

AYIN KONUĞU

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği Başkanı **Başaran ULUSOY** :

"TURİZMDE EKONOMİK VE SİYASAL İSTİKRAR ÖNEMLİDİR"

Nazmi KOZAK

Turizm olgusunun en önemli özelliği ulaştırmadır. Ulaştırmazsız turizmin varlığından söz edilemez. Bu özelliği ile turizmde seyahat acentelerinin önemi büyüktür. İnsanların, başta turizm olmak üzere çok çeşitli ulaşım gereksinmelerine hizmet eden seyahat acentelerinin sayısı büyük boyutlardadır. Ülkemizde doğrudan turizme hizmet veren seyahat acenteleri, 1618 Sayılı Seyahat Acenteleri Kanunu uyarınca sınıflandırılmıştır. Türkiye'de seyahat acenteleri bu kanun uyarınca ilgili nitelikleri taşımak zorundadır.

1618 sayılı kanun ile A,B ve C olmak üzere sınıflandırılan seyahat acenteleri, yine aynı yasa uyarınca kurulan Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'ne (TÜRSAB) üye olmak zorundadırlar. TÜRSAB'ın, kurulduğu 1972 yılından bu yana Türkiye turizminin gelişmesine büyük katkıları olmuştur. Özellikle son yıllarda TÜRSAB'ın Türk turizm politikalarının oluşturulmasındaki katkısı daha da artmıştır.

ANATOLIA Dergisi'nin bu sayıdaki konuğu olan TÜRSAB'ın yeni başkanı Başaran ULUSOY, uzun yıllardır turizm alanında ve TÜRSAB bünyesinde çalışmalarda bulunmuş bir turizmci olarak, kendisine yönelttiğimiz soruları yanıtladı.



ANATOLIA : Sayın Ulusoy, kendinizi kısaca tanıtır mısınız?

ULUSOY : 1949 Trabzon/Of doğumluyum. Orta öğrenimimi Trabzon Lisesi'nde tamamladıktan sonra İktisadi ve Ticari İlimler Akademisini bitirdim. Turizme 1974 yılında kurulduğum seyahat acentesi ile başladım. Daha sonra 1927'den beri Türkiye'de faaliyet gösteren TÜRHOL Seyahat Acentesini satın aldım. Şu anda TÜRHOL Seyahat Acentesi'nin yanı sıra, servis hizmeti veren bir başka şirketim daha var. Seyahat acenteciliği mesleğin yaparken, 1983'ten 1985 yılına kadar TÜRSAB Yönetim Kurulu'nda sayman üye olarak görev yaptım. 1990 yılında "IATA'cı Seyahat Acenteleri Derneği" (ISAD)'ın kurucu üyeleri arasında yer aldım. 1991 yılının Kasım ayında Kuşadası'ndaki Olağan Genel Kurulu'nda TÜRSAB Yönetim Kurulu Başkanlığı'na seçildim.

ANATOLIA : TÜRSAB'ın Türk turizm politikalarının oluşturulmasındaki rolü nedir?

ULUSOY : TÜRSAB, kurulduğu 1972 yılından bu yana seyahat acenteliği mesleğini en iyi biçimde temsil etmekle kalmamış, sektörün bütününün temsilcisi olmuştur. Şunu rahatlıkla söyleyebiliriz, ülkemizde özel yasa ile kurulmuş tek turizm meslek kuruluşu olarak, yüklediği görev ve sorumlulukların bilinci ile TÜRSAB her dönemde sektörün en etkin kuruluşu olmuştur. Nitekim, son yıllarda TÜRSAB'ın geliştirdiği politikaları kavrayıp benimseyen kamu yöneticileri, yalnız sektöre değil ülke ekonomisine de katkıda bulunabilmişken, TÜRSAB ile diyalog kurmadan politika üretmeye, hele hele uygulamaya kalkışıldığında uğranılan sonuçları hep birlikte gördük. 1987 yılında yaşanan çifte rezervasyon olayı ya da Körfez Krizi sırasında tanıtım için seçilen medyaların yanlışlığı sonucunda uğranılan hezimet, bunlara tipik örnekler.

