oditoryum ile çeşitli büyüklükte toplantı salonları bulunan "Kongre Sarayı" kompleksi inşaatının bitiş tarihi henüz kesinleşmemiştir. Bu konuda Türkiye'nin kongre turizmi çalışmalarına etkin bir biçimde başlamasını gerektiren çoğunluğu küçük ve orta büyüklükte olmak üzere, 253 kadar toplantı salonu bulunmaktadır (2). Türkiye bugüne kadar bir çok uluslararası toplantıya başarı ile ev sahipliği yapmış bir ülke olarak olanaklarını tam kapasite ile kongre pazarının hizmetine sunmalıdır.

Kongre turizminde, sabit yatırımlar ile ilgili maliyetlerin yüksek oluşu, Türkiye'nin dinamik pazarlama yöntemlerini benimsemesini, yani kongre pazarı talebine uygun ürün yaratmasını olanaksızlaştırmaktadır. Türkiye'de toplantı binalarının inşaatları yıllarca sürmekte, bu yüzden artan maliyetle birlikte, projede yer alan biçim ve içerik inşaat bitmeden demode olmaktadır.

Burada belirlenmesi gereken diğer bir husus da, Türkiye'nin kongre olanaklarını hangi yöntemle pazarlayacağıdır.

Kongre turizminde, sabit yatırımlar ile ilgili maliyetlerin yüksek oluşu, Türkiye'nin dinamik pazarlama yöntemlerini benimsemesini, yani kongre pazarı talebine uygun ürün yaratmasını olanaksızlaştırmaktadır. Türkiye'de toplantı binalarının inşaatları yıllarca sürmekte, bu yüzden artan maliyetle birlikte, projede yer alan biçim ve içerik inşaat bitmeden demode olmaktadır.

Bu nedenle, Türkiye'nin daha uzun bir süre, mevcut alt ve üst yapı tesisleri ile, toplantı taleplerini artırmaya çalışması tek seçenek olarak görülmektedir.

(2) Tanju KARASU, *Kongre Turizmi ve Türkiye, Kültür ve Turizm Bakanlığı Eğitim Dairesi Başkanlığı 58, Ankara, 1985, s.51.*

Bu konuda mevcut kapasitenin nitelik ve niceliklerini artırıcı bazı önlemlerin de alınması gerekmektedir. Mevcut olanakların iyileştirilmesi yanında, inşaat ve proje halinde bulunan toplantı salonlarının yapımını hızlandırmak ve eski Türkiye Büyük Millet Meclisi, Milli Saraylar, köşkler, yalılar gibi müze ve tarihi eser niteliğinde olan binalara ait salonların da hizmete sokularak yeni ve orjinal kapasite yaratılmasını gerçekleştirmek bu konuda akla gelen ilk önerilerdir. Bütün bunlara ek olarak; toplantı salonlarını donatmak, restore veya modernize etmek isteyen kuruluşlara, Turizmi Teşvik Fonu'ndan veya düşük faizli kredilerden yararlanmalarını sağlayıcı yasal önlemlerin de alınması gereklidir.

Türkiye'nin kongre turizminde uygulaması zorunlu görülen ürün geliştirme ve pazarlama politikası ilkeleri saptandıktan sonra, artık hangi örgütlenme ve pazarlama yöntemleri ile satışını artırmayı gerçekleştirebileceği belirlenmektedir.

Bilindiği üzere, pazarlama, uzmanlık gerektiren bir konudur. Kongre turizmindeki pazarlama çalışmalarının da bu konuda uzmanlaşmış kişiler tarafından yapılması gerekir. Türkiye için, öncelikle bu gibi uzmanların görev yaptığı bir "Ulusal Kongre Bürosu"na gereksinim vardır. Bu büro; kongre turizmi konusunda her türlü araştırma, istatistiki veri toplama, değerlendirme, kongre olanaklarının tanıtılması ve pazarlanması işlemlerini yürüten, kongrelerin zaman ve kongre merkezlerine en uygun şekilde dağılımını yönlendiren koordinatör bir kuruluş niteliğinde olmalıdır.

Bu "Ulusal Kongre Bürosu"nun öncelikle, Türkiye'nin arz kapasitesini eksiksiz olarak belirlemesi, ürün analizi ve bu analizden hareketle hedef pazarı saptamak amacıyla pazar bölümlenmesi yapması gerekmektedir.

Hedef pazarın belirlenmesi amacıyla Türkiye'nin toplantı salonları kapasite büyüklükleri açısından üç kategoriye ayrılarak; 300 kişiye kadar olanlar küçük, 300-1000 kişi arasındakiler orta ve 1000 kişinin üzerindeki toplantıların yapılabileceği salonlar da büyük olarak nitelendirilebilir. 1984 yılında yaptığımız bir araştırmada Türkiye standartları açısından yapılan bu bölünme doğrultusunda; Türkiye'de, 200 adet küçük, 52 adet orta, 1 adet de büyük toplantı salonu olduğu saptanmıştır (3).

Eldeki veri ve bulgularla yapılan bu ürün analizi yanında, dünya kongre pazarına çeşitli ülkelerin sundukları zengin olanaklar da gözönüne alınacak olursa, Türkiye'nin ancak kendi ürün arzına paralel olarak küçük ve orta büyüklükteki uluslararası toplantılar açısından bir rekabet şansına sahip olduğu varsayılabilir. Bu ana-

(3) Tanju KARASU, *a.g.e., s.53.*

lize göre; Türkiye'nin birinci pazar hedefini küçük toplantılar, ikinci pazar hedefini orta büyüklükteki toplantılar ve uzak pazar hedefini de büyük toplantılar oluşturmaktadır. Bu durum bir bakıma, Türkiye açısından çeşitli yararları da beraberinde getirmektedir. Bunun nedeni, küçük ve orta boyuttaki toplantılarda turizm etkinliklerine daha fazla yer verilmesi olanağının bulunması ve yer seçiminde büyük kongre kentlerinin dışına kayabilmenin daha kolaylıkla gerçekleştirilebilmesinden kaynaklanmaktadır. Türkiye'nin ürün analizi ve hedef pazar bölümleri saptandığına göre artık pazarlama da izlenecek yöntemler irdelenebilir.

Kongre olanaklarının pazarlanması ulusal örgütler aracılığı ile olduğu kadar işletme ve tesislerin özel çabaları ile de mümkün görünmektedir.

"Ulusal Kongre Bürosu", Turizm Bakanlığının yurtdışı Tanıtma Temsilcilikleri'nde birer kongre departmanı kurmak sureti ile pazarlama işlevini daha da aktif bir şekilde yürütebilir. Diğer taraftan salonlarını kiralamak veya kongre turizmi hizmetine sunmak isteyen tesis ve kuruluşlar da merkezi kongre bürosu aracılığı ile satışlarını gerçekleştirebilirler.

Kongre turizmindeki pazarlama ve satış işlerinin geliştirilmesi, daha çok "Ulusal Kongre Bürosu"nun dünya kongre pazarı ve uluslararası toplantıları pazarlayan kuruluşlar ile olan ilişkileri ve işbirliği aracılığı ile gerçekleştirilebilmektedir. Uluslararası kongreleri yönlendiren ve pazarlayan pek çok kuruluş bulunmaktadır (4). Bu kuruluşlar yayınladıkları katalog, dergi gibi yayın organlarında sadece kendilerine üye bulunan ülke, kent, tesis ve kuruluşların toplantı olanaklarını tanıtmakta ve kongre yapan kuruluş ve şirketlere üyeleri hakkında olumlu referanslar vermektedirler.

Sadece, ülkelerin resmi ulusal kongre büroları değil, aynı zamanda kongre binaları, kongre otelleri, organizatörler, seyahat acenteleri, hava şirketleri v.b. gibi tesis ve işletmeler de bu kuruluşlara üye olmak suretiyle her türlü reklam, tanıtma ve pazarlama hizmetlerinden yararlanabilmektedirler.

Kongre merkezlerinin satışında başarı sağlayan diğer önemli etkinlikler ise, basın ve halkla ilişkiler üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Bu konuda basından yararlanmak, daha çok reklam ve tanıtıcı yazılara yer vermek şeklinde ortaya çıkmaktadır. Halkla ilişkiler konusunda ise; kişisel ilişkilerin dışında, yazışmalar aracılığı ile kongre olanaklarının tanıtılması, pazarlanması ve satışı mümkün olabilmektedir. Bu konuda direkt yazışmalar ve davetler,

genellikle, kongre yapan uluslararası resmi veya resmi olmayan kuruluş yönetimlerini olduğu kadar, yurtdışında toplantı düzenleyen ulusal ve uluslararası şirketlerin yönetim kurulu başkanlarına yapılmaktadır.

Uluslararası kongrelerin Türkiye'de daha çok toplanmalarını sağlayıcı uzak bir hedef de, uluslararası kuruluşlara ait Birliklerin Türkiye'de kurulmasına çaba gösterilmesidir. Böylece bu birliğin üyesi bulunan yabancı kuruluşların toplantıları kendiliğinden Türkiye'ye çekilmiş olacaktır.

Bazen etkin bir pazarlamanın bile, resmi formaliteler nedeniyle, uluslararası toplantıların rakip ülkelere kaçmalarına engel olamaması da önemle vurgulanması gereken diğer bir olgudur.

Yabancı ülkelerin çoğu, uluslararası kongrelere katılan delegelere gümrük ve vize işlemlerinde kolaylıklar yapmaktadırlar. Bu konuda, Türkiye'de de kolaylıklar artırılması gerekmektedir.

Ayrıca, ulusal derneklerin bağlı buldukları uluslararası birliklerin kongrelerini Türkiye'ye davet edebilmeleri açısından, derneklerin bu birliklere üye olmalarını sınırlayan yasal kısıtlamaların yumuşatılması zorunludur.

Türk ekonomisinin bir parçası olması gereken Türk Hava Yolları'nın, delegelere alışılmışın dışında indirimler uygulaması halinde, bunun kongrelerin Türkiye'ye davet edilmesinde etkin bir rekabet faktörü olarak rol oynayabileceği unutulmamalıdır.

SONUÇ

Özet olarak diyebileceğimiz ki, Türkiye'nin kongre pazarı içindeki pazar payını artırmaya engel olan sorunları çözümlenmeye çalışılmalıdır. Türkiye'nin, mevcut kongre olanakları ile kendisine en uygun pazar bölümlerini belirlemesi, bu pazarlara ulaşacak dağıtım kanallarını bilimsel bir şekilde saptaması yanında, mevcut sorunlara ciddi ve içtenlikle çözüm araması halinde, ülkemiz pazar payını artırabileceği gibi kongre turizminin olumlu katkılarında da yararlanma olanağını elde edecektir.

(4) ICCA: *International Congress and Convention Association* gibi.

İŞ AMAÇLI SEYEHATLER İÇİN HAVAYOLU TAŞIMACILIĞINI GELİŞTİRME

Klaus BRATLIE

Çev: Ayşegül AYDIN

İş amaçlı seyahat edenlerle, turizm amaçlı seyahat edenlerin ortak bazı özellikleri vardır. Örneğin, her iki grup da, genellikle sık seyahat ederler ve dostça ve iyi hizmetten hoşlanırlar. Tarifeli her uçuşta pek çok Business Class koltuğuna ek olarak, turistler için de koltuklar bulunur, yer ayrılr. Yani iş amaçlı ve turizm amaçlı seyahatlerin temel nesnelere ortaktır. Başka bir deyişle, turizm amaçlı seyahat, yalnızca charter uçuşlarından oluşmamaktadır.

SAS'da Business Class mevki ve turist mevki başka bir şekilde birbirine bağlıdır. Bu bağı açıklayan iki paradoks (Ç.N.: Mantuğa aykırı görünen ama aslında doğru olabilen düşünce) vardır.

Paradoks 1 : Business class daha fazla para kazandıkça turist mevkiğine daha düşük fiyat sunabiliriz;ve

Paradoks 2 : Turist mevkiğinde bu düşük fiyatlardan daha fazla koltuk satıldıkça iş mevkiğinde daha düşük fiyat sunabiliriz.

(*) "Airline Development From The Business Perspective" *Tourism Management*, September 1989, pp.223-224

Bu iki paradoksun birleşmiş etkisi, yüksek kullanım ve olumlu ekonomik sonuçlardır.

SAS, her yıl milyonlarca yolcu taşıyan kendi charter havayolunu -Scanair- işletmektedir. SAS'ın ayrıca İspanyol asıllı bir charter havayolu olan Spanair'de ve Vingresor Leisure Group vb. gibi pek çok otelde ortaklığı bulunmaktadır. İş amaçlı seyahat edenlerin havayolu olmak SAS'ın ana stratejisi olmasına rağmen, turist SAS için önemlidir.

