

THE VOICE

of Travel



**BİRLİKTE
AŞACAĞIZ**



Firuz B. Bağlıkaya
TÜRSAB Yönetim Kurulu Başkanı



**BU ZORLU
DÖNEMDEN
ORTAK AKIL VE
DAYANIŞMAYLA
ÇIKACAĞIZ**



İnsanlık, yüzyılın en büyük küresel salgınıyla mücadele ediyor. Çin'in Vuhan kentinde başlayan ve son derece hızlı biçimde dünyanın dört bir yanına yayılan Korona virüsü salgını nedeniyle hayatını kaybeden insan sayısı maalesef ki günden güne artıyor. Temennimiz bu salgının ülkemizde ve dünyada en kısa zamanda kontrol altına alınması, salgından etkilenen insanların da bir an önce sağlığına kavuşmasıdır.

Salgın, insan yaşamı üzerindeki olumsuz etkilerinin yanında dünya ekonomisini de derinden sarsıyor. Uluslararası kuruluşlar ve otoriteler dünya ekonomisinde bu yılı, "kayıp yıl" olarak adlandırıyorlar. Bu süreçte Korona virüsü salgınından en çok yara alan sektör ise şüphesiz turizm oldu. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) "Yeni Tip Korona Virüsü" salgını sonrası yaptığı değerlendirmede, 2020 yılı için ilk etapta uluslararası turist sayısında yüzde 30'lar seviyesinde kayıp öngörürken, turizm gelirlerinde de en az 300 ila 450 milyar Dolar arasında düşüş tahmin edildiğini açıkladı. Ancak salgının devam etmesi durumunda dünya turizminde kaybın çok daha büyük olmasından endişe ediliyor.

Tüm bu verilerin de gösterdiği üzere sektör olarak çok zor zamanlardan geçiyoruz. Salgın dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'de de turizm sektörünü derinden etkiliyor. Ne zaman sona ereceği öngörülemez bir süreçten geçiyoruz. Mevcut koşullar Türk turizminin, bugüne kadarki en ağır krizini yaşadığını gösteriyor. Özellikle turizm sektörünün lokomotifini olan seyahat acentalarımız için bir var olma süreci yaşanıyor. TÜRSAB olarak biz de bu dönemde seyahat acentalarımızın varlıklarını sürdürülebilmeleri, ayakta kalarak mesleklerini devam ettirebilmeleri adına elimizden gelen çabayı gösterdik, göstermeye devam ediyoruz.

Henüz ülkemizde vaka görülmeden önce oluşturduğumuz kriz masası ile salgının olası etkilerini değerlendirerek alınması gereken önlemler konusunda adımlar attık. Bu çerçevede, sektörümüzün sürdürülebilirliğini sağlamak adına, Cumhurbaşkanlığı başta olmak üzere Hazine ve Maliye Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı gibi resmi kurumlar nezdinde girişimlerde bulunarak sektörümüz adına destek taleplerimizi sunduk. THY, TCDD, TOBB, SHGM gibi kurum ve kuruluşlarla da temasa geçerek sektörümüz adına taleplerimizi ilettik ve yapılması gerekenler hususunda bilgi paylaşımında bulunduk.

TÜRSAB olarak 1618 Sayılı Kanun uyarınca üyelerimizin Birliğimize ödemekle yükümlü oldukları aidatların bu yıl alınmaması için Kültür ve Turizm Bakanlığı'na

başvurduk ve takipçisi olarak kabul edilmesini sağladık. Üyelerimizin omuzlarındaki ağır yükü bir nebze de olsa hafifletebilmek adına attığımız bu adımla, Türkiye’de üyelerinden alacağı aidattan feragat eden tek kurum olduk.

Bununla birlikte seyahat acentalarımızın mali değer ifade edebilmesi ve dileyenlerin bu değer üzerinden belge devri yapabilmeleri, dileyenlerin bu değeri teminat göstererek kredi temin edebilmesine olanak sağlayacak düzenlemelerin hayata geçirilmesi için girişimlerde bulunduk. Bu çerçevede kayıt ücretini 300.000 TL düzeyine çıkartılarak üyelerimizin öz varlıklarının değerinin yükseltilmesini sağlamanın yanında yıllık aidatların 300 TL düzeyine çekilmesi hususundaki taleplerimizi resmi makamlara ilettik. Bu konuda TBMM Komisyon toplantısında taleplerimizi dile getirdiğimiz gibi, tüm komisyon üyeleri ve siyasi partilere de yazılı olarak ilettik.