ANATOLIA : Bir meslek kuruluşu olarak TÜRSAB'ın görevleri nelerdir?

ULUSOY : TÜRSAB, bir meslek kuruluşu olarak, elbette öncelikli

TÜRSAB, bir meslek kuruluşu olarak elbette öncelikle üyelerinin hak ve çıkarlarını savunacaktır. Birlik olarak bugüne kadar her konuda yalnız kendimizi değil sektörün bütününün çıkarlarını savunmamız nedeniyle, fiilen sektörün bütünün temsilcisi durumundayız.



üyelerinin hak ve çıkarların savunacaktır. Ancak biz, birlik olarak bugüne kadar her konuda yalnız kendimizi değil sektörün bütününün çıkarlarını savunmamız nedeni ile fiilen sektörün bütününün temsilcisi durumundayız. Bu yapısı ile TÜRSAB, sektörün sorunlarının saptanması ve çözüm önerilerinin belirlenmesinde her zaman etkin bir rol oynamıştır. Eğer bizim saptadığımız sorunlar ilgili makamlarca paylaşılmamış ve çözüm önerilerine kulak verilmemiş ise bunun yanlışlığını, hükümet ve hatta yer yer devlet politikasında aramak gerekir.

Unutulmamalıdır ki TÜRSAB devletin kendisi değil, yüzlerce meslek kuruluşundan yalnız birisidir. Ama etkin ve saygın birisidir. TÜRSAB'ın bu konumundan yararlanmak isteyip istememek biraz da kamu yönetiminin sorumluluğudur. Bugünden 15 yıl, 10 yıl geriye dönülüp bakıldığında, bir kurumun o günlerde söylediklerinin tümünün şimdi aynen gerçekleştiği görülüyorsa, aynı kurumun bugün dile getirdiği sorunların yarın da yaşanması istenmiyorsa, bu sese kulak verilmeli.

ANATOLIA : Sayın Ulusoy, turizm sektörü hakkındaki görüşleriniz nelerdir. Sizce Türkiye'de turizm yerli büyüklüğe ulaştı mı?

ULUSOY : Bizce, turizm sektörü bir bütün olarak ülke ekonomisinde önemli bir rol oynuyor. Bugün yan sektörlerle birlikte 2.5 milyon kişiye istihdam olanağı sağlayan, ödemeler dengesine her yıl artan oranda katkıda bulunan özellikleriyle turizm, öncelikli sektör olmalıdır. Tu-

rizmin öncelikli sektör olması ise ancak bir devlet politikası olarak benimsenmesi ile mümkündür. Yani turizm için uzun süreli politikalar saptanmalı ve bunlar iktidarların değişmesinden etkilenmeyecek nitelikte olmalıdır. Bugün toplam ihracatın yüzde 30'unu oluşturan turizm gelirlerinin yıllık toplamının 10 milyar dolara çıkarılması hiç zor değil. Türkiye bugün sahip olduğu yatak ve taşıma kapasitesi ile yılda 10 milyon turisti ağırlayabilecek durumdadır. Oysa şu anda biz bu kapasitenin ancak yarısını kullanabiliyoruz. Yıllar önce saptadığımız yatak kapasitesinin artırılması sorunu giderilirken pazarlamanın da dikkate alınmasını istemiştik. Eğer konaklama kesimine sağlanan olanaklar eş zamanlı olarak pazarlamaya, yani seyahat acentelerine de sağlansaydı, bugün turizm gelirimiz 5 milyar doları geçmiş olurdu. Oysa Türkiye, bu sayıda koltuk ve yatak kapasitesi ile yılda ancak 3 milyar dolar bir turizm geliri elde edebilmektedir.

ANATOLIA : Sayın Ulusoy Türkiye turizminin aşmak zorunda olduğu en önemli sorun sizce nedir?