ÜRÜN GELİŞTİRME

Ürün geliştirme iki bağımsız boyuta sahiptir. Bir tanesi fiziksel (ürünün kendisi), diğeri ise insan (hizmet sektörü)'dür.

İnsan Boyutu

Pek çok şirket için ürün geliştirme, ürünü değişen koşullara göre adapte etmek ya da düzeltilmektir. SAS'ta ise bir firmanın işgörenleri ile müşterileri arasındaki etkileşim olarak tanımlanabilen insan boyutunu geliştirmek için pek çok çaba harcandı. Bu tutumun arkasında yatan ise müşteriye yönelmedir. Bir SAS temsilcisinin bir müşteri ile her karşılaştığı an, samimiyet ve dürüstlük anı olarak tanımlanabilir. İşgörenin tavı daha iyi oldukça, sonuç da daha iyi olmaktadır. Buna yalnızca eğitim ve anlayışla artan motivasyon ile ulaşılabilir. Örnek olarak 1981'den önce SAS hizmetlerinde, imaj ve ekonomik sonuçlar olarak çok büyük bir artış yaşandı. Biz aynı formülün belirli değişikliklerle yine kullanılabilmesine inanıyoruz., Bu kez ABD'de yolculara karşı bizim tutumumuzu paylaşan bir iş ortağı olması dolayısıyla Continental Airlines ile işbirliği yapılmaktadır. Bunu yapmakla, kendimize yararlı olduğumuz gibi onlara da yardım etmiş oluyoruz. İki yıllık bir sürede 50.000'den fazla SAS ve Continental elemanı Hizmet Kalite Enstitüsü'nde eğitilecektir. Bu politikanın işe yarayıp yaramadığını ise zaman gösterecek.

Hizmet vermek basit gülümsemeden daha fazlası demektir. Dikkate alınması gerekenler, aslında sorumluluğun dağıtılması ve kurmay memurlara sorumluluk alma olanağının tanınmasıdır. Bu ise, pek çok durumda, daha fazla eğitim ve artan anlayışla birlikte sonuç vermektedir.

Ürün Boyutu

Hizmetin yalnızca insan gücü hakkında konuşmak yeterli değildir, fiziksel boyutu da mevcut olmalıdır. Bununla birlikte fiziksel boyutun önemli bir dezavantajı vardır; o da kolayca kopya edilebilmesidir. Bütün diğeri şirketler bizim onları kopya ettiğimiz gibi, aynı zamanda onlar da bizi kopya etmektedirler. Bunda şartıcı bir şey yok, ancak önemli olan sektörde sürekli

bir lider konumunda olabilmenin yalnızca, hizmetin insan boyutu ile doğru şekilde uğraşmakla mümkün olabileceğinin farkında olmaktır.

O halde, sonraki adımlar neler olacaktır? SAS müşterilere alternatifler arasında açık bir seçim ve her seçeneğin parasal değerinin bir bileşimini sunmanın çok önemli olduğuna inanmaktadır. Bu düşünce ile, bugünlerde bir seyahat servisi sistemi geliştiriyoruz. Bu, her bir unsurun satın alınması isteğe bağlı olan, bütün bir seyahat kavramını temsil etmektedir. Bu seychat hizmet zinciri çok kısa bir zaman içerisinde, iş amaçlı seychat edenlerin evden ayrıldığı andan geri dönünceye kadar gereksinme duyacakları bütün unsurları kapsayacaktır. Örneğin, uyandırma telefonları, limuzin servisleri, havaalanlarında ekstra kolaylıklar vs. seychat hizmeti sisteminin pek çok unsuru halihazırda mevcuttur, ancak ilk kez bütün hizmetler tek bir firma tarafından, tek bir rezervasyon sistemi aracılığı ile sunulacaktır. Bunun müşteriye sağladığı avantajlar;

- rezervasyon daha kolaydır,
- farklı hizmetler birbirine uyacak şekilde birleştirilebilirler,
- müşteri kendisi için hazırlanmış ürünü satın alır.

Seyahat hizmet zincirinin bütün amacı, seychat etmeyi kolaylaştırmaktır. İskandinavya'da kurulmuş bir havayolu olarak SAS, küçük bir iç pazar ve Avrupa'nın merkezi bölgelerine göre uzak bir yerde yerleşmiş olması nedeniyle çok sayıda yeniliğe yönelmektedir. Bu nedenle SAS için, ürün geliştirme ek olarak iki boyutu da içermektedir; birincisi çekici bir uluslararası merkez geliştirmek, ikincisi global trafik sistemi geliştirmektir.

Kopenhag Merkezi

İskandinavya'nın güneydoğu bölümünde yer alması nedeniyle Kopenhag, SAS'a bir merkez geliştirmek için doğal bir nokta olmaktadır. Kopenhag Havaalanı aşağıda belirtilen bazı nedenlerden dolayı çekicidir;

- uygun fiyatlarla ve çeşitli mallarda alış-veriş kolaylıkları,
- pek çok yerden ve pek çok yere sık bağlantıların olması,
- dostça ve hareket geçirici bir atmosfer.

Global Trafik Sistemi

Global trafik sisteminin yaratılması mümkün olduğu kadar, ürün ve faaliyetin koordine edilebilmesine olanak sağlayacağından müşterilerimiz için pek çok avantaj getirmektedir.

En önemli unsur, seychat zamanını kısaltabilmek için mümkün olduğu kadar destinasyonun tarifelerinin

eşgüdümünün sağlanmasıdır.

Şimdiye kadar Britanya Holding Havayolları ve Continental Havayolu ile ortaklık kurduk ve bunlara ek olarak Thai International ve All Nippon Airways ile işbirliği oluşturduk. Esas hedefimiz, Avrupa'daki lider havayollarından bir tane olarak hayatta kalmaktır. Bunun için stratejimiz, yüksek kaliteli ürünler sunmak ve tavrımızı paylaşan dünyadaki seçkin havayolları ile işbirliği yapmaktır.

Hayatta kalabilmek ve daha fazla büyümeye ulaşabilmek için iki temel nokta önemlidir. Bunlar;

- müşteri beklentileri ve pazar eğilimleri açısından pazarın talebine dikkat etmek,
- pazar talebindeki hızlı değişikliklere ve farklı müşteri gruplarına uyum sağlayabilmek için bütün yönlerden esnek olmak.

Bu makale, SAS'ın ürün geliştirmesinin arkasındaki temel ilkeleri kısaca tanımlamaktadır. Biz SAS olarak buna inanıyoruz ve hedeflerimize stratejilerimizi uygulayarak ulaşmayı planlıyoruz.

OTELLERDE HOUSKEEPİNG DEPARTMANININ YERLEŞİMİNDE DİKKAT EDİLECEK KONULAR

Meryem AKOĞLAN

(Uzman)

Ç. Ü. İ.İ.B.F.

Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

Otel işletmelerinde hizmet birim alanları işletmenin büyüklüğüne ve fonksiyonlarına göre farklı bölümler halinde düzenlenir. Otelin bu tür birim alanlarının planlanmasına ait kararların proje aşamasında verilmesi gerekir. Proje aşamasından sonra işletme aşamasında böyle bir düzenlemeye gitmek çeşitli maddi kayıplara neden olacaktır.

Bu nedenle işletmelerde birim alanlarının planlanması önemli bir konu olarak gündeme gelmektedir.

Otel işletmelerinde geniş bir çalışma alanına sahip bulunan houskeeping departmanının yerleşimi konusunda diğer birimler gibi önemli bir yere sahiptir. Yerleşim birimlerinin planlanması şu amaçlarla yapılmaktadır;

- İş akımını geliştirmek
- Çalışma alanının mevcut veya yeni yapılacak üniteye en verimli şekilde kullanımını sağlamak
- Personelin yeterli ve rahat çalışma ortamında bulunmasını sağlamak
- Materyali elverişli alana yerleştirmek
- Materyal ve personel arasındaki mesafeyi kırmak

Sıralanan amaçlarla gerçekleştirilen planlamada dikkat edilecek konuları şu şekilde sayabiliriz:

- Fonksiyonel ilişkilerin belirlenmesi
- İş akımının belirlenmesi
- İş hareketlerinin belirlenmesi
- Materyal ve donanımın kullanıma uygun

seçimi

Nitelikler yönetmenliğine uygunluk

Bu maddeleri sırasıyla bu departman bazında inceleyerek şu sonuçlara varabiliriz.

FONKSİYONEL AÇIDAN

Houskeeping departmanının fonksiyonlar bakımından en çok ilişkide bulunduğu konular önbüro, çamaşırhane, mutfak, varsa room service, kat servisi, teknik servistir. Bu arada şunu da belirtmek gerekir; bu bölüm temizlik ve düzenlilik konusunda geniş görev alanına sahiptir. Oteldeki tüm ünitelerle (mutfak hariç) bu konuda ilişki içerisindedir. Ancak burada en çok sözkonusu olan beş ana birimden bahsedilecektir.

Kat hizmetleri ve önbüro arasındaki yakın ilişki nedeniyle bu bölümün planmasında bu yoğun işbirliği gözönüne alınmalıdır. Buradan bu iki departmanı birbirine yakın alanlara kurulması gerekir sonucu çıkartılmamalıdır. Ancak odaların satışı konusunda; check-out ve okey'lerin alınması, arızalı oda birimleri v.s. haberleşme olaylarının iyi kurulması gerekmektedir. Bu işlemler için vakumlu borular (evrak taşımakta), telefon evrak kullanımı ile birlikte, ışıklı panolar ve bilgisayarlar kullanılmaktadır. Küçük ve orta büyüklükteki otellerde basılı evrak ve telefonla bu tür haberleşmeler sağlanmakta, ayrıca bu amaçla ışıklı panolar kullanılmaktadır. Büyük otellerde bu tür ilişkilerin bilgisayarla yapılmakta olduğu gözlenmektedir. Dağınık binalardan oluşan otellerde her binada ayrı ayrı düşünülmesi de önbürodan katlara müşterinin ulaşmasındaki kolaylık açısından önemlidir.

Önbüro-Çamaşırhane; Bu iki birim arasındaki fonksiyonel ilişkilerinde yoğunluğu gözönüne alınarak, gerek müşteri kıyafetleri gerek otel çamaşırlarının en kısa mesafede çamaşırhaneye oradanda katlara dağıtılacağı gözönüne alınmalıdır. Bu amaçla katlardan çamaşırhaneye shoot veya çamaşırhaneye kadar inen personel asansörü düşünülmelidir.

Katlar-Mutfak; Otelde room service varsa sözkonusu ilişki ortaya çıkar. Bu amaçla kat ofisleri servis kolaylığı sağlayacak şekilde donatılabilir veya restoran ve katlar arasında tepsiler için kullanılan asansörler bulundurulur.

Kat ofisleri ve houskeeping; Houskeeping departman şefinin yeri, kat görevlilerinin çalışma alanları kat ofislerine yakın mesafelerde olmalıdır.

Katlar-teknik servis; Elektrik, su vb. tasarruf tedbirlerinin alınması, günlük tamirat gibi konularda bu iki

departman arasında yoğun ilişki kurulur. Bu olay basılı evrak ve telefonla yürütülmektedir.

İŞ AKIMININ BELİRLENMESİ

İş yerinin yerleşim planında iş akım şemalarının önemli bir yeri vardır. Bu nedenle bir işin hangi süreçlerden geçtikten sonra gerçekleşeceğini önceden belirlenmesi ona göre planlanması yapılmalıdır. Örneğin oda temizliği; yatakların yapılması, banyo temizliği, toz alma işlemi belli bir sıra dahilinde yapılırsa tozu alınan bir odanın tekrar tozlanması sorunu ortadan kalkacaktır. Çamaşırhane, önce gruplama, lekelerini ayırma çalkalama, yıkama, durulama, sıkma, kurutma, ütüleme, katlama olarak seyreden bir iş akımı vardır. Burada çalkalama işleminden önce çamaşırı direk sıcak su ile karşılaştırdığımızda bütün kir ve lekeler pişecek ve çok uygun bir temizleme süresi harcamamız gerekecektir.

İş akımı işin türüne göre düzhat, fonksiyonel olarak oluşturulabilir.

