

Turizmde 1994 ve sonrası..

ABDULLAH TEKİN

1994 yılının haziran ayı sonunda gazete haberleri turizm alanında göze çarpan bir paniği yansıtıyordu.

"Turizmde tık yok", "Ey turist ne-redesin?"

"Turizmde yürek sızlatan tablo", Antalya Çiller'i üzdü..

Haziran ayı da tamamlanıp temmuz ayına girildiğinde turizmde beklenen kıpırdanma başladı. Ne var ki gelenler alışlagelmiş ve Antalya'nın giderek de Türkiye'nin benimsediği turist tipleri değildi. Anımsanacaktır, yakın geçmişte Lufthansa uçağından inen turistlere bakanlar, bunların tatil değil de baloya katılmak için gelen özel konuklar olduğunu zannedirdi. Oysa bu gelenler onlardan oldukça farklıydı. Peki değişen neydi?

1994 yılında göze çarpan turistlerin farklı olmaları şaşırtıcı değildi. Bunun için 1993 yılında gereken uyarılar zaten yapılmıştır.

"Konjoktürel sorunların giderek yapısal bir görünüme bürünmesi, turizmde durağanlık sürecini önemli bir uyarı olarak karşımıza çıkarmaktadır. Sağlık, trafik, eğitim, havaalanı örneği sorunların ivedi ve etkin bir yaklaşımla ele alındığı söylenemeyeceği gibi, en önemlisi iç siyasal olayların dinlenme ve ortadan kalkma gelişimi göstermediği dikkat çekmelidir

1994 yılına yönelik rezervasyonlardan beklenen güçlü ses, yerini duraganlığın uyarı çanlarına dönüştürmüştür. Buna karşılık komşumuz Yunanistan'da fazla rezervasyon tabloları göz çarpmaktadır. Avrupa Birliği zincirinde yer alıp Akdeniz'in kıyısında yansıyan ülkelerin Türkiye'ye kaptırdıkları turistleri geri döndürmek için her türlü yolu deneyecekleri ve özellikle Birlik olanaklarını kullanacakları şaşırtıcı olmayan bir yaklaşımdır.

Sağlık koşulları, trafik, çevre, iç siyasal olaylar, demokratik ortam ve ülke yönetimi turizm hareketlerini yakından ilgilendiren konularıyla ele alınıp dikkatlice değerlendirilmelidir.

Durağanlığın gerilemeye dönüşeceği uyarı çanları rakamlarla şöyle açıklanabilir: 1990 yılında 230 milyar dolar olan dünya turizm geliri içerisinde Türkiye 1.4'lük bir paya ulaşırken; 1992 yılında bu pay 1.3, 1993 yılında ise 1.2'ye düşmüştür. Bu düşüş pastadan alınan dilimlerin giderek küçüldüğü sonucunu doğurmaktadır. O halde cennet ülke imajına sığınıp önemli sorunları görememezlikten gelmek durağanlığın boyutlarını gerilemeye doğru götürmek anlamına gelebilir."(*)

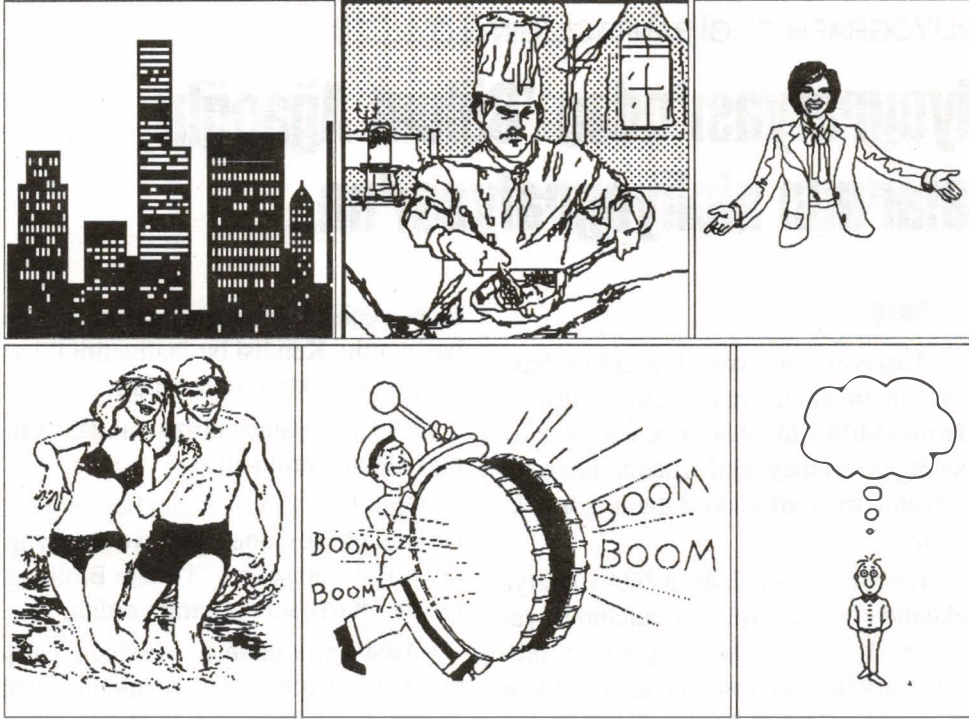
1994 yılında göze çarpan turistlerin bir bölümü diğer Avrupa ülkelerinde göze çarpan fazla rezervasyon turistleriydi ve yer bulamadıkları için Türkiye'yi seçmişlerdi. Diğer bir grup "son an" turistleriydi ve ucuz tatil arayan gruba dahildiler. Diğer bir grup ise tatil için Türkiye'yi seçen ve daha önce gelip tanıyan turistlerden ibaretti. Nihayet yeni sayılabilecek Rus ve İsraililerin oluşturduğu son grup dikkat çekiyordu.