ULUSOY : Türk turizminin şu anda en ciddi sorunu tanıtım ve pazarlamadır. Yaratılan koltuk ve yatak kapasitesi, gerekli tanıtım ile duyurulmaz ve uluslararası pazarlarda satılamazsa bundan umulan yarar elde edilemediği gibi, sektör de darboğaza girer. Bugün yaşanan durumun da temel nedeni budur. TÜRSAB yıllardır yatak kapasitesi ile birlikte pazarlamanın da geliştirilmesi gerektiğini söylüyor. Yıllardan beri

yatırımlara her türlü destek ve teşvik sağlanırken, pazarlamaya hiçbir destek verilmedi. Bu yüzden yaratılan yatak kapasitesi doldurulamıyor. Sonuç olarak seyahat acenteleri ile birlikte konaklama ve ulaşım kesimi de bugünkü darboğaza giriyor. Bunun çözümü, seyahat acentelerinin yurtdışı pazarlama faaliyetlerinin desteklenmesidir.

ANATOLIA : *TÜRSAB olarak tanıtım konusundaki görüşleriniz nelerdir?*

ULUSOY : Tanıtım, aslında devletin sorunu olmasına rağmen, bu konu seyahat acenteleri ve turizm sektörüncü dile getirilen bir sorun olarak gündeme geliyor. Bunun nedeni, turizmde satılan ürünün bizzat ülkenin kendisi olmasıdır. Yani, bizim elimizdeki ürün Türkiye'dir. Dolayısıyla bu ürün, yani Türkiye uluslararası pazarda ne kadar tanınıyor, iyi özellikleri ile biliniyorsa, biz de o kadar iş yapabiliriz. Bu yüzden, ülkemizin sosyal, siyasal ve ekonomik yapısının uluslararası pazarda ne kadar tanınıyor, iyi özellikleri ile biliniyorsa biz de o kadar iş yapabiliriz. Bu yüzden, ülkemizin sosyal, siyasal ve ekonomik yapısının uluslararası alanda iyi tanıtılması bizim için çok önemlidir. Gerçekte, bu saydıklarımızdan bazıları iyi niteliktedir. Ancak bunlar bilinmiyor ve tanıtılmıyor. Örneğin Türkiye birçok uygarlığın beşiği olduğu gibi, birçok dinin de merkezi ve kaynağıdır. Aynı biçimde sahip olduğumuz zengin tarihsel ve doğal varlıklar çok az bir başka ülkede vardır. Ama bunları tanıtamıyoruz.

İnsan hakları, demokrasi ve etnik sorunlardan kaynaklanan sorunlar ise, ne yazık ki her vesile ile karşımıza çıkan ve ülkemiz için olumsuz imajların oluşmasına neden olabilecek niteliktedir. Gerek bu olumsuz imajın değiştirilmesi gerekse varolan iyi imajın anlatılması konusunda devlete ciddi görevler düşüyor. Bu konuda tek tek yurtaşlardan, bütün kurum ve kuruluşlara kadar herkese görevler düşmekle beraber, sorun doğrudan devletin sorunudur.

ANATOLIA : *Sayın Ulusoy, yeni hükümetten turizm alanında ne gibi düzenlemeler istiyorsunuz?*

ULUSOY : Bizim istediğimiz pazarlamanın desteklenmesidir. Bu istek yalnız seyahat acentelerinin isteği değil, sektörün bütününün sorunu ve isteğidir. Çünkü sektörün bütün olarak çektiği sıkıntılar ve içine girdiği darboğazın temel nedeni, pazarlamada karşı karşıya kalınan sorunlardır. Özellikle son iki yıldır yaşanan olayların da etkisiyle, şu anda uluslararası turizm pazarına kıran kırana bir rekabet cerayan etmektedir. Bu rekabette Türkiye'nin de varolabilmesi için pazarlamanın güçlendirilebilmesi şarttır. Bizim istediğimiz "avanta" ya da "hibe" de değildir. Biz, uygulanan ekonomik politikalar sonucu uğratıldığımız özkaynak kaybının telafisini sağlayacak bir finansman desteği istiyoruz. Bunun için diğer sektörlerle tanınan olanaklar seyahat acentelerine de sağlanmalıdır. Seyahat acentelerinin istediği şey, geri ödenmek üzere hükümetin sağlayacağı düşük faizli bir kredidir. Bu kredi eğer seyahat