İŞ HAREKETLERİNİN ÖNEMİ

İş yerinde yerleşim planlanmasında iş hareket etüdlerinin planlayıcılar tarafından benimsenip uygulanması zorunludur. Tüm endüstrilerde işi basitleştirmede kullanılan Frank Gilberth 17 ana hareketinin sembol ve tanımları konaklama endüstrisindeki iş yerlerinde ve bölümlerinde kullanılmaktadır. Hareket etüdünün kullanılması hem işgücü hem de maliyet açısından büyük kazançlar sağlamaktadır. Örneğin bir otel odasının 2238 saniyede hazırlanmakta olduğu saptandıktan sonra bu işlerin analizi ile süre 1216 saniyeye düşürülebilmektedir.

MATERYAL VE DONANIMIN KULLANIMA UYGUN SEÇİMİ

Alet ve donanımın kullanıma uygun seçimi ve yerleşimi de bu alandaki planlama faaliyetinde önemli bir yere sahiptir. İşletmenin inşaatına başlanmadan önce odalarda kullanılacak sabit donanım ve portatif alet ve donanımın yerleri saptanmalıdır. Bu amaçla bu aşamada ilgili kişilerle işbirliği yapılması ileride ortaya çıkacak aksaklıkları önleyecektir. Burada otelin birimleri hakkında bilgi sahibi mimar ve desinatörlerin fikirlerine önem vermek gerekecektir.

Bu çalışmada konumuz houskeeping olduğuna göre, bu bölümdeki donanım ve materyalin uygun seçimi ve yerleşimi sözkonusudur. Örneğin, merkezi soğutma sistemi veya tek soğutma (klima) kullanılacaktır. Oda döşemesi marley, kalebodur, mermer, halı mı yapılacaktır? Su borularının arızası halinde odalara zarar vermeden tamirati mümkün olacak mıdır? Otelde kullanılan suyun sertliği ve verbolit sistem kullanılacak mıdır? Bütün sorulara otelimizin kapasitesi ve kalitesine göre cevap aramamız gerekecektir. Çok sıcak

yörelere marley zeminin gevşeme tehlikesi, mermer ve kalebodurun gürültüsü, suyun çok kireçli olması halinde boruların kireçlenmesi, çeşitli aksamalarda kireç lekeli bırakması, çamaşırın sertleşip çabuk yırtılmaları vb. etkilerinin gözönüne alınarak uygun bir seçimin proje aşamasında dikkate alınması gerekecektir. Odalarda kullanılan diğer malzemelerin seçiminde de bu konulara dikkat edilmesi gerekmektedir. Çarşaf ebatlarının yatak genişliği, yatak yüksekliği, katlama payı göz önüne alınarak hesaplanması, otellerde kullanılan zarf usulü yatak yapımını kolaylaştıracak, karyolaların yanlış seçimi (yatak konulan kısmın derinliği, ayakbaşındaki korkuluklar, başucunda tekerlek olmaması gibi), yatak başlarına konulan okuma amaçlı abajurların tepesi kısımlarının açık olması, çamaşırhanede kullanılan silindir ütü rulusunun 1.75 mt. den kısa düşünülmesi, temizlikçi arabasının kullanılmayışı bu konuda verilecek örnekler arasındadır.

NİTELİKLER YÖNETMELİĞİNE UYGUNLUK

Otel odalarının planlanmasıyla ilgili olarak nitelikler yönetmeliği de şu esasları getirmiştir:

● Otel odaları merkezi sistemle ısıtılır (ısıtma tesisatı gerektirmeyen yazlık işletmeler geçici ve kısmi ihtiyaçlar için elektrikli ısıtmadan yararlanabilirler.) (madde 38).

● Duş, banyo ve WC'lerde yeterli doğal veya merkezi havalandırma sağlanmalıdır (madde 37).

● Kat yüksekliği 2.60'dan, asma katlar 2.20'den umumi odalar 3 mt. den az olamaz. Merdivenlerde ve koridorlarda genişlik 90 cm.den az olamaz (madde 33).

● Müşterilerin kullandıkları lavabolar 40x50 cm boyutlarındadır (madde 45).

● Yatak odaları tek veya iki kişilik düzenlenir. Müşterinin talebi halinde ilave yatak kurulabilir. 6 m². den küçük odalara yatak konmaz (madde 62).

Oda hacimlerinin belirlenmesinde Nitelikler Yönetmeliği'nde belirtilen asgari ölçü uygulamalarda otel kapasitesine göre ve odanın kullanım amacına göre farklılıklar göstermektedir. Örneğin, otelde ek hizmetler fazla ve otel kapasitesi yüksekse oda hacminin küçük tutulduğu, tersi durumlarda ise, oda hacminin daha geniş kapsamlı tutulduğuna rastlanmaktadır.

Odalardaki yatak çeşidinin belirlenmesinde ise oda büyüklüğü, müşteri grubunun özelliği etkili olmaktadır. Gruplarda twin-bed yataklar etkili olurken iş adamlarının french-bed yatak tercihleri, çocuklu ailelerin ve bu ailelerin uzun süre kaldıkları otellerde ilave yataklı odalar ve connection odaların çok satıldığına rastlanmaktadır.

KAPADOKYA'NIN KORUMA, GELİŞTİRME VE TANITMASI "WORKSHOP" SONUÇ RAPORU

GİRİŞ

Sahip olduğu eşsiz tarihi ve kültürel değerler ve doğal özellikler nedeniyle uluslararası ve ulusal ölçekte büyük bir önem taşıyan Kapadokya Bölgesi diğer etkenlerin yanısıra artan turizm talebinin de sonucu olarak geri dönülmez biçimde tahrip olma tehlikesiyle karşı karşıyadır.

Taraf olduğumuz "Doğal ve Kültürel Varlıkların Korunması ve Muhafazası"na ilişkin 1972 tarihli UNESCO sözleşmesinin getirdiği yükümlülükler çerçevesinde "Dünya Kültürel Mirası Listesi"ndeki 37 yer arasında bulunan bu bölgenin sorunlarının değerlendirilmesi, çözüm yollarının belirlenmesi ve ilgili tüm kuruluşların işlevlerinin çözümler doğrultusunda bütünleştirilmesi amacıyla 7-9 Haziran 1990 tarihlerinde "Kapadokya'nın Koruma Geliştirme ve Tanıtması" konulu "Workshop" düzenlenmiştir.

Turizm Bakanlığı ile Birleşmiş Milletler Kalkınma Programının işbirliğinde ve Nevşehir Valiliğinin de katkılarıyla gerçekleştirilmiş olan bu Workshop'a ilgili merkezi ve yerel kamu kuruluşlarının ve gönüllü kuruluşların temsilcileri UNESCO uzmanları, Türkiye'deki yabancı Büyükelçiliklerin temsilcileri ve üniversitelerin ilgili bölümlerinden öğretim üyeleri

katılmışlardır.

Workshop kapsamındaki çalışmalar, birinci gün sunulan tebliğleri takiben 3 grup tarafından yürütülmüştür.

1. Grupa:

Doğal ve Tarihi çevreyi koruma mekanizması ve bu bağlamda Türkiye'de bölge planlamasının yeniden yorumlanması.

Kapadokya özelinde planlama ve uygulama sorunları.

Doğal ve Kültürel çevrenin korunmasında toplumsal bilinç ve katılımın önemi.

2. Grupa:

Kapadokya bölgesinde doğa ve insan tahribatı.

3. Grupa:

Tarihi ve kültürel çevrenin korunması ve geliştirilmesinde uluslararası ilişkilerin önemi.

Yukarıdaki konularda yapılan çalışmalar sırasında ilgili gruplar tarafından varılan sonuçlar üzerinde genel kurulun görüşleri de alınmak suretiyle, ekte sunulan nihai rapor oluşturulmuştur.

II. DOĞAL VE TARİHİ ÇEVREYİ KORUMA

MEKANİZMASI VE BU BAĞLAMDA TÜRKİYE'DE BÖLGE PLANLAMASININ YENİDEN YORUMLANMASI

KAPADOKYA ÖZELİNDE PLANLAMA VE UYGULAMA SORUNLARI

I. A. Kapadokya Bölgesinin

Karşı Karşıya Bulunduğu Temel Sorunlar:

1. Bugün için bölgenin nasıl gelişmesi gerektiği, Türkiye ve dünya ekonomisi içinde nasıl bir yer alacağı, bu gelişmenin ne tür bir kültürel kimlik içinde gerçekleştirileceği konusunda geliştirilmiş uzun erimli bir görüş açısı bulunmamaktadır.

2. Bölge içinde bir çok kuruluşun çeşitli yasalardan kaynaklanan yetkilerini kullanırken geliştirdikleri değişik plan ve programlar bölgede bir çok sahiplik sorunu yaratmaktadır. Bu çok sahiplilik çeşitli grupların birbirinden bağımsız karar üretmelerine ve farklı uygulamalara girmeleri sonucu sınırlı kaynakların etkili kullanılmasına neden olmaktadır. Çok sahiplilik bir noktada hiç sahipsizliğe dönüşmektedir.

3. Bölgenin gelişmekte olan turizm talebi ve artmakta olan nüfusunun gereksinmelerini karşılamak için uygulamalar yapmak durumunda olan belediyeler, bugünkü durumda yetkilerini nasıl kullanacakları konusunda bir belirsizlik içinde bulunmaktadır. Belediyelerin karşılaştığı bu belirsizlikler yalnız koruma ve planlama konusunda alınan kararlardan kaynaklanmamakta aynı zamanda da yörenin özellikleri nedeniyle ortaya çıkan mülkiyet sorunları ve benzeri kurumsal nedenlerden kaynaklanmaktadır. Bölgenin doğal ve tarihi çevresiyle uyumlu olan yapı üretim süreçlerinin geçmişte kalması; bugünkü yapı üretim sistemlerini belirleyen mimarlık

ve mühendislik pratiklerinin çevreye duyarlı bir yerleşme dokusu üretmekte yetersiz kalmaları mevcut dokunun bozulmasına yol açmaktadır.

4. Türkiye'de ve bölgede Kapadokya'nın gelişmesi konusunda karar veren, uygulayan ve hatta bu çevreyi kullananlar yeterli bir koruma bilinci içinde bulunmamakta veya var olan bilinçlerini eyleme geçirmekte yetersiz kalmaktadırlar.

II. Çözüm Önerileri:

Yukarıda sıralanan sorunların çözümü konusunda çalışma grubumuz temelde rasyonel ve planlı bir yaklaşımın gerekliliğini benimsemiştir.

Burada uygulanacak planlama yaklaşımı aşağıdaki özelliklere sahip olmalıdır.

1. Süreklilik:

Amaçlanan planlama, başlayıp biten bir eylem değil devam eden bir süreç olmalıdır.

2. Katılım:

Bu planlama her aşamasında ilgili merkezi ve yerel kamu kuruluşlarının, sivil toplum örgütlerinin, bilim ve araştırma kuruluşlarının ve halkın katılımıyla gerçekleştirilmelidir.

3. Ölçeklerarası Süreklilik:

Planlamanın değişik ölçekleri arasında tutarlılığı sağlamak için kademeli bir planlama yaklaşımı kullanılmalıdır.

1°. Bu kademeli planlama yaklaşımında 1. Kademeyi çok yönlü Bölge planı oluşturulmalıdır. Bu plan içinde bölgenin genel gelişme stratejisi, temel yapı kararları, bölge içindeki farklı kuruluşların işbirliği ilkeleri, bölgede kullanma ve koruma dengesini belirleyecek politikalar, bölge içi yerleşme kademelenmesi vb. gibi konularda kararlar getirilmelidir.

2°. Bölge planlama kademesinin altında çeşitli ölçeklerde sektörlere ve yerleşmelere ilişkin planlar yer almalıdır.

3°. Tek tek bireylerin uygulamalarını yöre yerleşme dokusuyla uyumlu kılacak, binaların azami hacimleri, bina yüzeylerindeki doluluk boşluk oranları, yapı malzemesi vb. gibi konularda belirleyici olan kurallar geliştirilmelidir. Bu kurallar fiziki çevrede ortak bir dilin oluşmasına yardımcı olacaktır.

4°. Bu planlama yaklaşımı içinde uygulamayı etkin kılabilmek için tek tek, ya da paket halinde projeler geliştirilmeli, uygulama proje bazında yürütülmelidir.

4. Uygulama-Planlama Bütünlüğü:

Planlama uygulama ile bir bütünlük içinde ele alınmalı, uygulama planlama örgütüne yakından izlenerek, denetlenmeli ve sonuçları tekrar planlamaya yansıtılmalıdır.

Yukarıda özellikleri belirtilen planlama ve uygulama işlevlerini yerine getirmek için bir "Kapadokya Bölgesi Koruma ve Geliştirme" Örgütü kurulması öngörülmüştür.