Ayrıca içinde bulunduğumuz süreç nedeniyle seyahat acentalarımızın bozulan nakit akışını göz önünde bulundurarak, tüketicilere gerçekleştirilecek geri ödemelerin hava yollarında olduğu gibi her şey normale döndükten 2 ay sonraya ertelenmesi hususundaki talebimizi Ticaret Bakanlığı’na sunduk.

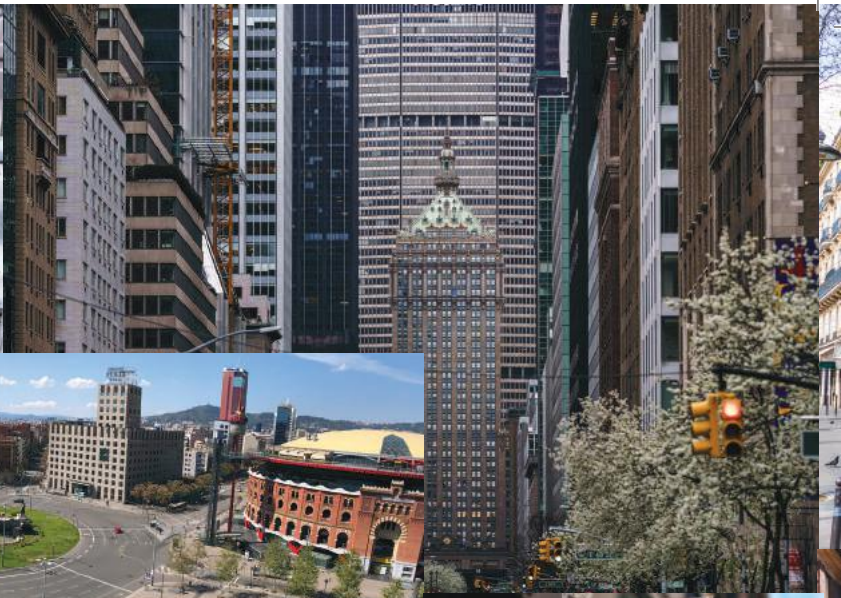
Kısa Çalışma Ödeneği süresinin 9 aya çıkartılması ve üyelerimizin KGF destekli uygun ve kolay erişilebilir krediye ulaşması için resmi makamlar nezdinde başvurularımızı yaptık. Tüketicilerin tatillerini iptal etmek yerine ertelemelerini sağlayacak bir kampanya olan “Vazgeçme-Ertele” kampanyasını hayata geçirdik. Avrupa’da uygulanan örneklerde olduğu gibi iade ödemelerinin askıya alınması ve tatil kuponu olanağı getirilmesi hususundaki taleplerimizi resmi mercilere ilettik.

Bunların yanı sıra bizzat Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından uygulamaya konulacak hususlardaki taleplerimiz; seyahat acentalarının işyerlerini açma zorunluğunun askıya alınması, hatta evden çalışma olanağının kalıcı olarak sağlanması, otel-acentası ilişkilerinin düzenlenerek bu olağanüstü dönemde uygulanmaması gereken sözleşme hükümlerinin askıya alınmasının yönetmelik çalışması ile sağlanması olarak iletilmiş olup, çözümleri konusunda atılacak adımları umutla bekliyoruz.

Taleplerimizin kabulü için Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın desteği ve takibine ihtiyaç duyulmaktadır. Bizler elimizden gelenin fazlasını otaya koyarken, ilgililerin de bu çabaya gereken desteği vermesi beklentimiz sürmektedir.

