

Ankara

Ankara Turizm Fuarına hazırlanıyor



SORU: Şimdiye kadar okuduğum yazılarınızdan çıkardığım sonuç, turizmde ülkemizin kendini taşıyacak yeterli güce sahip olduğudur. Ankara'nın da iç turizmde özel bir yeri olduğunu düşünüyorum. Düzenlenecek bir fuarın bu potansiyelin değerlendirilmesine katkısı olur mu acaba?
Canan YURT

YANIT: Ankara'da 21 ile 24 Ocak 2010 tarihleri arasında gerçekleştirilecek olan Turizm Ve Tatil Günleri Fuarı'nın hazırlık çalışmaları sırasında, iç turizmin gücünü giderek artırdığını bir kez daha gözlemleme fırsatını buldum.

REM Fuarcılık Şirketi Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Necati TAHTADELEN ile görüşmemizde de sorudaki tema doğru bir çıkış noktası olarak ilgimizi çekti. İstanbul (EMITT) ve İzmir'de (Travel Turkey) düzenlenen fuarların ardından, Ankara'da da düzenlenecek bu tür bir fuarın diğerleri gibi kalıcı bir kimlik kazanacağı ümidindeyim.

Ankara'nın kendi potansiyelinin yanında, çevre illerle birlikte güçlü, bir hitap gücüne sahip olduğunu Atatürk Kültür Merkezi'nde açılan bölgesel tanıtım etkinliklerinde de görmüş ve yazılarımızda duyurmuştuk. Başkent'teki yaklaşık 120 diplomatik temsilcilik ve uluslararası kuruluşa da hitap edebilecek bir etkinlik Ankaralı ve çevre illerden gelen ziyaretçilere tatil seçenekleri sunarken katılımcıların da gerçekten verimli sonuçlar elde etmesini sağlayacaktır.

Bu bağlamda, gelişime yönelik analizlerimi de sizlerle paylaşmak istiyorum. Turizmde "Take-off" noktasını gerilerde bırakmış olan Türkiye'nin bir turizm ülkesi olarak, sayın okurumuzun dile getirdiği öz değerleri üzerinden turizm ve tanıtım gerçekleştirebilecek bir aşamada olduğunu kabul etmek gerektiğini düşünüyorum. İç turizm olarak nitelenebilecek olan hareketin 20 milyon kişiye ulaştığı, yıllık izinleri gezi amacıyla değerlendirme eğilimlerinin arttığı bir ülkenin gücü göz ardı edilemez.

Kültür ve turizm Bakanı Sayın Ertuğrul GÜNAY, Antalya'da Türkiye'nin sanatı, mutfağı, musikisi, gösterileri, müzeleri, arkeolojik alanları ve hayat tarzıyla marka ülke haline dönüşmesi dileğini ifade ederken iç turizmdeki gücümüze değinmesi Anadolu Turizm İşletmecileri olarak gücümüzü yükseltmiştir.

Sayın Bakan'ın değindiği gibi, ülkenin değer yargılarını keşfetmemiz ve gücümüzü benimsememiz gerekir. Turizmi önce kendi halkı için geliştiren devletlerin başarıyı daha çabuk yakaladığını biliyoruz. İçimizdeki potansiyeli kimse bizden daha iyi bilemez, ifade edemez ve değerlendiremez. Kendimizi tanımladığımızda yerimizi de tespit etmiş oluruz.

Yurttaşların ülkelerini daha yakından tanıyıp tanıtması turizmin temel ilkelerinden biridir. Bu bağlamda, tarihimizde yer alan iki olayın üzerinde durarak günümüzdeki gelişmeleri daha iyi anlayabileceğimizi düşünüyorum.

İstanbul'da bir sanayi sergisi ile başlatılan, neredeyse 100 yılı deviren turizm tarihimizde, Cumhuriyet'in ilk kurumlarından olan Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu (6 Kasım 1923) yurt dışından gelenlere verdiği hizmet kadar yurtiçi turlara verdiği önemle de bu konuda günümüze kadar gelen tanıtma hareketlerine kaynak olacak bir başlangıca imza atmıştır. 1930'lu yıllarda, İstanbul'da düzenlenen tren turlarına katılanların sayısının 30 bine kadar yükseldiği bilinmektedir.

Bu bağlamda, İstanbul'da açılan Karadeniz Vapuru Projesi sergisine de değinmeden geçemeyeceğim. Proje Cumhuriyet'in ilanından üç yıl sonra, Atatürk'ün önerisiyle gerçekleştirildi. Türkiye'yi tanıtan çeşitli ürünlerin sergilendiği gemi, 12 Haziran 1926 tarihinde İstanbul'dan demir aldıktan sonra 12 ülkede 16 kente uğradı. Karadeniz Vapuru, 86 günde 10 bin mil yol kat ettikten sonra, 5 Eylül 1926 tarihinde İstanbul'a döndü.

Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın kuruluşu ile dünya çapında belirlenen ilkeler çerçevesinde yürütülen tanıtım faaliyetleri günümüzde çağdaş bir anlayışla öncelikle dış pazara hitap edecek bir şekilde başarılı ve yaratıcı ve örnek alınan faaliyetler olarak sürdürülmektedir. Avrupa ülkelerinde olduğu gibi, iç pazarı ön plana alan, pazarın gereklerine uygun yapılanma ve pazarlama faaliyetlerinden, erken rezervasyon uygulamalarında gördüğümüz gibi sonuç alınacaktır.

Son 20 yılı kendi sinerjisi ile geçiren bir sektörün dışa bağımlılığı giderek azalmaktadır. Bu nedenle yabancı kişi ve kuruluşların değerlendirmelerinden çok, bu ekonomiyi oluşturan işletme, acenta, taşımacı, yatçı ve tedarikçilerden oluşan grupların iç dinamiklerinden yararlanmanın yanında, bizim olan ürünün bereketinin de bizim olabilmesi için hedef ve kaynaklarımızı en iyi bir şekilde belirlemek gerekiyor.

Öncelikle turist sözcüğünün dış turizmi ön plana çıkaran popüler anlamından uzaklaşmak gerekiyor. Kendimizi ve konuklarımızı gezmek, görmek ve gidilen yerdeki imkânlardan yararlanmak isteyen gezginler olarak görmeliyiz. Bu nedenle iletişimi ve katılımı sağlayan dil turizmde de anlaşılır olmalıdır. Geleceğe yönelik bir turizm faaliyeti için yabancıları çekeceği ümidi ile kullanılan tanımlamalardan, yabancılarla turizm profesyonellerine bile sınırlı ölçüde anlam ifade eden yabancı marka ve sözcüklerin himayesinden vazgeçmek gerekir.

Yazımı Sayın Bakan'ın "Yakın bir vadede dünyada belli bir kültür ve gelir düzeyinde olan insanlar eğer Türkiye'yi görmemişlerse yaşamlarında bir eksiklik olduğunu hissetsinler istiyoruz," ifadesini, ülkemizde iç turizmi de kapsayacak şekilde yorumlayarak bitirmek istiyorum.

Seçim AYDIN

Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) İkinci Başkanı
Anadolu Turizm İşletmecileri Derneği (ATİD) Başkanı