Bu örgüt aşağıda sıralanan özelliklere sahip olmalıdır:

1. Süreklilik ve Yerellik:

Kurulacak örgüt hem planlamayı hem de uygulamayı yerinde yürüten ve sürekli bir örgüt olmalıdır.

2. Güçlülük:

Bu örgüt planlama yetkileri, uygulamayı denetleme yetkileri ve özel finansman kaynaklarına sahip olması açısından çok güçlü olarak kurulmalıdır. Mali bakımdan güçlü olabilmesi için bu kuruluşun uluslararası, ulusal ve yerel kaynaklardan beslenen bir fonu bulunmalı ve bu fonu bölgenin ihtiyaçları için kullanma esnekliğine sahip olmalıdır.

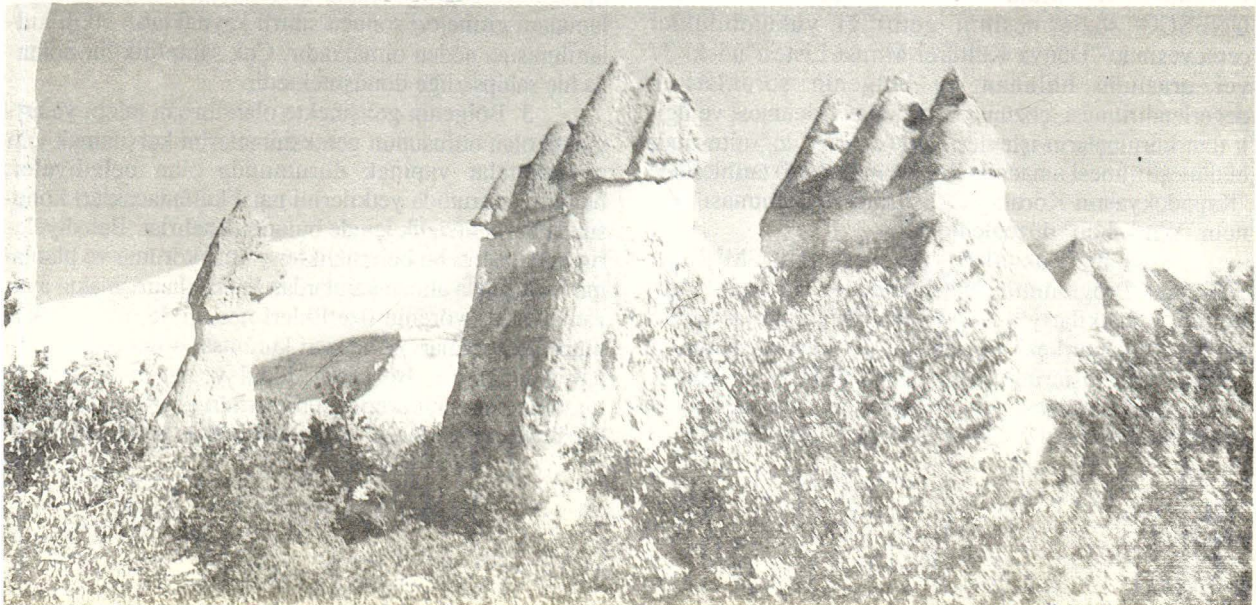
Bu fonun kaynakları arasında:

- Ören yerlerinden sağlanacak gelirler
- Kamu kuruluşlarından sağlanacak gelirler
- Uluslararası kuruluşlardan sağlanacak kaynaklar
- Dünya Kültürel Miras Fonu'ndan sağlanacak kaynaklar
- Özel ve tüzel kişilerin bağışları ve diğerleri bulunabilir

3. Katılımlı Karar Süreci:

1°. Bu örgütün karar mekanizması merkezi ve yerel kamu kuruluşları sivil toplum örgütleri, bilim ve araştırma kuruluşlarının katılımıyla oluşacak bir **Karar Kurulu**'nu içermelidir.

2°. Bu örgütün üzerine düşen planlama ve uygulama işlevlerini yerine getirecek yeterli ücret ödenen kalifiye elemanlardan oluşan çok disiplinli bir **Teknik**



Organı bulunmalıdır.

3°. Bu örgütün katılımlı planlamayı gerçekleştirebilmesi uygulamayı izleyerek yönlendirilebilmesi, uluslararası, ulusal ve yerel yönetimlerle başarılı ilişkiler kurabilmesi için icracı bir Genel Sekreterliği bulunmalıdır.

Yukarıda özellikleri tanımlanan örgütün Türk yasal ve idari sistemi içinde oluşturulabilmesi konusunda çalışma grubu çeşitli alternatifleri değerlendirerek başlıca 3 yol üzerinde durmuştur.

1. Söz konusu örgütün GAP örneğinde uygulandığı gibi Başbakanlık'ca bir Kanun Hükmünde Kararname (KHK) yayınlanmak suretiyle kurulması ve daha sonra bu Kararname'nin TBMM'den geçirilerek yasallaştırılması.

2. Merkezden yönlendirilen planlama süreci yerine yerinden örgütlenen, güçlendirilmiş yerel yönetimler modeline dayalı "Kapadokya Belediyeler ve Diğer Yerel Yönetimler Birliği" kurulması.

3. "Özel Çevre Koruma Bölgeleri"ne ilişkin mevcut Kanun Hükmünde Kararname'de değişiklik yapılması ve daha sonra Çevre Kanunu'nun 9. Maddesine dayalı bir KHK yayınlanmak suretiyle bu örgütün kurulması.

Her üç halde de kurulacak örgütün planlamaya ilişkin yetkilerinin yasal çerçevesini oluşturmak bakımından ve Türkiye'nin diğer benzer bölgelerinde de uygulanabileceği gözönüne alınarak TBMM'de görüşülmekte olan 3194 s. Yasa'daki değişiklik önerisinin yeniden gözden geçirilmesi yararlı olacaktır.

Genel Kurul çalışmaları sırasında yukarıdaki alternatiflerden birincisi en çok tercih edilen olmuştur.

Yukarıda belirtilen düzenlemeler gerçekleşinceye kadar Kültür Bakanlığı'nca başlamış olan planlama çalışmalarının sürdürülmesi uygun görülmüştür. Bu çalışmalar ilgili merkezi ve yerel kamu kuruluşlarınca desteklenmesi ve oluşturulacak bir Danışma ve Yönlendirme Kurulu tarafından izlenerek yönlendirilmelidir. Bu kurul ayrıca, söz konusu yerel örgüt oluşuncaya kadar yöredeki acil sorunların değerlendirileceği bir platform olmalıdır.

III. DOĞAL VE TARİHİ ÇEVRENİN KORUNMASINDA TOPLUMSAL BİLİNÇ VE KATILIM DÜZEYİNİN ÖNEMİ

Çalışma Grubu halkın bilinçlenmesi ve katılımı konularında önemli yetersizliklerin olduğu konusunda görüş birliği içerisindedir.

III. A. Bu yetersizlik şu sorunlara yol açmaktadır:

1. Doğal ve tarihi çevreyi gözetken kararların alınmasında toplum desteği kolayca harekete geçirilememektedir.

2. Doğal ve tarihi çevreyi tahrip eden değişik kurum ve kuruluşların uygulamaları konusunda halkın kendiliğinden oluşan bir denetimi doğmamaktadır.

3. Halkın konuya sahip çıkmasındaki yetersizlikler uluslararası kuruluşların bu konuda verebileceği

desteğin gerçekleşmesini geciktirmekte veya engellemektedir.

III. B. Çözüm Önerileri:

1. Çalışma Grubu halkın katılımının planın hazırlanması düzeyinden başlayarak uygulama düzeyine kadar her aşamasında sağlanmasının gereği konusunda görüş birliği içindedir.

2. Bu katılımın aynı zamanda bilinçlenmeyi geliştirerek bir araç olduğuna inanmaktadır. Ayrıca katılımın uzun vade içinde özenle gerçekleştirilecek bir proje olduğunu düşünmektedir. Katılım sağlayıcı ve bilinçlendirici faaliyetlerin hedef kitlelerinin tüm karar üreticileri, uygulayıcıları, meslek çevreleri ve halktan oluşması öngörülmektedir. Bu faaliyetlerde devlet ve sivil toplum örgütleri hem işbirliği içinde hem de ayrı ayrı yer almalıdırlar. Türkiye'nin siyasal kültürü içinde sivil toplum örgütlerinin yeterince gelişmemiş olması bu kurumların geliştirilmesi için özel bir çaba sarfedilmesini gerektirmektedir.

4. Toplumsal bilinç ve katılım düzeyinin yükseltilmesi "Kapadokya Bölgesi Koruma ve Geliştirme Örgütü'nün sürekli çaba göstereceği işlevlerinden biri olmalı ve bu işlevi yürütmek üzere örgüt içinde bir birim oluşturulmalıdır."

IV. KAPADOKYA BÖLGESİNDE DOĞA VE İNSAN TAHRİBATINI ÖNLEME PROJESİ

Kapadokya'da doğa ve tarih kaynaklarının bölgenin temel sürükleyici faktörlerini oluşturması nedeniyle bu konuda özel bir proje geliştirilmesi uygun görülmüştür.

Bölgenin tahribata karşı korunmasında aşağıdaki ana ilkeler benimsenmiştir.

IV. A. Ana ilkeler:

1. Mevcut doğal, kültürel ve tarihi varlıklara müdahaleyi asgari düzeyde tutmak.

2. Geriye dönüşü olan (reversible) müdahaleleri tercih etmek.

3. Kültürel ve doğal tüm yapıların ve eserlerin ömrünü uzatacak önlemleri almaya çalışmak.

Kültürel ve doğal yapılar olarak peri bacaları, kiliseler, yerleşim mağaraları, yeraltı şehirleri, hanlar, sivil mimarlık eserleri, jeolojik oluşumlar ve diğerleri anlaşılmalıdır.

4. Çeşitli uzmanlık dalları arasında bilgi alışverişi ve işbirliği sağlamak ve ortak standartlar oluşturmak.

5. Öncelikli kurtarma planını yapıp uygulamaya geçmek ve buna paralel olarak gerekli kurumlaşmayı oluşturarak uzun süreli çalışmalara başlamak.

IV. B. Envanter:

Çalışmalara konu olacak yöre ve yapıların bugünkü durumlarını ve gelecekteki olası tahribatları belirlemek üzere envanter çalışmaları yapılmalıdır. Envanter çalışmaları, kültürel, doğal ve coğrafik gibi ölçütleri de dikkate alarak belirlenecek olan Kapadokya planlama alanını kapsamalıdır.

IV. C. Metodoloji:

Kültürel ve doğal varlıkların iç ve dış özellikleri

ile korunması ve onarılması için öngörülen metodoloji ana hatları ile aşağıda gösterilmiştir:

1. Mevcut durumun belirlenmesi, (investigation)
2. Çözüm seçeneklerinin araştırılması, (research)
3. Uygulama projelerinin proje gruplarının hazırlanması
4. Uygulama (proje grubunun denetimi altında yapılacaktır)
5. Uygulama safhalarının belgelenmesi
6. İzleme

IV. D. İdari Önlemler:

Bölgede korumayı etkinleştirmek üzere önerilen önlemler aşağıda gösterilmiştir:

1. Eğitim (yerel yöneticilerin, halkın ve turistlerin eğitilmesi)
2. Kapadokya için verilmiş olan Afet Bölgesi kararının yeni veriler dikkate alınarak gözden geçirilmesi ve bu bölgelerin tekrar turizm amacıyla kullanılması.

IV. E. Örgütlenme:

Bu proje daha önce sözü edilmiş olan "Kapadokya Bölgesi Koruma ve Geliştirme Örgütü"nce gerçekleştirilecektir.

V. TARİHİ VE KÜLTÜREL ÇEVRENİN KORUNMASI VE GELİŞTİRİLMESİNDE ULUSLARARASI İLİŞKİLERİN CANLANDIRILMASI KONUSUNDA ÖNERİLER

Bu konuda çalışan grup iki tür öneri geliştirmiştir. Bunlardan birincisi bölgenin uluslararası tanıtımını da sağlayacak bir konferans düzenlenmesi; ikincisi ise uluslararası kuruluşların katkılarıyla projeler oluşturulmasıdır.

UNESCO tarafından 1983'te başlatılmış olan uluslararası kampanyayı güçlendirmek ve uluslararası kuruluşların ilgisini çekmek amacıyla "Birleşmiş Milletler 1989-1997 Kültürel Kalkınmanın On Yılı" programı çerçevesinde uluslararası bir konferansın Kapadokya'da tercihan 1991 Sonbaharı veya 1992 İlkbaharında düzenlenmesinin uygun olduğu üzerinde görüş birliğine varmıştır.

