

ANATOLIA

Aylık Turizm, Çevre ve Kültür Dergisi

AYIN KONUSU:

Türkiye Çevre Sorunları Vakfı Genel Sekreteri
Engin URAL:

Çevre Bakanlığı'ndan Kısa Sürede Çok Şeyleri Başarması Beklenmemeli

- *Antalya'da Uygulanan Kitle Turizmi Politikası Değiştirilmelidir*
- *Çevre Duyarlılığı ve Eğitim*
- *İlhan KOMAN: Anadolu Heykeltıraş*
- *Kültürel İlişki Olarak Turizm*
- *Menü Planlama ve Geliştirmenin Amaçları*
- *Turizm Eğitimi Sempozyumu*
- *Terörizm ve Turizm*
- *Stajyer Öğrenci Sorunları ve Bu Konuda bir Anket*
- *Türkiye Turizmi Üzerine Düşünceler*
- *Turizm Ambargosu Konaklama Tesislerinin Fiyat İndirimiyle Delinebilir mi?*

Öğretmen Semiha Hanım'ın, Mühendis Kemal Bey'in, Gazeteci Sencer Bey'in, Nalan'la Aykut'un (Önümüzdeki ay evlenecekler), Emekli Melda Hanım'ın, Sekreter Figen Hanım'ın, Bilgisayar uzmanı Can'ın (Henüz 11 yaşında), Çiçekçi Saim Bey'in, Taksi şoförü Ayhan Bey'in, Terzi Güler Hanım'ın, Arkeolog Faik Bey'in, Avukat Aydan Hanım'ın, Kunduracı Murat Bey'in...



BİZDE KREDİLERİ VAR.

Yeni ev kurmak ya da otomobil almak için. Başka ihtiyaçlar için de...Çamaşır makinesi, bilgisayar almak, seyahate çıkmak, eğitim ya da sağlık harcamaları için, çalışan üreten herkesin bizde kredisi var. Uygun faizle, uygun ödeme koşullarıyla.

Daha iyi yaşamak için, sizin de bizde krediniz var. Büyük düşünün, iyi yaşayın.

 **HALKBANK**
TÜRKİYE HALK BANKASI
Çalışana, üretene kaynak.

ANATOLIA

AYLIK TURİZM, ÇEVRE VE KÜLTÜR DERGİSİ
(A Journal of Tourism Environment and Culture)
TEMMUZ - AĞUSTOS (July - August) 1991

İmtiyaz Sahibi (Publisher)

Adnan HASTÜRK

Genel Koordinatör ve Sorumlu Yazışmaları Müdürü
(Administration Director & Editor - in Chief)

Nazmi KOZAK

Satış ve Pazarlama
(Sales & Marketing)

Metin KOZAK

Turizm Danışmanı (Tourism Consultant)

Mehmet YEŞİLTAŞ

Yurtiçi Temsilcilikleri
(Domestic Offices)

İSTANBUL

Bülent AĞAOĞLU

Tel: 146 17 94

İZMİR

Hasan KIRMIZI

Tel: 59 04 25

NEVŞEHİR

Dr. Bahattin RIZAOĞLU

Tel: 107 98

BALIKESİR

Ayhan GÖKDENİZ

TEL: 22 936

ANTALYA

Turgay ÜNALDI

Tel: 22 20 90

Yurtdışı Temsilcilikleri
(Foreign (Abroad) Offices)

KOSTANZ (Germany)

Ahmet ERTEKİN

Tel: (07531) 151 51

LANDSHUT (Germany)

Kenan AVCI

Tel: (49-871) 286 18

SURREY (United Kingdom)

Olgun ÇİÇEK

Tel: (483) 60 608

YAZIŞMA ADRESİ

(Correspondence Address)

P.K. 589 06425 Kızılay-ANKARA

Dizgi/Typing & Designed by

SerajınS

Tel: 231 39 68

Baskı/Printed by

DORUK OFSET

ANATOLIA Turizm, Çevre ve Kültür Dergisi Türkiye Seyahat Acenteleri, Tur Operatörleri, turistik konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri, turizm ve çevre ile ilgili resmi ve özel kurum ve kuruluşlar ile bu alanda eğitim-öğretim yapan kurumlara yönelik olarak hazırlanmaktadır.

İÇİNDEKİLER

ANATOLIA'dan.....	3
Antalya'da Uygulanan Kitle Turizmi Politikası Değiştirilmelidir AbdullahTEKİN.....	4
Çevre Duyarlılığı ve Eğitim Meral Dinçer NAZLIOĞLU.....	6
İlhan KOMAN: Anadolu Heykeltraş Saffet DAĞDEVİREN.....	9
Kültürel İlişki Olarak Turizm Gerhard Th. ONGYERTH (Çev. Asker KARTARI).....	11
AYIN KONUĞU: Türkiye Çevre Sorunlar Vakfı Genel Sekreteri Engin URAL: Çevre Bakanlığı'ndan Kısa Sürede Çok Şeyleri Başarması Beklenmemeli.....	14
Menü Planlama ve Geliştirmenin Amaçları Dr.Bahattin RIZAOĞLU.....	20
Turizm Eğitimi Sempozyumu Ayhan GÖKDENİZ.....	25
Terörizm ve Turizm Albatros AKKAYA.....	28
Stajyer Öğrenci Sorunları ve Bu Konuda bir Anket Meryem AKOĞLAN Fevzi OKUMUŞ.....	32
Türkiye Turizmi Üzerine Düşünceler Nazım KÖRÜKÇÜ.....	34
Turizm Ambargosu Konaklama Tesislerinin Fiyat İndirimiyle Delinebilir mi? Doç. Dr. Rafet EVYAPAN.....	36

ABONE KOŞULLARI

Abone olmak için aşağıda belirtilen abone bedelini Adnan Hastürk adına Türkiye İş Bankası Yenişehir (Ankara) Şubesi 2669677 no'lu hesaba yatırarak alındı belgesinin fotokopisini P.K. 06425 Kızılay-ANKARA adresine göndermeniz yeterlidir. Adınızı açık adresinizi, posta kodunuzu, telefonunuzu ve hangi sayıdan itibaren abone olmak istediğinizi lütfen belirtiniz.

Abone Bedelleri

6 Aylık: 30.000 TL.

1 Yıllık: 50.000 TL.

SAYIN ANATOLIA OKUR VE YAZARLARININ DİKKATİNE

Derginiz ANATOLIA, uluslararası platformda sesini duyurmak üzere bir dizi ilişki ve iletişim içindedir. Özellikle ANATOLIA yazarlarını çok yakından ilgilendirecek olan bu gelişme ile ilgili olarak dergimizde yayımlanacak yazıların (makale, araştırma) İngilizce özetlerine (Abstract) yazının başlığı ile yazının ilk cümlesi arasında yer vermekteyiz. Dergimizde yer alan bu özetler, uluslararası bir abstract dergisi olan **Leisure, Recreation and Tourism Abstract (LRTA)**'ta yer almaktadır.

Böylelikle derginiz ANATOLIA, yazarlarının uluslararası literatürde yer alarak meslektaşları ile ileride olası iletişimin başlamasına, var olan iletişimin genişlemesine de katkıda bulunmakla okurlarının yanında yazarları için de işlevsel olma yolunda önemli bir aşamayı da gerçekleştirmiş olmaktadır.

LRTA ile oluşturulan bu ilişki çerçevesinde, dergimize gönderilecek yazılarda aşağıdaki özelliklerin bulunması uygun bulunmaktadır.

1. ANATOLIA iki aylık olarak turizm ve yakın alanlarla ilgili her türden konuları içeren yayınlanır.

2. Göndereceğiniz yazınızla ilgili 80-85 sözcükten oluşan en az bir, en çok üç paragraflık Türkçe/İngilizce özet (abstract) olmalı ve yazınıza ayrı olarak eklenmelidir.

Özetinizde aşağıdaki soruların yanıtlarının bulunması yeterli olacaktır:

- Çalışmanın (yazının) amacı nedir?
- Bu çalışmayla hangi özel kitleye seslenilmek isteniyor?
- Bu çalışmanın özgün, orijinal ya da sizce önemli yönü nedir?
- Bu çalışmanın (yazının) hazırlanma yöntemi nedir?
- Çalışma sonuçta neyi anlatıyor? Eşdeyişi ile çalışmanın en önemli bulgusu nedir?

3. Yazılar en çok çift aralıklı, tek yüze daktilo edilmiş olmalı ve 10 sayfayı geçmemeli.

4. Her daktilo sayfasında sağdan 2.5 cm, soldan 3 cm ve alttan 3.5 cm boşluk bırakılmalı.

5. Yazılarınızdaki alıntılar parantez içerisinde yazar adı, yıl, sayfa no; örneğin (AŞKUN, 1988, s. 13); kaynakçanız ise:

a) **Kitaplar için**

GÖKBERK, Macit, Değişen Dünya Değişen Dil, Çağdaş Yayınları, İstanbul, 1980, s. 38.

b) **Makaleler için**

ARAT, Emin, "Atatürk'te Devlet Düşüncesi", Çağdaş Düşüncenin Işığında Atatürk, Dr. Nejat Eczacıbaşı Vakfı Yayını Araştırma Dizisi, İstanbul, 1983, s. 207-245.

c) **Çeviri için**

LEIGFIELD, Margaret, "Leisure 2001: Information for a Leisure Society", European Journal of Education (Çev. Uğur DEMİRAY), Vol. 22, No. 5, 33/4, 1987, pp. 321-325, United Kingdom.

şeklinde olmalıdır.

6. Yazıların her türden içerik sorunu ve sorumluluğu yazarlarına aittir.

7. ANATOLIA'ya gönderilen yazılar çok gerekmedikçe kısaltılmayacak, ancak çok çok zorunlu olduğunda ANATOLIA yazı işleri bu işi yapmakta peşinen yetkili kılınmış olacaktır.

8. Yazılarınızda çizelge, grafik, şekil, fotoğraf vb. görsel anlatım malzemesi yer alıyorsa, bu malzemeler reproduksiyona hazır biçimde ayrı olarak gönderilmeli, yazınızda nereye gireceği açıkça belirtilmelidir. Örneğin:

(Çizelge 3) buraya

(Şekil 2) buraya gibi.

Türkiye'de turizm endüstrisinin pek çok sorunları bulunmaktadır. Pazarlama, tanıtma, çevre, terörizm... gibi pek çok sorunun yanı sıra turizmimizin en büyük sorunlarından biri de, makro düzeyde turizm olayını planlayacak, koordine edecek ve denetleyecek bir örgütlenmeden yoksun olmasıdır. Sorunların çoğunluğu böyle bir örgütlenmenin olmamasından kaynaklanmaktadır.

Turizm, disiplinler arası bir olaydır; hemen her konu ile ilişkilidir. Turizmin bu önemli özelliği, böyle bir örgütlenmenin önemini daha da artırmaktadır.

Bugünkü durumu ile Turizm Bakanlığı'nın ülkemizde turizm olayını tüm boyutlarıyla kapsamaktan, koordine etmekten ve denetlemekten oldukça uzak bir örgütlenme yapısı vardır. Pek çok kez yaşandığı gibi Turizm Bakanlığı, turizm endüstrisini yakından ilgilendiren düzenlemeler için başka bakanlıklara 'rica' da bulunmak zorunda kalmaktadır. Turizm Bakanlığı'nın icracı bir örgütlenme içinde olmaması, onu 'Ricacı Bakanlık' konumuna getirmiştir.

Türkiye, içinde bulunduğumuz günlerde yeni parlamento üyelerinin belirleneceği bir 'Genel Seçim' heyecanının yaşamaktadır. Ülke yönetimine talip olan siyasal partilerimizin turizm alanında köklü değişiklikleri amaçlayan icraatları bir yana, turizm endüstrisini ilgilendirecek ciddi düzenlemelerine bile pek rastlanmamaktadır.

Ülkeyi daha iyi yönetme savıyla iktidara gelmek isteyen siyasal partilerimizin turizmimizin içinde bulunduğu sorunlara ne gibi çözüm yolları önerdiklerini bilmek, birkaç milyonu bulan sayılarıyla geçimlerini doğrudan ya da dolaylı olarak turizmden sağlayan kesimlerin en doğal hakkıdır.

Türkiye'de turizm sektörünün ulaştığı boyutlar, yadsınamayacak bir noktaya gelmiştir. Turizm; bir sektör olmaktan çıkmış, geniş bir alana yayılmış bir endüstri halini almıştır. Öte yandan son yıllarda bu alana aktarılan ülke kaynakları da yabana atılacak miktarda değildir.

Sözün kısası Türkiye; turizmde geri dönülemeyecek bir noktadadır. Bu nedenlerden dolayı, ülke yönetimine hangi siyasal parti gelirse gelsin, iktidar olan siyasal partinin turizmle ilgili görüşleri ne olursa olsun, hiçbir parti Türkiye turizminin gerçeklerini, içinde bulunduğu sorunlarını görmemezlikten gelemez, Yeni iktidara düşen başlıca ödev; önceki dönemlerde uygulamaya konulan çalışmaları bir seçmeye tabii tutarak, olumlu olanların devamını sağlaması, sağlıksız bulunduğu uygulamaların yerine yenilerini getirmesidir.

Turizm sektörünün sorunları ve Turizm Bakanlığı'nın örgütlenmesi bu bağlamda ele alınacak konular olmalıdır.

Saygılarımızla...

ANTALYA'DA UYGULANAN KİTLE TURİZMİ POLİTİKASI DEĞİŞTİRİLMELİDİR

Abdullah TEKİN

Kitle turizmi (=mass turizm), yumuşak turizm türünün karşıtı olduğu için, "sert turizm" kapsamında ele alınıp değerlendirilir genellikle. Ekonomik olduğu kadar, konfor özellikleri de taşıdığı için kitle turizmi, günümüzde oldukça yaygındır. Ancak bu özellikleri tüketici açısından ele alıp yorumlamalıyız. Öbür türlü uygulama alanında kitle turizm türü, doğal çevreye küçümsünemeyecek boyutta zarar verebilir. Nitekim düzenli ve sistemli bir turizm gelişmesine tanık olmayan ülkemizin birçok bölgesinde bu olumsuzluk göze çarpmıştır.

Şimdilerde bu tehlike Antalya'nın kapısını çalmaktadır. Antalya, salt kitle turizminin olumsuzluğuyla doğal değerlerini kaybetmiyor; turizm gelirlerinin ivme kazandığı yoğun kentleşme sürecinin olumsuzluklarına da tanık olabiliyor. Son nüfus sayımında, yoğunluğun boyut kazandığı birinci kent Antalya olmuştur. Nüfus yoğunluğunun kentleşmeyle koşutluk gösterdiği noktada kent, fiziksel bir büyüme ile karşı karşıya kalmakta, bu noktada bereketli tarım topraklarıyla ormanlık alanlar, yeşil doku yok olmaktadır. Bu tablonun olumsuzluğu ortadadır: Hergün birçok yeşil alanın yerini beton bloklar almakta,

kent kirliliğini ve kişiliğini yitirmektedir. Elbette bu olumsuzluğun faturasının en acımasız olarak yansıyacağı sektör yine turizm olacaktır. Zira kitle turizmine rağbet etseler bile günümüzün potansiyel tüketicileri yeşil dokuyla birlikte, betonlaşmamış sahiller ve kimliklerini koruyabilen kentleri arzulamaktadırlar.

Antalya ve yakın çevresinde uygulanan turizm politikası - varsa eğer- yeniden ele alınmalı ve revize edilmelidir. Yakın gelecek Antalya için çok büyük olumsuzlukları da beraberinde getirebilir. Nitekim 24.000 yatak için planlanan Beydağları-Olympos Turizm Projesi'nde bu rakamın iki misline çıkarılmış, dahası 100.000 yatağa doğru da yelken açmıştır. Güney-Batı'da bu görünüme karşın, Doğu'daki sahil bandında ikinci konut yoğunluğuyla, kuzeydeki gecekondu hareketi kentin o bereketli tarım toprakları ile ormanlık alanlarını giderek azaltmaktadır.

Bu kaygı verici gidişi önlemek için ne yapmak gerekir? Elbette herkese, her kuruluşa, her sorumluya yahut kendini sorumlu hissedene düşecek görevler vardır. Biz burada soruna turizm açısından bakmak durumundayız. Antal-

ya'da turizmin çok yönlü yığılma gösterdiği ve "sert" yönüyle sakıncalar yaratan kitle turizm türünün kanalını değiştirip "selektif" turizm türüne döndürmeliyiz. Selektif turizm türünün çok çeşitli örnekleri vardır: Yayla, dağ, spor, rekreasyon, kültür yeşil turizm örnekleri bunlardan birkaçıdır. Ancak biz burada özellikle "yumuşak turizm" türünden söz edip, bu turizm türünün Antalya için ne kadar gerekli ve önemli olduğuna değinmek istiyoruz.

YUMUŞAK TURİZM NEDİR?

Yumuşak turizm, 80'li yılların başında ortaya atılmış, uygulanmış bir kavramdır. Ülke ve insanlarda köklü değişiklikler yaratmaksızın, pahalı lüks otel yapımına izin verilmeksizin, doğayı koruyarak ve dünyayı keşfederek tatil yapma anlamına gelmektedir. Yumuşak turizm politikasının esasları şunlardır: Ekonomik yönden verimli, toplumsal yönden sorumlu ve doğal çevrenin kullanımı açısından bilinçli bir turizm.

Antalya, yumuşak turizm uygulamaları için çok zengin ve seçkin bir yapıda yansır. Doğal doku o kadar zengindir ki, kıyıların ötesinde dağlar, vadiler, ırmaklar, kanyonlar, ulusal parklar yumuşak turizm uygulaması için beklemektedir. Ama elbette

bu turizm türü, kıyıların korunmasında da önemli bir işleve sahip olabilir. Örneğin **Adrasan** gibi henüz yeni yeni gelişen doğal koyların orman alanları korunarak, tek veya en fazla iki katlı sevimli binalarla donatılması, yani yumuşak mimari öğeleri uygulanarak yansıtılması çok yararlı olur.

Antalya ve yakın çevresinde kıyılara biraz fazla yüklenilmiş; bu yükleniş esnasında görülmemiş çarpıklıklara da tanık olunmuştur. Bugün Çamyuva'da denizin kıyısında 6-7 katlı dev beton binalar vardır.

Kıyılardaki bu ağır yük, estetik bozukluk yarattığı gibi, altyapı olanaklarından yoksunluk noktasında deniz ve çevre kirliliğine de neden olabiliyor. Bu noktada selektif turizm uygulamaları ile turizm hareketlerini biraz içlere almak gerek-

tedir. Örneğin Köprülü Kanyon dünyada eşi az bulunan bir yumuşak turizm merkezi olabilir. Yine bu bağlamda Isparta'daki gül bahçeleriyle, Burdur'daki üzüm bağlarında oluşturulacak bağ evleri seçkin birer yumuşak turizm merkezi olabilirler. Kaldı ki bağbozumu şenlikleriyle bağlantılı yerel kültür hareketleriyle sosyoekonomik olgular, renkli ve canlı birer turistik öge oluşturabilirler. Böylelikle, turizm hareketlerinin içinde sıkışıp kalan Antalya'nın betonla kuşatılan soğuk görünümü de yavaş yavaş engellenmiş olur. Bu bağlamda Antalya ölçeğindeki yumuşak turizm, hem kıyıların yükünü azaltarak kirliliği önleyecek, hem de betonun hızlı yükselişine biraz set çekmiş olacaktır.

Antalya'da gözlenecek selektif turizm türlerinin turizm gelirlerini artırıcı boyutları yanı sıra turizmi çeşitlendireceği de

açıktır. Sadece deniz, kum ve güneşe yönelik bir turizm türüne bağlı kalmak doğru olmaz. Bu öğeler bütün Akdeniz kıyılarında mevcuttur. Selektif turizm kapsamındaki yumuşak turizm uygulaması çeşitlilik sağlayacağı gibi, dünyada yeni gelişen fakat çok büyük taraftar toplayan yeşilci, çevreci, doğasever diye adlandırılan kitlelere yakılmış yeşil bir ışık anlamına da gelmektedir. Bu nedenlerle turizm gelirlerimizin artması, ülkemizin az bilinen güzelliklerinin yansıtılması, dengelerin korunması, çeşitlilik, kaynakların sistemli kullanılması gibi faktörlerin ışığında, selektif turizm ve onun özellikle yumuşak turizm türüne önem ve ağırlık verilmesi, yöre ve ülke turizmine çok büyük katkılar sağlayacaktır.

Antalya kitle turizminden yavaş yavaş uzaklaşmalı ve çevre ile bütünleşen selektif bir turizm merkezi olmalıdır.

ÇEVRE DUYARLILIĞI VE EĞİTİM

Meral Dinçer NAZLIOĞLU

Türkiye Çevre Sorunları Vakfı Proje Koordinatörü

ABSTRACT

THE SENSITIVITY FOR THE ENVIRONMENT AND EDUCATION

Creating awareness of and sensitivity for the environment as well as finding solutions to environmental problems can be attained by education and training. An uneducated society is not capable of thinking that others and the next generations would require the resources for their sustenance, too. Gaining awareness of and solving environmental problems can be attained through rational thinking. Rational thinking can be attained only through education and training. Uneducated individuals and societies destroy the environment beyond repair, consume natural resources until it is too late. It is expected that humans react to environmental problems and this finds its expression in the sensitivity shown towards the environment.

İnsanoğlu varolduğu günden bu yana, hem çevresindeki olaylardan etkilenmiş hem de çeşitli faaliyetleriyle çevresini etkilemiş hem de rip etmiş, kirlenmesine sebep olmuştur. Özellikle 17. yy.'dan beri insan, doğaya daha çok hükmetmenin yollarını aramış, doğayı daha çok işletebilecek, istediği maddeleri üretebilecek bir makine olarak görmüş. Sanayileşmeyle birlikte birçok ülke, doğayı sonsuz bir kaynak olarak kabul etmiş ve kullanmış, doğanın kendini yenileme kabiliyetinin sınırlı olduğunu, doğal denge- nin bir daha düzelmek üzere bozulabileceğini farketmediğinde ise oldukça geç kalmıştır.

Bugün ülkemizde yaşayan insanların oldukça büyük bir kesimi için çevre ilgilenmeye değmeyen bir konudur. Çevrenin korunması ve geliştirilmesi için harcanan çabaların, geri kalmış ülkeler için bir lüks olduğu görüşü yaygındır. Haklı olarak belli bir yerde beslenme sorunu varsa, temiz içme suyu bulunamıyorsa, sağlık ve konut problemi, geçim sıkıntısı varsa o insanların çevre konusunda eğitmeye çalışmak pek de akılcı olamayacaktır.