acentelerine sağlanırsa bizler yeni pazarlara gidip buralardan turist getirecek, bu yolla ülkemize döviz kazandıracğız. Seyahat acentelerine sağlanacak bir birimlik kredi ülke ekonomisine en az dörde katlanarak geri kazandırılacaktır. Çünkü seyahat acentelerinin getirdiği döviz hem, çarpanı yüksek, hem de net bir dövizdir. Bugün herhangi bir ihracatçı ülkeye getirdiği 100 birimlik döviz karşılığında mutlaka ülkenin bir değerini satmakta, bir şeyleri eksiltmektedir. Oysa seyahat acentelerinin eliyle kazandırılan döviz, ülkenin hiçbir varlığını eksiltmeden elde edildiği gibi üstelik, hediye eşyadan gıdaya, tekstile kadar birçok sektöre de hareket getirmektedir. Bu özellikleri ile seyahat acentelerinin ülkeye daha çok döviz getirebilmelerine destek sağlanması, yalnız bizim ihtiyacımız değil; ülke ekonomisinin de yararınadır.

Seyahat acentelerinin yurtdışı pazarlama faaliyetlerinin desteklenmesi ayrıca, turizm sektörünün içinde bulunduğu darboğazdan çıkabilmesinde de kavranacak ilk halkadır. Çünkü bugün, gerek yatırımcı gerekse havayolu ulaştırmacılarının içine girdikleri darboğazın temel nedeni, istenen doluluk oranında çalışma-mala-rındandır. Seyahat acenteleri desteklenirse, havayolu şirketleri daha verimli çalışacak, tesislerin doluluk oranları artacak, böylece kredi borçları da ödenebilecektir. Bu nedenle seyahat acentelerinin yurtdışı pazarlama faaliyetlerinin desteklenmesi, aynı zamanda ciddi bir sorun haline gelen kamu kredi alacaklarının geri dönüşü için de gereklidir. Görüldüğü gibi bugün seyahat acentelerine pazarlama desteği sağlanması, artık yalnız bu kesimin değil sektörün bütününün ihtiyacı haline gelmiştir.

ANATOLIA : *Hac seyahatleri konusunda varılan son aşama nedir? Bu konuda ne gibi sorunlarla karşılaşmaktasınız?*

ULUSOY : Hac konusu bu yıl yine Birliğimiz üyesi seyahat acenteleri ile Diyanet İşleri Başkanlığı arasında varılan anlaşma ile çözümlenmeye çalışılıyor. Bu yıl



Seyahat acentelerinin yurtdışı pazarlama faaliyetlerinin desteklenmesi, turizm sektörünün içinde bulunduğu darboğazdan çıkabilmesinde kavranacak ilk halkadır.

seyahat acentelerine yüzde 40 kontenjan tanındı. Hac ziyaretinin yalnız havayolu ile yapılması Türkiye'ye tanınan kontenjanın dolmaması ihtimalini gündeme getiriyor. Çünkü havayolu ile Hac, birçok kişinin bütçesini aşıyor. Dolayısıyla pazar daralıyor. Bunlar sorunun görünen yanlarıdır. Ancak sorunun temel çözümü, Hac organizasyonunun tamamen seyahat acentelerine bırakılmasıdır. Bu, aslında yasaya göre zorunludur da. Ne var ki yıllar önce yapılmış bir yanlışlık halâ düzeltilemiyor. Bize göre Hac, dini amaçlı da olsa, sonuç olarak bir seyahattir. 1618 sayılı yasa ise her türlü seyahat ticaretinin yalnızca Turizm Bakanlığı'ndan belge almış Birliğimiz üyesi seyahat acentelerinin eliyle yapılabileceğini öngörmektedir. Bu anlamda Diyanet'in yaptığı Hac organizasyonu, 1618 sayılı yasaya aykırıdır. Biz bu aykırılığın giderilmesini beklerken geçen gün Bakanlar Kurulu aldığı yeni bir kararla Umre gezileri için tüzel kişilere de yetki tanıdı. Yani şimdi mahalledeki bakkal kasap gibi kişiler bile Umre gezisi düzenleyebilecek. Oysa bütün seyahatlerde olduğu gibi Umre gezisinin de tamamen profesyonelce dolaşısıyla ancak bu işi meslek edinmiş seyahat acenteleri eliyle yapılması zorunludur. Ehliyesiz kişilere Umre gezisi düzenleme yetkisi verilmesi, hem yurttaşların mağduriyetine neden olacak, hem de seyahat acentelerini zor duruma sokacaktır. Dileriz ilgililer bu yanlış kısa sürede ve yurttaşlarımız mağdur olmadan düzeltirler. Zaten bu kararın bilinçli bir şekilde alındığını sanıyorum.