Böyle bir konferans'ın düzenlenmesi hazırlıklarına başlamadan önce bazı ön koşulların yerine getirilmesi gerekmektedir:

1. Daha önce sözü edilen Bölge Planının tamamlanmış ve uygulama projelerinin tamamlanmış olması gerekir.

Ayrıca hükümet içinde ve dışında yer alıp da amacı Türkiye'nin kültürel mirasını korumak, geliştirmek ve zenginleştirmek olan bütün kuruluş ve uzmanların bir listesi hazırlanmalıdır. Söz konusu çalışma aynı zamanda, bu amaca katkıda bulunabilecek diğer kuruluş ve bireyleri de tanımlamalıdır.

2. Bu konferans daha önce sözü edilmiş bulunan Kapadokya Bölgesi Koruma ve Geliştirme Örgütü'nce gerçekleştirilecektir. Konferansın başarıyla

gerçekleştirilebilmesi ve olumlu yankılar yaratabilmesi için bu konuda katkısı olabilecek ulusal ve uluslararası çevrelerde tanınmış kişilerden oluşan bir komiteden yararlanılması uygun olacaktır.

3. Bu komite konferansın gerek ulusal ve gerekse uluslararası düzeyde etkinliğini sağlama yollarını saptamak ve bu meyanda "Dünyada Kültürel Kalkınmanın On Yılı" programı çerçevesinde toplanacak uluslararası konferansın hazırlıklarını, UNESCO'nun teknik öncülüğünde, aralarında UNDP, ICOMOS, ICOM, ICCROM, IFLA ve IUCN'nin de bulunacağı uluslararası kuruluşların ve uluslararası toplumun yardımıyla yönlendirmeye yardımcı olmak.

Bu girişimlerin başarıyla yürütülmesi halinde Türkiye açısından aşağıdaki yararların sağlanması beklenmektedir:

1. Paha biçilmez kültürel ve doğal mirasın korunması,
2. Kesintisiz zenginleşmeyi mümkün kılacak "Sürdürülebilir Gelişme" kavramı çerçevesinde bu mirasın bakımı için "devam-eden-bir-sistem" oluşturulması,
3. Türkiye'nin uluslararası alandaki imajının güçlenmesi ve Türkiye'deki kültürel mirasın insanlığa katkılarının daha iyi anlaşılması.

Böyle bir anlayış sonucunda, yalnız gelir getirecek turizm sanayii gelişmekle kalmayacak, fakat aynı zamanda uluslararası toplumun Türkiye'nin böylesine büyük çaptaki ortak kültürel ve doğal mirasını koruma çabalarına daha çok katkıda bulunması mümkün olacaktır.

VI. WORKSHOP SONUÇLARININ PRATIĞE GEÇİRİLMESİNİ SAĞLAMAK ÜZERE İZLEME VE YÜRÜTME KOMİTESİ KURULMASI

Genel Kurul şimdiye kadar yapılan bu tür çalışmalardan beklenen pratik sonuçların alınmamış olmasını gözönünde tutarak bu çalışmanın sonuçlarının bir an önce hayata geçirilebilmesi için aşağıdaki kararlara varmıştır:

1. "Workshop" sonuçlarının bir yayın haline getirilmesi;
2. Bu çalışmada öngörülen yasal ve idari düzenlemeleri gerçekleştirmek üzere bir izleme ve yürütme komitesinin kurulması;
3. Bu komitenin iki grup olarak düşünülmesi; gruptan birincisinin ilgili bakanlar, milletvekilleri ve belediye başkanları olmak üzere siyasal kişilerden oluşması ikincisinin ise: birinci grubun çalışmalarında bir tür sekreteryaya görevi üstlenecek şekilde ilgili kuruluşların yönetici ve teknik elemanlarından oluşması öngörülmüştür.

Bu komitenin ilgili grupları arasındaki koordinasyon Nevşehir Valisi tarafından sağlanacaktır.

4. Bu komite raporda yer alan karar ve önerilerin pratiğe geçirilmesi konusunda bir eylem programı hazırlanmalıdır.

KAPADOKYA TURİZM VE GELİŞTİRME BÖLGESİNDE PLANLAMA ÜZERİNE DÜŞÜNCELER*

Prof. Dr. İlhan TEKELİ
ODTÜ Mimarlık Fakültesi Öğr. Üyesi.

I. GİRİŞ

Benden bu toplantıda doğal ve tarihi çevrenin korunması bağlamında Türkiye'de bölge planlamasının yeniden yorumlanmasını yapmam istenmektedir.

Türkiye'nin oldukça uzun bir bölge planlama geçmişi var. 1940'lı yıllara kadar geriye gidilebilir. 1960'lı yıllarda büyük emeklerle önemli bölgesel planlar hazırlandı. Daha sonraki yıllarda da bölge planlama zaman zaman yeniden gündeme geldi.

Türkiye'nin bölge planlamasına gereksinmesinin çok olduğu açık. Büyük su havzası gelişme projeleri var GAP gibi, birden yapılaşmaya açılmış geniş sahil bantlarına sahip bu yörelerde plansız gelişmenin tüm sorunlarını yaşıyor, hızla gelişen metropoliten alanları var. Sorunlarla yüklü, bunların herbirine bölge planlamasının büyük katkıları olabilir.

Türkiye'nin bölge planlamasına uygun pek çok

sorunu ve oldukça uzun bir planlama geçmişi olmasına karşın uygulamayı etkilemekte başarılı olduğu söylenemez. Bunun değişik nedenlerinden söz edilebilir. Türkiye'de yönetimin aşırı merkezi yapısının bölgelere yetki devrine olanak vermemesi, Türkiye'de hem siyasal kültürün hem iş çevrelerinin kültürü içinde planlamanın rasyonalizmin bir aracı olarak değil kendi eylemlerinin bir engeli olarak görülmesi bireylerin planları kendilerinin değil, kendilerinin dışındakilerin uyması gerekli dökümanlar olarak görmeleri, vb. nedenler sayılabilir. Tüm bunları özetlemek gerekirse, planların getirdiği kararların nitelikleriyle Türkiye'deki karar çevresinin uyumsuzluğundan doğduğunu söyleyebiliriz.

Bu durumda bir yöre için yeni bölge planlama çalışmaları ve yeni örgütler önerilecekse, verilecek kararların niteliklerinin ne olduğu, hangi toplum kesimlerini etkilediği, ve bunların uygulanması için ne tür planlama araçlarla donatılması gerektiğinin detaylı bir analizi gerekir. Ancak böyle bir analizden sonra gerçekçi öneriler geliştirilebilir.

II. KAPADOKYA PLANLAMASININ TEMEL KARAR ALANLARI:

Kapadokya yöresinde geliştirilecek bir planın üç temel karar alanı olacağı söylenebilir. Bunlardan **birincisi koruma kararlarıdır**. Kapadokya hem tarihsel ve kültürel değerleri hem de doğal özellikleri bakımından dünyanın mutlaka ve büyük bir titizlikle korunması gereken bir yöresidir. Bu değerler bir kez tahrip oldu mu bir daha yerine konulamaz. Bu geriye dönüşü olmayan bir süreç olduğu için hiç bir biçimde ödün verilmemesi gerekir.

İster tarihsel ister doğal olsun bu değerlerin tahribinde iki farklı mekanizmanın çalıştığı söylenebilir. Bunlardan birincisi, tek bir karar ya da eylemle bir emrivaki biçiminde yaratılan tahriptir. İkincisi ise uzun zaman içinde küçük küçük aşınmaların birikmesiyle ortaya çıkan tahriptir. Kuşkusuz her ikisi de önlenmelidir. Ama her iki tür tahribi önlemenin yol ve yöntemleri farklı olacaktır.

Birinci tür yıkıcı eylemler bir bireyin ya da yöneticinin kendisine bırakılmış karar alanını kullanarak ya da onu aşarak kendisinin yararlı bulduğu bir eylemi yerine getirmesiyle ortaya çıkar. Bu tür kararların en tehlikeli yanı bu uygulamayı yapanların kararlarının haklılığına inanmaları ve bir an önce emrivaki halinde gerçekleştirilmeye çalışmalarıdır. Bu emrivakiyi yaratmaya çalışan kişinin yönetimin üst noktalarında bulunması durumu daha vahim hale getirir. Kamuoyundan bu konuda bir tepki olsa bile bunun açık sir eyleme dönüşmesi ya da yargı yolunu kullanarak kısa sürede durdurulması olanaksızdır. Çoğu kez durdurma kararı tahrip gerçekleştikten çok sonra çıkar, artık yapacak bir şey yoktur. Sorumlu cezalandırılrsa bile dünyanın kültürel mirası geri dönmeyecek biçimde tahrip olmuştur. O yörenin yerine konamaz özgünlüğü isterseniz kimliğinin önemli bir parçası diyelim ortadan kaldırılmıştır. Cezalandırma bir şeyi çözmez. Bu gibi alanlarda

* Bu yazı, 7-9 Haziran 1990 tarihleri arasında Nevşehir'de düzenlenen "Kapadokya'nın Koruma, Geliştirme ve Tanıtması WORKSHOP"unda Prof. İ. Tekeli tarafından sunulan bildirinin metnidir.

uygulamada bazı gecikmelere yol açsa bile acil durumda kararları verilebilmelidir. Özel kesime karşı yönetimin, yönetime karşı da yönetim hiyerarşisi içinde asimetrik bir konuma sahip bir kurumun ya da otoritenin bu tür operasyonları durdurma yetkileri güçlendirilmelidir. Bu yolla değişik gruplar birbirini denetler hale gelecektir. Kuşkusuz bu yetkiler kötüye kullanılabilir. Ama insanlığın benzersiz bir ürünün tahrip olması olasılığı söz konusu ise bu tür kötüye kullanmalara da razı olmak gerekecektir.

İkinci tür tahrip, kullanma sonucu zaman içinde birkicek ortaya çıkmaktadır. Bu tür tahripler belki de daha tehlikelidir, çünkü hemen gözlenemezler farkedildiklerinde de çoğu kez gecikilmiş olur. Bunların önceden kestirilebilmesinin yolu sistematik bir gözlem ve bu tahrip etmeden kullanılmayı sağlayan düzeylerin önceden bilimsel araştırmalarla saptanmasıdır. Bu tür saptamaları zamanında yapabilmek için ciddi bir örgütlenme gerekir. Yalnız saptamak yetmez bunu önleyecek kararları alıp kullanımı belli düzeyde sınırlamak gerekir. Bu da kullanıcıların yaygınlığı yüzünden çoğu kez gerçekleşmeyebilir. Gerçekte tahrip sadece yıkarak ya da kullanarak olmaz, koruma adı altında da kaynaklar tahrip edilebilir. Çevresiyle yaşayan ve yaşanan bir bina bir sokak koruma adı altında seyredilen bir objeye dönüşebilir. O fiziki olarak varlığını sürdürmektedir ama içinde yer aldığı çevre için artık anlamı değişmiştir.

İkincisi kaynakları kullanma ve ekonomik gelişmeye ilişkin kararlardır. Bu kararlar kültürel ve doğa değerlerin korunmasını sağlayabileceği gibi tahribinin de temel nedeni olabilir. Kullanmadan koruma olanağı bulunamamasıdır.

Burada yer alan ekonomik faaliyetler burada yaşayanlara ülke ortalamasının altına düşmeyen bir yaşam standardı sağlarken bu yörenin kaynaklarının tahrip edilmeden en yüksek getiriye getirecek biçimde kullanılmasına olanak vermelidir. Bu yörenin kaynaklarının kullanılmasının burada üç faaliyet konusunda yoğunlaşması beklenebilir. Bunlardan birincisi **turizm**, ikincisi **tarımsal üretim**, üçüncüsü ise **İç ve Güney Anadolu'nun tarımsal ürünleri için uzun süreli depolama işlevidir**. Kuşkusuz bu üç işlevin gerektirdiği yan hizmetler de yörede yer alacaktır. Bu üç işlevin dışında bölgeye çekilecek sanayi vb. girişimlerin yörenin doğal ve tarihi değerleri üzerinde olumsuz etkiler yaratacağı düşünülebilir.

Burada karşımıza çıkan bir hassas denge vardır. Bu yörenin olağanüstü değerlerinin tüm insanlık adına korunmasıdır. Ama bu korunmanın toplumsal pahasını salt burada doğup büyüyenlerin karşılamasını istemek de çok hakça değildir.