Topluma çevre bilincinin aşılması ve çevre sorunlarına karşı önlemlerin alınması eğitimden geçmektedir. Bu konuda bilinçlenmemiş ve eğitilmemiş bir toplum, yaşadığı dünyayı kendinden sonra başkalarının da kullanacağını düşünmez. Çevrenin korunması, onu, en çok etkileyen insanın bilinçlendirilmesi ve eğitilmesi ile mümkündür diyoruz ama çevre eğitimi, ekolojik bozulmayı geciktirici, engelleyici hatta düzeltici fonksiyonları nasıl yerine getirebilir?

Eğitimde başarıya ulaşmak; neyi, nerede, ne şekilde öğreteceğimizi bilmekle başlar. Devamlı bir süreç olan çevre eğitiminin amacı, birey ve toplumlara çevrenin karmaşık iç yapısının anlatılmasını sağlamak, çevre sorunlarının çözümünde bilinçli ve etkin katkıda bulunmak için bilgi kazandırmak, her yaş, meslek ve eğitim grubundaki kişilere çevre eğitimi sistemli, planlı bir şekilde vermek, çevreyle ilgili olayların yakından takip edilmesi, sağlıklı bir çevre yaratılmasında bireysel katkıda bulunulması, bireylerin hak ve sorumluluklarının bilincine varması, çevre sorunlarına sebep olanların uyarılıp, olumlu davranmaya yönlendirilmesi ve en önemlisi çevreye duyarlı bir yeni davranış modeli oluşturmaktır.

Çağdaş bir eğitim düzeni kişiye "doğayı sevme" ve çevreyi koruma" bilincini kazandırır.

Oysa bizim eğitim sistemimiz bu bilinci kazandırmak yerine kişiye "doğanın sevilmesi ve korunması gerektiğini" belletmektedir. Bu da doğal olarak benimsenmemektedir. Doğayı tam olarak bilmeyen, sevmeyen insanların çoğunlukta olduğu bir toplumun çevre sorunlarıyla ilgilenmesi beklenemez. Ana babaların çocuğun gelişimindeki önemi bugün herkes tarafından bilinmektedir. Çocuklarımız öylesine kirli bir ortamda büyüyorlar ki, bu kirliliği yaşamın bir parçası olarak görüyorlar neredeyse...

Yaşamın ilk yıllarında çocuğun yetiştirilmesinde birincil görev ve sorumluluk ana-babaya düşerken, okulla birlikte bu sorumluluk, toplumdaki diğer kurumlarca paylaşılmaya başlanır ve çocuğun yetiştirilmesinde toplum birinci derecede sorumlu olmaktadır.

Okula başlayan çocuğun önünde büyük bir dünya bulunmaktadır. Çocuğun okul öncesi ve okul hayatı, onun için cevaplandırılması gerekli binlerce soru ile doludur. Bunları doğru tanınması ve öğrenmesi gelecek yıllardaki davranışlarında da etkili olacaktır. Okuldaki öğretimin ve programın çocukların özelliklerine göre hazırlanması, ilgi uyandırarak öğrenmeyi güdüleyecek, tartışmalara yer verecek şekilde düzenlenmesi başarıyı etkileyecektir.

Okuldaki çevre eğitiminin amacı; kafaları ansiklopedik bilgiyle yüklemek değil, öğrenilenden en iyi nasıl yararlanılabileceğini kavratmak olmalıdır. İlgi uyandırarak öğrenmeyi güdüleyecek, tartışmalara yer verilecek şekilde eğitimin zenginleştirilmesi, yaratıcılık ve üretkenlik kazandıracaktır. Çevre eğitimi bir ders olarak mı okutulsun, yoksa diğer disiplinlerin içinde mi yer alsın? Sorusuna genel yaklaşım, bütün disiplinler içinde yer almasından yanadır.

Öğretmenler de kendine özgü bu görevi yapmalarını sağlayacak bir eğitim görmelidirler. Çevre hakkında gerekli bilgiyi almamış öğretmenlere, çevre sorunları ve eğitimi yöntemleri hakkında hizmetiçi eğitimle bilgi verilmesi gereği açıktır. Eğitici önce öğiteceği konuya inanmalı, sevmeli, bilmelidir. Çevreyi tam olarak bilmeyen, sevmeyen bir eğitici onu nasıl öğretebilir?..

Eğitim anlayışımızda bilgi verme ve ezberleme ön planda tutulmakta; düşünme, karar verme gibi zihinsel gücü geliştirmeye yönelik bir eğitim yapılmamaktadır. Sorun geleneksel eğitim

anlayışımızı çağın gereklerine göre nasıl düzenleyeceğimiz, eğitimimizin sağlıklı yönlerini yaşatırken, yeni şartlara göre nasıl değiştireceğimiz sorunudur.

Burada önemle üzerinde durulması gereken nokta; birey, çevre ile ilgili bilgiyi neden öğrenmesi gerektiğini bilmeli, bu bilgiyi nerede, nasıl, hangi amaçla kullanacağını kavramalı, bu bilgiye sahip olmanın kendisine ne kazandıracığını kestirebilmelidir.

Temel eğitim, insanların karşılaştığı yaşam sorunlarını çözmesine yardım edebilecek nitelikte bir eğitimidir. Temel gereksinimlerini karşılamada, haklarını kullanmada, ödevlerini yapmada ve sorumluluklarını yüklenmede karşılaştığı sorunları çözmek için insana yeterlilik kazandırılmalıdır.

Çevrenin bozulması demek, insanın yaşaması için gerekli olan ortamın bozulması demektir. Göreceli olarak gittikçe küçülen dünyamız, hızla artan çevre sorunlarının ağına düşmüş, yeryüzünün karşı karşıya bulunduğu çevre baskıları, insanlığın adeta en büyük endişesi haline gelmiştir. Yaşamakta olduğumuz dünyada insan için besin, oksijen, su, enerji kaynağı, üretim girdisi, yaşam ortamı olan doğa, gittikçe daha az yer tutmakta ve insan, taş, beton, makina, bilgisayar dört duvarı arasına sıkışmış, doğadan daha uzak, daha kopmuş durumdadır.

İçinde güzeli koruma eğilimi olan her insanın bu eğilimi doğa konusunda eğitim yoluyla pekiştirilir, çevrenin insanlık için önemi gerçekten anlatılabilirse, birçok boyutu bulunan çevre sorunlarının azaltılmasında önemli bir adım olacaktır.

Çocuğa her yaşında aile ortamında, okulda gerçek doğa sevgisi verilmelidir. Çocukluktan başlayarak hayvanlar, bitkiler, çevre hakkında yeteri kadar bilgi vermek, onları doğayı daha yakından tanımaya, sevmeye, korumaya hazırlar.

Doğayı öğrenen genç nesil, onun korunmasında da dikkatli olacaktır. Yakın bir gelecekte ülkenin yönetim sorumluluğunu çeşitli kademelerde yüklenmesi gereken gençlerin, kendilerinden beklenen sorumluluğu yerine getirebilmeleri, eğitim sürecinde belirli koşulların sağlanmasına bağlıdır.

Çevre bilimi eğitimi, yalnızca okullarda ince-

lenecek bir konu olarak değerlendirilmemeli, tüm eğitim sürecinin yeni bir boyutu olarak ele alınmalıdır.

Yöresel farklılıklar gözetilerek, değişik kitlelerin, kendi yaşam çevrelerinde olumlu davranışlara yönelmelerini sağlayıcı eğitim faaliyetleri yapılmalıdır.

Yaygın halk eğitimi programları, çevreye ilgi ve faal katkıda bulunma arzusu aşılmalı, yol gösterici, çözüm getirici, duyarlılığı arttırıcı nitelikte olmalıdır. Doğa sevgisi beraberinde insancılığı, iyiliği, güzelliği, kısaca uygar ve barışçıl ilişkileri de getirecektir. Bu bilinç ise ancak çağdaş bir eğitim düzeniyle kazandırılır.

Gazeteler ve özellikle radyo ve televizyon en yaygın kitle iletişim aracı olarak çevre konularında eğitici, yol gösterici, çözüm getirici prog-

ramlara ağırlık vermelidir. Gönüllü kuruluşların da çevre bilincinin sağlanması konusundaki etkinlikleri desteklenmelidir.

Çevre eğitiminde de genel çevre politikaları ile ilgili bir devlet politikası belirlenmeli ve bu sürekli hale getirilmelidir.

Türkiye de 21. yy'ın getirdiği modern çağa ayak uydurmalı, sahip olduğu çevre değerlerini korumak ve içinde bulunduğu çevre sorunlarını çözebilmek için çevre eğitimi konusuna ayrı bir önem vermelidir.

Sürekli değişen dünyaya uyum sağlayabilen, sağlıklı, mutlu, bilinçli bireylerin olduğu toplumlar, geleceğin dünyasını şekillendirmede de önemli rol alacaklardır.

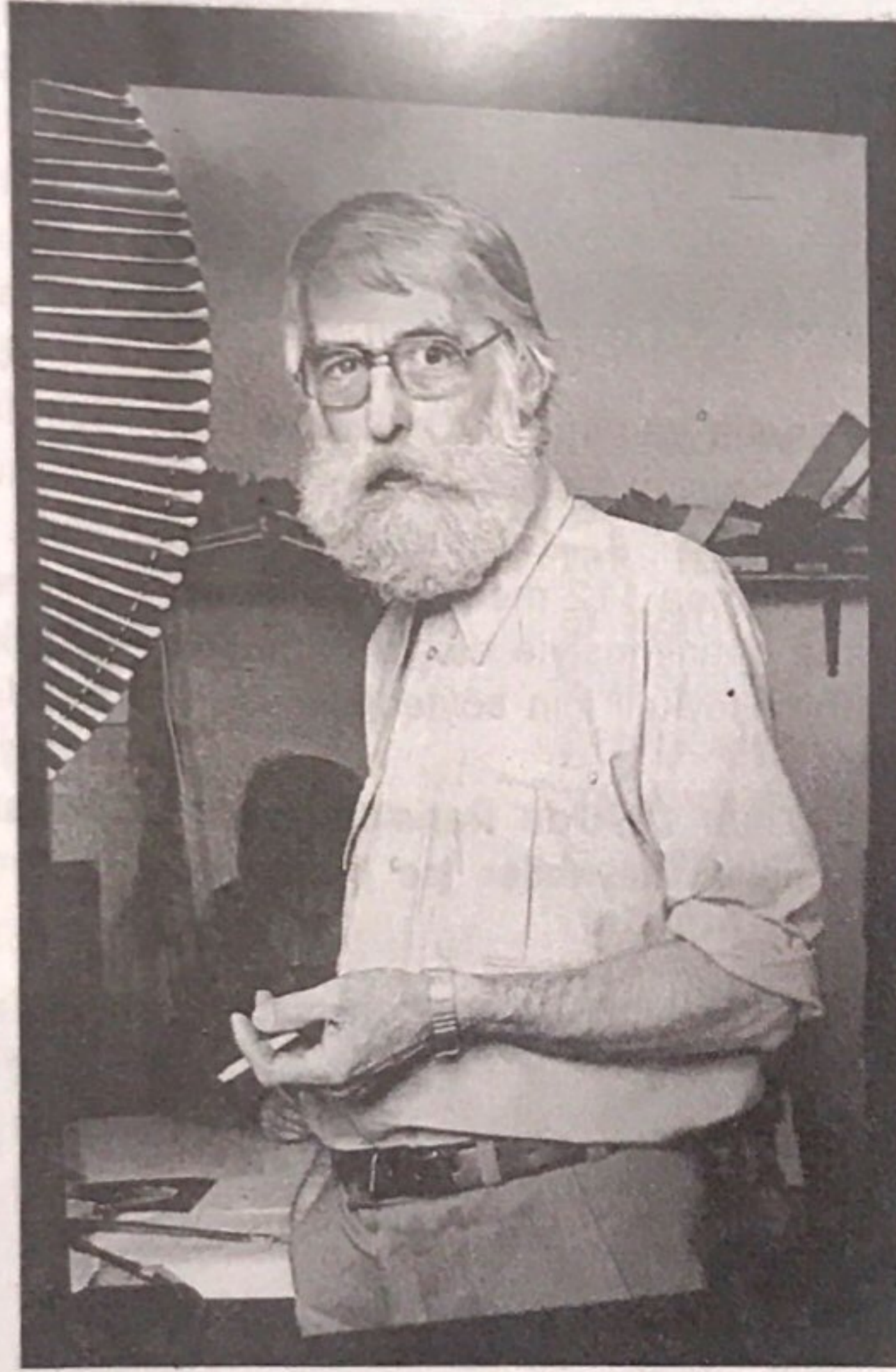
İLHAN KOMAN: ANADOLULU HEYKELTRAŞ

Saffet DAĞDEVİREN

Asya ile Avrupa'nın arasında bir köprü gibi uzanan Anadolu Yarımadası; tarihin başlangıcından beri Doğu ile Batı'nın savaş alanı olmuş, bunun yanında birçok kültürel değerlerin doğduğu, geliştiği bir kaynak olarak da dünya tarihindeki layık olduğu yeri almıştır. Anadolu insanı daha M.Ö 8.000 li yıllarda ÇATALHÖYÜK' teki yerleşmelerinde taptıkları ana tanrıçalarının heykelini yapmakla adeta bu görsel sanatın öncülüğünü yapmıştır.

M.Ö 2. binyıl başlarında Anadolu'da görülen HİTİT'ler ise kendilerine "heykel atölyesi" olarak Gaziantep'in Yesemek Köyü'nü seçmişlerdi. Helenistik Dönem'de en mükemmel yapıtların yaratıldığı, usta sanatçıların yetiştiği Pergamon (Bergama) adeta bir heykel okulu idi. M.Ö 1. yy'da ise Anadolu'nun en önemli heykelticilik okullarından biri olarak Aydın'daki Afrodias antik kentini sayabiliriz. Sadece Anadolu'ya değil, Yunanistan ve İtalya'ya bile heykel sattıkları biliniyor Afrodias'lıların.

"İnsanoğlu demek, kendi kendini inşa eden nesne demektir. Doğuşumuzdan ölene dek, öğrenen, bizden evvelkilerin öğrendiklerini tekrar eden, yenilerini de öğrendiklerimizin üzerine katarak, kendi kendimizi inşa etmektedir." diyor İlhan Koman. Kendi sözlerini ispatlarcasına görsel sanatların en önemli kolu olan heykel sanatını, bir Anadolu insanı olarak,



ataları gibi mükemmel bir şekilde yerine getirmiş ve Avrupa'nın sayılı heykeltıraşları arasına girmeyi başarmıştır.

1921 yılında Edirne'de doğan İlhan Koman bir şöyleşide Arslan Mengüç'e nasıl heykeltıraş olduğunu şöyle anlatacaktır...

«Aslında kafamda gemi inşaa mühendisi olmak vardı. Nedense çocukluğumda, okula başlamadan önce, oturur gemi modelleri yapardım... Senin anlayacağın modelcilikle başladım. Herkes bilye ile oynarken, ben kağıtlarla, çivatalarla uğraşır dururdum Biliyorsun, çamur, heykeltıraşların birinci araçlarından bir tanesidir. Güzel Sanatlar Akade-

mi'nin resim bölümüne girmiştım. Modelaj dersinde antik heykelleri başarılı bir şekilde kopya etmem, hocalarım Hadi Bara ve Zühtü Müridoğlu'nun dikkatini çekmiş. "Yahu, senin elin bu işlere pek yatkına benziyor, sen vazgeç ressamlıktan, heykeltıraş ol" dediler. Biz de "peki" dedik...»

Hocalarının desteğiyle heykel sanatına yönelen İlhan Koman kısa zamanda kendini kanıtlayacaktı. Avrupa'da sanatını geliştirdikten sonra 1967 yılında İsveç'te Stockholm Uygulamalı Sanatlar Yüksekokulu'nda öğretim üyesi olacak ve ölümüne kadar (30 Aralık 1986) bu görevi sürdürecekti.

Ressam Abidin Dino'nun "Derya gibi kalıcı ve cömert" dediği İlhan Koman'ın Stockholm kentini ve müzelerini süsleyen yapıtları düş gücü yüksek ve şiirsel olarak tanınmıştı. Çağdaş bilimin olanaklarını, çağdaş heykel için sonuna kadar kullandı İlhan Koman. Çok yüzlü ve çok köşeli formları, eğip bükerek, sabit gibi görünen biçimlerin taşıdığı gizli titreşimi yansıtmaya çalıştı. Çok köşeli hacimsel biçimlerin sabit oldukları, hareket ögesi taşımadıkları gerçeğini kabul eden geometri yasasını tersine çevirerek, heykel için yeni "yasa" lar çıkarmayı başarmıştı.

1970 yılında Örebro Belediye Sarayı önüne konulacak heykel yarışmasında mimar Çetin Kanro'yla birlikte hazırladıkları "Leonardo'ya Selâm", anıtı birincilik almış ve bu anıt daha sonra İsveç Hükümetince Stockholm Yüksek Mimarlık Okulu önüne konulmuştur. Yalnız bu anıt



mi? İsveç'te birçok anıta imzasını atan İlhan Koman'ın Türkiye'de ne yazık ki çok tanındığını söyleyemiyoruz.

Ankara'da Anıtkabir'in doğu kanadındaki kabartmaları, İstanbul'da Divan Oteli önündeki heykeli ve Zincirlikuyu'da ki "Akdeniz Heykeli"ni yaparak kent yaşamına bir nebze olsun katkıda bulunmak istemiştir.

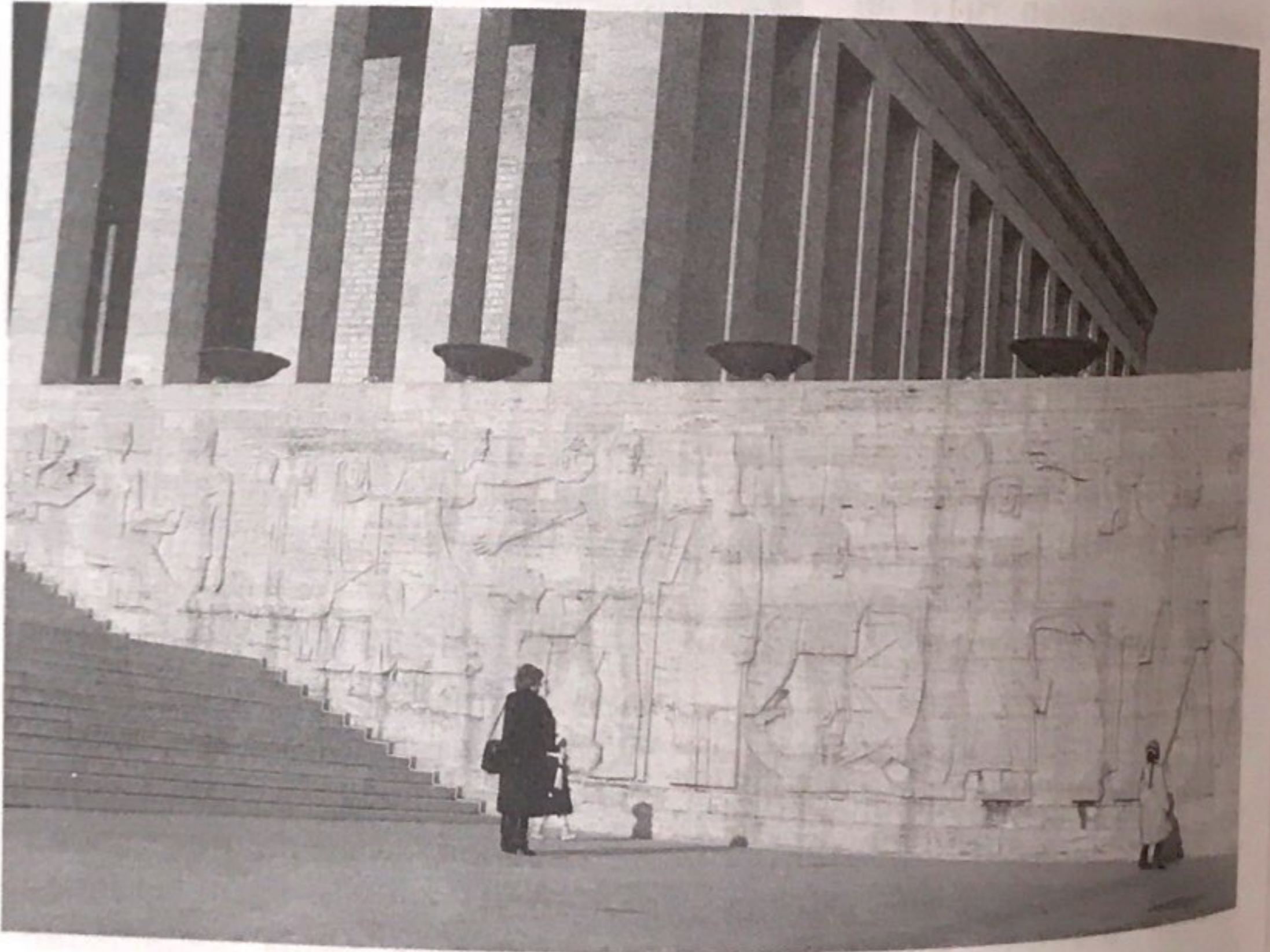
İlhan Koman 1980'de modern çubukları birbirine vidalama yöntemiyle gerçekleştirdiği antik nikeleri andıran bir kadın heykeli olan "AKDENİZ" için bakın neler diyor... "Bu, bir nevi sinetik olay. Güzün yansımasından yararlanma söz konusu. Populist bir iş yaparken dahi, gene de sanatkar olarak hakiki bir iş yapmaktan vazgeçilmez. Ben, o heykel de böyle bir sinetik yanılığdan istifade ederek, dalgalarından teşekkül eden, dalgaların meydana getirmeye çalıştığı bir ihaheyi, mabudeyi sembol olarak aldım. Ama o aslında biraz sertçe bir heykeldir. Yüzüne bakıldığında, o biraz sert bakar. Benim için neler düşünüyorsanız gibilerde. Yani, Akdeniz'in kirlenmesi, mahvolması var ya! Hem vekarı ile duran, hem de aynı zamanda korkutan bir kadıncağız. İşte orada hareket olayı, karşıdan bakıldığı zaman görülmez. Fakat biraz sağa sola yürümeye başladığı zaman insan

o sinetik yanılma ile hakikaten bir nevi titreşimi hisseder." Evet, İlhan Koman'ın 4 tonluk, 12 mm kalınlığında 112 metal levhanın yan yana getirilmesiyle oluşturduğu Akdeniz Heykeli için söyledikleri bunlar.