ANATOLIA : Sayın Ulusoy, Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği olarak turizmçevre ilişkileri konusuna yaklaşımınız nedir?

ULUSOY : Biz TÜRSAB olarak Türkiye'nin turizmdeki en büyük şansının sahip olduğumuz zengin doğa ve temiz kıyıları olduğuna inanıyoruz. Bu nedenle çevre bilincinin geliştirilmesi bizim için ayrı bir önem taşır. Geçtiğimiz yıllarda diğer kuruluşlarla gerçekleştirdiğimiz "Çevre Haftası" etkinlikleri çer-

Türkiye'nin, henüz yeni yeni çıkabildiği uluslararası turizm pazarında varlığını koruyup geliştirebilmesi için ekonomik ve siyasal istikrarın büyük önemi var. Bu anlamda terör olayları biz turizmciler için endişe vericidir



çevesinde düzenlediğimiz bir panele bütün siyasal parti lider ve temsilcilerini de çağırarak çevre konusunun her türlü siyasal mülehaza dışında tutulması gerektiğini savunduğumuzda, bütün siyasal parti temsilcilerinin de "Çevre siyaset üstü bir kavramdır" noktasında birleştiklerini gördük. Böylece TÜRSAB olarak siyasilerimizi böylesine önemli bir konuda birleştirerek önemli bir görev yaptık. Bu olay, aynı zamanda TÜRSAB'ın çevre konusundaki duyarlılığı ve bakış açısını göstermesi bakımından da son derece önemli ve çarpıcı bir örnektir. Bu çerçevede "Dünya bize atalarımızdan miras kalmadı, onu çocuklarımızdan ödünç aldık." şeklindeki ünlü kızılderi atasözünün bütün kamuoyuna maledilmesi için verdiğimiz uğraşının bugün önemli kazanımlar elde ettiğini görmekten de mutluyuz.

ANATOLIA : Bilinen bir gerçek var, o da turizmin çevreyi pazarladığıdır...

ULUSOY : Evet, herşeye rağmen şunu söylemek gerekir, Türkiye Akdeniz'e kıyısı olan ülkeler arasında halâ denizleri en temiz, doğası en az bozulmuş ülkedir. Bu, bir yandan diğer ülkeler karşısındaki üstünlüğümüzü gösterirken, bir yandan da hepimize önemli görevler yüklüyor. Çevre konusuna bütün seyahat acentelerinin gereken duyarlılığı gösterdiğini memnuniyetle söyleyebiliriz. Üyelerimizin bugüne kadar çevreyi kirleticiler herhangi bir faaliyetine rastlanmamış, tam tersine seyahat acentelerimiz çalıştıkları tesislerde karşılaştıkları çevre kirleticiler

olaylara müdahale ederek önledikleri çok görülmüştür. Bu anlamda seyahat acenteleri bir tür çevre muhafızları gibidir. Çünkü çevre ve doğa bizim ekmek kapımızdır.

ANATOLIA : TÜRSAB, Türkiye'nin tanıtılması konusunda neler yapılmasını istemektedir?

