

## 6. Bilkent Turizm Forumu Çalışmaları ve Bir Değerlendirme

**Cem TARHAN**

Bilkent Üniversitesi  
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu

6. Bilkent Turizm Forumu 21-22 Mart 2002 tarihleri arasında gerçekleştirildi. Forum bu yıl da, kamu ve özel sektöre hizmet veren turizm profesyonellerinin gözlem, birikim ve değerlendirmelerini, çok sayıda sektör mensubu, değişik üniversitelerin akademisyenleri ve öğrencileri ile paylaşımlarına imkan sağlayan bir ortamda gerçekleşti.

20 panelistin değerli katkılarıyla gerçekleşen Forum'un ilk gününde, "21. Yüzyılın Başlarında Dünya ve Türk Turizmde Gelişmeler" konusu irdelenmiştir. Paneldeki konuşmalarda şu noktaların ön plana çıktığı gözlemlendi:

- Turizm endüstrisini etkileyen gelişimin en etkili ögesi, bilişim teknolojilerindeki ilerleme ve yeniliklerdir. Bilişim olanaklarından, işletme yönetiminde sağladığı avantajlardan daha çok pazarlama yaklaşımlarında, tüketicinin ürün mukayesesi ve seçimi yöntemlerinde ve rezervasyon/satış uygulamalarında yararlanılacaktır. Bu da seyahat acentalarının fonksiyonlarında ciddi değişime sebep olacaktır. Seyahat acentaları yöneticilerinin, hizmet türleri ve niteliklerini bu gerçekler doğrultusunda yeniden şekillendirmeleri gerekirken, diğer turizm işletmelerinin ve Turizm Bakanlığı'nın pazarlama yaklaşımlarını bu gelişmelere uydurmaları da zorunlu olmaktadır.
- Turistin üründe çeşitliliğin artması beklentisi de, tartışılmaya değer bulunmuştur. Her geçengün artan sayıda tüketicinin, tatil arayışlarında yeni türler veya geleneksel türlere yeniliklerin eklenmesiyle özgün kombinasyonlar aradığı saptanmıştır. Örneğin çok büyük bir kitlenin tercihi olan SSS (deniz, güneş, kum) tatilinin, ilgi/kültür unsurları ile zenginleştirilerek EEE (eğlence, çevre, eğitim) anlayışı ile yeniden oluşturulması istenmektedir. Bu bağlamda kurvaziyer, kongre ve doğa turizmine ilginin artmasına karşın, talebin büyük bir bölümünün hala deniz-kum-güneş tercihlerini sürdürmeleri beklenmektedir. Bu noktada Türkiye'nin kültürel ve sosyal zenginliklerine deniz-kum-güneşi ekleyerek, diğer Akdeniz ülkelerinden farklılaşması akılcı bir yaklaşım olacaktır. Ayrıca, düşük talep dönemlerinde doluluğun artırılabilmesi amacı ile,

kongre ve üçüncü yaş turizmi taleplerine yönelik etkinliklerin artırılması üzerinde de durulmuştur.

- Finans kuruluşlarının önderliğinde yaygınlaşan dikey ve yatay entegrasyonlar, özellikle Avrupa turizminin neredeyse tamamının, 3'lü ya da 4'lü şirketler grubunun kontrolüne geçmesine neden olmuştur. Tur operatörü, perakendeci, seyahat acentaları zinciri, konaklama tesisleri ve hava taşımacılığına sahip bu gruplar karşısında tatil sanayii, pazarlık gücünü tamamen yitirmiş, dikte edilen koşulları kabul etmek zorunda bırakılmıştır.

Forum'un ikinci gününde ise, "2001 yılında Türk Turizmi" irdelendi ve aşağıdaki hususlar ön plana çıktı:

- Bu yılın uluslararası turizm hareketi, 11 Eylül'ün damgasını taşımaktadır. Ümit verici bir görünümle başlayan 2001, uçağa binme korkusunun egemen olduğu korkularla kapanmış, hemen ardından büyüyen Irak'la savaş olgusu ile bütünleşerek okyanuslar ötesi uluslararası turizm talebini, yakın destinasyonlara ve Atlantik/Pasifik kurvaziyerlerine kaydırmıştır. Akdeniz çanağı açısından olumsuz sonuçlar yaratan bu gelişimin, 2002 yılını da etkilemesinden endişe edilmektedir.
- Gelişen olumsuz faktörlerin, ülkemiz ekonomisi ve turizm kuruluşlarını etkilemesini önlemek amacı ile 50 milyon dolar tutarında tanıtma-pazarlama ödeneğinin ayrıldığı belirtilmiş ise de, bu ödeneğin yeterliliği tartışılmıştır. Tanıtma giderlerinin, turizm gelirlerinin %2 si düzeyinde olması ilkesi esas alındığında tanıtma bütçemizin 160 milyon dolar düzeyinde olması gerekmektedir. Bu nedenle, turist harcamalarından pay alan işletmelerinde pazarlama kararlarına ve giderlerine katılmaları gereği ile, değişik kamu kuruluşlarının, birbirinden bağımsız ve habersiz sürdürdükleri tanıtma etkinliklerinin koordine edilmelerinin yararına işaret edilmiştir.
- Türk turizm ekonomisinin sağlıklı gelişimi için, yeni pazarlara yönelme gereği üzerinde durulmuştur. Özellikle Çin pazarının imkanları ön plana çıkmıştır. İç turizm talebinin %85'inin yazlık ikinci konutlara yönelik olması nedeniyle seyahat acentalarının hizmetlerine talebin az olduğu belirtilmiştir.