O'nun 1970'de Paris'de yaptığı pişmiş kil heykeller ise birkaç yıl

Abidin Dino'da kalmış, daha sonra Stockholm yolunu tutmuştu. Fakat Koman'ın ani ölümü ile bu kil heykeller bronz dökülememişti. Niçin hayet, 1989'da ailesinin ve Galeri Nev'in çabasıyla İsveç'ten İtalya'ya taşınan heykeller, Pietra Santa ortakları tarafından kusursuz bir dökümle son aşamalarına ulaşmışlardı. Artık, Türkiye'deki son sergisinden 37 yıl sonra Koman'ın heykelleri ana yurdunda Galeri Nev tarafından hayranlarının karşısına çıkmaya hazırды. 1990 yılının Ocak ve Şubat aylarında İstanbul ve Ankara'da sergilenen bu küçük heykeller 28 Mart - 2 Nisan 1990 tarihleri arasında da İsveç'te X. Stockholm Sanat Fuarı'nda sergilendi.

Rodin, "yaratılacak cisim, taşın içinde gizlidir, fazlalıkları atarsanız heykel ortaya çıkar" diyor. Bu kavram, Çatalhöyük insanı için de geçerli, Hititli, Bergamalı ve Afrodisias'lı ustalar için de geçerli. Hatta, kendi yorumunu da koyarak ortaya ilginç ürünler çıkaran dünyaca ünlü sanatçımız İlhan Koman için de geçerli değil mi? Siz ne dersiniz?...



KÜLTÜREL İLİŞKİ OLARAK TURİZM^(*)

Gerhard Th. ONGYERTH^(**)

Çev. Asker KARTARI^(***)

Turistlere, tatil ve boş zamanları ile ilgili arzuları, düşünceleri ve memnun olup olmadıkları konusunda anket uygulamak, turizm araştırmalarının geleneksel uygulamalarından sayılmaktadır. Yerli turistlerin arzu, gereksinim ve ilgileri ise kolaylıkla geri planda kalmaktadır. Kentsel toplumlarda, yerli sosyal davranışlar, geleneksel ve anlayış tarzı turizm yolu ile açıkça görünmeyen biçimde değişir. Bu konuda ampirik araştırma sonuçları azdır. Onlar da, çoğunlukla genel olarak ifade edilmiş ve birbirleriyle çelişkilidir. Ben, 1986 yılında Turizm Araştırma Derneği ile işbirliği yaparak, coğrafya dalında diploma tezim için sistemli soruşturma yaptım. Bu çalışmada (krş. Ongyerth 1987) elde

(*) Gerhard Th. Ongyert, "Tourismus als Kulturbeziehung", *Kulturkontakt Kulturkonflikt, zur Erfahrung des Fremden*, 26. Deutscher Volkskundekongress in Frankfurt vom 28. September bis 2. October 1987, Cilt 1, Hazırlayanlar: Ina-Maria Greverus, Konrad Köstlin, Heinz Schilling, Frankfurt am Main, 1988, s.383-385.

(**) Yazar coğrafyacıdır ve Münih Halk yüksek okulunda doçent olarak çalışmaktadır.

(***) Asker Kartarı, M. A., Halkbilim Araştırmacısı, Münih Ludwig-Maximilian Üniversitesi Karşılaştırmalı Halkbilimi Enstitüsü'nde doktorant.

edilen ve anlaşılması güç bazı sonuçları burada açıklamak istemiyorum. Burada, yerli kültürün, yabancılar ve turizm için ifadesini gösteren bir sosyo-kültürel uyum örneği ortaya konulmuştur.

Araştırma alanı ve araştırmacının bakış açısı hakkında bazı notlar vermek istiyorum.

Araştırmanın yapıldığı Neuschönau, Güney Bavyera'dadır. Bu bölgeden temiz havası nedeniyle, tedavi yeri olarak yararlanılmaktadır.

Bölgenin 2100 sakini, dört ayrı yerleşim merkezinde yaşamaktadır. Bu bölge, 1970'de kurulan Bavyera Ormanları Birinci Alman Milli Parkı'nın üçte ikisini içine alır ve Çekoslovakya sınırına kadar uzanır. Bölgede 1250 yatak kapasitesi mevcuttur. Bölgede yıllık geceleme sayısı, ortalama 90.000 civarındadır.

Yerli ve yabancı turistler arasında, her şeyden önce yerli turistler arasında kültürel ilişki olarak turizm, burada ilişki (Relation) olarak anlaşılır: "Miras süreci" (yerli gelenekleri alıp sonradan tekrar etme) ve "Öğrenme süreci" (Yerli gelenekleri reddetmek ve yabancı gelenekleri, yabancı turistlerin geleneklerini uyarlama) bu toplumlarda bireylerin, grupların ve 23 derneğin (birliğin) sosyo-kültürel ifade tarzlarını belirler (krş. Korff 1978, 58 v.d.). Yerli sakinlerle yabancı turistler arasındaki kültürel ilişki, aralarında mevcut olan tezatlar aracılığıyla ortaya çıkar. Ben burada bu tezatların üçünden söz edeceğim: Bavyera'lı olmayanlar, Aşağı Bavyera'lularla karşılaşır (konuşma ve anlayış zorlukları), şehirliler köylülerle karşılaşır (anlayış sorunları, etnik özelliklerin farklı değerlendirilmesi), tatil yapanlar, yerli sakinlerle karşılaşır (bölgenin, tedavi veya yaşama alanı, yurt olarak değerlendirilmesi).

Turizmden kaynaklanan kültürel ilişkilerin üç evresi:

Bavyera milli parkının 1970'de bölge sınırları dışına çıkarılması sonucunda, bölgedeki geceleme sayısı hızla arttı. Yerli kültür taşıyıcıları aracılığı ile gerçekleşen, geceleme alanı turistik gereksinim, derhal hesaba katıldı. 1973 yılında bir halk oyunları grubunu da içeren yöresel dernek kuruldu. Derneğin amacı, tatilcilerin bölgedeki geceleme sorunları ile ilgilenmektir. Konaklama tesislerinin sahipleri ile ev ve odalarını kiraya

verenler, derneğin ödenti veren pasif üyeleri oldular. Dernek, turizm sezonunda, hemen hemen tamamen turistlere yönelik olarak yöresel geceler düzenledi. Sırf tatilcileri eğlendirmek için, Bavyera Ormanları bölgesi kültürüne ait olmayan ve çalı horozunun gösterisinden esinlenmiş tahta ayakkabı dansı bu eğlencelerin programına alınmıştır. Bu konuda iki kişi bunları söyledi:

"Üçüncü belediye başkanı-Hemşehrilerimiz bunu iyi karşılamıyorlar. Fakat, tatilcileri, tahta ayakkabı dansının yapılmadığı yöresel bir geceye getirmek olanaksızdır.

Yöresel derneğin başkanı-İki tür tatilci var. Bunlardan yüksek sesle bağırانlar bir kukla tiyatrosunu, tahta ayakkabı dansını ya da sakallı insanları görmek istiyorlar. Bunlar bizde yok... Daha önce yöresel gecelerde sırf eğlence olsun diye bu dans yapılırdı."

Yöresel turizm bürosu her hafta eski orman köylülerinin el işlerini sergiler. "Bizim üç orjinal resmimiz var: Bir ayakkabı yapımcısı, bir süpürge bağlayıcı ve bir kiremit yapımcısı" (Turizm bürosunun yöneticisi). Fakat, restore edilmiş ve insan üzerinde sanki "steril hale getirilmiş" etkisi bırakan belediye binasının salonunda, yalnız eski orman köylülerinin el işleri, izleyenlerin görmek istedikleri açıklamalardan yoksun olarak sergilenmektedir. Tatilciler de bu yüzden bu "kültür hayvanat bahçesine" (Kulturzoo) çok az ilgi duyuyorlar. Bölgenin bir sakini bu konuda şunları söylemiştir:

"Eğer ben böyle üç orijinal yapıtı asıp sergilediğimde konuklar onların karşısında durmaktan sıkılırlarsa, bu, anlamsızdır. Çünkü onların iç yüzü gösterilmiyor. Bunlar, geleneksel kökü olan herhangi bir şeyi göstermek çabasından başka bir şey değil. Uzun kış mevsimlerinde, nafaka kazanmak amacıyla bizde yapıldı."

İkinci bir öğrenme evresinde, turizmle uzlaşma başlamıştır. Bu arada yöresel derneğin üyeleri düzenledikleri yöresel geceleri aynı zamanda, turizmde kendini ifade ve geleneklerin korunması için bir podyum olarak değerlendiriyorlar. Bir yöresel gecenin yöneticisi neden tahta ayakkabı dansının yapıldığını açıklarken, bunun aktif bir şaka olduğunu belirtmiştir. Müzik ve dans gruplarının etkinleri ve turizm bürosunun tanıtma gezileri, derneğe gelir sağlamaktadır. Dernek yönetiminin değişmesinden sonra, bölgesel gelenek

bilinci tekrar canlanmıştır. Konaklama tesislerinin sahipleri ile evi ve odalarını kiraya verenler, derneğin pasif üyeleri olarak, ödenticileri sadece bir ekonomik alışveriş gibi görmüyor, derneğin etkinliği ile kıvanç duyuyor ve yerli sakinlerle, konuklar için gerçekleştirilen düzenlemeleri birbirinden ayırıyorlar.

Bu arada, eski el işlerinin sergilenmesi işi, turizm bürosunun belirli programı olarak kalmıştır. Büro, geleneklerin ve günlük yaşamın yoğun biçimde aktarılması için gerekli para ve elemana sahip değil.

Alman yazı dili, tatilcilerle kurulan ilişkiler sonucunda bölgeye taşınmıştır. Gençler, okulun da etkisiyle, turistlerle ilişkilerini geliştirmişler, bölgenin daha yaşlı olan sakinleri ise "Prusyalıları" anlamıyorlar. Çünkü onlar, uzun zaman Bavyera ormanlarının arkasında yalnızlıklarıyla birlikte yaşamışlar. Şimdi (1987) üçüncü öğrenme evresi başladı. Ekonomik bağımlılık gittikçe daha çok belirginleşiyor. Bölgede, "katı turizmin" eşliğinde büyük turistik projelerden söz ediliyor. Planlamada, yüzülebilecek bir gölü de olan tedavi alanı kurulması da var. Turizm bürosu, pansiyon sektörün talepten fazla oda arz etmesine rağmen, "zarif" turizmin başlangıcı olarak, bölgede başka bir büyük otel kurulmasını istiyorlar. Turizmciler, turistik etkinliklere yöresel dernek ve turizm bürosundan daha çok meşgul olacak bir bölgesel idare kurulmasını talep ediyorlar. Kilise idaresi 1985 yılında, "kültür ürünlerine baskın" adlı bir toplantı düzenledi. Büyük bir pansiyon sahibi şöyle bir teklif getirdi: Kiliseye yakın otellerde kalan turistleri rahatsız etmemek için, kilise kulesindeki saat, gece ve sabah erkenden çaldırılmasın. Bu öneri reddedildi. Papazlar birliğinin bir üyesi,, red yanıtını şöyle formüle etti:

"Konuk, burada çanlar çalsa da, bizim gerçeklerimize uymalıdır. Bu, ona hatırlatmadır ki, bir kilise var ve buradaki gibi bir yaşam bile, yaşamağa değer."

Neuschönau'daki "miras süreci" hala dini öneme sahiptir ve turizmin "hızlı parası" olarak esaslı şekilde değerlendirilmiştir. Bununla birlikte toplumda ekonomik ve politik hiyerarşiye tam olarak uyulur. Sosyo-kültürel kayıplar hakkında hiç tartışma olmaz. Ev ve odalarını kiraya vermeyenlerin ve kültür aktarıcısı sayılan kişilerin yeni turizm anlayışına (krş.

Studienkreis für Tourismus) katılmaları hâlâ söz konusudur. Ekonomik olarak yönlendirilmiş öğrenme süreci "katı turizm" içinde, miras sürecini unutmamıştır: Artık "neye sahibiz" (iç potansiyel) sorusunu yerine "konuğun başka neye gereksinimi var" sorusu soruluyor. Yöresel geceler, bir "kültür hayvanat bahçesi" ve altı metre yüksekliğinde ihate duvarı olan bir yüzme havuzu kurma fikri sürecin ürünleridir.

Kültürle uyumlu bir turizm olanaklı mıdır?

Bu soru, dikkati, bir yörede yaşayan bütün sakinlerin turizm toplumuna katılmasına çekiyor. Yerli sakinlerden kaynaklanan onlarla ve onlar... için bir turizm (Mäder 1985) "zarif turizm" örneğinde, yörede oturan bütün sakinleri planlama sürecine katmak ister (krş. Reinhart v.b. 1982). Bundan başka, olay yerinde "yönelticiler" ve onlara eşlik eden bir aksiyon araştırmasına gerek vardır. Bunlar, çevreye uyumun sınanması ve sosyal uyumun kontrol edilebilmesi için gerekli ölçme aracının geliştirilmesi amacına yönelebilir (krş. Meyer-Abich/Scheffold 1986). Konu talep yönünden ele alındığında ise halk eğitimi merkezleri ve yayın araçları yolu ile gerçekleştirilen "boş zaman etkinliklerine yönelmiş ve turizmi kültür ilişkisi olarak değerlendiren okul dışı örnek çalışmalar, bütün katılanlara yarar getirebilir,

KAYNAKLAR:

KORFF, G., "Kultur", *Grundzüge der Volkskunde*, Hazırlayan H. Bausinger, Darmstadt, 1978, s. 17-80.

MÄDER, U., *Sanfter Tourismus: Alibi oder Change?*, Zürich, 1985.

MEYER-Abich, K., B. Scheffold, *Die grenzen der Atomwirtschaft: Die Zukunft von Energie, Wirtschaft und Gesellschaft*, Münih, 1986, s.33-38.

ONGYERTH, G., "Leben mit dem Nationalpark-Tourismus. Dokumentation eines sozio-kulturellen Wandels durch Tourismuseinflüsse, dargestellt am Beispiel der Gemeinde Neuschönau/Bayerischer Wald". Diploma çalışması. Münih, 1987.

REINHARTD, E., v.b., "Tourismus und regionale Entwicklung. Die Beteiligung Ortansässiger an der touristischen Entwicklung" *Tourismus und regionale Entwicklung*, Hazırlayan J. Krippendorf ve b., Dissenhofen 1982, s. (?)

Türkiye Çevre Sorunları Vakfı Genel Sekreteri
Engin URAL;

ÇEVRE BAKANLIĞI'NDAN KISA SÜREDE ÇOK ŞEYLER BAŞARMASI BEKLENMEMELİ

Nazmi Kozak

Gelecek kuşakların 'yaşanır bir dünyaya sahip olup olmayacağı'nın saptandığı bir dönemin insanlarıyız. Her ne kadar insanların soyoekonomik konumları ile ilgili olsa da, dünya genelinde çevreci bir duyarlılığın hızla yayıldığı bir dönemde yaşıyoruz. Çevre duyarlılığı günden güne hızlanarak dünyanın artan çevre sorunlarına koşturarak yayılıyor. Çevre sorunları konusunda nesnel düşününebilen kesimler, bu bozulmanın önüne geçebilme çarelerini arıyorlar. Bundan da tek amaçları var; bizlere bırakıldığı gibi, gelecek kuşaklara da yaşanır bir dünya bırakmak...

ANATOLIA Dergisi'nin bu sayıdaki konuğu Türkiye Çevre Sorunları Vakfı Genel Sekreteri Engin Ural. Konuşmamızla, dünyanın ve ülkemizin karşı karşıya bulunduğu çevre sorunları, çevreci örgütlenmeler, Çevre Bakanlığı'nın kurulması, I. Çevre Şurası... gibi konular üzerinde konuştuk.



ANATOLIA: Sayın Ural, Türkiye Çevre Sorunları Vakfı ne zaman kuruldu? Kuruluş amacı nedir?

URAL: Türkiye Çevre Sorunları Vakfı, 1 Şubat 1978 tarihinde kuruldu. Vakfın amacı, o günden bugüne kadar; çevrenin çeşitli değişik yönleri üzerinde kamuoyunu aydınlatmak, ilgililerin dikkatini bu konuya çekmek. Fakat sadece uyarıcı ve aydınlatıcı olma çalışmalarında sözden ibaret kalmayıp, bu konuda çok çeşitli yayın yapmak. Şu ana kadar yayınladığımız 76'dan fazla, belki 78 kitap Türkiye'de çevre literatürünün temelini meydana getiriyor. Ayrıca, 1980'li yılların başında Türkiye'de henüz tanınmayan çevre hukuk kavramını Türkiye'ye getiren; çevre kanununun ilk taslağını hazırlayan; Anayasa'ya çevre ile ilgili bir madde konması konusunda çalışan ve olumlu sonuçlar alan Vakıf, bunların yanında, bugün meydana getirdiği çok iyi denebilecek bir ihtisas kütüphanesi ile de hizmet vermeye başlamıştır. Bunun yanında çevre-ekonomi, çevre-turizm ilişkileri, sürdürülebilir kalkınma, çevresel etki değerlendirilmesi gibi daha ayrıntılı, daha teknik konularda araştırma ve yayın çalışmalarımız devam ediyor. Biyolojik zenginlikler, sulak alanlar gibi daha ziyade son birkaç yılda uluslararası gündeme gelen konuları da Türkiye'ye bir öncü kuruluş olarak getirmenin sorumluluğunu taşıdık. Ayrıca, çeşitli uluslararası gelişmeleri Türkiye'nin lehine ve şartlarına göre değerlendirip, kamuoyuna ve ilgililerin istifadesine sunmak ta temel amaçlarımızdan biri...

ANATOLIA: Efendim, çevre konusuna olan ilginiz nasıl başladı?

URAL: Ben avukatım. Çevre konusuna olan ilgim, özellikle 1976 yılında başladı. O yıllarda Ankara'nın hava kirliliği çok konuşulan, çok tartışılan bir konuydu. Konuşmanın ötesinde fazla bir şey yapılmadığını görünce, özellikle A.B.D.'de örnekleri çok görülen, hiçbir siyasi akıma angaje olmayan, ama güçlü ses çıkarabilen, ciddi,



Dünyadaki çevre sorunlarının temelinde üç sebep var. Bir tanesi, özellikle gelişmekte olan ülkelerde yaşanan hızlı nüfus artışı, ikincisi, hızla gelişen endüstri ve üçüncüsü de düzensiz gelişme...

profesyonel çalışmalar yapabilecek bir kuruluş vücuda getirebilmenin faydasına inandım. Ve 1 Şubat 1978'de Cevdet Aykan, Muslif Er, Ertuğrul Soysal, Hüseyin Sönmez, Altan Ünver ve Serbülent Bingöl ile birlikte bu Vakıf kuruldu. Dolayısıyla benim ilgim, özellikle hukuk açısından başlar ve taa 1976 yılına kadar gider.

ANATOLIA: Dünyanın günümüzde karşı karşıya bulunduğu global çevre sorunları hakkında kısa bir bilgi verir misiniz?

URAL: Dünyadaki çevre sorunlarının temelinde üç büyük sebep var: Bir tanesi özellikle gelişmekte olan ülkelerde yaşanan hızlı nüfus artışı. İkincisi, yine hızla gelişen endüstri ve diğeri de düzensiz şehirleşme. Yalnız bu üçünün de kaçınılmaz gelişme olduğunu ve hangi tedbir alınırsa bu gelişmelerin, bu üç gelişmenin durdurulamayacağını kabul etmek gerekir. Dolayısıyla önemli olan bu gelişmelerin yol açtığı çevre sorunlarını en aza indirmek. Yeryüzünün karşılaştığı en büyük çevre sorunlarını sıralamak gerekirse; değişik ülkelerde çevre hava kirliliği sorunu hâlâ en büyük sorun olmaktan devam ediyor. Bir de yeryüzünün bütününü etkileyen bir genel ısınma denen, ozon tabakasındaki bir delikten kaynaklanan ısınma ve iklim değişikliği dünyanın gündeminde. Ama bunun yanında, biraz önce

sözünü ettiğim endüstrileşmeden, hızlı nüfus artışından şehirleşmeden kaynaklanan hava kirliliği yeryüzünün çok şehrinde yaşanıyor. İç sular, göller, denizler kirleniyor. Öte yandan kimyasal atıkların çevreye bırakılması, bunların taşınması sırasında meydana gelen tehlikeler, bilgisizce ve kontrolsüzce kullanılan pestisidler gibi konular da suyu ve aynı zamanda toprağı tehdit ediyor. Bunlar, yeryüzündeki çok sayıdaki çevre sorunlarının belli başlı genel örnekleri.

ANATOLIA: Sayın Ural, çevre sorunlarına dünya genelinde ilgi ne zaman başladı?

URAL: Çevre konusuna, özellikle Batı Dünyası'nda belli düzeylerde bilim çevrelerinde ve araştırmacılar düzeyinde ilgi 60'lı yılların sonunda başladı. Bu giderek yayıldı. Dönüm noktası olarak 1972 yılının 5-16 Haziran günlerinde Stockholm'de Birleşmiş Milletler'in düzenlediği "İnsan ve Çevresi Konferansı"ni belirtmek doğru olur. Nitekim o konferanstan sonra Birleşmiş Milletler, diğer yan kuruluşları arasında çevre ile ilgilenen Birleşmiş Milletler Çevre Programı'nı kurdu. 70'li yıllarda bu ilgi giderek arttı. 1. 80'li yıllarda, ciddi veya fanatik çevre ile ilgili grupların sayısı çok arttı. 1990'lı yıllarda çevre daha ciddi, daha sakın, daha tutarlı, daha etraflı bir şekilde ele alınacak ve inanıyorum

ki, bütün uluslararası gelişmeleri, ekonomiyi, ülkelerin iç politikalarını yönlendiren en önemli faktör olacak.