ULUSOY : Türkiye'nin tanıtılması konusunda sanıyorum ne söylediğini bilen, hatta söylemekle kalmayıp gerekeni de yapan tek kuruluş, TÜRSAB'tır. Bildiğiniz gibi, tanıtım konusunun en çarpıcı biçimde gündeme geldiği dönemde, yabancı TV merkezleri için Türkiye'yi tanıtıcı kısa filmleri ilk yapan TÜRSAB oldu. Bundan daha önemlisi, Türkiye'nin nerede nasıl tanıtılması gerektiği konusunda büyük çaplı araştırmayı ilk yapan da Birliğimiz oldu. Biz tanıtım konusunda ne yapılması gerektiğini söylemek yerine yapılan araştırmaların ortaya koyduğu sonuçlara göre gereken önlemlerin alınmasını istemekle yetiniyoruz. Çünkü bizim kendi dar olanaklarımızla yaptığımız araştırma aslında devletin nerede, neyi, nasıl yapması gerektiğini açıkça ortaya koymuştur. Bu araştırma Turizm Bakanlığı ve Başbakanlığın ilgili birimleri ile diğer kuruluşlara sunulmuştu. Gönül isterdi ki bizim başlattığımız bu çalışmalarını devlet de kendi olanakları düzeyinde devam ettirerek elde edilen sonuçlara göre kendine bir tanıtım plan ve perspektifi çıkarsın.

ANATOLIA: Bunda biraz geç kalmadı mı?

ULUSOY: Hayır, şimdi de geç

kalmış değil. Bilindiği gibi tanıtım sorunu yıllardan beri Türkiye'nin gündeminde bulunmasına karşın, Körfez Krizi olayı ile çok daha çarpıcı biçimde ortaya çıktı. Bu yıl Tanıtma Fonu'ndan 20 milyon dolarlık bir bölümün turizm tanıtımına ayrılması yeterli olmamakla beraber, olumlu bir gelişmedir. Ancak bu ilk adımdır. Eğer bu ilk adım diğer adımlarla desteklenmezse, bir fırsat daha heba edilmiş olur. Tanıtım konusunda yapılacak çalışmaların hedefine ulaşabilmesi için devletin ilgili kurumları mutlaka seyahat acentelerinin fikrini almalıdır. Bizim görüşlerimiz alınmadan yapılan, daha doğrusu yapıldığı sanılan tanıtımın hiçbir sonuç vermediği, CNN'e verilen reklamlarda görüldü. CNN'e reklam verilmesine karşı değiliz. Ancak nereye, ne zaman, ne kadar reklam verileceği Türkiye'nin turizm pazarı ile bağlantılı olmak zorundadır. Bugün Türk turizmi esas olarak Batı Avrupa ağırlıklıdır. CNN ise daha çok ABD'de izlenen bir kanaldır. Yani bizim müşteri kitlemizin izlemediği bir medyadır. Bu nedenle CNN 'e verilen reklamlar ne yazık ki hedefine ulaşmamıştır.

Tanıtım konusunun uzmanlık gerektiren bir iş olduğu gerçeğinden hareketle bu işin mutlaka profesyonelce ve işin ilgilileri eliyle yapılması şarttır. Biz bugüne kadar bunu savunduk. Kendi olanaklarımızla yapabildiğimiz kadarını da böyle yaptık. Doğrusunun bu olduğunu sonuçlar açıkça gösteriyor.

ANATOLIA: *Sayın Ulusoy, TÜRSAB'ın gerçekleştirmek istediği projeler hakkında bilgi verir misiniz?*

ULUSOY: TÜRSAB olarak hedeflerimiz arasında İstanbul'a bir kongre merkezi kazandırmak ve yurtdışına yayın yapan turizm ağırlıklı bir TV kanalının devreye sokulması başta geliyor. Bunun için TRT'nin 5. kanalının turizme ayrılmasını istiyoruz. Bu arada hemen gerçekleştirmek istediklerimiz arasında bir de, yıllardır kanayan bir yara halinde olan ve kaçak seyahat acenteciliğinin önlenmesinde önemli bir işlev göreceğine inandığımız 1618 sayılı yasanın değiştirilmesidir. Bu, aslında 21.yüzyıla girerken Türk turizminin de ihtiyacıdır. Bilindiği gibi seyahat acentelerinin kuruluş ve çalışmalarını düzenleyen ve TÜRSAB'ın kuruluş yasası olan 1618 sayılı yasa, 1972 yılında çıkarılmıştır. Çıkarıldığı gün itibarıyla belki çok iyi bir yasa olan 1618, bugün sektörün eriştiği düzeyin gerisinde kalmıştır. Bu nedenle yasa mutlaka günün koşullarına uygun hale getirilmelidir. Bunun için biz bir yasa tasarısı hazırladık. Dileriz bu dönem Meclisten geçer.