Yaşanan zorlukları göğüslemenin yolu sektörün birlik ve bütünlük içinde hareket etmesinden geçiyor. Turizm; seyahat acentaları, havayolu şirketleri, otelleri, transfer hizmeti veren şirketleriyle bir bütündür. Bu bütünün lokomotifini konumunda yer alan seyahat acentaları olmadan bu sektör olmaz. Daha önce yaşadığımız krizlerde olduğu gibi bu zorlu dönemden de ortak akılla ve dayanışmayla çıkacağız. İçinden geçmekte olduğumuz bu sürecin hem dünyada hem de ülkemizde en az kayıp ve zararla atlatılmasını ve hayatın olağan akışına yeniden dönmesini temenni ediyorum. Sağlıcakla kalın.

- 06 EN ZOR SINAV**
- 10 TÜRSAB NELER YAPTI?**
- 12 TURİZM İSTİŞARE KURULU FAALİYETLERİ**
- 16 FİRUZ B. BAĞLIKAYA: TATİLİNİ İPTAL ETME, ERTELE**
- 18 LEVENT NART:**
SALGINLAR GELENEKSEL SİGORTANIN DIŞINDA
- 20 KÜLTÜR TURİZMİ**
- 28 KUZAYDEKİ CENNET**
- 38 TÜRSAB ROTA İLE YENİ BİR İŞ MODELİ**
- 42 TURİZMDE KADIN GÜCÜ**
- 52 ADANMIŞLIK, SABIR VE MEMLEKET AŞKININ**
MUHTEŞEM HİKAYESİ: AYŞE NUR YILMAZER
- 58 KADIN HİKAYELERİYLE İSTANBUL**
- 64 DOSTA VEDA:**
CELAL ALPAY'IN ARDINDAN
- 68 SUAT ARIKAN:**
AVRUPA'DA TÜRK OPERACILARDAN KORKUYORLAR
- 74 TURİZM SEKTÖRÜNDE YENİ**
TRENDLER VE STANDARTLAR
- 76 HER ZAMAN DAHA BÜYÜK BALIK VARDIR**
- 80 MARKA VE ÖTESİ**





THE VOICE *of Travel*

*The Voice of Travel Dergisi'nin tüm
içerik hakları TÜRSAB'a aittir.
İzin almadan kullanılamaz.*