ANATOLIA: *Dünyada çevre duyarlılığına sahip pek çok vakıf, dernek vb. örgüt bulunuyor. Dünyadaki bu çevreci grupların yönetimleri etkilene gücü nedir?*

URAL: Çok büyük düzeyde. Tahmin edilemeyecek düzeyde... Türkiye bu çevreci grupların etkilerinin pek fazla farkında değil. Veya yeterince farkında değil. Çevreci kuruluşlar deyince, kamuoyunda önce bir yeşiller, veya yeşil partiler akla geliyor. Ben çevreci kuruluşlar derken; bunları tamamen tartışmanın dışındta bırakmak istiyorum. Çünkü yeşil partiler, birer siyasi akımdır. Her ülkenin, her toplumun, insanların kendi şahsi düşüncelerine göre tercih ettikleri ve edebilecekleri partiler var. O konumuzun dışında. Liberal bir parti tutulabilir, muhafazakar bir parti tutulabilir, sosyal demokrat bir partiyi bir insan tutabilir, bu ayrı bir konu. Çevreci kuruluşlar, siyasi parti farkı gözetmeksizin ülkelerdeki sosyal yapı, ekonomik farklar dikkate alınmaksızın, yani bunları önemsemeden, sadece çevre konusunun ön plana alınması için çalışan kuruluşlar. Bunların kimisi dernek, kimisi vakıf, kimisi enstitü, kimisi araştırma merkezi... Ve bunların büyük bir kısmı ülkelerinin iç politikasıyla doğrudan ilgili kuruluşlar

değil. Yalnız şurada bir yanlış anlamaya yol açmayalım; iç politika ile ilgili değil derken, yani kendilerini şu veya bu şekilde bir siyasi akıma angaje olmayan kuruluşlar. Tabii ki iç politika ile ilgililer; tabii ki biz de ilgiliz. Biz de Türkiye Çevre Sorunları Vakfı olarak hiçbir siyasi gruba bağlı değiliz, angaje değiliz. Ve tercihimiz, Türk demokratik sisteminde şu veya bu mevcut köklü partilerin, altını çiziyorum; mevcut köklü partilerin, topluma mal olmuş partilerin çevre konusuna daha fazla ilgi duymalarını sağlamak. Bunun için ses çıkarmak, onları bu konuya davet etmek. Uluslararası düzeydeki bu grupların aldığı sonuç tahmin edilemeyecek ölçüde demiştim; o kadar ki, bu gruplar özellikle Batı Avrupa'da ve A.B.D.'de ülkelerinin yardım programlarını, yardım politikalarını etkileyebiliyorlar. Birleşmiş Milletler kuruluşlarının izlediği politikaları etkileyebiliyorlar. Dünya Bankası'nı etkileyebiliyorlar. Eğer bugün Dünya'da çevre konusuna artan bir ilgi varsa, bu, son on yılda, özellikle 80'li yıllarda bu sözünü ettiğimiz tipteki çevreci kuruluşların baskı, lobi, yayın, araştırma devamlı ses çıkarma, toplumu ve ülkeleri yönlendirme çalışmalarının olumlu güzel bir sonucudur.

ANATOLIA: *Yönetimlerin etkilenmesi konusunda yeşil partilerin etki gücü nedir?*

URAL: Tabii, yeşil partilerin de bir etkisi var. Bunu inkâr etmek söz ko-

nusu değil. Onlar da çevre konularının daha çok popüler olmasına gündeme gelmesine büyük katkı sağladılar. Ama yaklaşımları, -benim kişisel görüşüm bu- biraz fantazi havasındaydı. Topluma değişik mesajlar vermek istediler. Bugün Avrupa'da yeşil partilerin ağırlığı on yıl önceki kadar değil. Türkiye'de bir yeşil parti kurulduğu zaman da biz onun pek ciddi bir yol olmadığını söylemiştik. Önce biraz tuhaf karşılandı, ama bugün tekrar ediyoruz hangi siyasi akıma sempati duyarsanız duyun yeşil partinin siyasi yönden Türkiye'de hiçbir ağırlığı yok, olmayacağı da belli idi. Her ikide de olmayacak.

ANATOLIA: *Sayın Ural, ülkemizde çevre envanteri var mıdır?*

URAL: Zaman zaman konuşulur ama, bence bir kavram hatası yapılıyor. Çevre envanteri, bizim görüşümüze göre pek mümkün değil. Çevre ne demek? Bir ülkenin suyu havası, toprağı... Havanın toprağın, suyun bir envanteri yapılamaz.. Zaman zaman söyleniyor çevre envanteri yapılsın diye. Ama bu mümkün değil. Türkiye toprakları üzerindeki gökyüzü, sınırsız suya kadar giden bir gökyüzü. Ama çevre sorunları envanteri yapılabilir. Çevre envanteri yapılabilir. Bunu biz 1981'den bu yana yapıyoruz. Yani çevre sorunları envanteri demek; çeşitli çevre sorunlarının bulunabilen rakamlara, verilere göre bir tasnifidir. Biz de, dediğim gibi, önce 1981'de, son baskısı 1991'de olmak üzere, on yılda beş baskısı yapılan, hepsi hemen hemen hızla tükenen bir çevre sorunları envanteri yayınladık, yayınlıyoruz. Bu hizmetimize devam edeceğiz. Bu envanter de, hava kirliliği, su kirliliği, toprak, flora-fauna, enerji-çevre ilişkileri, pestisitler, gürültü gibi çeşitli çevre sorunlarının dökümü verilmektedir.

ANATOLIA: *Efendim, ülkemizde çevre sorunlarına yol açan, çevre sorunu yaratan sektörler içinde turizmin yeri nedir? Turizmin çevre sorunlarının artırılmasına etkisi nedir?*

URAL: Diğer gelişmeler yanında tu-



Türkiye Çevre Sorunları Vakfı olarak hiçbir siyasi gruba bağlı değiliz, angaje değiliz. Ve tercihimiz, Türk demokratik sisteminde şu veya bu mevcut köklü partilerin çevre konusuna daha fazla ilgi duymalarını sağlamak.

rizm, çevreyi en fazla kötü şekilde etkileyen faktörlerden biri değil, aksine çevredeki bozulmanın Türkiye'nin turizm potansiyelini tehdit etmesi söz konusu. Bugün artık herkes kabul ediyor ki, turizm demek, sadece otel veya yatak kapasitesi değil, ama başarılı bir turizm demek önce güzel sağlıklı, yeşil, mavi ortamda, deniz kenarında, ormanda, gölde, ama çoğunlukla suyun kenarında sağlıklı bir tatil geçirmektir. Turizmin birinci faktörü bu. Dolayısıyla kirlenen, bozulan bir çevre de Türkiye'nin turizm potansiyelini tehdit ediyor. Ama turizmin de çevreyi etkilediği gerçek. Turistik hareketlerin yoğunlaştığı yaz mevsimlerinde, eğer yeterli tedbir alınmamışsa, turistik merkezlerin, otellerin bıraktıkları atıklar, onların kontrol edilemeyeceği, artan trafik sıkışıklığı, çoğu yerde yaşanan gürültü, o kadar insanın belli merkezlerde kıyılara hücumu, maalesef turizmin çevreye olumsuz etkilerini gösteriyor. Bir de doğrudan turizmle ilgili olmamakla birlikte, yine tatil kavramı içinde; Türkiye'de özellikle hızla gelişen, maalesef hızla gelişen yazlık evler heyecanı; kıyıların tahribine, yeşil örtünün, deniz kıyılarının tahribine, toprağın tahribine yol açan olumsuz bir gelişme.

ANATOLIA: Sayın Ural, size göre ülkemizin içinde bulunduğu en büyük çevre sorunu nedir?

URAL: Buna tek bir cevap vermek mümkün değil, ama Türkiye'nin büyük şehirlerinde hâlâ hava kirliliği önemli bir çevre sorunu. Bugün Diyarbakır'da, Elazığ'da, Karabük'te, Kayseri'de, Eskişehir'de, biraz azalmakla birlikte Ankara'da İstanbul'da, Bursa'da, Erzurum'da hava kirliliği yaşanıyor. Ve hava kirliliği insan sağlığını birinci derecede etkileyen bir çevre sorunu. Öte yandan deniz kirliliği çok önemli bir konu. İç denizimiz olan Marmara, hemen hemen kayboldu denebilir, büyük ölçüde kirlendi. Akdeniz ve ege kıyılarında o kadar



Yeşil partilerin çevre duyarlılığının yaygınlaştırılmasındaki etkilerini inkâr edemeyiz. Onlar da çevre konularının daha çok popüler olmasına, gündeme gelmesine katkı sağladılar. Ama yaklaşımları biraz fantazi havasındaydı...

büyük ölçüde kirlilik yok. Ama kirliliğin tehditi var. Öte yandan nehirlerimizde ve göllerimizde görülen kirlilik, çünkü göllerin, nehirlerin etrafındaki endüstri tesisleri, küçük yerleşme merkezleri maalesef atıklarını bu sulara bırakıyor. Onun yanında büyük bir orman kaybı var Türkiye'de. Her ne kadar orman alanlarını genişletmek gayretleri varsa da, orman yangınları orman arazisinin tarım için kullanılması gibi gelişmeler yeşil örtüleri tehdit ediyor. Büyük bir erozyon tehlikesi ile karşı karşıya Türkiye. Dolayısıyla tipik çevre sorunlarının hemen hemen her çeşitini Türkiye yaşıyor.

ANATOLIA: Ülkemizde hükümetlerin çevre sorunlarına bakışı nasıl?

URAL: Türkiye'de hükümetler de kaçınılmaz olarak toplumdaki gelişmeye paralel olarak çevre konusuna gittikçe daha fazla ilgi göstermeye başladı. Bu, özellikle 1980'li yılların ikinci yarısından itibaren ortaya çıktı. 1978'de biz Türkiye Çevre Sorunları Vakfı olarak ilk defa teklif ettik, o teklifimizi ısrarla sürdürdük. Ama kabul edildi. Ve Devlet, Başbakanlığa bağlı bir müsteşarlık kurarak çevre konusuna hakim olmağa çalıştı. Bir Çevre Müsteşarlığı kuruldu. Sonraki hükümetler zamanında bu genel müdürlük haline geldi, sonra tekrar müsteşarlık oldu. 1988 yılında TBMM'nde, üç siyasi parti aralarındaki çekişmeleri bir yana bırakarak, ittifakla, oybirliği ile bir

'Çevre Araştırma Komisyonu' kurdu- lar. Bu, Türkiye'deki büyük partilerin çevre konularına ciddi bir şekilde eğildiğini göstermesi bakımından sevindiriciydi. Orada beliren görüşlerin, dileklerin ışığında 1991'de de Çevre Bakanlığı kuruldu. Bütün bunlar, devletin, hangi parti iktidara gelirse gelsin çevre konusuna artık daha fazla bir ilgi gösterdiğini ve bu ilginin de devam edeceğini gösteren olumlu gelişmeler.

ANATOLIA: Çevre Bakanlığı'nın kurulmasına ilişkin olarak görüşleriniz nelerdir?

URAL: Dediğim gibi devlet konuya önce bir müsteşarlık yoluyla hakim olmağa çalıştı. Çok önemli bir konuda bir bakanlığın kurulması ve bu bakanlığın teşkilatlanması güzel bir gelişme. Ancak, gerçekçi olarak biraz zaman alacağını söylemek lazım. Yani Çevre Bakanlığı'nın yeterli ölçüde başarılı olması için biraz zamana ihtiyacı var. Önce teşkilatlanması gerekir. Türkiye'de çevre, çok ilgi çeken bir konu olmakla beraber, çevre konusunda, çevrenin değişik yönleri üzerinde uzmanlaşmış kadrolar yeterli değil. Sayı olarak yeterli değil. Sonra, çevre konusu demek, sadece çevre mühendisliğinden ibaret değil. Çevre ile uğraşan ekonomist, psikolog, hukukçu, biyolog... gibi değişik meslek meslek kesimlerinden insanlara ihtiyaç var. Bu, Türkiye'de henüz istenilen ölçüde değil. Dolayısıyla Çevre Bakanlığı, çok

geniş ve güçlü, çok köklü bir teşkilatlanmaya girmek zorunda. Bu biraz zaman alacak. İkincisi, çevre o kadar geniş, o kadar yönlü bir konu ki, bir noktada Enerji Bakanlığı'nı, başka bir noktada Tarım Bakanlığı'nı, bir başka yönden Sağlık Bakanlığı'nı, yani akla gelebilecek tüm devlet kuruluşlarını ilgilendiren bir konu. Dolayısıyla bunların bir kısmı yetkilerini Çevre Bakanlığı'na verip vermeme konusunda, devretme konusunda biraz tereddüt geçirebilirler. Bu tereddütleri gidermek biraz zaman alabilir. Çevre Bakanlığı'nın kurulması kısaca olumlu bir adım. Bunu desteklememek mümkün değil. Fakat gerçekçi düşünürsek, Bakanlığın istenen şeyleri yapabilmesi biraz zamana bağlı.

ANATOLIA: İyi örgütlenmesine bağlı...

URAL: Örgütlenmesine ve diğer bakanlıklara, diğer devlet kuruluşlarıyla ahenk sağlayabilmesine, istenen ölçüde işbirliği kurabilmesine bağlı.

ANATOLIA: Efendim. Çevre Bakanlığı'nın Turizm Bakanlığı gibi ricacı bir bakanlık olmaması için sizce nasıl bir örgütlenme içinde olması gerekir?

URAL: Bence onun şu anda hazır bir reçetesi yok. Benim kafamda da yok... O, tartışmalarla gelişecek.

ANATOLIA: Sayın Ural, Türkiye'de çevre duyarlılığının artırılmasını

amaçlayarak kurulmuş dernekler ve benzeri örgütler var. Bunlar hakkında bilgi verir misiniz?

URAL: Toplum çevre konusuna ilgi gösterdikçe, kaçınılmaz olarak güzel bir gelişme, çevre ile ilgili olarak gönüllü kuruluşların sayısı da hızla artıyor. Kimisi vakıf statüsünde, kimisi dernek statüsünde... Devletin teşvikiyle her ilde bir 'Çevre Koruma Vakfı' kuruldu. Yıllardan beri çalışmalarını sürdüren Türkiye Tabiatını Koruma Derneği, Doğal Hayatı Koruma Derneği gibi, Türkiye Çevre Koruma ve Yeşillendirme Kurumu gibi önde gelen gönüllü kuruluşlar var. Bunların ve il vakıfları yanında çeşitli illerde ve ilçelerde kişilerin kendi istekleriyle kurdukları çok sayıda dernek de var. Bunlar güzel gelişmeler. Ama tabii bu gönüllü kuruluşların daha ciddi, tutarlı çalışmaları, profesyonel bir şekilde hizmet verebilmeleri mali imkânlarla bağlı. Devlet ilk defa 1991 yılında, veya 1990'ın sonlarında gönüllü kuruluşlara da belli ölçülerde mali destek sağlamak noktasına geldi. Bu da sevindirici bir noktadır. Ama mali destek almak isteyen gönüllü kuruluşların, ciddi, tutarlı ve tatmin edici hizmet için kendilerini geliştirmesi gerekir.

ANATOLIA: Efendim, geçen günlerde yapılan '1. Çevre Şurası' hakkındaki görüşleriniz nelerdir? Verimli bir Şura olduğunu söyleyebilir misiniz?



Turizmden fayda bekleyen insanlar, çevreyi tahrip ederek de kâr sağlayabileceklerini düşünüyorlarsa, yanılıyorlar. Belki kısa vadede biraz kârlı çıkabilirler. Ama bu hatalı bir davranıştır.

URAL: Bir toplantı yapıldı, hemen çok verimli oldu veya verimsiz oldu demek yanlış olur. Çevre konusunda da çeşitli gönüllü kuruluşlar, üniversiteler ve devlet yetkilileri bir araya gelerek zaman zaman toplantılar yapıyorduk. Çevre Şurası'nın, Çevre Bakanlığı'nın kuruluşunun hemen ardından toplanması ve çok büyük bir iştirak sağlaması, olumlu bir gelişme. Fakat hepimiz orada şimdiye kadar bildiğimiz, istediğimiz, düşündüğümüz şeyleri tekararladık. Önemli olan Çevre Şurası'ndan ortaya çıkan fikirlerin, tekliflerin gerçekçi şekilde uygulamaya konulması. Bu da tabii Çevre Bakanlığı'nı bekleyen önemli görevlerden biri olacak. Onun da ne sonuçlar getirdiğini zaman içinde değerlendirmek gerekir.

ANATOLIA: Efendim, 1. Çevre Şurası'na katılan sektör temsilcilerinin, Şura'da kendi sektörlerine ilişkin olarak alınan kararları etkilediklerini gördük, duyduk, basından izledik. Bu, ülkemizde çevre duyarlılığı yönünden biraz tuhaf bir durum değil mi? Bununla ilgili görüşleriniz nelerdir?

URAL: Hayır tuhaf olmuyor. Şu bakımdan tuhaf olmuyor : Demokratik sistemlerde grup, baskı grubu deyin, çıkar grubu deyin, meslek kuruluşu deyin, gönüllü kuruluşlar... herkes- kanunlara ve toplum düzenine saygılı olmak şartıyla görüşlerini yaymak ve kabul ettirmek gayretinde olacaktır. Çevrenin korunması için şu şu şu tedbirlerin alınmasını biz isteriz, öte taraftan kalkar bir endüstri kuruluşu, ismini vermek hatalı olur, o tedbirlerin uygulanmamasını isteyebilir. Ve dolayısıyla her iki taraf ta kendi görüşleri ve kendi inançları doğrultusunda gayret sarfeder, çaba sarfeder. Demokrasiye inanıyorsak, bu normaldir. Önemli olan, eğer birtakım gruplar aksi yönde fikir belirtebiliyorsa, ses çıkarabiliyorsa, çevrenin korunması için uğraşanlar, veya o fikirde olmayanlar da aynı güçlülükte seslerini çıkarabilmeli. Ve karar verme durumunda olanlar; devlet, yerel yönetimler çevreyi tahrip etmeye-

cek bir anlayışa sahip olmalı, kararlarını ona göre vermeli. Yoksa, aksi fikirde olanların da görüşlerini açıklaması tabii mümkün.

ANATOLIA: *Bu görüşünüzde son derece haklısınız Ancak, Çevre Şurası'nda kendi sektörüyle ilgili alınan çevreci kararları etkileyenler turizm gibi çevrenin meta olarak kullanıldığı bir sektörün içinden geliyorsa, böyle davranmaları çelişki olmuyor mu? Turizmde temiz çevre temiz deniz, temiz orman... pazarlanır çünkü...*

URAL: Valla o çelişkiyi kendilerinin görmesi lazım. Çünkü turizmden fayda bekleyen insanlar, çevreyi tahrip ederek de kâr sağlayabileceklerini düşünüyorlarsa, yanılıyorlar. Belki kısa vadede biraz kazançlı çıkabilirler. Ama bu hatalı bir davranıştır. Ama insanların da kendi çıkarları doğrultusunda hareket ettikleri de kaçınılmaz bir içgüdü, bir insan psikolojisi kâr düşüncesi. Dediğim gibi, bunu düzene koyacak olan yine kamunun gücüdür.

ANATOLIA: *Sayın Ural, 21. yüzyılı nasıl görüyorsunuz? Gelecekte çevre açısından umutlu musunuz?*

URAL: Valla çevre açısından benim

kişisel görüşüm; hem iyimserim, hem de kötümserim. İyimserlik, kötümserlik nisbetim de, yüzde elli, yüzde elli. Öce kötü yönünden bakayım. Yeryüzündeki insan sayısı git gide artıyor ve bunu önlemek mümkün değil. Yani artış hızını önlemek mümkün değil. Yoksa tabii artacak. Dolayısıyla yeryüzünde önümüzdeki yüzyılda daha fazla insan yaşayacak. Ve tabiatın verdiği nimetlerden yararlanmak isteyen insan sayısı arttıkça, bu paylaşma kavgası, yani çevre değerlerini paylaşma kavgası da artacak. Şehirler çok daha fazla kalabalık olacak. Endüstrilerin bıraktığı kirlilik artacak. Denizler daha çok kirlenecek. Çevre kazaları, zaman zaman bir fabrikada, bir gaz fabrikasında, tankerlerde meydana gelen kazalar artacak... Dolayısıyla bunu uzatmak mümkün ama, kötümserliği ortaya koyan sebepler bunlar. Fakat bir yandan da iyimserim. Çünkü; bir, bütün ülkeler artık çevre konularının önemini kabul etti ve yaşanan bir tek dünya olduğunu herkes biliyor. Dolayısıyla çevreyi korumak için daha fazla gayret sarfediliyor. Bu, iyimserliğimin birinci noktası. İkincisi, her alanda olduğu gibi çevreyi koruma, kirliliği giderme ko-

nusunda da teknolojiler gelişiyor. Bu da ümit verici bir nokta. Bugün hemen hemen her endüstrinin atığını kendi nisbetinde en aza indirecek teknolojiler var. Dolayısıyla insanlık bunları kullanabilecek. İnsanlık daha duyarlı olabilecek. Ve insanlık çevre için daha fazla para harcamak gerektiğini de eninde sonunda kabul edecek. Buna tabii itirazlar gelecek, zor olacak. Bu kötümserliğe giriyor. Ama bütün bunlar da olunca, yarı yarıya iyimserlik, kötümserlik bende hakim.

ANATOLIA: *Sayın Ural, çevreyi, geçmiş insanların bize bıraktığı, gelecek kuşakların ise bizden alacağı bir miras olarak kabul edersek, çağımız insanların bu mirası koruyabildiğini söyleyebilir miyiz?*

URAL: Koruyamadık tabii, ama nüfusun hızla artması, şehirler, kâr düşüncesi, teknoloji, endüstri, kıyılarına hücum... Çeşitli sebeplerle tabii mirası koruyamadık.

ANATOLIA: *Bu söyleşiyi yapma fırsatını bize tanıdığınızdan dolayı teşekkür ederim.*

URAL: Ben teşekkür ederim.

MENÜ PLANLAMA VE GELİŞTİRMENİN AMAÇLARI

Dr. Bahattin RIZAOĞLU

Erciyes Üniversitesi

Neveşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
öğretim görevlisi

ABSTRACT

THE OBJECTIVES OF MENU PLANNING AND DEVELOPMENT

The type of facilities and equipment used, the number and type of personnel required, the merchandise ordered, storage, preparation and production, service, selling prices, food costs, and payroll are all determined by the menu. In any food and beverage operation, menu planning and development is the first function which directs, coordinates and controls all other functions of the food and beverage establishment. Therefore, the objectives of menu planning and development should be one of first decision to be made.

In this article, firstly, the objectives of menu planning and development are determined and secondly, from the standpoint of the integration of the food and beverage establishment the effects of menu planning and development objectives are discussed.

Menü planlama bir yiyecek-içecek tesisinin hangi yiyecek ve içecekleri üretip pazarlayacağına yönelik eylemleri içeren bir süreçtir. Menü geliştirme ise yiyecek içeceklerin yer aldığı menünün boyutları, rengi, menü kartı için kullanılan malzeme, yiyecek içeceklerin menüye yerleştirilmesi, menü kartında kullanılan yazı stili ve tanımlar, menünün basılması, menünün sunulması, saklanması, dağıtımı, yiyecek içeceklerin rengi, şekli, estetik görünüşü, adı, tadı, dayanıklılığı, saklanabilirliği ve yeni yiyecek içeceklerin iyileştirilmesi ile ilgili araştırma ve biçimlendirme çalışmalarıdır.