Tarımsal faaliyete ilişkin kararlar daha çok yörede yaşayanlar tarafından verilirken, turizm ve depolama işlevlerine ilişkin kararlar hem yöredeki hem de yöre dışındaki girişimciler tarafından alınacaktır. Bu faaliyetlerin çevreyi ve tarihi dokuyu tahrip etmemesi için yoğunluklarının ve ölçüklerinin iyi denetlenmesi gerekecektir. Burada bir iç çelişki ortaya çıkabilecektir. Bu

yöre uluslararası turizme konu oldukça büyük ölçekli örgütlenmelere konu olacaktır. Bu yüklendiği işlevin kaçınılmaz bir sonucudur. Bu bir etkinlik sorunudur. Ama bu büyüyen organizasyonları çevreyi domine edecek tek yapılarda kendini ifade etmesi yöre için bir felâket olabilir. Büyük ölçekli girişimler parçalanmış küçük ölçekli bir doku içinde örgütlenme yollarını bulmak durumundadırlar.

Üçüncü önemli karar alanı alt yapıların geliştirilmesi olacaktır. Hem burada yaşayanların çağdaş ve sağlıklı koşullarda yaşayabilmesi, hem geliştirilmek istenilen turizm faaliyetleri yörede gelişkin bir alt yapıyı gerektirecektir. Bu konuda da Türkiye'de ilginç bir çelişki yaşanmaktadır. Alt yapılar genellikle bir plan ve projeye göre yapılmaktadır. Ama bu plan ve projeler çevreye duyarlı olmaktan çok mühendislik normlarına duyarlıdır. Dolayısıyla tarihi ve doğal çevrenin tahribinde önemli rol oynayabilmektedir. Bu projelerin hazırlanıp uygulanmasında mühendislik dışı kaygılarını da etkisini gösterebileceği bir karar süreci oluşturulmak durumundadır.

III. KARAR VERİCİ VE UYGULAYICILARIN DENETLENMESİ YOLLARI ÜZERİNE:

Bir planlama faaliyetinin bir çevredeki gelişmelerin istediği yönde olmasını sağlamak için iki tür aracı vardır. Bunlardan bir kısmı ise negatif araçlardır. Pozitif araçlar bulunan kaynaklarla gerçekleştirilen yatırımlar ya da özendirici önlemlerdir. Negatif araçlar ise belli faaliyetlerin yasaklanması ya da belli izinlere bağlı olarak gerçekleştirilmesidir. Geleneksel imar planı yaklaşımında olduğu gibi kuşkusuz her iki olanaktan birden yararlanmak daha güçlü bir denetim sağlayabilir.

Bu denetimlerin nasıl kurulabileceği üzerinde durmadan önce bu denetimlerin üzerinde kurulması gereken karar verici ve uygulayıcı davranışsal birimleri ele alalım.

Bundan önce iki nokta üzerinde durmakta yarar vardır. Bunlardan birincisi başarılı bir denetimin kurulabilmesi için neyin denetlenmek istediğinin, nelere ve neden izin verileceği konusundaki açıklıktır. Bu konudaki açıklık ve bunun her kişi ve kurum için eşitlik içinde uygulanması güçlü bir iç denetim yaratabilecektir.

İkincisi ise kurulmak istenen bu denetimin gerçekçi ve içinde yaşanan koşullarda akal yakın olmasıdır. Bir toplumda o kadar çok sayıda kişi ve kurum tarafından o kadar çok karar verilmektedir ki bunların denetlenmesi ya da bir merkezden üretilmesi olanaksızdır. Bu nedenle denetlenen kararlar olabildiğince az sayıdaki kritik konularda ve haklılığı üzerinde toplumda hemfikir olunan alanlarda olmalıdır.

Yörede karar üreten ve uygulayan birimlerin davranışlarını incelemeye merkezi devlet örgütünden başlayabiliriz. Bu örgütler yörede kendi hizmetlerini görece binalar ve alt yapıyı gerçekleştirmektedir. Bu örgütlerin genellikle Türkiye'de her yerde aynı biçimde uygulanan standart projeleri vardır. Yöre için özel projeler geliştirmeden ve çoğu kez de yerel yönetimden izin almadan uygulama yapma eğilimindedir. Doğal ve tarihi

çevreye en duysarsız yapılar bu kuruluşlarca üretilmektedirler. Bu kuruluşların da planlama disiplini içine alınması, halkından planlama kararına uymasını isteyen bir devletin tutarlı olabilmesi için zorunluluktur. Ama bu kuruluşların plana uymasına yardımcı olmanın en kolay yolu belki de onların buraya özgü projeler geliştirmesine yardımcı olmaktır.

İkinci olarak yerel yönetimleri ele alalım. Bu kuruluşların seçilen Belediye Başkanları'nın eğilimlerine göre verdikleri kararlar, yaptıkları uygulamalar büyük farklılıklar gösterebilmektedir. Bir belediyede tarihi ve doğal çevreye duyarlılık temel eylem ilkesi haline gelirken, diğer bir belediyede yıkıcılık ve çevreye duysarsızlık bir başarı olarak sunulabilmektedir. Teknik kadroları genellikle yetersiz küçük belediyelerde, belediyelerin eline geçen kaynaklar arttıkça çevreye zararlı projelerin gelişmesi olasılığı artmaktadır. Buna karşılık Türkiye genelinde tarihsel ve doğal çevreye duyarlılık konusunda yürütülen kampanyalar gün geçtikçe bu olasılığı azaltıcı etkiler yapmaktadır.

Kuşkusuz bu sorunun çözümü yerel yönetimlerin yetkilerini ellerinden almak değil onların da katıldıkları yeni karar süreçleri tanımlıyarak doğru kararların üretilme yollarını geliştirmeye çalışmak, teknik kadrolarını güçlendirme olanakları sağlamaktır. Kentlerin sahiplerini dışlayarak yapılan korumalar, hep yabancı hep yüzeysel olarak birer dekorun korunmasının ötesine geçmeyecektir. Devlet kesimini gördükten sonra, özel kesimin davranışsal birimlerini ele alalım. Yöre dışından gelen uluslararası sermaye ya da büyük ulusal sermayeyi ele alalım. Bu turizm kuruluşlarının ister yapıları ister işletme biçimleri olarak oldukça rijitleşmiş kimlikleri vardır. Onlar gittikleri yerlerin koşullarına göre yeni kimlikler geliştirmek yerine oluşmuş kimlikleri o ortama yabancı kalsa da yeniden üretmek isterler. Bunların hem yörenin gelişmesine etkileri bakımından pazarlık güçleri yüksektir hem de kolayca siyasal destek oluşturabilirler. Bu birimleri denetim altına almanın yollarından biri kamuoyu eylemleridir. Bunlar büyük olmaları dolayısıyla çoğu kez kendi kendine yeterlidirler. Kolayca koruma alanlarından uzakta yer alabilirler. Uzaklık bir uzlaşım olarak belirebilir.

Orta ve küçük girişimcilerin ise uzaklaşma olanağı yoktur. Her birinin çevreyi etkilemekte etkisi küçüktür. Ama kentte bir tür yapı arz biçimi bu kesimin beğenisi ve mali gerçekleriyle uyduğunda hızla üreyerek çevreyi tanınmaz hale getirebilirler. Bunu etkilemenin yolu ciddi bir imar denetimi ve yapı arz sürecini özendiricilerle değiştirmeye çalışmaktır.

Bu gruplara bir de kırsal kesimde üretim yapan çiftçileri eklemek gerekir. Onların etkileri başlıca yanlış tarım teknikleri kullanarak doğada erozyonu ve tarihi çevrede yıpranmayı artırmak olmaktadır. Bunun etkilenmesi için tarımsal yayım tekniklerinden yararlanmak vb. yollar düşünülebilir.

IV. KAPADOKYA'NIN KORUNMASI VE GELİŞTİRİLMESİ KONUSUNDA VAR OLAN YÖNETİM SİSTEMİ NASIL YENİDEN DÜZENLENEBİLİR:

Aslında daha etkin bir yönetim sistemi için değişik öneriler geliştirilebilir. Nasıl bir sistem önerileceği ne ölçüde radikal bir yasal yeniden düzenlemeye gidileceğine bağlıdır. Burada sadece değişikliklerle neler sağlanmaya çalışılacağı üzerinde durulacaktır.

Bugün yöredeki gelişmeyi denetlemeye çalışan dört tür kuruluş olduğu görülmektedir. Bunlar 1981'de 1/25.000 ölçekli bir çevre düzeni yapmış olan Turizm Bakanlığı, 1976 yılında alınan sit kararını uygulamaya çalışan Kültür ve Tabiat Varlıkları Kayseri Bölge Kurulu, buradaki Milli Park Yönetimi ve nihayet belediyeler olarak sıralanabilir. Her bir kurum ayrı ayrı önemli yetkilere sahipse de, bunların belli bir strateji ve plan bütünlüğüne sahip olmadan yetkilerini kullanması bir karmaşa yaratmaktadır.

Bu alanda ilgili bu dört kurumun temsilcilerinin katıldığı bunların dışında yönetsel hiyerarşi içinde bulunmayan üniversite vb. kurum temsilcilerinden oluşan bir kurum (kurul otorite vb.) teşkil edilmelidir. Bu kurumun geniş katılımlı bir karar kurulu, güçlü bir genel sekreteri ve teknik sekreteryası, yanısıra yurtiçi ve dışı kaynaklarla beslenen bir fonu ya da bütçenin bulunması düşünülebilir.

Bu kurum değişik işlevleri yerine getirecektir. **Birinci** olarak bölgenin genel gelişme stratejisini çizecek bölgesel planını hazırlayacaktır. Bu yolla ve sağlanacak fon yardımıyla bölgede değişik kuruluşlar arasındaki koordinasyonu gerçekleştirecektir. **İkinci** olarak uluslararası kuruluşların bölgedeki faaliyetlerinde Türkiye adına muhatap olacaktır. **Üçüncü** olarak bölgede tarihi ve doğal çevreyi tahrip eden emrivaki biçimindeki eylemleri sağlıklı bir karar verilinceye kadar kesin olarak durduracaktır. **Dördüncü** olarak yönetsel hiyerarşi içinde asimetric konumuyla ilgili tarafların birbirinin eylemleri üstünde karşılıklı denetleme sağladıkları bir platform oluşturacaktır. **Beşinci** olarak değişik kamu ve özel kesim kaynaklarının belli uygulamalarda bir araya gelmesini ve etkin kullanımını sağlayacaktır.

Bu kuruluş koordinasyonu bir plana dayanarak sağlayacaktır. Meşruiyetini plan temelinden alacaktır. Bu plan uygulama stratejileri bakımından esnekliği olan, bölgedeki değişik kurum ve kuruluşlardan oluşturulan platform içinde birbirlerine uyum yapımına olanak verecektir. Bu plan bölgedeki kurum ve kuruluşların yetki ve sorumluluklarına açıklık getirecek, işbirliğinin esaslarını oluşturacaktır. Aynı zamanda da değişik kurum ve kuruluşların geleceğe bakışına uzun erimli bir perspektif kazandırarak birbirleriyle uyumlarını kolaylaştıracaktır.

DOSTUM GEORGIOS'UN MAVİ-BEYAZ ÜLKESİ HAKKINDA...

Esra DİLEK

Bayrağın işlevi nedir? Temsil ettiği ülkenin özgürlüğünü ifade etmek değil mi?.. Ya renkleri bayrağın... Yunanistan'a gidince ilk dikkatinizi çeken şey, bu ülkenin bayrağının renkleri olacaktır. İster Ege'nin irili ufaklı adalarından birine, Rodos'a, Patnos'a veya Mikanos'a gidin, isterseniz Yunanistan'ı boydan boya geçin ve Batı'daki İyonik adalardan birinde karaya çıkın... Her yerde karşınıza o güzelim Akdeniz'in çarpıcı mavisıyla, kenarında inci gibi dizilmiş beyaz yapıların çıktığını göreceksiniz. İşte o zaman "mavi-beyaz bu ülkeninin gerçek rengi" diyen sesini duyacaksınız...

Bir düşünürün dediği gibi her yaşamın bir rengi vardır ve bu rengi seçmek ya da değiştirmek, açmak ya da koyulaştırmak elimizdedir. Evet, tıpkı bunun gibi her ülkenin de bir rengi var. Düşünün bulacaksınız. Tatilinizi geçirmek için seçtiğiniz ülke rengi mavi-beyaz ise nereye gideceğinizi biliyorsunuz...

