

Ankara



Turizm sektörü artık krizleri yönetebiliyor

Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) İkinci Başkanı ve Anadolu Turizm İşletmecileri Derneği (ATİD) Başkanı Seçim Aydın, Türk turizm sektörünün artık "krizleri yönetebildiğini" belirterek, Hizmet kalitemizde ve müşteri memnuniyeti ölçümlerinde herhangi bir olumsuzluk gözlemedik" diyor.

Soru: Kriz dönemlerinin özellikle iç turizmde katılımları azaltacağını ve işletmelerde hizmet kalitesini etkileyebileceğini düşünüyor musunuz?
Semra ÖZTUNA

Yanıt: Sayın okurlarımıza öncelikle Türk turizminin bir kriz dönemi içerisinde olduğu ve bu nedenle de işletmelerimizin hizmetlerinde bazı aksamalar olacağı yönündeki düşüncelerden uzak kalmalarını öneriyorum.

Türkiye 1980'lerin başından beri kriz diye adlandırılan dönemler yaşamıştır. Türk turizminin kamu ve özel sektörün birlikteliğinden kaynaklanan özelliği kriz dönemlerinin en az zararla atlatılmasında en önemli güvencemiz olmaya devam etmektedir. Turizm sektörünü oluşturan konaklama ve hizmet işletmeleri ile kişilerde hakim olan düşünce, yıllık dalgalanmaların etkilerini en aza indirmek, sektörün alışılmış kalite seviyesini korumak yönündedir.

Tecrübelerimize dayanarak söyleyebilirim ki biz, artık krizleri yönetebilen bir sektörüz. Geçmişte körfez savaşları, kuş gribi, terör, deprem gibi krizlerden zarar gördük ve bunlarla yaşamayı öğrenebildik. Farklı yöntemler geliştirdik ve hepsinde de başarılı olduk. Hizmet kalitemizde ve müşteri memnuniyeti ölçümlerinde herhangi bir olumsuzluk gözlemedik.

Turizm işletmeleri, seyahat endüstrisi dediğimiz büyük bir endüstriyi desteklemektedir. Konaklama sektöründe sadece yeme-içme ünitelerinin bu endüstriden aldığı mal hizmetlerin toplam tutarı 11,2 milyar doları bulmaktadır. 49 sektörle alışveriş ilişkisi olan turizm sektörü iyi motive edilebildiği takdirde bu sektörlerle olan ilişkisini devam ettirecek ve hatta sektörlerin ihracat kaybından doğan açıklarının kapanmasına da katkı sağlayabilecektir.

İç turizm 20 milyon kişiden oluştuğu sanılan yapısı ile turizm sektörüne beklenen ivmeyi kazandırabilecek güce sahiptir. 2005 yılında başlattığımız erken rezervasyon etkinliklerini harekete geçiren roadshow ve fuarların sayesinde, 2006 yılında yüzde 10'a yaklaşan artışlar elde edildi. 2005 yılında yüzde 18 olan yerli müşteri payı 2006 da yüzde 26 oldu. Yerli müşterilerin doluluktaki payı ise yüzde 25'ten yüzde 31,5 e çıktı.

Geçen dönemde EMİTT gibi fuarlarla desteklenen iç turizmdeki artış halen devam etmektedir. Başlatılan etkinliklerin başarısının sürekliliğiyle doğru orantılı olduğu bir kez daha görülmüş oldu ve bu yıl da Bakanlığımız, TÜROFED ve TÜRSAB'IN işbirliğiyle yeni bir kampanya başlatıldı.

Tüm yıl turizm yapılabilen Anadolu'da tatilin gezi amaçlı etkinliklerle de tamamlanması yönündeki tanıtımla kültürel etkinliklere daha çok katılım ve müze ziyaretleriyle tatmin seviyesi daha da yükselecek olan bir gezginlik anlayışı hâkim olacaktır.

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 uyarınca kurulması öngörülen kent müzeleri ve kentlerin turizme yönelik olarak düzenlenmesi çalışmalarlarıyla da desteklenen bir turizm anlayışı hem iç hem de dış pazardan alınacak payın artışıyla birlikte yıllık olumsuzluklardan etkilenmeyen bir yapıya ulaşacaktır.