Menü planlama ve geliştirme sürecinde ilk aşama yiyecek-içecek tesisinin amaçlarının belirlenmesidir. Yiyecek-içecek tesisinin amaçları genelde halkın; özelde müşterilerin yiyecek-içecek tesisi için istenilen algılamayı geliştirmelerine yönelik olmalıdır. Bu amaçlar çok özel olmamalı, yaratılmak istenilen genel izlenimi veya duyguyu verebilmelidir. Dolayısıyla yiyecek-içecek tesisinin amaçları menüde ifade edilmelidir. (MILLER 1985, s.-12)

Menü planlamasının amaçları yiyecek-içecek tesisinin genel amaçlarını gerçekleştirecek şekilde belirlenmelidir.

Menü plânlama yiyecek-içecek tesisinin bir amacı değil, tesisin amaçlarını gerçekleştirmek için başvurulan stratejik bir yöntem aracıdır. Menü planlama ve geliştirme zaman alan bir süreçtir. (NINE MEIER 1984).

Menü hem müşteri açısından hem de yiyecek-içecek tesisi açısından planlanmalı ve geliştirilmelidir. Müşterilerin beklentileri ile yiyecek-içecet tesisinin amaçları dengelenmelidir. Menü planlama ve geliştirme ile gerçekleştirilmeye çalışılan amaçlar şunlar olabilir (REY, WIELAND 1985, s.41-43)

1. Menü planlama ve geliştirme ile pazarlama amaçlarını gerçekleştirmek

Pazarlama, temel olarak yiyecek-içecek faaliyetlerinin müşteri görüşü açısından yerine getirilmesidir. Menü mutfak şefinin, yiyecek-içecek yöneticisinin veya lokanta yöneticisinin değil müşterinin istek ve tercihlerini yansıtmalıdır.

Hem mevcut hem de potansiyel müşteriler için menüde yer alacak yiyecek içecekleri ve fiyatlarını geliştirmek yiyecek-içecek yöneticisinin temel görevidir. Yiyecek-içecek yöneticisi insan

tiplerini, insanların tercihlerini, finansal güçlerini ve dışarıda yeme-içme alışkanlıklarını bilmelidir. Bu bilgiler yöneticiye uygun fiyatlardan en çok beğenilen ve satılan yiyecek-iceceklerin geliştirilmesinde yardımcı olur. Menü kendi başına bir yemeğin önemli bir parçasıdır (KALT, 1971, s.115).

Bir yiyecek-içecek tesisinde pazarlama amaçları aşağıdaki gibi sıralanabilir;

- Kararlı ve verimli yiyecek-içecek pazarlarını araştırmak ve geliştirmek,
- Yeni yiyecek-içecekler geliştirmek,
- Yiyecek-içecekleri kârlı bir biçimde pazarlamak,
- Artan yiyecek-içecekleri iyi bir şekilde değerlendirmek,
- Yiyecek-içecekleri müşteri istek ve ihtiyaçlarına, değişen koşullara göre ayarlamak ve uzun dönemde büyümeyi sağlamak,
- Sosyal sorumluluğa önem vererek yiyecek-içecek tesisinin prestijini ve bu suretle satışları arttırmak,
- Yiyecek-içeceklerin kalitesini yükselterek satışları arttırmak.

Menü en temel pazarlama araçlarından biridir. Menü'nün görüldüğünden daha çok ne söylediği önemlidir. Menüde kullanılan sözcükler menüyü satmalıdır (OFFMAN 980, s.298).

Menü pazarlanırken pazar dikkate alınmalıdır. Eğer müşteriler gençlerden, bekârlardan, yaşlılardan veya aileleri ile yaşayan evli kimselerden oluşuyorsa, bu durum menü planlanırken menünün türünü etkiler. Müşterilerin tercihleri, yaş veya sosyoekonomik statülerine göre değişebilir. Eğer belirli bir grup etkilenmek isteniyorsa, menü bu grubun tercih ettiği yiyecek-içecek çeşitlerini yansıtmalıdır. Müşterilerin ihtiyaçlarını ve isteklerini belirlemek için diğer bir yol da müşterilerin yiyecek-içeceklerin genel görünüşü üzerindeki düşüncelerini öğrenmektir. Eğer tesis tatil veya iki hafta tesiste kalıyorsa, bu müşteriler diyet çeşitleri isteyebilirler, düzenli veya günlük değişiklikleri gerektiren yiyecek-içecek çeşitlerine yer veren menüye daha çok ilgi duyarlar.

Menü, planlama ve geliştirme kalite amaçlarını gerçekleştirmeye yardımcı bir çalışmadan ibaret olmamalı, pazarın ihtiyaçlarına cevap vermelidir. Menü'nün amacı müşterinin istediğini yiyecek-içecek yöneticisinin düşündüğü gibi değil müşterinin istediği gibi vermektir. Tesisin kullandığı servis tipinin stili müşterilerin isteklerine göre belirlenmeli ve servis onları tatmin etmelidir. Menü'nün bir amacı da müşterilerin ne istediğini bularak onlar için en iyi servis yöntemini kullanmaktır. Müşteriler yiyecek için yüksek bir fiyat ödemeyi mi yoksa self-servisi mi istiyor? Müşteri servis ve atmosfer mi satın almak istiyor? Menü bu hususlara cevap verebilmelidir.

Müşterilerin isteklerini ve beklentilerini belirlemek için yiyecek-içecek tesisleri belirli kısa aralıklarla pazar araştırması yapmalı ve şu konulara yer vermelidir.

- Satın alacak müşteri sayısı, sosyopsikolojik özellikleri
- Tesisin kuruluş yeri ve özellikleri
- Müşterilerin ödeyebileceği fiyat
- Müşterilerin istediği yiyecek-içecek, servis ve öğün
- Dekor ve atmosfer

2. Yiyecek-içecek kalite amaçlarını gerçekleştirmeye yardımcı olmak

Kalite, pazarlama ile yakından ilgili bir etkidir. Kalite gerekleri tüm yönleri ile anlaşılmalı ve belirlenen standartları yiyecek-içeceklerle birleştiren bir menü geliştirilmelidir. Yüksek kalite ve beslenme iç içe bir konudur. Hastane, okul veya ordu gibi kurumlarda beslenmeye yönelik yiyecek-içecek tesislerinde böyle bir zorunluluk hissedilmemiştir. Günümüzde müşteriler artık damak tadı veren çekici yiyecekleri istemekte ve yiyeceklerin besin değeri ile ilgilenmektedir. Dolayısıyla menü müşterilere yeterli seçimi verecek şekilde planlanmalıdır.

Tat, yapı, renk, biçim, uygunluk, lezzet ve görünüş yiyecek-içecek kalitesini etkileyen önemli özelliklerdir. Menü planlanırken yiyeceklerin bu özellikleri birbiriyle dengelenmelidir. Bazı müşteriler, yüksek derecede baharatlı ve sarmısaklı yiyecekleri daha çok yemezken, bazıları bu gibi yiyecekleri isteseler de bulamaz-

lar. İnsanlar genellikle önceden denedikleri lokantalara giderler. Bu ilk deneyim lokantaya tekrar gelip gelmeme kararını verecek olanlar için önemli bir faktördür.

3. Yiyecek-içecek ve servis maliyet etkinliğini sağlamak

Ticari yiyecek-içecek tesisleri finansal kısıtlamaları dikkate alarak menüleri planlamalıdır. Menüde yer alan yiyecek-içecek maliyetleri belirli bir dağılım içinde olmadıkça yiyecek-içecek tesisleri genellikle kâr amaçlarını gerçekleştiremezler. Yiyecek-içecek tesisinde, maliyetlerin en aza indirilmesinde menü planlayıcısına sorumluluk verilmelidir.

Ülkemizde yiyecek-içecek maliyet kontrolünün önemi henüz anlaşılmamıştır. Çok sayıda yiyecek-içecek tesisi, yiyecek-içecek maliyet kontrolünün nasıl yapıldığını bilememektedirler. Yiyecek-içecek maliyetlerinin menü planlaması yoluyla kontrol altına alınması şu yararları sağlayacaktır (ILBAN 1984, s.185).

a. Yiyecek-içecek maliyet kontrolünün yapılabilmesi için gerekli raporların hazırlanmasına temel teşkil edecek veri ve bilgiler toplanır

b. Yiyecek-içecek tesisinin satış politikası belirlenir

c. Maliyetlerin sınıflandırılarak analiz edilmesi sağlanır

d. Gereksiz masrafların yapılması önlenir ve çalışmalar daha verimli hale getirilir.

e. Belirlenen maliyetler sayesinde menü fiyatları kolayca belirlenir.

Yiyecek-içecek tesisinin ekonomik gereklerini içermeyen zayıf bir şekilde planlanmış bir menü kâr ve maliyet hedeflerini gerçekleştirmeye yardım edemez.

4. Yiyecek-içecek tesisinin doğru ve dürüst davrandığını kanıtlamak

Menü hangi yiyecek-içeceklerin, hangi araç-gereçlerle üretilip pazarlanacağını gösteren bir belge olduğu için yiyecek-içecek tesisini doğru davranmaya zorlar.

Menüler planlanırken doğruları söylemek bir sorumluluktur. Bir yiyecek-içecek yanlışlığı yol açacak bir isim veya cümleye yer vermeyecek

şekilde doğru olarak tanımlamalı ve menünün sunumu müşteriyi kandırmamalıdır. Örneğin, hazır bir yiyeceği, ahçının yaptığı bir yiyecek olarak sunmak çok sakıncalıdır. Müşterinin istediği tereyağlı ve kaymaklı bir yiyeceğin yerine margarinli veya sütlü bir yiyecek sunulmamalıdır. Çoğu ülkelerde menü doğruluğu ile ilgili yasalar bulunmaktadır. Ancak, yasaların zoruyla doğru davranma ihtiyacı duyulmamalıdır. Menü güçlü bir reklam aracı olarak müşterilerin sipariş ettiği yiyecek-içeceklerle ilgili beklentisini etkiler. Eğer, tesis menüyü temsil etmeyen yiyecek-içecekler sunarsa, müşteriler kandırıldıklarını hissederler ve tekrar tesise gelmeyebilirler.

5. İsrafı önlemek

Menü, hem maliyet denetim işlevine hem de pazarlama işlevine sahiptir. Menü planlanması, mutfakta kullanılmayacak yiyecek-içecek hammaddelerinin satın alınmasını önler ve finansal yönden kayıp riskini azaltır. Ticari yiyecek-içecek tesislerinde maliyeti korumak için farklı tekniklerle farklı zamanlarda satılmayan yiyecek-içeceklerin sunulmasına bir eğilim olabilir. Bu durum son derece tehlikelidir. Menünün stoktaki yiyecek-içecek hammaddelerinin hızlı devrine izin vermesi gerekir.

6. Yiyecek-içeceklerin satış fiyatı ile ilgili şüpheleri ve sorunları ortadan kaldırmak

Menü, aynı zamanda sunulacak yiyecek-içeceklerin fiyatlarını müşterilere bildiren bir belgedir. Bir yiyecek-içeceğin fiyatı belli olduğu için müşterilerin ödemedeki şüpheleri ve korkuları ortadan kalkar. Müşteriler menüdeki fiyatlara göre yiyecek-içeceklerini seçerler. Yemek sonunda menüdeki satış fiyatlarından yüksek bir fiyatın istenmesi kadar müşteriyi rahatsız eden bir durum yoktur. Menü planlanırken fiyatlar iyi incelenmeli ve müşterilerin ihtiyaçlarına ve tercihlerine uygun fiyatlar saptanmalıdır. Plansızlığın faturası yüksek fiyat uygulanarak müşterilerden çıkarılması yoluna gidilmemelidir. Fiyatlar yöneticinin düşündüğü şekilde değil müşterilerin düşündüğü şekilde ayarlanmalıdır.

7. Yiyecek-içecek ve servis ile ilgili diğer hususları müşterilere bildirmek

Menü sadece sunulacak yiyecek-içecekleri ve bunların fiyatlarını müşterilere bildiren bir araç değil, aynı zamanda yiyeceklerin üretim yöntemi, porsiyon büyüklüğü, tesisin adresi, açık

olduğu günler ve spesiyaliteler gibi hususlar ve etkinlikler hakkında da bilgi vermeye yönelik bir araçtır. Yiyecek-içecek tesisi müşterilerle olan iletişimini çoğu kez menü yoluyla yapar. Bununla birlikte menü özelliğini yitiren bir haber bülteni haline getirilmemelidir. Verilmek istenen bilgiler açık, basit, kısa, öz ve çekici olmalıdır.

8. Yan ürünlerden yararlanmak

Bir yiyeceğin yapımında kullanılan hammaddelerin işlenmesi çoğunlukla satın alındığı durum, zaman ve kullanım amacına bağlı olarak satılabilir yan ürünlerin ortaya çıkmasına imkân verebilir. Örneğin, eğer bir sığır filetosu fileminyum siparişleri için kasap işlemine girerse, yüksek kalitede hamburger eti ve fileto kesim artıkları elde edilebilir ve bunlar rulo köftede kullanılabilir.

Bir menü yan ürünlerle birlikte hazırlanabilecek yiyeceklere yer vermelidir. Yan ürünün beğenirliği yiyeceğin satışa sunululuk sıklığını belirleyecektir. Yan ürünlerin satılmadığı durumlarda satılmayan yiyeceklerin üretilmesini önlemek için satınalma şartnamesinin değiştirilmesi daha uygun olabilir.

9. Artan yiyeceklerden yararlanmak

Bir yiyecek-içecek tesisinde amaçlardan biri, satılmadan kalan yiyecek miktarını mümkün olduğu kadar azaltmaktır. Müşterilerin ne isteyecekleri kesinlikle tahmin edilemediği için yiyeceklerden bir miktar arta kalacaktır. Dolayısıyla arta kalan yiyeceklerin makul sınırlar içinde tutulması gerekir. (DERELİ 1989,s.30)

İyi yöneticiler arta kalan yiyeceklerden nasıl yararlanacaklarını önceden bilirler. Artan yiyeceklerin yiyecek-içecek tesisinde işgörenlere verilmesi bir yol ise de, bu hizmet çok pahalı olabilir. Artan yiyeceklerden sonraki dönemlerde spesiyaliteler olarak yararlanılabilir. Bu durum, yiyeceğin kalitesini olumsuz etkilememeli ve o gün ilk olarak verilecek artan yiyeceklerin çoğalmasına neden olmamalıdır.

Artan yiyeceklere yol açan aşırı üretimi önlemek için doğru tahminleme yapılmalı, küçük miktarlarda sürekli seri pişirme uygulanmalıdır. Diğer yandan dondurulmuş yiyecekler daha fazla esneklik sağlar ve daha iyi bir üretim denetimine

yol açar. Menüde yer alan yiyeceklerin çok önceden hazırlanıp üretildiği durumlarda artan yiyecek sorunu daha fazla ortaya çıkar. Dolayısıyla sınırlı menüler artan yiyecek denetiminde olumlu etki yaratır. Yiyeceklerin önceden hazırlanmasını sınırlayarak veya daha kısa sipariş veya siparişe göre hazırlama yapılarak fazla üretim önenebilir (KEISER 1974- s.116-117).

Müşterilerin tercihleri durağan ve kesin olmadığından önceden hazırlamanın gerekli olduğu her durumda artan yiyecekler kaçınılmaz olur. Beklenmeyen iklim koşulları veya önceden tahmini mümkün olmayan etkenler zaman zaman artan yiyeceklere yol açabilir. İyi bir menü beklenen artan yiyecekler için hazır olmayı ve tedbirli olmayı gerektirir. Günün menüsünde yer alan sığır rostosundan bir miktar artmışsa sonraki günün menüsünde artan rosto sandviçlerde kullanılabilir. Kıymalı patates ve köftelerde artan pişmiş etler, patatesler veya kuru ekmekler kullanılabilir. Soğuk yiyeceklerde, sandviçlerde dilimlenmiş etler veya soslanmış kümes hayvanlarının eti kullanılabilir. Kalitelerini yitirmeyen artan güveçler ve karışımlar ekstra bir menü yiyeceği olarak sunulabilir. Et parçalama sonucunda ortaya çıkan parçalar ve kırpıntılar aynı zamanda omletler ve kanepeler için tad verici olarak; sandviçlerde doldurma malzemesi olarak kullanılabilir. Artan yiyeceklerin asgariye indirilmesinde tahminleme bir bilim; artan yiyeceklerin yaratıcı bir şekilde kullanılması ise bir sanattır.

Artan yiyecekler günlük spesiyaliteler olarak pazarlanabilir. Fakat bunlar yüksek kalitede olmalıdırlar. Aksi takdirde düzenli müşteriler spesiyalitelerin artan yiyeceklerden yapıldıklarını öğrendikleri zaman tesise bir daha uğramayabilir ve tesisin imajı olumsuz yönde etkilenebilir.

SONUÇ

Maliyeti genellikle yüksek olan yiyecek içecek hizmetlerinden azami ölçüde yararlanabilmeleri için yiyecek içecek tesislerinin verimli ve etkin faaliyet göstermeleri gerekmektedir. Bu tesislerde verimliliğin, etkinliğin ve kârlılığın sağlanabilmesi ise menünün iyi bir şekilde planlanmasına ve geliştirilmesine bağlıdır.

Yiyecek içecek tesislerinde menü planlama ve geliştirme yönetim, üretim, pazarlama, finans,

işgören ve araştırma-geliştirme gibi tüm işlevlerde kendini gösterir ve büyük ölçüde bu işlevlere yön verir. Menü planlama ve geliştirme hem genelde örgütlemeyi, yönlentmeyi, eşgüdümlemeyi ve denetlemeyi sağlama özelliği ile, hem de özelde ön ve arka hizmetlerde donatım, stoklar, işgören ve sabit varlıklar gibi kaynaklarla hangi pazarlara, hangi yiyecek içeceklerin sunulmasını sağlama özelliği ile temel bir yönetim aracıdır.

Tüm yiyecek içecek yönetim sistemleri menü planlaması ile başlar. Menü'nün yönetimi yiyecek içecek tesisinin etkili bir şekilde yönetimi için gereklidir. Menü planlama ve geliştirme yiyecek içecek tesisini amaçlarına ulaştıracak ve çevre koşullarıyla uyumlaştıracak bir beyin görevine sahiptir. Dolayısıyla, yiyecek -içecek tesislerinde ilk işlev olan menü planlama ve geliştirmenin amaçları çok iyi bir şekilde belirlenmelidir.

KAYNAKLAR

- COFFMAN, Dewitt *Hospitality For Sale: Techniques of Promoting Business For Hospitality Establishments*, The Educational Institute Of American Hotel-Motel Association, East Lansing, Michigan, 1980
- DERELİ, Metin, *Ticari Mutfak Ders Notları*, T.C. Turizm Bankası A.Ş. Araştırma ve Eğitim Dairesi Başkanlığı, Ankara, 1989
- ILBAN, Mengü, "Yiyecek- İçecek Maliyet Kontrolü", *Otel Yönetimi Seminerleri Konuşma Metinleri*, Turizm ve Kültür Bakanlığı Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayını, Ankara, 1984
- KALT, Nathan, *Introduction To The Hospitality Industry*, Bobs-Merill Educational Publishing, Indianapolis, 1971
- KEISSER, James A. and Kallio, Elmor, *Controlling and Analyzing Costs In Food Service Operations*, John Willey And Sons, Inc. New York et al., 1974
- MILLER, Jack E., *Menu Pricing And Strategy*, 2nd Edition, Van Nostrand Reinhold Company, Inc. New York, 1985
- NINEMEIER, Jack D., *Principles Of Food And Beverage Operations*, The Educational Institute Of American Hotel-Motel Association, East Lansing, Michigan, 1984
- REY, Anthony M. and Wieland, Ferdinand, *Managing Servis In Food And Beverage Operations*, The Educational Institute Of American Hotel-Motel Association, East Lansing, Michigan, 1985

TURİZM EĞİTİMİ SEMPOZYUMU

Ayhan GÖKDENİZ

3-4 Mayıs günleri 1991 günleri Erdek'te, Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Erdek Kaymakamlığı ve Toronto Otel işbirliği ile düzenlenen "ÖRGÜN TURİZM EĞİTİMİ" konulu sempozyum çok sayıda konuşmacı ve dinleyicinin katılımı ile gerçekleştirildi.

3 Mayıs 1991 günü sabah açılış konuşmaları ile başlayan sempozyumda konuşmacılar 1.oturumda "ÖRGÜN TURİZM EĞİTİMİ VEREN KURUMLARININ AMACI", öğleden sonraki 2.oturumda "EĞİTİM ve ÖĞRETİM PROGRAMLARI"nı, 3. oturumda ise "EĞİTİMCİLERİN YETİŞTİRİLMESİ" konularını tartıştılar.

4 Mayıs 1991 günü ise 4. ve son oturumda konuşmacılar

"OKUL-SEKTÖR İŞBİRLİĞİ ve MEZUNLARIN İSTİHDAMI" konularında tebliğlerini sundular.

Yarım saatlik bir aradan sonra "Genel Değerlendirme ve Kapanış" için Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Müdürü **Prof.Dr.Necdet HACIOĞLU**, "Sempozyumun Sonuç Önerileri" başlığı altında bir araya topladı.

Sempozyumun ilk açılış konuşmasını yapan Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Müdürü **Prof.Dr.Necdet HACIOĞLU**, son yıllarda çok hızlı bir gelişim süreci içine giren turizmde artık iki sorunun konuşulmaya başlandığını, bunların da eğitilmiş personel yetersizliği ve tanıtım-pazarlama so-

runu olduğunu söyledi. Hacıoğlu 1990 yılından itibaren sektörün bir duraklama devresine girdiğini, çok güzel ve yeterli sayıda işletme olmasına karşın bu tesislerde eğitilmiş personel olmamasının sorunun ana nedenlerinden biri olduğunu kaydetti.

Ülkemizde 60 bin personel açığı olduğunun tesbit edildiğini de vurgulayan Hacıoğlu, "180 bin belgeli yatağa sahip sektör için bu açık gözardı edilmeyecek bir sorundur" diye konuştu.

Ülkemizde örgün turizm eğitimin devlet ve özel sektör tarafından sadece ismi hatırlanan kuruluşlar olduğuna dikkat çeken Hacıoğlu, turizm eğitimi veren okullardan mezun olanların ucuz işgücü olarak görülmemesi gerektiğini belirterek acil çözümler bulunmasını önerdi.

Prof.Dr.Necdet HACIOĞLU'nun konuşmasının ardından Uludağ Üniversitesi Rektörü **Prof.Dr.Nihat BALKIR** "Eğitimsizlik turizmin önemini kavranmasına en büyük engeldir" diyerek sektörün eğitilmiş personel açığına bir çözüm bulunabileceğini vurguladı. Balkır, "ama öncelikle sektörün bizden nasıl eğitilmiş personel modeli istediğini bilmemiz gerekir" diyerek, "amacımız ve idealimiz turizm sektöründe görev alan elemanların yetişmiş kişiler



olmasının sağlanmasıdır ve bizler buradan yola çıkarak sonuca ulaşmaya çalışıyoruz" dedi.

