

H1N1 VİRÜSÜ TURİZMİ BAĞLAMAZ



Nesrin Suna SARIÇAY



Turizm Sektörü şimdiye kadar çok kriz gördü.

Ülkemiz Turizm Sektörü ise krizlerin uzmanı oldu neredeyse.

Körfez krizi, karikatür krizi, global ekonomik kriz, Çin gribi, Pekin Gribi, Kuş Gribi, saymakla bitmez şimdi de H1N1 gribi.

Tabi keneleri de anmadan geçmeyelim, haksızlık olur.

Gündemdeki en son gripte ise; tek suçlu domuzlar değil tabi.

Bizzat insanın ve kuşların da parmağı var bu işte.

Ama; hangi kriz olursa olsun, turizm sektörü ölmez.

Dünyada tek bir insan kalsa dahi.

Son insanın içindeki seyahat etme arzusu var olduğu sürece, bu sektör yaşar.

Hele bizim gibi; turizm arzı bakımından doğanın çok cömert davrandığı bir ülkede. Tabi; doğru stratejiler ve politikalar belirlenmesi ön koşulu ile.

O zaman, bu sektörü hiçbir kriz bağlamaz.

Ülkemiz turizminde sağladığımız başarılar gerçekten de yabana atılır cinsten değil.

Turizm tavanımız giderek yükseliyor.

Tavanımızı ne kadar yükseltirsek o kadar büyük olacağız.

Dünya Ekonomik Forumu tarafından yayınlanan bir araştırmada 13 kriter dikkate alınarak; turizmde lider ülkeler belirleniyor.



Bu kriterler;

- Politika ve yasalar,
- Çevresel düzenleme,
- Güvenlik ve sağlık,
- Hijyen,
- Seyahat ve turizmin özelleştirilmesi,
- Hava ulaşımı alt yapısı,
- Yer hizmetleri altyapısı,
- Turizm altyapısı,
- Bilgi İletişim Teknolojisi altyapısı,
- Turizm Sektörünün fiyat rekabeti,
- İnsan kaynakları,
- Ulusal turizm verilen önem,
- Doğal ve kültürel kaynaklar.

şeklinde sıralanıyor.

Bu 13 kriter dikkate alındığında; en yüksek tavan İsviçre'ye ait.

İsviçre'yi Avusturya ve Almanya izliyor.

Türkiye ise; bu sıralamada 52. Sırada.

Tabi bizden daha kötü durumda olanlar da var.

Bu kriterlerin hiç birini bünyesinde barındırmayan ülkeler bile var dünya üzerinde.

İsviçre; en güvenli ülke.

Temizlik ve hijyende lider.

Çevresel düzenlemeleri takdire şayan.

Dünya Mirası listesindeki 6 bölge İsviçre'de.

Öte yandan; Almanya; en güçlü ulaşım altyapısına sahip.

Avusturya ise; turizme özel altyapılarda en önde.

Hiçbir konuda; Amerika'yı yeniden keşfetmemize gerek yok.

Turizm konusunda, dünyadaki güzel örnekleri ülkemize uyarlamalıyız.

Tabi, sürdürülebilir turizm çerçevesinde.

Örneğin; turizmde talep yapısı özellikle son on yılda çok değişti.



Çalışma sürelerinin kısaldığı, gelirin azaldığı tezi artık raflarda tozlanmak üzere.

Özellikle yaşlı Avrupa nüfusu için.

Yani; bizim “üçüncü yaş turistlerimiz” için durum biraz vahim.

Hem küresel ekonomik kriz hem de fiziksel koşulları nedeni ile artık onlar için uzun tatiller sözkonusu değil.

Kısa tatiller yapmak istiyorlar.

Avrupalı genç nüfusta ise; çalışma süreleri arttı.

Gelirleri de arttı.

Ancak; ne yazık ki zamanları yok.

Onlar da kısa süreli tatilleri tercih ediyorlar.

Yani yeni trend; kısa süreli tatil destinasyonları oluşturmak Avrupalı turistler için.



Tabi; bu durumun ortaya çıkmasının bir diğer nedeni de; zengin ile fakirin arasındaki farkın giderek açılması.

Örneğin dünyada aşırı ve ultra zengin bir sınıf doğdu.

Bu turistler için hazırlanacak destinasyonlar ise elbette ki daha farklı olmalı.

Eskiye oranla daha az doğurgan, daha eğitilmiş nüfusla karşı karşıyayız.

Yalnız yaşayan, aile yapısından uzak olan kitleler çoğalıyor.

Bu trend sona erene kadar da; mevcut sosyal değişimlere uygun nitelikte turizm arzı yaratmak zorundayız.

Diğer bir deyişle; arz yapımızı genişletmemiz için talep yapısını çok iyi analiz etmemiz gerekiyor.

Yalnızca bugünü değil ama.

Yarını da öngörmemiz lazım.

Turizmden ekmek yemek, turizmde en doğru vizyonu belirlemekle doğru orantılı.

Hem işletme bazında.

Hem de ülke bazında.

Raporumuzu sonlandırmadan önce; kısaca değişen talep yapısı da dikkate alınarak uygulanacak stratejilere ilişkin tespitler yapmakta yarar görüyoruz.

Bu noktada;

- İzmir Ticaret Odası'nın çok büyük çabaları ile İzmir'in kruvaziyer turizmde geldiği nokta ortada. Herkese örnek olacak cinsten.
- İzmir; kruvaziyer turizmde, sıfırdan; %18,5'a geldi.
- İzmir artık kruvaziyer gemilerin en önemli uğrak noktalarından biri olma yönünde hızla tavan yükseltiyor.
- Yani; gerçekten istersek turizmden aldığımız payı en yükseğe çıkarabiliriz.
- Öncelikle gelir düzeyi düşük değil, yüksek gelir gruplarını hedeflemeli, buna göre arz çeşitlendirmeliyiz.
- Global ekonomik krizden ve sağlık nedenlerinden dolayı uzak ülkelere seyahati kesme ihtimali kuvvetli olan Avrupalı turistler yanibaşımızda.
- Onlar için biçilmiş kaftan olduğumuzu her fırsatta vurgulamalıyız.
- Dünya üzerinde bir kısım turistlerin; organize turlar yerine yalnız seyahat etmek eğiliminde olduklarını biliyoruz.
- Bu tarzdaki turistlere paket tur dayatmak doğru değil. Ama; yeterli ve doğru bir şekilde bilgilendirilmeleri kaçınılmaz.
- Alışveriş hala; turistlerin en zayıf noktası.
- Alışveriş turizmi güçlendirilmeli.
- Alışveriş ile birlikte; çocukları olan turistlere ise; çocukların eğlenmelerini de kapsayacak şekilde organizasyonlar yapılmalı.
- Sağlık turizmi ülkemiz turizminin en güçlü ayaklarından birisi haline getirilmeli.
- Bu yapılırken; yalnızca, termal değil, güzellik ve zindelik, gastronomi, spor, kaliteli yaşam sağlama vb. ye ilişkin unsurların da termali güçlendirmesine izin verilmeli.
- Zengin turizm yatırımcıları ülkemize çekilmeli. Bu yatırımcılar; özel teşviklerle desteklenmeli.
- Son olarak da; turizmi etkileyebilecek tarzda krizlerin her zaman gündeme geleceği varsayılarak; turizmde sürekli çalışan bir "krizlerin turizmi etkilemesini önleme masası" vb. oluşturulmalı.



Bu masanın görevi ise; çıkan kriz türüne ilişkin doğru politika ve stratejiler belirleyerek; turizmin negatif etkisini önlemek olmalı.