Yunanistan'da ilk farkedeceğiniz şey insanların ki-barlığı ve yardımseverliğidir. Bunu hissetmekle birlikte rahatlayacak, insanlara daha kolay yaklaşacaksınız. Tabii, onlar sizden daha önce davranmazsa. Bu, onları tanımanızı, anلمانızı sağlayacak ve inanın ki çok seveceksiniz.

Ozan'ın dediği gibi;

Bir soyun kanı olmasın varsın damarlarımızda akan
İçimizde şu deli rüzgar, bir havadan
Bu yağmurla cömert, bu güneşle sıcak
Gönlümüzden bahar dolusu kopsun
İyllikler, hasretler kucak kucak
Bir havadan...

Yunanistan'a karayolundan gitmeyi tercih ettiyseniz ilk göreceğiniz kısım Batı Trakya olacaktır. Türk nüfusun fazlalığı ile birlikte herşeyin tanıdık, bize benzer olduğu bir bölge burası. Tek garip olan şey karma-karışık Grek Harfleri olacak sizin için. Buna alışmak ise uzun sürmeyecektir. Gerçi her karayolu levhası, her sokak-şehir ismi yabancılar düşünülerek bir Grek, bir de Latin harfleriyle olmak üzere iki kez yazılıdır ama yeteri kadar uzun kalacaksınız 24 harfli Grek alfabesini öğrenmek sizin için zevkli ve faydalı olacaktır.

Alexandropoli (Dedeağaç), Komotini (Gümölcine) Xantki (İskeçe) den geçip Kavala'ya geleceksiniz. Sabahın ilk ışıklarıyla aydınlanan bir tepeye dizili güzelim evler ve hemen önündeki masmavi deniz size ilk mutlulukları tattırarak ve doğru yapılan bir seçimin huzurunu duyuracaktır. Kavala'dan sonra yolunuz deniz kenarından devam eder. Önünüze çıkacak ilk büyük şehir Thessaloniki ya da Selanik'tir. Halkidiki Yarımadası'nın doğal güzellikleriyle ve binlerce yıllık tarihiyle donatılmış şehirde çok güzel saatler geçireceksiniz. Selanik ismini İ.Ö. 316/315 yılında büyük İskender'in kız kardeşinden almıştır.

Kassandra, Halkidiki yarımadasının üç uzantısının en batıda olanıdır ve adını İskender'in kız kardeşiyle evli olan Kassandros'tan almıştır. Eşsiz plajları, çam ormanları ve küçük köyleriyle dikkat çekici bir tatil beldesidir Kassandra.

Poligiros'tan 52 km. uzaklıkta Stagia'ya düşerse yolunuz, büyük filozof Aristo'nun doğum yerine geldiğinizi anلمانızı sağlayacak bir Aristo heykeli karşılar sizi.

Daha güneyde, Halkidiki'nin en doğudaki parmağı Athos yarımadasında Ouronopolis yıllar öncesinin izlerini hala taşıyan kıyıları, el değmemiş hissini veren sessizliği ile sizi büyüleyecektir.

Eğer karşılaştığınız bunca etkili manzaradan, tarihin her döneminden taşınıp getirilen bunca zenginlikten ayrılmayı başarıp yolunuza devam edebilirsiniz güneyde Larissa'ya geleceksiniz. Burada fazla oyalanmadan altı saatlik bir karayolculuğuna hazırlanın. Yeni durak batı'da ki loannia. Yolunuz boyunca sizi etkileyecek şeylerin başında Meteora gelecektir.

Thessalia (Tesalya) düzlüklerinde yükselen Pinus Dağı eteklerinde, Pinios ırmağının oluşturduğu muh-

teşem kanyonları ziyaret edebilirsiniz. Bu kayalıklarda inşa edilmiş 24 manastır, Bizans sanatının eşsiz örnekleriyle donatılmıştır.

Dünyadan izoleymiş gibi duran bu manastırlardan hemen bitişiğindeki Pindus Dağına ve altında uzanan Thessalia düzlüklerine baktığınızda Tanrı'ya yaklaşmak ve onu düşünmek için niçin buranın seçildiğini anlayacaksınız. Meteora manastırlarının tarihlerini, hangisinin kaç yılında, kimin tarafından yapıldığını anlatıp sizi sıkmak gereksiz. Ancak gördüğünüz zaman, herşeyi öğrenmek isteyecek ve bunları hiç unutmayacaksınız.

Epirus Bölgesi, Yunanistan'ın en dağlık bölgesi. Doğa burada da yine cömert, yine sevecen. Farklı bir biçimde ama yine çok etkileyici. Yüksekliği ile ürkütücü, irili ufaklı göelleriyle huzur verici. Bu dağların arasında kıvrılıp giden yol yavaş yavaş alçalacak. Sonra yokuş aşağı dimdik inerken, yanınızda, hemen aşağıda büyük bir göl, gölde bir küçük ada ve göl kıyısında şipşirin bir şehir sizi şaşırtacak. İşte burası Ioannina'dır ya da namı diğer Yanya. Aklınıza Yanyalı Ali Paşa mı geldi? Tamam, doğrusunuz. İşte göl kıyısında kopkoyu bir yeşillik arasında yükselen şu surlar, Ali Paşa'nın yaptırdığı Yanya Kalesi'ne aittir. İleride görülenlerin minare olabileceğini düşünmekle de yanılmadınız. Gerçekten de o görülen Aslan Camisinin minaresidir.

İşte burası Yanya. 230 yıllık Türklüğünü hala kaybetmemiş güzelim Yanya. Bir şarkı gibi, hoş giden ama hüznü. Konuştuğumuz bir Yunanlı "Poli Turkalo" diyor. Yani Türk çoktu bir zamanlar, şimdi ise hiç yok. Bunu insan bakar bakmaz görebiliyor zaten. Yanya ya da Ioannina hala güzel bir şehir. Bakımlı ve sevimli. Eskinin izleri görkemli ve modern şehirle şaşılacak bir uyum içinde.

Gece göl kıyısında oturup, kaleyi arkanıza alın. Hemen gölün kıyısından başlayıp önünüzde dimdik yükselen dağlarda, size ateş böceklerini anımsatan irili ufaklı ışıkları seyredin. Bunlar dağdaki köy evleridir. Ama insan nerede dağ bitip gökyüzü başlıyor, hangi ışıklar köylülere, hangileri yıldızlara ait ayırtedemez. Şaşırsınız. İşte bu örnekle siz de manzaranın gece ve gündüz nasıl muhteşem olduğunu anladınız.

Tatlı su ürünlerinin her türünü bulabileceğiniz bir Taverna'da değişik Yunan içkilerini, Ouzo'yu, Mastika'yı denemeyi düşünüyorsanız size Nissi adasının yolu gözükte demektir. Doğru göl kıyısına gidin, bir küçük motor'a atlayıp Nissi'ye. Yolculuk 10 dakika ya sürer ya sürmez. 17. yüzyılda kurulan minicik bir köy bulacaksınız burada. Bu büyüül atmosferde geçireceğiniz gecenizi tamamlamak için Yunan müziğinin o kıvrak, keyifli melodilerinden başkasına ihtiyacınız yok.

Ancak sanat tarihiyle aranız iyiye, Nissi'de yapabilecekleriniz bitmedi demektir. Filantropinon-Prodomos manastırlarını ve Ali Paşa'nın son günlerini

geçirdiği Agios Panteleimon manastırını gezip, Bizans mimariyle bir kere daha buluşabilirsiniz.

Ioannina'da Tourist Pavillion'da Yunan mutfağı ile tanışmak, Açık hava tiyatrosundaki bir bale gösterisini ya da bir konseri izlemek inanın çok farklı ve çok güzeldir. Gölü gören yüksekçe bir yerde, çam ağaçları arasında ve Yunan insanlarıyla beraber olmak, o gecenin unutulmazlığını sağlayacak öğelerdir.

Antik Yunan'la ilgilenmiş herkese tanıdık gelen bir diğer isim Dodoni. Eski Yunan Geleneği, Dodoni'yi en eski kahinlik merkezi ve insan bilgeliğinin en gerçek kaynağı olarak kabul etmiştir. Gelecekte haber almak isteyen antik çağ insanlarının sıkça uğradıkları bir yermiş Dodoni. Ioannina'nın 22 km. güneyinde, M.Ö. 2500 yıllarında kurulmuş bir Proto-Helladik çağ şehri. Burayı ziyaret edenlerin arasında Herakles'in, Neoptolemos'un, Ulysses'in de olduğunu biliyor muydunuz? Büyük Tiyatro'yu, politik toplantılar için yapılmış "Bolüteron"u görmek onlar kadar sizin de yapabileceğiniz birşey, bu çağda bile olsa.

Metsova, folklorik zenginlikleriyle, Nikos Gorge Milli Parkı doğal güzellikleriyle görülmeye değer diğer yerler. Epirus Bölgesinde Yunan insanının en doğal haliyle görmek ve tanımak şansına sahipsiniz. Bunu sakın küçümsemeyin. Tatiliniz süresince başınıza gelebilecek olan her türlü aksiliği (eğer olursa!) size unutturacaklardır. Belki de, yazının başından beri anlatılan bunca güzellik arasında en güzeldir bu. Yunanca bilmediğiniz için birşey kaybetmeyeceksiniz. Çünkü bu insanlarla kuracağınız dostluklar, göreceğiniz ve göstereceğiniz sevgi en iyi anlaşma aracınız olacak ve daha fazlasını hiç aramayacaksınız.

Bu kadar kesin oluşum, bunları yaşamamdan kaynalanıyor. Sabahın çok erken saatlerinde, henüz güneş yeni yeni yükselirken ve herkes uyurken, yorgun ve bitkin bir halde 65 yaşında bir Yunanlı'nın konuğu oldunuz mu hiç? Olmadysanız burada anlattıklarım abartılmış gibi gelebilir size. Bu doğaldır. Ama sevgili arkadaşım Georgios'un bana ve arkadaşlarıma hazırladığı kahvaltı, pişirdiği sıcak kahve ve sunduğu tadına doyumaz dostluk, bugüne kadar ki en büyük ziyafet oldu benim için. Georgios'u bir daha görebilir miyim bilmiyorum. Ama onun bana gösterdiği sevgiye teşekkür edebilmenin belki de tek yolu bu yazıyı yazmak ve onu burada anmaktır.

İşte Yunanistan'ın farkı da buradadır. Benden 40 yaş büyük arkadaşım gibi insanlara rastlamak için büyük şansa sahip olmanız gerekmez. Çünkü onlar her yerde, her adada, her şehirde vardır ve ne zaman olursa olsun sevgilerini paylaşmaya hazırdır. Orada yaşanan güzel

günler ve gecelerden sonra ülkenize döndüğünüz de, elinizde kalanlar tatil fotoğraflarından, kartpostallardan fazlası olacaktır. Bu fazlalık ta kendisini iki yerde hissettirir: Güzel anılarla kalbinizde ve kabarık bir listeye adres defterinizde.

Igomenitsa, Ioannina'dan 98 km. uzaklıkta bir küçük liman şehri. Buradan bir feribotla Korfu'ya (Corfu) gidin. Orada Yunanistan'ın farklı bir yönüyle tanışın. Sabaha kadar canlı, ışıklı, her yerden yükselen müzikle dipdiri bir ada burası. Eksikliğini hissedeceğiniz tek şey Yunan insanının sıcaklığı olacaktır. Çünkü bu ada, Avrupalı turistlerle o kadar doludur ki Yunanlılar tam anlamıyla azınlıktadır.

Odysseus'un evi Hhaki'ye dönerken yaptığı uzun yolculuğun son durağı Korfu'nun başkenti Kerkira, tarih boyunca pek çok kültüre ev sahipliği yapmış, İyonik adaların en fazla tanınanıdır. Dönem dönem Venediklilerin, Bizanslıların yönetimi altına da girmiş, bir liman ve denizin önemli bir kontrol noktası olmuştur. Şimdilerdeyse herşeyiyle turizmin hizmetinde, durup dinlenmeden yabancılarla unutulmaz günler ve geceler yaşatmak uğraşındadır. Her beş dakikada büyük bir yolcu uçağının indiği havaalanı, devamlı gemilerin yanaşıp ayrıldığı büyük limanı bunun en açık belirtisidir. Avusturya son Kaizer'i Elisabeth'in yazlık sarayı da bu adada gündüzleri müze, geceleri gazino olarak turistlere hizmet vermektedir.