Prof.Dr.Nihat BALKIR, 4 yıllık lisans eğitimi veren Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokullarının ders programlarının değiştirilerek sektörün ihtiyaçlarına ve günün koşullarına cevap verebilecek düzeye getirileceğini de vurgulayarak, yabancı dilin önemine değindi.

Daha sonra Balıkesir Valisi **Kemal ESENSOY**, "Turizmimiz bugün duraklama noktasındadır. Bunda bilinçsiz yapılaşma ve çevre kirliliğinin rolü büyüktür" diyerek turizmde bir devlet politikasının şart olduğunu söyledi. Vali **ESENSOY**, "Yeşil alanların ve doğa güzelliklerin katledilmesi, atıkların gelişigüzel çevreye veya denize atılması doğal dengeyi bozduğu gibi, turizmi de olumsuz yönde etkilemektedir. Turizmde tepeden aşağıya gelmez, aşağıdan yukarı çıkarılır. Bunun içinde aileden ve okuldan itibaren turizm eğitiminin kademeli bir şekilde yapılması şarttır" dedi.

Uludağ Üniversitesi Rektör Yardımcısı **Prof.Dr.Asım YÜCEL**'in yönettiği 1.oturumda konuşmacılar "Örgün Turizm Eğitimi Veren Kurumların Amacı" üzerinde tebliğlerin sundular.

Hacettepe Üniversitesi Ankara Meslek Yüksekokulu Müdürü **Prof.Dr.Doğan TUNCER** turizm eğitimi veren kurumların öğrenci kontenjanlarının yüksek olduğunu vurgulayarak, sonuçta sağlıklı ve iyi bir eğitim verilmediğini, bunun eğitim sisteminden kaynaklandığını belirtti.

Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğretim üyesi

Prof.Dr.Alp TİMUR, Türkiye'de uzun yıllardan beri turizm eğitiminin sürdüğünü fakat bazı sorunların hala çözülemediğini ve bu sorunların en önemlisinin yeterli düzeyde ve kapasitede öğretim elamanı bulunamamasının varlığıdır diyerek, eğitimcilerle sektörde çalışanlar arasında kopukluğun giderilmesini önerdi.

Milli Eğitim Bakanlığı Ticaret ve Turizm Öğretimi Genel Müdürü **Cahit ÖZGİRAY**, daha ziyade Bakanlığınca bağlı olarak eğitim ve öğretim veren Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinin sayıları, faaliyet alanları ve aktiviteleri üzerinde durdu.

Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitim Genel Müdür Yardımcısı **Orhan KALKAN**, yine Bakanlığınca bağlı olarak faaliyet gösteren TUGEV, TUREM ve OTEM'lerin eğitim ve öğretim programları, verdiği mezunlar ve istihdam alanları konularında görüş bildirdi.

Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğretim üyesi **Prof.Dr.Alp TİMUR**'un yönettiği 2.oturumda konuşmacılar "ÖRGÜN TURİZM EĞİTİM VEREN KURUMLARIN EĞİTİM ve ÖĞRETİM PROGRAMLARI" üzerinde tartıştılar. İlk konuşmacı olan Dokuz Eylül Üniversitesi Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Müdürü **Prof.Dr.Hasan Z.DOĞAN**, 4 yıllık lisans eğitimi veren yüksekokullarla 2 yıllık önlisans eğitimi veren meslek yüksekokullarının ders programlarının çakıştığını, öğretim elmanı açığının had safhaya ulaştığını, fazla öğrenci alımıyla istenilen ölçülerde eğitim ve öğretim yapılamadığını,

sektörün stajyer öğrenciyi ucuz işgücü olarak değerlendirdiğini, lisans eğitimi alan yüksekokul öğrencilerinin yönetici adayları olmayacaklarını ve herhangi bir yasal yaptırım olmadığı için açıkta kaldıklarını vurguladı.

Akdeniz Üniversitesi Antalya Meslek Yüksekokulu öğretim görevlisi **Çiğdem SATIR**, önlisans eğitimi veren Meslek Yüksekokullarının ders programlarının artırılması ve branş derslerine ağırlık verilmesini, bundan sonra açılacak meslek yüksekokullarının turizmde öncelikli yörelerde açılmasının zorunluluğuna değindi.

Çukurova Üniversitesi Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğretim görevlisi **Şule ÇETİN**, lisans eğitimi veren Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokullarında artık branşlaşmaya gidilmesi gerektiğini ve sektörde konaklama işletmelerinde yokluğu çekilen mutfak personeli eğitimine ağırlık verilmesi gerektiğini vurguladı.

2.oturumun son konuşmasını yapan Nevşehir Anadolu Otelcilik Turizm Meslek Lisesi öğretmeni Hüseyin SEL ise, sektörde uygulanan ücret politikasını eleştirerek konuya acil çözümler bulunmasını ve sektör içindeki personel istikrarsızlığının kısa dönem içerisinde giderilmesi gerektiğini vurguladı.

Oturum başkanlığını Hacettepe Üniversitesi Ankara Meslek Yüksekokulu Müdürü **Pof.Dr.Doğan TUNCER**'in yaptığı öğleden sonraki 3.oturumda konuşmacılar "EĞİTİCİLERİN YETİŞTİRİLMESİ" üzerinde durdular. İlk konuşmayı yapan Akdeniz Üniversitesi Antalya Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik

Yüksekokulu öğretim üyesi **Doç.Dr.Cemil BOYACI**, TUSIAD'ın "21. Yüzyıla Doğru Türkiye" raporunda rekabet gücüne göre ilk 16 sektör içinde birinci sırayı turizm sektörünün alacağını belirterek turizme gereken önemin verilmesi gerektiğini belirtti. Bunun için de ilk şartın öğrencileri yetiştirecek eğiticilerin yetiştirilmesi sorunu olduğunu ve eğiticilerin sayısının artırılmasının zorunluluğuna değindi.

Kemer Otelcilik ve Turizm Eğitim Merkezi Müdürü **Avni AKER** ise, eğiticilerin yetiştirilmesinde eğitim gezileri, yurtdışı gezi ve staj imkanları ve yabancı dilin önemi gibi konuların asılması gerektiğini vurgulayarak sektör-okul işbirliğinin sağlanmasını istedi.

4 Mayıs 1991 günü oturma başkanlığını Uludağ Üniversitesi Necatibey Eğitim Fakültesi Dekanı **Prof.Dr.Orhan SEKENDİZ**'in yaptığı son oturumda konuşmacılar "OKUL-SEKTÖR İŞBİRLİĞİ ve MEZUNLARIN İSTİHDAMI" üzerinde tartıştılar.

Oturumda ilk konuşmayı yapan Akdeniz Üniversitesi Antalya Meslek Yüksekokulu Müdürü **Prof.Dr.Bekir ÖZER**, turizme bilimsel bir biçimde yaklaşılması gerektiğini, bununda eğitilmiş insan potansiyeli ile gerçekleştirileceğini öne sürdü. Okullarda eğitimin teorikten çok uygulamalı olarak verilmesi gerektiğinin yararına dikkat çeken **ÖZER**, "Uygulama ağırlıklı ders programlarıyla yeterli teknolojik bilgi birikimine sahip, üstün becerikli kalifiye insan gücünü yetiştirmeyi hedefleyen Meslek Yüksek Okulları, ülkemizin dünya pazarında rekabet şansını artıracak eğitim kurumları olarak yerini almak-

tadır" dedi.

Akdeniz Üniversitesi Antalya Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğretim üyesi **Doç.Dr.Ahmet AKTAŞ** ise, turizm sektöründe çalışanların büyük bir bölümünün turizm eğitimi almadığını söyledi. Turizm eğitimi veren birçok kurumun çeşitli eksikleri bulunduğunu ifade eden AKTAŞ, okul-sektör arasındaki kopukluğun yöneticilerden kaynaklandığını belirtti.

Güney Marmara Otelciler ve İşletmeciler Birliği (GÜNTOB) Başkanı **Ferruh ULUKARDEŞLER**, okul-sektör arasındaki sorunların turizm eğitimi veren kurumların kendi içinde bir uyum sağlayamamasından kaynaklandığını söyledi. Turistik otelciler olarak birçok sorunlarının bulunduğunu, bunların bilinmesine karşın sahip çıkılmadığını vurgulayan **ULUKARDEŞLER**, "Otelciler Birliği Kanunu" nun bir an önce meclisten geçirilmesini istedi.

Turizm konusunda bir tek Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği "TURSAB"ın kanunla kurulduğunu kaydeden **ULUKARDEŞLER**, "TURSAB, kanunu olduğu için çok avantajlı. Bizim kanunumuzun çıkmasından sonra bizde bundan yararlanacağız. Kanunumuz olmadığı için Dünya Otelciler Birliği'ne üye olamadık. Arnavutluk'un bile üye olduğu birliğe bir tek biz üye değiliz" dedi.

Staj sorunları ve mezunların istihdamı konusuna değinen Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi öğretim üyesi **Yrd.Doç.Dündar DENİZER**, her yıl verilen 100 mezundan 2'sinin öğretmen olduğunu, diğerlerinin sektörde çalışması gerekirken sektörden kaçtıklarını

belirtti.

Sempozyumun ve oturumun son konuşmacısı ise Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Araştırma Görevlisi **Ayhan GÖKDENİZ**'di. Gökdeniz, yüksek öğrenim staj yönetmeliğine benzer bir düzenlemenin 3308 sayılı "Çıracılık ve Mesleki Eğitim Yasası" gibi yasalaştırılması gerektiğini, stajların öğretim elemanı azlığı nedeniyle denetlenemediğini, stajyer öğrencinin çok ağır koşullarda ve çok cüzi ücretlerle çalıştırıldığını belirtti. Çözüm önerileri olarak yüksekokul staj yönetmeliğinin değiştirilmesini, stajyer öğrencilerin "Potansiyel Yönetici Adayı" olarak staja gönderilmelerini, okul-sektör işbirliğinin artırılmasını ve sağlam protokollar imzalanmasını, sektördeki yöneticilerin yüksekokullarda, yüksekokullardaki öğretim elemanlarının da sektörde çalışmalarının sağlanması gerektiğini vurguladı.

Oturumun bitmesi ile "GENEL DEĞERLENDİRME ve KAPANIŞ" için yarım saatlik bir aradan sonra Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Müdürü **Prof.Dr.Necdet HACIOĞLU**, oturumlardaki konuşmacıların görüş ve önerilerinin dikkate alınacağını, değerlendirileceğini ve bir öneri paketi halinde ilgili üst mercilere iletileceğini belirtti.

TERÖRİZM VE TURİZM

Albatros AKKAYA

Bilindiği gibi, 1970'li yıllardan beri devam eden ve özellikle 1980'li yıllarda yoğunlaşan terör olayları, dünyada binlerce insanın yaşamını yitirmesine neden olmuştur. Meydana gelen bu terör olaylarının, dünyanın bazı merkezlerinde yoğunlaştığı dikkatleri çekmektedir. Örneğin bu yıllarda yaşanan terör olayları, Lübnan, Sri Lanka, Peru, Kolombiya ve Şili gibi ülkelerde daha fazladır.

1979-1983 yılları arasında bir yılda ortalama 500 olan terör olayı sayısı, 1984 yılında 600, 1985'de 800 olmuştur. 1986 yılının yalnızca ilk altı ayındaki terör olayı sayısı, 417'dir.

Bu olayların kaynaklarına bakıldığında, en çok Ortadoğu ve Latin Amerika kökenli oldukları görülmektedir.

ŞEKİL 1

Ortadoğu'daki terör olaylarının yılları göre artışları

1983	109
1984	206
1985	387
1986 (İlk 6 ay)	165

ABD'nin dünya politikasındaki yeri, oynadığı rolü nedenleriyle Amerikan vatandaşlarına yönelik terör hareketlerinde yoğunlaşma olduğu görülmektedir. Son yıllarda Amerikalı turistlere karşı yönelen terör hareketleri, turistlerin seyahat destinasyonlarını değiştirmelerine ya da dış seyahatlerini azaltmalarına yol açmaktadır. 1985 yılında 6.5 milyon Amerikalı Avrupa, Akdeniz ve Ortadoğu'yu ziyaret etmek amacıyla turizme katılmıştır. Bu Amerikalılar seyahatleri sırasında, yabancı uçak şirketlerine 7.3 milyar \$ öderken; Amerika'dan başka ülkelere ya da başka ülkelere Amerika'ya seyahat eden turistler de, Amerikan uçak şirketlerine 2.5 milyar \$ taşınma masrafı ödemişlerdir. Bu rakamlar 1985 yılında, 1981 yılına göre %63'lük bir artış göstermiştir.

Avrupa ve Akdeniz ülkelerini ziyaret eden bu 6.5 milyon turist, yeme-içme, konaklama, eğlence ve ulaşım için 5.9 milyar \$ harcamada bulunmuştur. Bu pastadan çeşitli ülkelerin aldıkları paylar şu şekildedir:

İngiltere	1.64 milyar \$
İtalya	619 milyon \$
Fransa	770 milyon \$
Yunanistan	14 milyon \$
İsrail	192 milyon \$

Aynı yıl ABD'yi ziyaret eden yabancı sayısı 7.5 milyon kişidir ve bunların yapmış oldukları harcamaların tutarı da 6.6 milyar \$ dir.

Bu harcamaların 2.26 milyar \$'ını ise Batı Avrupa'dan gelen ziyaretçiler yapmıştır.

Bazı bölgelerde 1985 yılında başlayan daralma 1986 yılında da sürmüştür. Yapılan araştırmalar sonucunda bu daralmanın nedenleri şu şekilde saptanmıştır:

- ABD dolarının hızla değer yitirmesi,
- Petrol fiyatlarındaki azalmalar,
- ABD içinde düzenlenen yüksek çekicilikteki paket turlar

- Bölgesel ve ülkesel gerginlikler
- terör olayları.

Bu etkenler içinde yapılan irdelemeler sonucunda yüzdesel olarak en önemli etkinin terör olaylarından kaynaklandığı görülmüştür. Turizm talebinde daralmalara yol açan terör olaylarından bazıları şunlar olmuştur:

- 1985 yılı Ekim ayında İtalyan yolcu gemisi Achill Lawrol'un kaçırılması,
- Roma ve Viyana havaalanlarında bombalama,
- TWA uçağının bombalanması,
- ABD'nin Libya'ya saldırması

Bunlar ve bunlara benzer diğer terör olayları Amerikan vatandaşlarının Avrupa ve Ortadoğu'ya yönelik gezilerini önemli ölçüde azaltmıştır. Amerikan vatandaşları arasında yapılan anketlerden, onların tatillerini, ya Avrupa'dan uzak başka yerlerde ya da ABD içinde geçirmek istedikleri ortaya çıkmıştır.

U.S. New World Report Dergisi'nin 1986 yılında yaptığı bir incelemede, Amerikan vatandaşlarının terör korkusuyla uzak durmak istedikleri ülkeler ve kentler şu şekilde saptanmıştır:

- Ortadoğu Devletleri
- İtalya
- Yunanistan
- Tunus
- Paris
- Londra
- Viyana

Bununla birlikte Amerikalıların kendilerini güvenlikte hissettikleri ülkeler arasında en önde;

- Avusturya,
- SSCB,
- İskandinav Ülkeleri,
- Çin,
- Tahiti,
- İsviçre,

- Kanada,
 - Yeni Zelanda,
 - Fiji
- gelmektedir.

A.B.D. Seyahat Veri Merkezi (US Travel Data Center)'in 1986 yılında yaptığı bir araştırmaya göre, TWA ve Libya olaylarından sonra 1.8 milyon Amerikan vatandaşının rezervasyonlarını başka ülkelere değiştirdiği, 1.4 milyon Amerikalı'nın ise yabancı ülke seyahatlerini iptal ettiği ya da ülke içinde tatilini geçirdiği anlaşılmaktadır.

Amerikalı turistlerde ortaya çıkan bu azalmaların etkilerini bazı ülkeler açısından kısaca inceleyelim.

YUNANİSTAN

Yunanistan'ı 1985 yılında 466.000 Amerikalı turist ziyaret etmiştir. Bu sayı, resmi tahminlerin %20 altındadır. Azalmanın nedeni ise, Amerikalıların Atina'ya olan uçuşları güvenli bulmamalarıdır. Amerikalılar Yunanistan'ı ziyaret eden yabancılar içinde %7'lik bir orana sahip olmalarına karşın, toplam harcamalarının %20'sini yapmışlardır. 1985 yılında yaşanan bu azalma Yunanistan'ın turizm gelirlerinde 100 milyon \$'lık bir azalmaya yol açmıştır.

Bu azalma karşısında Yunanistan hükümeti 3 milyon \$'lık bir reklam kampanyası başlatıyor. Bu amaçla, 2000 Amerikan seyahat acentesine, Yunanistan'ı tanıtıcı broşürler ve reklam amaçlı malzemeler göndermiştir. Ancak Yunanistan Hükümeti'ndeki iç sorunlar ve bölgesel olaylar (Ege, Kıbrıs Sorunu vs.), bu çabaları kösteklemiştir.

İTALYA

İtalyan Otelciler Birliği'nin 1986 yılında yayımladığı bir raporda, Amerikalıların yapmış olduğu rezervasyon iptal oranının %70'lere tırmandığı belirtilmektedir. Rapor, bu azalışın İtalya'ya 800 milyon \$'lık bir gelir kaybına neden olduğunu açıklamaktadır.

Bu durum karşısında İtalya, ABD'de bir reklam kampanyası planlamış, ancak TWA bomba-

laması ve Libya olayı bu planı engellemiştir.

İSRAİL

İsrail Hükümeti'nin belirttiğine göre 1985 yılı Ocak ve Temmuz ayları arasında 244.00 Amerikalı ziyaretçi ülkeye gelmiş. Bu sayı 1985 Ağustos'u ile 1986 Şubat ayı arasında %37 gibi bir azalışla 153.000'e düşmüştür.

MISIR

Mısır turizminin bir yıllık geliri olan bir milyar \$'ın yaklaşık yarısının kaybolacağı tahmin edilmiştir.

TÜRKİYE

Ülkemize gelen Amerikalı turistlere baktığımızda şöyle bir durum ortaya çıkmaktadır:

1982	104.703
1983	188.887
1984	213.345
1985	196.261
1986	79.614

1986 yılındaki bu düşmenin nedenleri arasında:

- ABD ile Türkiye arasındaki havayolu bağlantısının zayıflığı,
- Ermeni ve Kıbrıs sorunlarının yabancı basın ve yayın organlarında geniş olarak ve olumsuz bir şekilde yer alması,
- Ağrı Dağı'nda bir grup Amerikalı'nın soyulması,
- Türkiye ile Yunanistan arasındaki gerginliklerin sürmesi,
- Çernobil ve Libya olaylarından sonra Amerikalıların tatillerini bu bölgeler yerine kendi ülkelerine geçirme eğilimi de etken olmuştur.

BİR ANKET

Amerikan yurttaşlarına yönelik terör olaylarının yoğunluk kazandığı yıllarda gerçekleştirilen bir anketin sonuçlarından da söz etmek yararlı olacaktır. **Business Week Dergi-**

si'nin Nisan 1986 sayısında yayımlanan bu anket Amerikan vatandaşları arasında yapılmış. Bu ankette sorulan soruları ve alınan yanıtları şu şekilde özetleyebiliriz:

SORU: 5 yıllık bir süre içinde bir karşılaştırma yaparsanız uçuş güvenliği konusunda ne gibi bir gelişme olmuştur?

	1979	1985	1986
Daha güvenli	%42	%16	%7
Daha az güvenli	%12	%40	%59
Fark yok	%43	%39	%31
Fikri yok	%3	%5	%3

SORU: Uçak kaçırımlar ve bombalamalar dikkate alındığında yabancı havayolları mı, yoksa ABD havayolları mı daha güvenlidir?

ABD havayolları daha güvenli	%44
Yabancı havayolları daha güvenli	%5
Fark yok	%47
Emin değil	%4

SORU: Uçağa binme sırasında yolcuların geçirildikleri güvenlik taramaları yeterli düzeyde etkin buluyor musunuz?

	1978	1985	1986
Çok etkin buluyorum	%54	%18	%15
Az etkin buluyorum	%38	%58	%55
Yeterince etkin değil	%7	%19	%24
Emin değilim	%1	%5	%6

SORU: ABD dolarının değer yitirmesi dış seyahat planınızı etkiledi mi?

Planımı etkiledi	%12
Planımı etkilemedi	%85
Emin değilim	%3

SORU: Petrol fiyatlarındaki ucuzlama sizin ABD içinde seyahat etme tercihinizi etkiledi mi?

Etkiledi	%59
Çok etkilemedi	%39

SORU: Dış havayolu seyahatlerindeki riskler ve petrol fiyatlarındaki düşüşler iç hat uçuşlarımızı daha çekici hale getirdi mi?

Daha çekici hale getirdi %42

Az çok çekici hale getirdi %36

Daha çekici hale getirmedi %17

Emin değil %5

HAVAYOLU ŞİRKETLERİNİN DURUMU

Terör olayları sonucunda uluslararası turist seyahatlerinde hem hacim olarak, hem de gidilen yer yönünden değişiklikler oldu. Ortadoğu ve Akdeniz'de oluşan olaylar, ABD'den Avrupa'ya yolcu taşıyan şirketleri zor duruma soktu. Pan Am ve TWA, pazarlarının en az %30'unu yitirme tehlikesiyle karşı karşıya kaldılar. Woodside Management Systems, Inc. tarafından hazırlanan bir rapora göre, tatil ya da iş turizmi yapma amacıyla olan Amerikalılar Lufthansa, KLM ve Swissair gibi uçak şirketlerini tercih etme yoluna gittiler. Bu arada, yapılan gözlemlere göre Karaibler'e, Pasifik'e ve Hawaii'ye yapılan rezervasyonlarında da artış görüldü. Gelişen bu durum karşısında bazı havayolu şirketleri tarifelerinde değişiklikler yaptılar. Örneğin Eastern Airlines, Miami-Madrit uçuşlarını erteledi, TWA ise kapasitesini %10 azalttı ve Roma-Kahire uçuşlarını tümüyle iptal etti. Pan Am, Frankfurt-Chicago, Los Angeles-San Francisco seferlerini düşük satışlar nedeniyle kaldırdı. TWA ve Pan Am kapasitelerini iç hatlara ve az önce de belirtildiği gibi Karaibler ve Pasifik'e kaydirdılar.

Rekabet amacıyla bedava oto kiralama, indirimli otel odaları, zengin paket turlar vs. gibi olanakları bilet fiyatlarına sokmayı planladılar. Bu uygulamalara rağmen, gelirlerinin %60'ını transatlantik uçuşlarından sağlayan Pan Am'ın 181.5 milyon \$, TWA'nın 191.3 milyon \$ kayıpları oldu.