ANATOLIA: *Sayın Ulusoy, dünya'da ve Türkiye'nin komşu olduğu ülkelerdeki siyasal ekonomik ve toplumsal gelişmeler Türkiye turizmini sizce nasıl etkileyecektir.*

ULUSOY: Yugoslavya'da yaşanan olayların bir an önce sona ermesi ve komşu ülkenin istikrara kavuşması herkes gibi bizim de dileğimizdir. Aynı şekilde Cezayir'de meydana gelen siyasal gelişmeler de, dileriz bu ülke insanların yararına olacak biçimde sonuçlanır. Söz konusu iki ülkenin bugün içinde buldukları durum, sahip oldukları turizm potan-

siyelinin, değerlendirmelerine ciddi bir engel oluşturmaktadır. Bizim irademiz ve istemimiz dışında komşu ülkelerde gelişen bu olaylar, turizm açısından bize yarayabilir. Nitekim, geçen yılın Eylül, Ekim, Kasım aylarında ülkemizde görülen canlanmada Yugoslavya'daki 600 bin civarındaki yatak kapasitesinin devredışı kalmasının önemli bir payı vardır. Yugoslavya'nın bir an önce huzur ve istikrara kavuşmasını arzu ederiz. Ama bizim bu arzumuza rağmen olaylar devam ederse bundan turizm açısından yararlanılabilir. Bu ülkeye giden turistler Türkiye'ye çekilebilir. Aynı şekilde Cezayir için de söz konusudur. Tabi bu işin bir yanı. Bir de madalyonun öteki yüzü vardır. Bu da bizim bu olaylardan çıkaracağımız derstir. Yugoslavya ve Cezayir olaylarında görüldüğü gibi meydana gelen herhangi bir istikrarsızlık ilk önce turizm sektörünün vuracaktır. Dolayısıyla bizim de burada çok dikkatli olmamız gerekir. Türkiye'nin, henüz yeni çıkabildiği uluslararası turizm pazarında varlığını koruyup geliştirebilmesi için ekonomik ve siyasal istikrarın büyük önemi var. Bu anlamda terör olayları biz turizmciler için endişe vericidir. Turizm, ancak barış ve istikrar temelinde gelişebilen bir sektördür. Dolayısıyla turizmciler tek tek insanlar olarak barış ve refahı her yerde ve bütün insanlar için savunurken, bu aynı zamanda işimizin gereğidir. Bu yüzden bütün turizmciler barış ve refahtan yanadır. Dünyada barış ve refah ne kadar gelişirse turizm sektörü de o kadar gelişmesi bu anlamda sevindiricidir. İnsanlık barış ve refaha doğru ilerleyecektir. Paktların dağılıp duvarların yıkılması, ırkçı rejimlerin tarihe karışması insanlığın önüne yeni ufuklar açacak, bundan bütün insanlık ile beraber turizmciler de yararlanacaktır.

ANATOLIA: *Sayın Ulusoy, değerli vaktinizi bize ayırarak bu söyleşiyi gerçekleştirme fırsatını bize tanımanızdan dolayı teşekkür ederim.*

ULUSOY: Ben teşekkür ederim.



... Türk turizmi esas olarak Batı Avrupa ağırlıklıdır. CNN ise daha çok ABD'de izlenen bir kanaldır. Yani bizim müşteri kitlemizin izlemediği bir medyadır. Bu nedenle CNN'e verilen reklamlar, ne yazık ki hedefine ulaşmamıştır.