- Turizm hareketinde, tüketiciyi korumaya yönelik yeni bir anlayış işarete değer görülmüştür. Turistin tatil ve seyahati sırasında karşılaştığı güçlükler ile uğradığı zararların daha sonra tazmini zordur. Turistin karşılaştığı güçlükler ve zararlara ivedilikle müdahalede yardımcı olacak, her turiste bir manyetik kart verilmesi uygulaması önerilmiştir. Bu uygulamalar uluslararası seyahat talebini artırarak bir rahatlık sağlayacaktır.
- Ülkemiz turizm arzınının 90'lı yıllarda yaşadığı büyümenin duraksaması önemli bir tartışma konusu olarak görülmüştür. İkinci bir atılım hamlesine gidilmeli ve ihtiyaç olduğu kabul edilen 300.000 yeni yatak yapılmalıdır. Ancak bu denli bir büyüme hamlesinde, girişimciye sağlanacak destek olanaklarının ne olacağı tartışılmalıdır. Kamu maliyesindeki nakit akımı sorunu, 80'li yıllarda sağlanmış olan ucuz kredi ve hibe (kaynak destekleme katkısı) beklentisini yok ederken, bankaların faiz oranları ve kredi verebilme olanakları, proje kredileri olanağını yok etmektedir. Bu amaçla uluslararası

kredi fonlarından yararlanabilmek ise, döviz kurlarında kriz patlamaları endişelerinin yok olmasından sonra mümkün olabilecektir. Yatırımcıların borsadan sermaye ve kredi (tahvil) beklentilerinin ise, Sermaye Piyasası Kurumunun talepleri ile imkansızlaştığı ifade edilmiştir. Bu halde tek etkin teşvik aracı olan kamu arazilerinin yatırımcıya tahsisine ağırlık verilmesi gerekmektedir. Ancak bu noktada, Turizm Merkezleri modeli yaklaşımıyla arazi üretiminin yapılması ve yatırımcıya tahsise hazır hale getirilmesi için 6-8 yıllık bir süreç ve önemli altyapı maliyetlerinin karşılanması gerekir. Kapasite artışı hazırlıkları sürecinde ise, mevcut tesislere yıl boyu talebin artırılması için yöntem ve araçlarının belirlenerek hayata geçirilmesi gerekmektedir.

Gönderilme tarihi  
Kabul

: Mayıs 2002  
: Haziran 2002

Cem Tarhan, Bilkent Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği  
Yüksekokulu, Bilkent, 06533, Ankara  
E-posta : tarhan@tourism.bilkent.edu.tr

## Turizm-Mutfak-Hijyen Semineri'nin Ardından..

**Dündar DENİZER**

Anadolu Üniversitesi  
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu

Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu ve sanayi işbirliği çerçevesinde düzenlenen "Turizm- Mutfak- Hijyen" konulu seminer, 10 Mayıs 2002 tarihinde Sosyal Bilimler Enstitüsünün mavi salonunda gerçekleştirildi. Oturum başkanlığı Doç. Dr. Dündar Denizler tarafından yürütülen seminer, sabah 9.30'da başlayıp, öğleden sonra 17.00'de sona erdi. Konaklama sektöründe faaliyet gösteren İduna, Halit Metal, Güral Porselen, Dizdar Gürçelik, Fagor ve Art Craft gibi şirketlerin sponsorluğunda gerçekleştirilen seminere hem sektör, hem de üniversite çevresinden ilgi gördü.

Sabah oturumunda Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu'ndan Doç. Dr. Feri Maviş dünya mutfaklarından örnekler sundu ve Türk mutfağı ile Uzakdoğu ve Avrupa mutfakları arasındaki farkları anlattı. Fagor A.Ş.'den Uğur Özarlı ve Güçlü Kaplangı konaklama işletmelerinde mutfak projelendirme, yerleşim planı ve otel mutfaklarında kullanılan ekipmanlar ve araç-gereçler konusunda en son bilgileri aktardı. Güral Porselen'den Ahmet Çetin otel işletmelerinde ve bağımsız restoranlarda kullanılan servis takımları ve bunların öne-

mi konusunda bilgiler verdi. Çetin, kendi fabrikalarında 1995 yılında TS-ISO 9001 güvence standardına uygun olarak kurulan sistem sayesinde uluslararası kabul gören kalitede porselen ürünlerinin üretildiğini belirtti. Kullanılan pres baskı teknolojisinde porselen hammaddesinin önce toz haline getirilerek kurutulduğunu ve daha sonra kimyasal bağlayıcılar ilavesiyle yüksek basınç altında porselen üretimi yapıldığını açıkladı.

Öğleden sonraki oturumda Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu'ndan Doç. Dr. Dündar Denizler, otel işletmelerinde ve restoranlarda hijyen ve sanitasyon konusunda bilgi verdi. Günümüzde, hijyen ve temizliğin restoranın dekorasyonu, sofraya düzeni, yemeklerin lezzeti ve servis kalitesinden önce geldiğini vurguladı. Restoranlarda hijyen ve temizliğin başta çalışan personel ve müşterilerin sağlığı ile yakından ilgili olduğunu; bunun için çalışanların kişisel temizliğe, ortamın temizliğine ve araç ve gereçlerin temizliğine önem vermeleri gerektiğini belirtti. Dankim A.Ş.'den Kerem Uluçaylı ise temizliğin kimyası ve otel işletmelerinde kullanılan temizlik ürünleri konusunda bilgiler verdi. Otel işletmelerinde ya da restoran-