TUR OPERATÖRLERİNİN DURUMU

Avrupa ve Akdeniz'de uzmanlaşmış tur operatörleri işlerinde ciddi azalmalarla karşı karşıya kaldılar. Avrupa'ya tur paketleri hazırlayan Amerikalı tur operatörleri 1986 yılındaki satışlarında bir önceki yıla göre %50 bir azalma yaşadılar. Karşılaştıkları diğer bir zorluk da kısa sürede yeni pazarlara kayamamaları oldu. Yeni bölgelere tur düzenlemek için ha-

vayolu seferlerine, yerel ulaşım olanaklarına, otel rezervasyonları için ise zamana ihtiyaçları vardı.

SONUÇ

1985 ve 1986 yıllarında meydana gelen çeşitli terör olayları öncelikle Amerikalı turistlerin seyahat tercihlerinde değişmelere neden olmuştur. Bu değişmelerden en önemlisi, uluslararası terörizm sonucu Amerikalı turistlerin özellikle Avrupa, Akdeniz ülkeleri ve Ortadoğu'ya yönelik seyahatlerinde çok büyük oranlarda azalmalar olmasıdır. Uluslararası terör hareketleri, hareket esneklikleri yüksek olan Amerikalı turistlerin başka destinasyonlara yönelmelerine neden oldu. Bu durum turizm gelirlerinin büyük kısmını Amerikalı turistlerden sağlayan ülke ekonomilerine olumsuz etkide bulundu. Bu ülkelerin başında Yunanistan, İtalya, İsrail ve Mısır gelmektedir.

Terör hareketleri sonucunda, gelirlerinin önemli bir bölümünü transatlantik uçuşlarından elde eden Pan Am ve TWA gibi havayolu şirketleri zor dönemler yaşadılar. TWA ve Pan Am zararlarını en aza indirmek için Atlantik seferlerini azaltıp, kapasitelerini iç hatlara veya Alaska ve Hawaii'ye yönelttiler. Avrupa ve Akdeniz'i hedef alan tur operatörleri de yeni bölgelere kaymak zorunda kaldılar.

Müşterilerinin büyük çoğunluğu Amerikalı zengin turistler olan Avrupalı otel işletmecileri ise terörizm nedeniyle azalan doluluklarını diğer Avrupalı ve Uzakdoğulu turistleri çekerek artırmaya çalıştılar.

The New Republic Dergisi'nin 19 Mayıs 1986 tarihli sayısındaki bir araştırmasında 1985 yılında 23 Amerikalı'nın uluslararası terörizm olaylarından yaşamını yitirdiği belirlenmiş ve bu tip ölüm olasılığının milyonda iki olduğu hesaplanmıştır. Oysa her yıl binlerce Amerikalı'nın ABD içinde trafik kazalarında, deniz ve göl kazalarında vb. öldüğü bilinmektedir. Sonuç olarak, Amerikalılar'ın çeşitli riskler arasında seçim yaparken rasyonel davranmadıkları ortaya çıkmaktadır. Buradan da görüleceği gibi ABD'nin dünya politikasındaki yeri dolayısıyla vatandaşları üzerinde psikolojik baskısı, onların seyahat tercihlerini kolaylıkla etkiliyor. Bu durum da Amerikalı turistleri hedef alan tüm turizm işletmecilerini zor durumda bırakmaktadır.

STAJYER ÖĞRENCİ SORUNLARI VE BU KONUDA BİR ANKET ÇALIŞMASI

Meryem AKOĞLAN
Fevzi OKUMUŞ

Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik
Yüksekokulu

ABSTRACT

THE PROBLEMS OF PROBATIONER STUDENTS AND AN INQUIRY

This study had been taken for the purpose of determining the stay problems of the students and business managers. From this study, it was found that the students did not take the stay for the purpose of training and business managers did see the stay a very cheap labor.

Üniversite düzeyinde mesleki turizm eğitimi ülkemizde oldukça yaygın bir konumdadır. Önlisans düzeyinde 21, lisans düzeyinde 7 program bulunmaktadır. Önlisans düzeyinde olanlar Meslek Yüksekokulları bünyesinde; lisans düzeyinde olanlar da Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulları adı altında eğitim yapmaktadırlar.

Bu turizm programlarının eğitim ve öğretim amaçlarına bakıldığında, önlisans düzeyinde ara eleman işgücünü; lisans düzeyinde ise, üst düzey işgücünü yetiştirmek olduğu görülür. Her düzeydeki turizm eğitimin amaçları, bu esasa göre düzenlenmeye çalışılmaktadır.

Turizm ve otelcilik programlarına katılan öğrencilerin toplam eğitimleri süresince Meslek Yüksekokullarında 45 günlük, lisans düzeyindeki okullarda ise 90 günlük bir staj yapmaları zorunlu hale getirilmiştir. Öğrencilerin sektörü tanımaları, mesleki bilgi ve becerilerini arttırmaları amacıyla yürütülen bu staj programlarının, hedefleri doğrultusunda yapıldığı pek söylenememektedir.

Yönetici adayı olarak yetiştirilen lisans düzeyindeki öğrenciler, otel işletmelerinde farklı birimlerdeki işlerin yapılış tekniklerini öğrenmek istememekte, buna neden olarak da yöneticilerin bu tür konuları bilmelerine gerek olmadığı düşüncesini ileri sürmektedirler. Oysa otel işletmelerinde bu konulardan habersiz olarak yetişen yönetici adayı bir öğrencinin neyi ve nasıl yönetebileceği de bir tartışma konusudur.

Lisans düzeyinde turizm ve otel işletmeciliği eğitimi veren bu okulların staj sorunlarını öğrenciler ve işletmeciler açısından ayrı ayrı belirlemek üzere, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Staj Komisyonu'nca 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerin toplam 24 otel yöneticisi ile okuldan II, III ve IV. sınıflardan 176 öğrencinin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Anket, öğrencilere form doldurtularak, işletme yöneticileriyle ise karşılıklı görüşme şeklinde yapılmıştır.

Gerçekleştirilen bu çalışmanın bulguları şunlardır:

- Ankete katılan öğrencilerin %95'i staj yapacakları oteli kendi imkânları ile bulmuşlardır.

- Staj yapmak isteyen öğrencilerden %18'i büyük otel işletmeleri ile bağlantı kuramadıklarından çok küçük otellerde staj yapmak

zorunda kalmışlardır.

•Ankete katılan öğrencilerin %82'si süresince staj okul tarafından denetlenmediklerini, bunun da öğrenciyi olumsuz etkilediğini belirtmişlerdir.

•Ankete katılan öğrencilerin %62'si eğitimin başlama ve bitiş tarihleri ile bütünleme sınavları dolayısıyla stajlarını erken bırakmak veya stajlarına ara vermek zorunda kalmışlardır.

•Ankete katılan öğrencilerin %90'u otellerde işbaşı eğitim programlarının olmadığını; bunun da işe ve işletmeye adapte olmada sorun teşkil ettiğini belirtmişlerdir.

•Öğrencilerin %76'sı yapılan stajların amacına ulaşmadığını belirtmişlerdir.

•Öğrenciler kendilerinin yabancı dil ve mesleki açıdan yetersiz olduklarını belirtmektedirler.

Otel yöneticilerinin stajyer öğrencilerle ilgili sorunları şu şekilde saptanmıştır:

•Staj yapmak isteyen öğrencilerin %86'sı ön büro ve muhasebe bölümlerinde çalışmak istemektedirler. Bunu, %11'le servis bölümü takip etmektedir.

•Stajyer öğrenciler yönetici olabilmek için otelin her bölümünde çalışmak zorunda oldukları bilincinde değiller. Bu nedenle diğer temel birimlerden olan kat hizmetleri, mutfak, güvenlik, satınalma vb. bölümlerde çalışmak istememektedirler. (Ankete katılan öğrencilerin sadece %1'i kat hizmetlerinde, %0.5'i mutfak bölümünde çalışmışlardır.)

•Staj süresi dört yıllık bir eğitim için oldukça kısa bulunmaktadır.

•Öğrenciler mesleki derslerden yeterli uygulamaları almamakta, ayrıca bilgisayar, iletişim ve yabancı dil konularında yetersiz kalmaktadırlar.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma sonucunda öğrencilerin stajdan beklentilerinin, para kazanmak, tatil yapmak ve bir formaliteyi yerine getirmek olduğu görülmüş; öğrencilerin staj eğitimin devamı olarak algılamadıkları saptanmıştır.

İşletmelerin stajyer öğrencilere ucuz işgücü olarak baktıkları ve onların yetiştirilmesinde tüm görevin okula ait olduğunu kabul etmeleri sonu-

cunda, stajyer öğrencilerden verimli bir çalışma sağlayamadıkları ortaya çıkmıştır. Staj süresinin, gerek öğrenciler gerekse işletmeler tarafından yetersiz bulunduğu ifade edilen gerçekler arasındadır.

Öneriler;

Lisans düzeyinde eğitim vermekte olan Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokullarında staj programının geliştirilmesi için yapılacak işlemler şöyle sıralanabilir:

•Okul, öğrencilerin staj yerlerini belirlemede daha aktif rol oynamalıdır.

•Öğrencilerin stajlarının mümkün olduğu kadar 5, 4, 3 yıldızlı otellerde ve 1.sınıf tatil köylerinde yapmaları sağlanmalıdır.

•Staj süresi, toplam eğitim süresi boyunca 6 ay olarak düzenlenmelidir.

•Yüksekokullardaki staj komisyonlarına otel müdürleri de alınmalıdır.

•Staj yapan öğrencilerin stajlarının kabulünde, en az 4 ana departmanda en az 1 aylık süreyle staj yapmış olması koşulu getirilmelidir.

•Staj süresince, öğrenciler, meslek dersleri hocaları tarafından denetlenmelidir.

•6 aylık staj süresini tamamlayan öğrenciler, staj yaptıkları bölümlerle ilgili olarak bir otelde meslek dersleri hocaları tarafından staj bitirme sınavına alınmalıdır.

•Seyahat acentelerinde de öğrencilere staj imkânı sağlanmalıdır.

TÜRKİYE TURİZMİ ÜZERİNE NOTLAR...

Nazım KÖRÜKÇÜ

Olan işte o gece oldu; 1 Ağustos'u 2 Ağustos'a bağlayan gece bir rüyadan uyandık. Neler hayal etmiyorduk ki... Turizm, Türkiye ekonomisinin lokomotif olacaktı, bol döviz kazandıracaktı, işsizlik ortadan kalkacaktı... Ülkemiz, İspanya gibi turizmle kalkınacaktı (bir yanlış olsa bile, İspanya'nın ulusal geliri içerisinde turizmin yeri çok az olsa da)... Neler düşünüyorduk ki... Türkiye, 2000 yılların turizm ülkesi olacaktı, bazen de kendimizi tutamadık; Türkiye, turizmle dünyanın gelişmiş on ülkesi arasına girecek diyenlerimiz bile oldu...

Saddam Hüseyin 2 Ağustos'ta Kuwait'e girince, rüyamızı yarıda kesmek zorunda kaldık. Ne tatlı rüyaydı!..

2 Ağustos'u izleyen günlerde turizme pek etkisi olmadı bu gelişiminin. Ancak günler geçtikçe, işler değişmeye, yurtdışından, tur operatörlerinden homurtular gelmeye başladı. "Biter" "bir haftaya kalmaz, biter" diyorduk yurtdışındakilere. Aslında öyle istiyorduk. Olmadı, bitmedi... Saddam, direndi, beklenmeyen bir direnmedi bu. Beklemiyorduk bunu...

Günler geçiyor, Saddam diremiyor... Türk turizmine yönelik tur iptalleri de başlıyordu. Hem de gittikçe hızlanarak. Hele

yukarıdaki bazı yöneticilerin bizi krizin içinde gibi göstermekteki istekleri, tur iptallerini daha da artırıyordu. CNN diye bir televizyon vardı, hemen dünyaya ulaştırıyordu bu gelişmeleri...

Eylül ayı geldi, tur iptalleri iyice arttı. Ekimde ise hemen hemen turizmin adı edilmez olmuştu. Herkes susmuştu şimdi. Yakında silahlar konuşacaktı!.. Günler geçtikçe turizmle uğraşanları bir korkudur alıyordu. 1990 turizm sezonunu şöyle böyle kurtarmışlardı, ancak yeni yılın rezervasyon günleri yaklaşıyordu. Kasım, ardından da Aralık, ondan sonra rezervasyon olmazdı. Turizmin, dışa yönelik turizmin bir kuralıydı bu. Avrupa'da, Amerika'da insanlar bu aylardan önce karar veriyorlardı gelecek yıl nereye gideceklerine... Kasım ayına girildi. Herkeste bir beklenti. "Ah, şimdi bitecek" diye. Ama bitmedi, kriz sürdü, hem de hızlanarak... Bu arada da Türkiye biraz daha kriz'in içinde gibi görünerek... Rezervasyon günleri yaklaştıkça Kriz de şiddetleniyordu. Karşıtları gün saydırıyorlardı Saddam'a... Tek gün sayan onlar değildi, bizim turizmciler de gün sayıyorlardı!..

Kasım bitti, Aralık ayı geldi. Rezervasyon zamanı da hemen hemen bitti. Ama bizim turizmcilerde umut bitmedi. Bekliyorlardı,

"Kriz biter, Ocak ayında olsun bağlantıları kurarız" diyorlardı. Ocak ayı son umuttu onlar için.

Ancak Ocak, onları pek iyi karşılamıyordu. Pek zaman da kalmamıştı bu ayın ortasına.. Çünkü son tarihi Ocak ayının ortası Saddam için.. Bizim turizmcilerin de son umudu...

Olmadı... Umutlarımız söndü. Verilen son süre Saddam'a biter bitmez başladı konuşmaya silahlar. Artık her kalkan uçak, atılan her top mermisi, her havalanan patriot, yalnız Irak'ı değil, Türk turizmini de vuruyordu aynı zamanda!..

İşte bu günlerde turizm diye bir sektör yoktu. Ancak yine de bazı kentlerimizde otellerimiz "full" çakıyorlardı! Bazısında gazeteci, bazısında asker kalıyordu. Onlar bu şekilde biraz olsun Kriz'in etkilerini azaltıyorlardı. Ya ötekiler... Kuş avlıyorlardı...

İşte bu sıralarda, son yıllarda pek duyulmayan sözler duyulmaya başladı. "İç turizm ağırlık verelim" diyorlardı birileri.. Demek bizim turizmcilerimiz iç turizmi de bilirlermiş. Yıllardır, bütün tesislerini dış turizme yönelik yap, kendi insanlarını tesislerin kapısından uzak tut. Sonra da iç turizm de... İlginç bir gelişmeydi. Savaş zamanıydı, olurdu böyle düşünenler.

Şubat ayında da silahlar sustu. İnsanlar sustu ama... Şubat bitimine doğru savaş bitti. Bir canlanma başladı bizim turizmcilerde." Belki" deniyordu, "belki" "zararı biraz azaltabiliriz"...

Körfez Krizi sırasında bir şeyi daha anımsadı Türkiye; Tanıtma... Türkiye iyi tanıtılmıyordu, yurtdışı turizm ve tanıtma büroları iyi çalışmıyordu. Şimdiye değin Türkiye iyi bir şekilde tanıtılmamıştı. Tanıtılmalıydı herkese ülkemiz..

Mart başında hemen başlandı Türkiye'nin tanıtılmasına. İlk tanıtma CNN'de yapıldı. CNN'de Türkiye'nin tanıtma filmleri belli sürelerle gösteriliyordu. Ama... nasıl olurdu!.. Yapılan araştırmalar, Türkiye'nin hedef kitlesinin dış ülkelerin "ortadirek"i olduğunu gösteriyordu. Demek başka ülkelerin 'ortadirek'i CNN seyrediyormuş! Sonra benzeri tanıtıcı yayınlar bazı Avrupa ülkelerinin TV'lerinde gösterilmeğe başladı. Herkes tanıtım diyordu. İşte tanıtılıyordu Türkiye... Hem Körfez Krizi sırasında epey tanıtıştık kendimizi dosta

düşmana!.. Bu bile yeterliydi, sonra gelsin turist.

Olmadı, turist geleceğine yönelik pek olumlu işaretler gelmiyordu. Gelmezse gelmezdi, biz de beklerdik gelinceye kadar... Nisan ayında umutlar biraz daha arttı. "Kurtarabiliriz" diyenler bile vardı.

Bu arada bayram vardı, Ramazan Bayramı tatili. Biraz hava aldı turizm sektörümüz, birkaç günlük bir hava!...

Derken, hiç beklenmedik bir olay oldu. HAVAŞ ve THY çalışanları greve gittiler. Olmadı bu, tam işler yoluna giriyordu, olmadı!.. Turizmcilerimiz aracı bile oldular. Ancak grev epey sürdü. Epey de etkiledi turizmi... Olurdu böyle şeyler, şimdiye kadar olmadı diye, bundan böyle de olmayacak diye bir kural yoktu. Turizmcilerimiz şimdiye değin böyle bir olay yaşamamışlardı. Önceleri herşey nasıl da yolunda gitmişti. Böyle şeyler olmuyordu.

Grevin bitmesini bekleyen turizmcilerimiz bir "oh" çekmek istiyorlardı. İstanbul'da bir Yunan turist otobüsü yandı. Daha

doğrusu sabotaja uğradı. Turizmin ne çok düşmanı varmış da bilmiyormuşuz. Hemen başladı Yunanlılar karşı propagandaya. Ne de olsa turizmde rakipleri idik... Epey zarar gördü sektör bu olaydan. Şimdiye kadar olmamıştı böyle bir olay, ancak olmayacak bir olay da değildi. Olumsuzluklar birbirini izliyordu...

Terörizm, zaten epeydir canlarını sıkıyordu turizmcilerimizin... Turizmin can düşmanıydı terörizm. Ancak, bu onları aşan bir konuydu.

Epey sorunlarla karşılaşıyordu turizmciler. Ancak, hiçbir zaman bu kadar yoğunlaşmamıştı sorunlar. Demek her zaman herşey "güllük gülistanlık" olmuyormuş. Türkiye'de turizm yapmak öyle kolay bir iş değilmiş. 1983-1989 arası bir istisnaymış... Eskisi gibi devlet desteği de yokmuş turizme... Sektör, sorunlarıyla başbaşa kalmış... İşte şimdi turizmi "iş" olarak gören ile görmeyen ortaya çıkacak, pek de iyi olacak.

KONAKLAMA TESİSLERİNİ KAPATMAK
YERİNE GÜNDEME GETİRİLEN
FİYAT İNDİRİMİTURİZM AMBARGOSU
KONAKLAMA
TESİSLERİNİN FİYAT
İNDİRİMİYLE
DELİNEBİLİR Mİ?

Doç. Dr. Rafet EYAPAN

Uludağ Üniversitesi

Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Öğretim Üyesi

ABSTRACT

IS TOURISM EMBARGO ABLE TO BE
BROKEN WITH THE PRICE REDUCTION OF
THE ACCOMODATION ESTABLISHMENTS?

Assoc. Prof. Rafet Euyapan

The accommodation establishments in Turkey either have been shut down or are just about to be shut down at the negative developments. In this situation, at the accomodation establishments prices of which are very high in accordance with the international standards, it has been recommended to be made some reduction.

It is not possible that accomodation establishments make any reduction in the prices due to the reasons which have been come across on the one hand at all administrations, on the other hand only at tourism administrations.

On the other hand, the shutting down of the accomodation establishments is a policy not only causing bad results as much as it is supposed but giving some positive results well. The shutting down of the administration which means making a break at the activities temporarily is a fourth administration policy in addition to the progression, recession and stagnation of the administration.

Körfez Savaşı nedeniyle turist gönderen ülkelerin hükümetlerinin gidilecek yerler arasında Türkiye'yi de tehlikeli ilan etmeleri sonucunda seyahat acenteleri doğal olarak yakın geçmişte yapmaları gereken rezervasyonları yapmamışlar, savaş yapan ülkeye komşu olmasından başka bir suçu olmayan Türkiye ulaşım da dahil olmak üzere-turizm yönünden ambargoya alınmıştır. Son zamanlarda hafifler gibi görünen bu ambargo yurtiçinde meydana gelen-THY grevi ve Yunan otobüsüne yapılan sabotaj gibi-iki olay sonucu hafiflemek bir yana daha da ağırlaşmıştır.

Bu durum karşısında başta oteller olmak üzere tüm konaklama tesisleri turizm sezonunun satılmayan yataklarının problemini çok ciddi bir şekilde hissetmeye başlamışlar ve önceki yıllarda rastlanan otel kiralama ve satma alternatiflerinin yerine otel kapatmayı uygulamaya koymuşlardır.

Sorunun çözümü için konaklama tesislerinin fiyatlarının yarısı kadar fiyat uygulayan Güneydoğu Asya'nın bazı ülkelerinin konaklama tesisleri örnek gösterilerek aynı şeyin Türkiye'de yapılarak fiyat indirimine gidilmesi, bunun yanı sıra hedef kitlenin de değiştirilerek yerli turiste yönelmesi önerilmiş, düşük fiyatlarla daha fazla müşteri çekilebileceği ileri sürülmüştür.*

İlk bakışta rasyonel gibi görünen bu önerinin uygulamada rağbet görme imkânı ne yazık ki, bulunmamaktadır. Çünkü can güvenliği gibi, sağlık nedeniyle birlikte ortaya çıkan yabancı hükümetlerin caydırıcı politik davranışlarına karşılık fiyat indirimleri gibi ekonomik bir araç önlem olmaktan uzaktır. Önlem olacağı varsayılabilir bile Türk işletmelerinin özellikle de konaklama tesislerinin fiyat indirimlerine gitmeleri sözkonusu değildir.

TÜRK İŞLETMELERİNDE FİYAT
İNDİRİME NEDENLERİ

Konaklama tesislerinin de dahil olduğu tüm Türk işletmeleri aşağıda belirtilen nedenlerle

(* Ayrıntılı bilgi için bkz: Yılmaz Çetiner, "Rüya gibi otelleri hastane yapmak yazıktır, ayıptır", Milliyet, 18.12.1990; ve Mümtaz Soysal, "Ağlamadan Kazanmak", a.g., 19.2.1991.

fiyatlarını indirmemektedir.

1. Türkiye'de işletme sayısının azlığı ve nitelikleri ile talebin henüz doygunluk düzeyine ulaşmamış olması, fiyatların indirilmesine imkân vermemektedir.

Bilindiği gibi fiyatlar, maliyet, rekabet ve talep gibi üç faktörden biri esas alınarak belirlenmektedir. Bazı hallerde bu faktörlerden -biri ağırlıklı olmak üzere- ikisi beraberce de kullanılmaktadır.