İyonik adaların diğerleri Zakynthos, Kefalonya (Cefalonia), Hhaki'ye de gidin. Ama bunca seçeneği sunup ta sizi bunaltmamak için adalarını yazıp geçmeli.

Yunanistan'a gidip Olympia'yı görmemek olmaz. Ama Olympia'yı burada uzun uzun anlatmaya gerek var mı? Zeus'u, Hera'yı, Apollo'yu, Herakles'i zaten hepimiz tanıyor biliyoruz. İstedığınız zaman gidip yakından görebilirsiniz. Peloponnese (Mora) yarımadasında Patras liman şehrinde güneye doğru ilerleyin ve Yunan sanatının-medeniyetinin görkemiyle kucaklaşın.

Zeus'un sevgili ve güzel kızı tanrıça Athena, kültürün başkentliğini yapan şehir için Poseidon'la bir yarışa girer. Bu şehre en faydalı armağanı veren yarışın galibi olacaktır. Poseidon'un verdiği beygire karşılık Athena, halka zeytin ağacını armağan eder ve yarışını kazanır. Artık bundan sonra şehrin adı Atina'dır.

İşte böyledir Atina'nın adının koyuluşu. Athena ise Atinalıları hiç unutmamış, her zaman onların koruyucusu olmaya devam etmiştir. İyonik stilde yaptıkları bir tapınakla da Atinalılar tanrıçaları, koruyucuları ve şehirlerinin patronu Athena'ya teşekkürlerini sunmuşlardır.

Bu Atina'nın bir yüzüdür. En iyisi 2500 yıllık bir

geçmişe sahip, önemli kültürel, bilimsel gelişmelere beşiklik eden, sanatın ulaştığı dorukları cömertçe sergileyen, bu olası müzelerin en büyüğüne, Atina'ya gidin, Acropolis'ten etrafınızı seyredin. Bugüne kadar kimsenin göremediği birçok başka yönde kendiniz keşfedin.

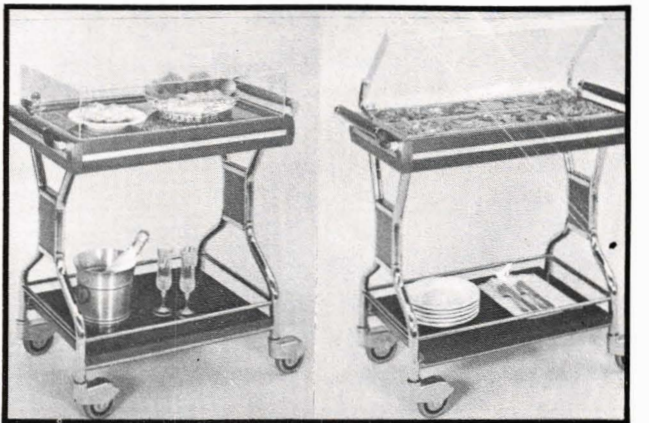
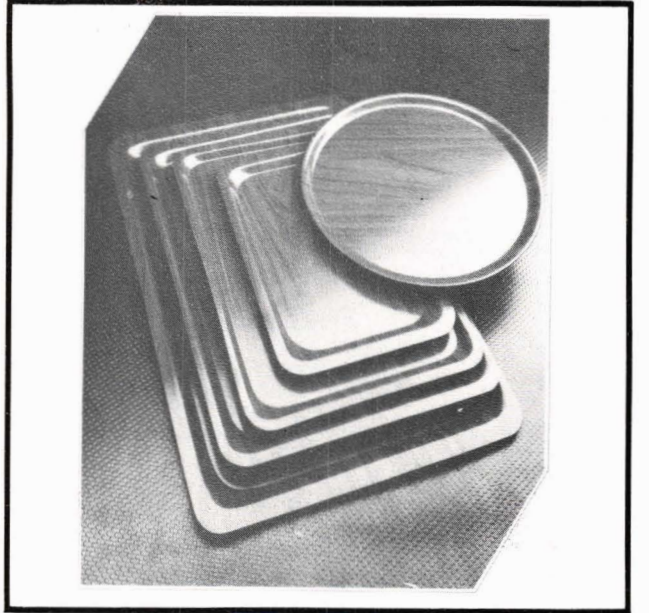
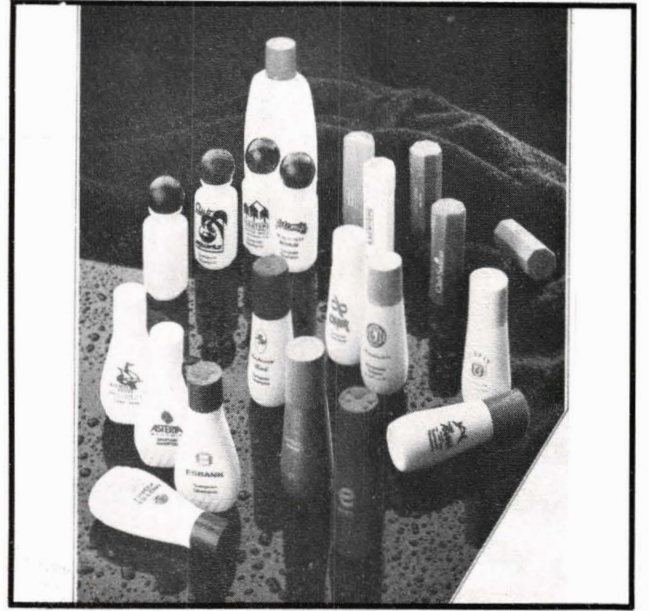
Buraya kadar Yunan'a ait pek çok şey yaşayıp öğrendiniz. Gelin bunları doruğa ulaştıralım. Plaka'da ki pek çok taverna ve barbacie'lerin birinde enfes bir gece yaşayıp tüm bunları perçinleyelim. Sirtaki öğrenmeye ne dersiniz? Bunun için herhangi bir Yunanlı'dan yardım istemeniz yeterlidir. İşte en güzeli de budur. Doğa'yı, tarihi, kültürü görmek, yaşamak, iyi ama ille de bunu yöre halkıyla, Nikos'la, Yannis'le, Maria'yla, Katherina'yla, Georgios'la paylaşmalı, tatlandırmalı. Turizm de aslında bu değil midir? İnsanları, halkları, kültürleri birbirine yaklaştıran, birbirlerine sevdiren yine insanların içindeki büyük coşku. Diğer tüm anlatılanlar, ormanlar, plajlar, tapınaklar bunu sadece kolaylaştıran ayrıntılar.

Yunanistan'da yaşadığım beş haftada anlatmaya değer öylesine çok şey gördüm ki bunları bu tür bir yazı haline getirmenin en zor yanı aralarında seçim yapmaktı. Elimden geldiğince objektif oldum ve işinize yarayacak bilgileri de vermeye çalıştım.

Bir Türk olarak Yunanistan'a giderken içimde var olan tedirginlik, dönüşte yerini çok farklı, çok güzel bir duyguya bıraktı. Bunda Akdeniz güneşinin, masmavi denizin payı ne kadardır, ne kadarı insanlara aittir söylemek zordur. Kesin olan tek şey, burasının gidilmeye gerçekten değer, şipşirin bir ülke olduğudur.

Yasas ya da hoşçakalın!

HER TÜRLÜ OTEL,
MOTEL, TATİL KÖYÜ,
TURİSTİK TESİS,
LOKANTA MUTFAK, KAT
İHTİYAÇ MALZEME VE
EKİPMANLARIYLA
HİZMETİNİZDEYİZ



ANKARA MERKEZ

İşıklar Caddesi Konya Sokak No: 33 Ulus-ANKARA
Tel: 311 56 73 - 310 19 52 (2 Hat) Fax: 310 19 54

ANKARA ŞUBESİ

Hisarparkı Caddesi No: 19 Ulus-ANKARA
Tel: 311 83 30

ANKARA MAĞAZA

GMK Bulvarı No: 7/C Kızılay-ANKARA
Tel: 118 42 10 Fax: 117 04 47

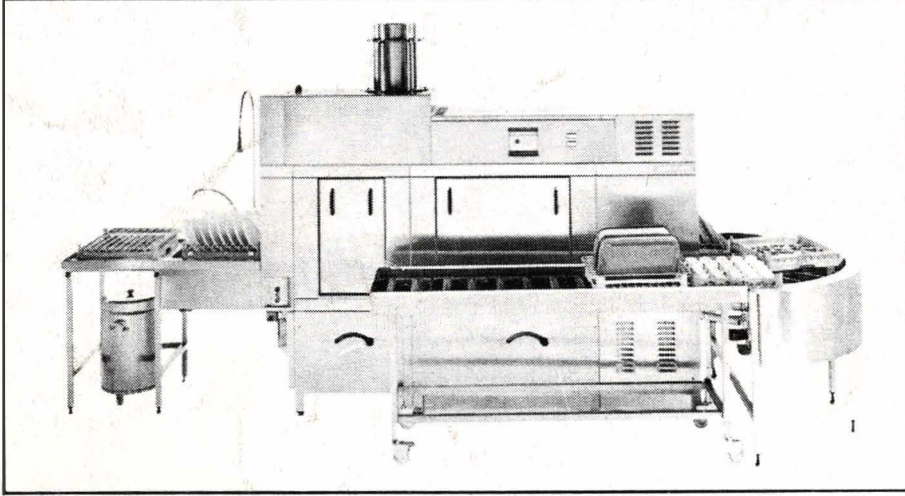
İSTANBUL ŞUBESİ

Uzunçarşı Havacı Sokak Aydoğan Han No: 4/B
Mercan-İSTANBUL
Tel: 511 79 19 Fax: 511 79 19

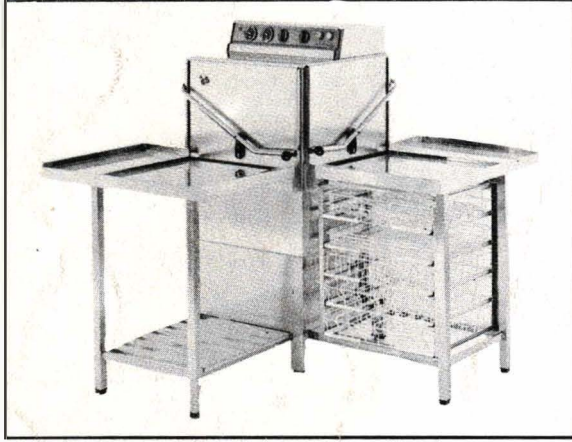


winterhalter

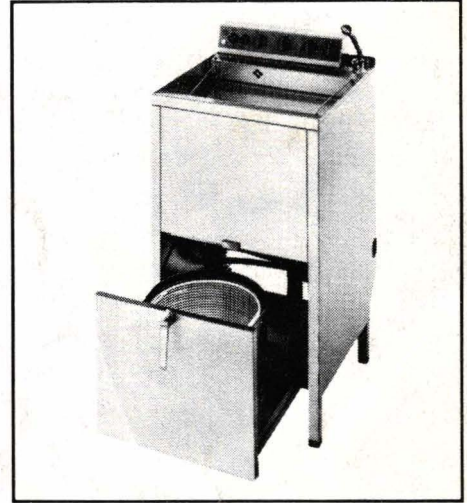
ENDÜSTRİYEL BULAŞIK YIKAMA MAKİNALARI



Tam otomatik basket konveyör tip bulaşık yıkama makinaları



Orta büyüklükte kuruluşlar için basketli yarı otomatik bulaşık yıkama makinaları



Santrifüjli sebze yıkama ve sıkma makinası

MAKPA

DIŞ TİCARET VE PAZARLAMA A.Ş.

GENEL MÜDÜRLÜK

Sümbül Sokak 59, 80620 2. Levent - İSTANBUL

Tel : (1) 169 43 06 - 164 30 76 - 178 07 96

Fax : (1) 169 93 19

Telex : 39516 MPDT TR.

SATIŞ MAĞAZALARI

İSTANBUL

Barbaros Bulvarı, 135/B
80700 Balmumcu - İSTANBUL
Tel : (1) 166 86 38 - 175 13 25

ANKARA

Tunalı Hilmi Cad..60/2
06660 Küçükesat - ANKARA
Tel : (4) 167 89 65 - 126 28 92
Fax: (4) 128 05 06
Tlx : 42107 MTT TR.

ANTALYA

Kenan Evren Bulvarı
(Konyaaltı Cad.)
Kasapoğlu Apt. 50/L ANTALYA
Tel : (31) 11 34 95 - 17 42 86
Fax : (31) 12 78 31

İZMİR

Mithatpaşa Cad. No:554
35280 Küçükyalı - İZMİR
Tel : (51) 13 52 79