TÜRSAB
TÜRKİYE SEYAHAT AÇENTALARI BİRLİĞİ
ASSOCIATION OF TURKISH TRAVEL AGENCIES

TÜRSAB Adına İmtiyaz Sahibi
Firuz B. Bağlıkaya

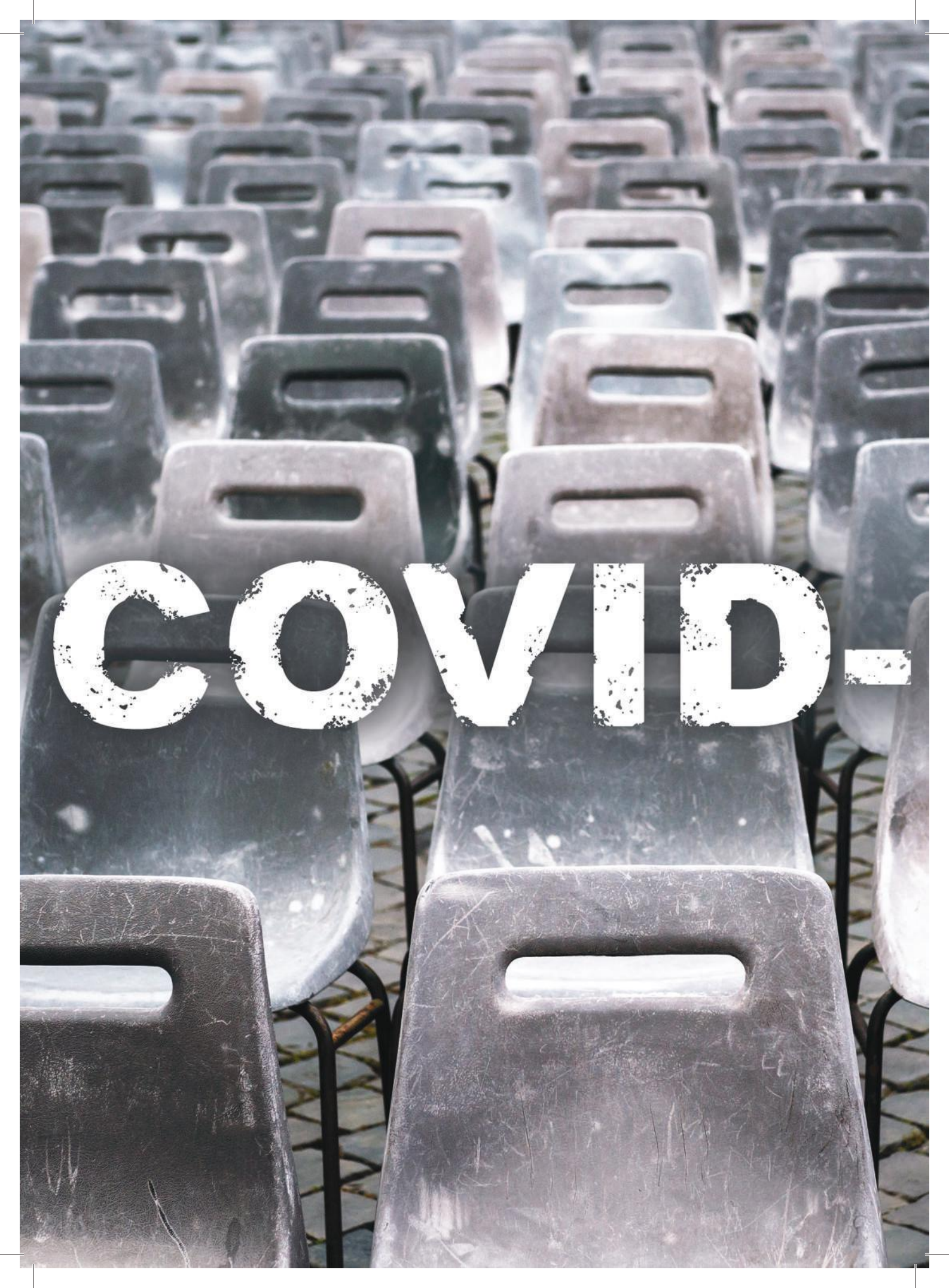
Sorumlu Genel Yayın Yönetmeni
Av. İker Ünsever

Yayın Kurulu
Faruk Pekin
Cemal Kızıltan
İskender Çayla
Iris Gizem Yücel-Yılmaz

TÜRSAB Adına Yayına Hazırlayan
Fusun Altınır

UNICORNIA
Şahkulu Mahallesi Serdar-ı Ekrem Sokak No:15/A
Galata, İstanbul | info@unicornia.istanbul

TÜRSAB, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
Dikilitaş Mah. Aşık Kerem Sok. No:40
Fulya 34349 Beşiktaş, İstanbul
T: 444 45 50 | (0212) 259 84 04 | tursab@tursab.org.tr

The background of the image shows rows of empty, weathered plastic chairs in a stadium or arena. The chairs are dark grey or black, with some showing signs of wear and discoloration. They are arranged in a grid pattern, receding into the distance. The lighting is somewhat dim, creating a somber atmosphere.

COVID-

EN ZOR SINAV

Aralık 2019’da Çin’in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve yaygın isimleriyle Koronavirüs ya da Corona Virüsü olarak bilinen “2019-nCoV” virüsünün yarattığı hastalık, Dünya Sağlık Örgütü tarafından 11 Şubat’ta Covid-19 olarak isimlendirildi. Mart sonu itibariyle 200’den fazla ülke ve bölgeye yayılarak dünya üzerindeki yaşamı felç eden Covid-19 pandemi ilan edilmesine neden oldu. Çin’de başlayıp tüm dünyaya hızla yayıldıktan sonra, başta İtalya olmak üzere dünya turizminin önemli kalelerini birer birer yıkan Covid-19 ülkemizi de etkisi altına aldı.