Gelişmiş ülkelerde doygunluğa ulaşmış talep buna karşılık çok sayıda işletme bulunmaktadır. İşletme sayısının fazla olması piyasada tam rekabet koşullarına yol açtığından işletmeler tek başlarına fiyatları belirleyememekte, karşılıklı rekabet sonucu oluşan oldukça düşük fiyatları veri olarak kabullenmektedirler. Yüksek kâr edebilmek maliyetleri düşürmekle, başka bir deyişle verimli çalışmakla gerçekleşmektedir. Bu amaçla maliyet muhasebesi kayıtlarının ve bunlardan elde edilen verilerle verimlilik kontrollerinin ön plana çıktığı işletmelerde - verimliliği arttırıp maliyetleri düşürerek uygulanan fiyat indirimi başarı, buna karşılık fiyat attırımı, rekabet gücünün azalması ve giderek piyasadan silinme durumunun bir habercisi gibi değerlendirilmektedir (Söz konusu işletmelerin yabancı sermaye olarak gelişmekte olan ülkelerde faaliyet göstermelerinin nedenlerinden biri de kendi ülkelerindeki sıkı şartlardan kurtulup daha rahat bir ortamda çalışmak olabilir).

Diğer gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de henüz doygunluğa ulaşmamış dolayısıyla her fiyatı kabullenmeye hazır bir talep, buna karşılık az sayıda işletme bulunmaktadır. İşletme sayısının az olması sonucu, piyasada aksak rekabet koşulları geçerli olduğundan işletmeler, tek başlarına veya aralarında anlaşarak istedikleri düzeyde -yüksek-fiyatı tüketicilere empoze edebilmektedir. fiyatları yükselterek istenilen kâr kolaylıkla elde edilebildiğinden ayrıca yeterli rekabet bulunmadığından, ne verimli çalışmaya ne de maliyetleri düşürme çabalarına gerek kalmakta, dolayısıyla maliyet muhasebesi kayıtları, ya hiç tutulmamakta veya göstermelik tutulmaktadır. Verimlilik, maliyet ve fiyat bağlantısı - gelişmiş ülkelerin aksine- kurulmamakta, düşük verimliliğin yol açtığı yüksek maliyetler fiyat

yükseltmeleri için bahane olarak bile kullanılabilen ve hiç bir engelle karşılanmaksızın fiyatlar artırılabilir. Tepki gösterebilecek tüketici kesiminin de fiyat artışlarını sıradan olaylar gibi normal karşıladığı bir ortamda fiyat düşürme önerileri anlamsız karşılanmakta, sonuç olarak maliyetleri düşürme, yani verimi artırma çabaları gündeme gelmemektedir. Çok ender de olsa rekabete raslandığında işletmeler, ürettikleri malın miktarını veya hizmetin süresini arttırmakta, ikramiye mal veya hizmet vermekte, malın ambalajını değiştirmekte veya daha değişik biçimde sunmakta, başka dağıtım kanallarını kullanmakta, reklama hız vermekte, fakat kesinlikle fiyat indirimine gitmemektedir. fiyat indirimine gitmek bir ticari tabuya dokunmaya girişmek gibi değerlendirilmektedir.

2. Fiyat indirimiyle satış miktarı artmakta, sabit masraflar ürün birimi başına azalmakta, kâr yükseliyor gibi oluyorsa da değişken masraflar yükseldiğinden beklenen kar sağlanamamaktadır. Bu olgu da fiyat indirimini anlamsızlaştıran bir faktör olmaktadır.

Fiyat indirimi sonucunda artan talebe cevap vermek ürün sayısını çoğaltmakla mümkündür. Bu ise, daha fazla miktarda hammadde ve malzeme satın alınması, depolanması, üretime verilmesi demek olduğu kadar, daha fazla sayıda personel bulmak, bunları istihdam etmek, istihdamla ilgili problemlerinin üstesinden gelmek demektir (Üstelik, talep daraldığında alınan personeli çıkarmak çok güçtür).Bütün bunlar hammadde ve malzeme masrafları yanında işçilik giderlerinin artması demektir. Artan masraflar sadece bunlardan ibaret olmayıp aynı zamanda değişken nitelikli genel üretim masrafları da yükselmektedir. Söz konusu masrafların finansman yönü ise daha büyük boyutlu problemi oluşturmaktadır. Kaynak olarak özsermayeden yararlanmak kısa zamanda mümkün olmadığı gibi borçlanma, yüksek kredi faizleri nedeniyle hiç cazip değildir.

Kısaca belirtmek gerekirse az miktardaki talepten yüksek fiyatla elde edilen kâr, fazla miktardaki talepten düşük fiyatlarla sağlanacak kârdan daha yüksek olduğundan fiyat indirimine gitmenin bir avantajı bulunmamaktadır.

3. Sayılan işletme içi etkenler yanında kamu işletmeleri, işletme dışı bir etken olarak özel sektör işletmelerinin fiyat arttırmalarına zemin hazırlamakta ve örnek olucu bir rol oynamaktadır.

Fazla personel çalıştırdıkları, hantal bir bürokratik mekanizmaya sahip oldukları, merkezî bir yönetim anlayışıyla idare edildikleri için kamu işletmeleri de en az özel kesimdekiler kadar verimsiz çalışmaktadır. Verimsizliğin nedenlerini gidermek için köklü değişiklikler yapmak, zaman alıcı, zor ve riskli olduğundan, zaman almayan, kolay ve hiçbir riski olmayan fiyat arttırma alternatifi çözüm şekli olarak seçilmektedir.

Ürettikleri mal ve hizmetlerden çoğu temel girdiler niteliğine sahip kamu işletmelerinin fiyat arttırmaları sonuçta özel sektör işletmelerinin maliyetlerinin yükselmesine yol açmaktadır. Başka bir deyişle, insiyatifin kamu kesiminde olduğu bir fiyat yarışması işletmeler arasında sürekli bir biçimde yapılmaktadır.

4. Düşük fiyat (veya fiyat düşürülmesi) ürünün kalitesinin düşüklüğünün (veya düştüğünün) bir göstergesi olarak değerlendirildiğinden fiyat indirimi gereksiz bir işlem gibi görülmektedir.

Fiyatlar düşürüldüğünde kârlılık açısından mutlaka maliyetlerin de indirilmesi yoluna gitmek bir zorunluluktur. Bu amaçla, ya kullanılan hammaddenin miktarı azaltılmakta ve/veya düşük kalitesi kullanılmaktadır. Bu durum ise, üretimin kalitesini düşürmektedir. Ayrıca, daha fazla çalıştırılmakla yorulacak olan personel de -özellikle hizmet işletmelerinde -üretimin kalitesini olumsuz yönde etkileyen ikinci bir unsur olmaktadır.

Öte yandan tüketiciler de hem durumun bilincindedir hem de yüksek fiyatı, yüksek kalitenin göstergesi olarak kabullenme yönünde subjektif bir değerlendirmeye sahiptir. Nitekim, "Ucuz etin yahnisi yavan olur" ve "Ucuz mal alacak kadar zengin değilim" özdeyişleri söz konusu psikolojiyi çok güzel bir şekilde yansıtmaktadır.

Özellikle gösterişe yönelik tüketimlerde, belirtilen faktör, fiyat indiriminin en büyük engeli-

ni oluşturmaktadır.

5. Yukarıdaki yarı objektif yarı psikolojik etkenin yanısıra kısa zamanda ve az külfetle çok yüksek çıkar sağlamak psikolojisi de fiyat düşürmeye imkân tanımamaktadır.

Son yıllarda boyutları giderek artan bu düşünce, sokaktaki kişi açısından-başta milli piyango olmak üzere-şans oyunlarıyla somutlaşırken, işletmeler bazında, yapılan yatırımı kısa zamanda kâr getirir hale getirmek, bu amaçla da fiyatları olabildiğince yüksek tutarak gerçekleştirilmektedir.

KONAKLAMA TESİSLERİNDE FİYAT İNDİREMEME NEDENLERİ

Yukarıda sayılan fiyat indirmeme nedenleri yanında sadece konaklama tesislerine özgü olan bazı etkenler de fiyat indirmemeye yol açmaktadır. Bunlar aşağıdaki gibidir:

1. Tüm hizmet üreten sektörlerde olduğu gibi, konaklama tesislerinde de en önemli risk, üretilen hizmetin satılamaması halinde stoklanarak tekrar satılma imkanının bulunmaması yani doğrudan doğruya zararla karşılaşılmasıdır.

Muhasebedeki muhafazakarlık kuralı gereğince anonim şirketlerde dönem sonunda gelecek dönemlerde ortaya çıkabilecek zararlara karşılık nasıl yedek ayrılıyorsa, konaklama tesislerinde de basiretli tüccar mantığı ile hareket edilerek satışların iyi olduğu günlerde, gelecekte ortaya çıkabilecek satış yapamama ihtimaline bir güvence olarak, fiyatlar yüksek tutulmaktadır.

2. Diğer hizmet üreten işletmelerin hiçbirinde rastlanmayan talebin belli bir süre ile sınırlı olma özelliği, konaklama tesislerinde fiyat indiriminin en büyük engelini oluşturmaktadır.

Şehir otelleri bir yana, tüm konaklama tesisleri, çalıştıkları altı aylık sürede, faaliyette bulunamadıkları diğer altı ayın maliyetlerini çıkarma zorunluluğunu hissettiklerinden fiyatlarını ister istemez söz konusu sürenin maliyetlerini de karşılayacak biçimde yüksek düzeylerde saptamaktadır.

3. Yakın bir geçmişte konaklama tesislerine, özellikle çok yıldızlı otellere başka hiçbir işletme için söz konusu bir öncelik tanınmış ve kayırmacılık yapılmış, bu ortamda banka kredileri sağanak gibi yağdırılmıştır.

Öyle ki, konaklama tesislerinin aktiflerinin finansmanın çok büyük bir kısmı bu kredilerle karşılanmıştır.

Zamanla ortaya çıkan kredilerin yüksek faizleri -bu arada kur farkları- işletme yönetimlerinin üzerinde önemle durmaları gereken en önemli sabit maliyet unsurunu oluşturmuştur. Büyük tutarlara ulaşan bu giderler, fiyatların yüksek tutulmasında birinci sırada rol oynamaktadır.

4. Türkiye'deki bir ulaştırma işletmesinin veya özel hastanenin sunduğu hizmetin kalitesi ve fiyatı ne olursa olsun iç talep tarafından kabullenilmesi zorunlu olduğu halde, konaklama tesisleri için dış talebin böyle bir zorunluluğu bulunmamaktadır.

Başka bir deyişle, konaklama dışındaki hizmet işletmelerinin iç talep elastikiyeti hemen hemen yok iken, konaklama tesislerinin dış talep elastikiyeti çok fazladır. Sıradan bir neden bile, söz konusu talebin başka bir ülkeye veya bölgeye yönelmesi için yeterlidir.

5. Turistik dış talebi ekonomik etkenlerden çok daha fazla ekonomi dışı -başta politik olmak üzere sosyal ve psikolojik- etkenler yönlendirmektedir. Yukarıda da değinildiği gibi Türkiye, 1991 yılı itibarıyla turistik bir ambargo ile karşı karşıya bulunmaktadır.

Terör korkusuyla uçağa binmeye çekinen bir kitleye, konaklama tesislerince ücretsiz hizmet sunulacağı bildirilse bile, bunun bir yararı olmayacağı açıktır.

Görüldüğü gibi sonucu turist göndermemekle ortaya çıkan turistik ambargo en az, dış ticarete konulan kota ve kısıtlamalar kadar etkili olmaktadır. fiyat indirimini anlamsız hale sokmaktadır.

6. Konaklama tesisleri hizmetinin diğer

önemli özelliği bağımsız bir arz unsuru olmaması, tanıtım, pazarlama ve ulaşım gibi hizmetler sonucu ortaya çıkan türev nitelikli bir arz olmasıdır. Bu nedenle kendinden önce gelen üç aşamadaki hizmetlerin etkinlik ve fiyatlarında bir çekicilik meydana gelmedikçe konaklama tesislerinin fiyatlarında ortaya çıkabilecek indirimler bir anlam ifade etmeyecektir.

KONAKLAMA TESİSLERİNİN KAPATILMA AMAÇLARI

Konaklama tesislerinde yukarıda iki başlıkta değinilen nedenlerden ötürü fiyat indiriminin olmaması halinde geçen yıl başvurulmuş kiralama ve satma imkânları da bu yıl için ortadan kalktığından geriye -şu anda uygulamada yapıldığı gibi- bir tek yol kalmakta olup, bu da tesislerin kapatılmasıdır.

Bir zorunluluğun sonucu ortaya çıkan söz konusu uygulama ile aşağıdaki yararların elde edilmesi amaçlanmaktadır.

Tesislerin kapatılmasıyla;

1. Çalışanlar için belli aralıklarla ödenmesi gereken sigorta primleri ve benzeri kesintiler gündemde olmayacaktır.

2. Kilit personel olarak adlandırılan, çalışmaları bile ücretleri ödenen personele ödeme yapılmayacaktır.

3. Personel istihdamı ile ortaya çıkacak problemlerle hiç karşılaşılmayacaktır.

4. Elektrik, su, bakım, onarım, temizlik, bahçe düzenlenmesi ve benzeri sabit nitelikli giderler ortaya çıkmayacaktır.

5. Vadesi gelen borçların taksit ve faizlerinin ödenmesi durumunda ilgililere "İşletme faaliyetinde bulunmadığından ödeme gücümüz yoktur. Bu durumun gözönüne alınması gerekir." türünden görünürde haklı mazeretler ileri sürülerek, ödeme yapmaktan kaçınılabilecektir.

6. Hayat standardı esasına göre vergi ödeme söz konusu olmayacaktır.

Görüldüğü gibi tesis kapatmayla faaliyetlere belli bir süreyle ara verilmekte ve işletme, tas-

fiyeye gitmeden, tasfiyenin bütün yararlarını elde edebilmektedir. Başka bir deyişle tesislerin kapatılması sanıldığı kadar çok kötü bir şey değildir.

İşletmenin kapatılması, işletmenin büyütülmesi, boyutlarının aynı kalması ve küçültülmesi politikalarının yanında dördüncü türden bir politika olarak değerlendirilmelidir. Bir benzetme ile söylemek gerekirse, işletmenin büyütülmesi, satrançta hamle yapmak, boyutların korunması düşünerek beklemek, küçülme geri çekilmek ise işletmelerin kapatılması da oyuna bir süre ara verip yorulmuş beyni dinlendirmek gibi yararlı bir işlemdir.

SONUÇ

Fazla yapılaşma ile doğal güzelliklerin bozulmamış, tarihi eserlerin bozulmamış olduğu beş yıl öncesine kadar, sayıca az olan konaklama tesisleri, yüksek doluluk oranlarıyla tatmin edici kârlar elde etmişlerdir. Bu durum, turizme ilgili ilgisiz pek çok kişiyi girişimci olarak çekerken yetkili kişileri de plansız programsız hareket etmek pahasına da olsa girişimci sayısını arttırmak yönünde etkilemiştir.

Yakın geçmişe ve gelen turist sayısına göre çok fazla konaklama tesisi, doğal ve tarihi güzelliklerin çirkin beton yığınlarıyla mahvedilmesi, belediye hizmetlerinin yetersiz kalması, trafik sorunlarının giderek artması, geleneksel merkezi anlayışıyla personel istihdam edilmesi, yüksek fiyat uygulamaları v.s. sonucu 1989 ve 1990 yıllarına düşük kapasitelerle çalışmışlardır. Bu hastalık belirtileri girişimcileri, işletmelerini satmaya veya kiralamaya itmiştir.

Bunlar yetmiyormuş gibi, 1991'de Körfez Krizi'ni ve arkasından ortaya çıkan savaşı bahane eden turist gönderen ülkeler hükümetleri, seya-

hat acentelerini Türkiye'ye turist göndermemeleri yolunda uyararak, Türkiye'yi turizm ambargosu içine almışlardır. Bu olayla, konaklama tesisleri -adeta kalp krizi geçirip maliyet masasına yatırılan bir hasta gibi- en ciddi kriziyle karşılaşmış bulunmaktadır.

Dünya standartlarına göre fiyatları çok yüksek olan konaklama tesislerinin, düşük fiyatlar uygulayarak krizi atlatabilecekleri önerilmişse de, nedeni politik olan talep daralmasına veya daha doğru bir ifadeyle yokolmasına karşı, fiyat indirimi gibi ekonomik bir faktörle çözüm aramak, çareyi yanlış yerde aramaktan başka bir şey değildir. Öte yandan fiyat düşürme gibi geleneğe hiç sahip olmamış işletmelerin böyle bir uygulamaya gitmeleri oldukça güçtür. Bir de söz konusu işletmeler konaklama tesisleri gibi hizmet üretiyor ve farklı özelliklere sahip bir talebe yöneliyor ise güçlük daha da fazladır.

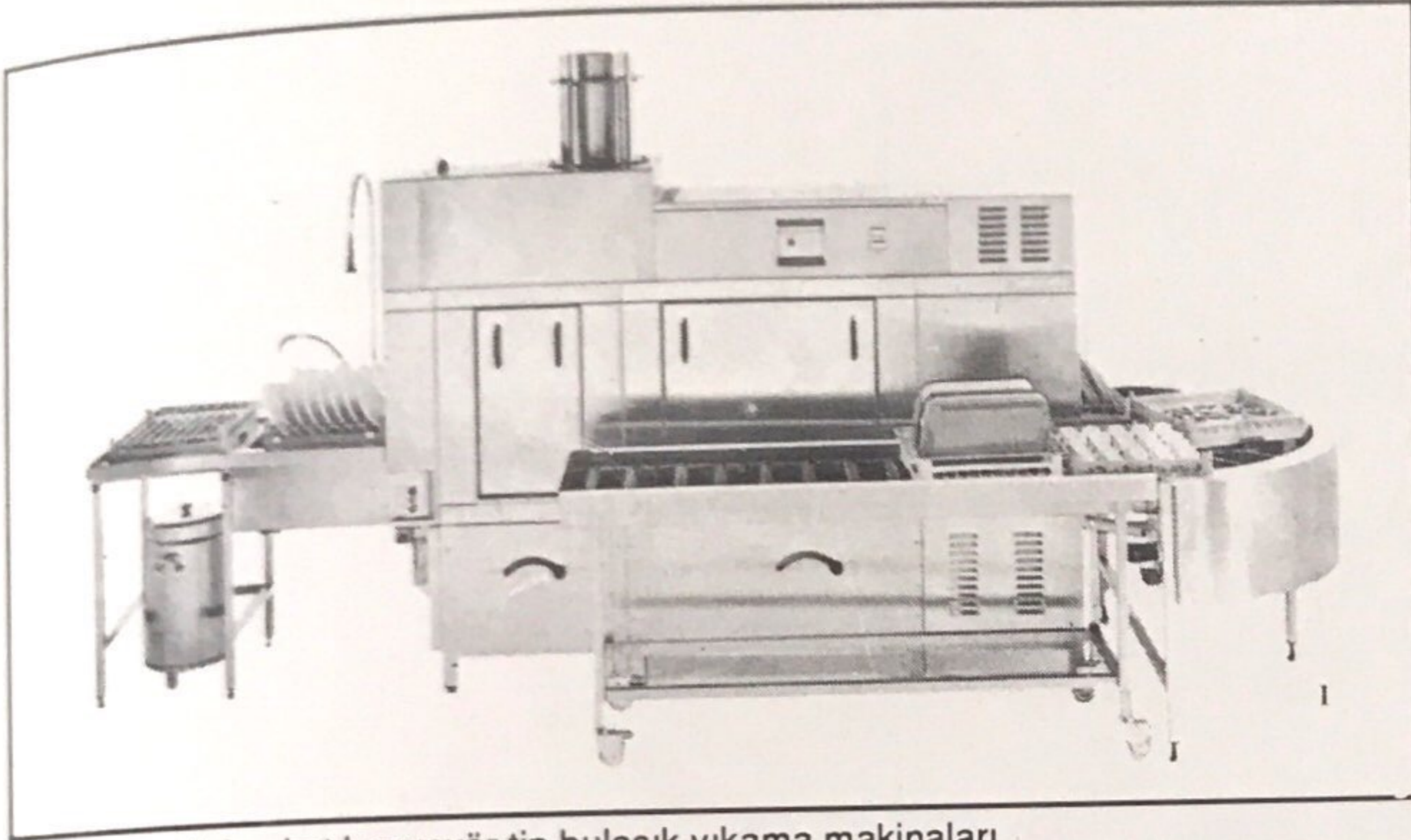
TOBB başkanı sayın Yalım Erez'in tüm işletmeler için söylediği gibi "Eğer bir talep varsa ve maliyetlerin de kurtarıyorsa, işadamları zaten fiyatlarını düşürecektir"(*). Aksi takdirde turizm kesimde olduğu gibi talep yoksa ve yüksek maliyetleri karşılamıyorsa işadamları fiyatları düşürmeyecek demektir.

İşletmecilik bilgilerinin yetersizliliği tartışılrsa da tecrübeleri ve öngörülerini tartışamayacak olan işletmecilerin, çıkarlarını tesislerini kapatmada görüp bunu uygulamaya koyma girişimlerini normal karşılamalıdır. İşletmelerin büyütülmesi, aynı kalması ve küçütülmesi yanında dördüncü türden bir politikayı oluşturan işletmelerin kapatılması, faaliyetlere geçici süre ara vermek olup diğer politikalar kadar haklı ve çeşitli yararları olan bir politika olarak değerlendirilmelidir.

(*) Yalım Erez, "Yeni bir istikrar programı şart"
Ekonomik Panorama, sayı 9, 1991, s 20

winterhalter

ENDÜSTRİYEL BULAŞIK YIKAMA MAKİNALARI



Tam otomatik basket konveyör tip bulaşık yıkama makinaları



Orta büyüklükte kuruluşlar için basketli yarı otomatik bulaşık yıkama makinaları



Santrifüjlü 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

Bilmeyen ve bilmediğini bilen çocuktur,
ona öğretin...

Bilen ve bildiğini bilmeyen uykudadır,
onu uyandırın...

Bilmeyen ve bilmediğini bilmeyen aptaldır,
ondan sakının...

Bilen ve bildiğini bilen liderdir,
onu izleyin... Çin Atasözü

...Bizi İzlemeye Devam Edin!

PANEL EĞİTİM ve DANIŞMANLIK MERKEZİ
PANEL BİLGİSAYAR HİZMETLERİ TİC. LTD. ŞTİ.

Kennedy Cad., Noktalı Sokak 16/11
(Sheraton Oteli Yanı)

06700 Gaziosmanpaşa-ANKARA

Tel: 9 (4) 127 81 43 -127 81 93

Fax: 127 80 73