Öyle veya böyle konaklama tesisleri görelide olsa doluluk oranını belirli bir çizgiye çekmeyi başardılar. Ancak turizm gelirleri itibariyle bakıldığında tablonun pek ışıklı olmadığı ortaya çıkar. Turist girdileri bakımından geçen yılki çizginin altına inilmiştir. Bu tablo bizi uyarmalı yeni yöntemlere ve yapılanmalara yöneltilmelidir. Amaç elbette çok turist gelmesidir ama aynı zamanda çok para bırakacak düzeyli turistler arzuılmaktadır. Tablonun bu düşündürücü ve üzücü yanını müze ve ören yeri girişlerinden de anlamak olasıdır. 1994 yılında müze ve ören yer-

(*) ATSO 1993 Yıllığı, s. 142.

1984 yılında göze çarpan turistlerin bir bölümü diğer Avrupa ülkelerinde fazla rezervasyon turistleriydi ve yer bulamadıkları için Türkiye'yi seçmişlerdi. Diğer bir grup ise "son an" turistleriydi ve ucuz olduğu için Türkiye'yi seçmişlerdi.

Abdullah Tekin, Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği Antalya Bölgesel Yürütme Kurulu üyesi ve seyahat acenteciliği yapmaktadır.



lerine giren turistlerin sayısı 1993'dekine oranla azalmıştır. Turist tipindeki değişim yönünü buradan yola çıkarak anlamak ve değerlendirmek mümkündür.

Elbette bu yaklaşım 1995 yılını karşımıza bir soru işareti olarak çıkarmaktadır. Dahası salt 1995'i değil sonraki tüm yılları... Şimdiye kadar moda ülke, cennet ülke, ucuz yaklaşımlarıyla turistlerin ilgi gösterdiği Türkiye, şimdilerde bu yaklaşımların bile başarılı olamadığı bir konumda yansımaktadır. Bunun iki büyük nedeni vardır. Moda ülke olduğumuz yıllarda göze çarpan kimi önemli sorunların hızla ele alınıp çözüme kavuşturulması ve globalleşme sürecine kimi iç dinamiklerle entegrasyon sağlanması. Şimdi yoğun çabaların sergilenmesi zamanıdır.

Gerek sektör yanlıları gerekse devlet yoğun çaba sergilemek zorundadır. Devlet yöneticileri ve hükümet temsilcilerinin eskiden hiç yanına yaklaşmadıkları turizm hareketlerinin törensiz boyutta da olsa içine girmeye başlamaları bir aşamadır, ancak onun ötesinde bazı çabaların turizm sektörü için önem taşıdığı yaklaşımını algılamaları gerekmektedir. Hangi ne-

denlerle olursa olsun artık ülkemize gelmeyen turistleri bulup getirmek durumundayız.

Bunun için neler yapmalıyız? sorusunun yanıtı dört boyutlu olarak yansımaktadır: Kişisel yaklaşımlar / sektörel yaklaşımlar / yerel yönetimlere düşen görevler / devlete düşen görevler.

Bu boyutlardaturizmci ister yerel, ister kamusal düzeyde olsun sosyo-siyasal ve sosyo-ekonomik sorunlardan soyutlanmamalı, yerel ve kamu yönetimleri de turizmin ülke ekonomisine büyük katkılar sağladığı gerçeğini unutmamalıdır. Örneğin ortak düşünce ve değer yargılarının giderek yaygınlaştığı bir dünyada demokratik ve laik olmanın ne kadar önemli olduğu taraflarca artık iyice anlaşılmalıdır. Kamu ile turizm sektörü arasında kurulacak bağaışut olarak yerel yönetimlerle kişiler arasında da benzeri bağlar kurulmalıdır. Turizm herkesin ilgi duyması gereken bir konuma ulaşmıştır. Yerel yönetimlerin kentleşme, çevre, yeşil doku, temizlik, altyapı, rekreasyon ve benzeri yaklaşımlar bu çerçevede algılanıp ele alınmalıdır. □

Turizmci ister yerel, ister kamusal düzeyde olsun sosyo-siyasal ve sosyo-ekonomik sorunlardan soyutlanmalı, yerel ve kamu yönetimi yöneticileri de turizmin ülke ekonomisine büyük katkılar sağladığı gerçeğini unutmamalıdır