Olağan koşullarda bu sayfalarda, önümüzdeki yaz sezonu için yapılan hazırlıkların, sektörel beklentilerin ve geçen yılın değerlendirmesinin yer aldığı bir “Kıyı Turizmi” dosyası bulacaktınız. Ancak bir anda gündeme bomba gibi düşerek hayatlarımızı değiştiren Covid-19, tıpkı gündelik yaşantımızı olduğu gibi sayfalarımızı da işgal ederek kendine yer açtı. Sürecin başından itibaren gündeme hızlı bir şekilde müdahil olan TÜRSAB yönetiminin, acentaların acil sorunlarının çözümü için yaptığı çalışmaların kısa bir özetini bulacaksınız. İşte sektörümüzün gördüğü en zor sınavdan bölümler...

TURİZM İSTİŞARE KURULU
T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANİ
MEHMET NURİ ERSOY İLE

10.03. 2020

**COVID-19 SALGININI
DEĞERLENDİRDİ**



Turizm İstişare Kurulu Kültür ve Turizm Bakanını Mehmet Nuri Ersoy ile Ankara'da bir araya gelerek, turizm endüstrisini etkisi altına alan Covid-19 virüsünün sektöre etkilerini ve sezon öncesi hazırlıkları değerlendirdi.

Toplantıda koronavirüs salgınının tüm dünyayı etkisi altına aldığı belirtilirken, durumun ekonomik yansımalarına ilişkin değerlendirmelerde bulunuldu. Covid-19 salgınının tüm dünyada en ağır biçimde etkileyeceği sektörün turizm olduğunu vurgulayan Turizm İstişare Kurulu Üyeleri, UNWTO'nun 2020 yılında turist sayısının (varışlar) yüzde 3-4 civarında düşeceği yönündeki öngörüsünü Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Ersoy ile paylaştı.

Dünya genelinde görülen karantina uygulamaları, medyada her geçen gün artan haberler ve sosyal medyadaki paylaşımların tüketicilerin seyahat kararlarını olumsuz etkilediğine dikkat çeken Turizm İstişare Kurulu Üyeleri, yaşanan süreçten ülkemiz turizm sektörünün de olumsuz biçimde etkilenmeye başladığını dile getirdiler. Turizm İstişare Kurulu Üyeleri, ileri tarihli rezervasyon iptallerinin ciddi boyuta ulaştığını dile getirerek yaşanan bu olumsuz süreçten sektörün daha az etkilenmesi için "Eylem Planı" önerisini Bakan Ersoy'a sundular. Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy toplantı sonunda yaptığı değerlendirmede sektörün sıkıntılarını atlatılabilmesi için tedbirlerin alınarak uygulamaya konulması hususunda gerekli planlamanın yapılacağını belirtti.

**TURİZM İSTİŞARE KURULU'NUN
BAKANLIĞA İLETTİĞİ TALEPLER:**

- KOBİ desteklerinin artırılması,
- SGK, KDV, muhtasar gibi ödemelerin yıl sonuna kadar ertelenmesi,
- Turizm endüstrisinde istihdam desteklerinin artırılması,
- Sektör işletmelerinin başta tur operatörü, konaklama ve yeme-içme sektörü işletmeleri olmak üzere nakit akışını teminen, teminatsız uzun vadeli KGF kaynaklı EXIMBANK ve diğer bankalardan uygun koşullarda kredi sağlanması,
- Mevcut kredi taksitlerinin faizsiz olarak yıl sonuna kadar ertelenmesi,
- Yurtiçi turizmi destekleyecek rezervasyon arttırıcı önlemlerin gözden geçirilmesi,
- Tur operatörlerine ve uçak firmalarına destek verilmesi,
- Konaklama vergisinin 2020 Kasım ayı sonuna kadar ertelenmesi,
- Enerji, gaz, su ve atık su maliyetlerinin azaltılması yönünde teşviklerin uygulamaya alınması.



TÜRSAB'DAN DESTEK PAKETİNE İLİŞKİN AÇIKLAMA

Covid-19 salgını, insan hayatı ve sağlığı üzerindeki elim etkilerinin sonucu olarak, küresel ticaret ve dünya ekonomisini de ciddi şekilde etkilemektedir. Özellikle turizm endüstrisi, koronavirüs salgınından en çok etkilenen sektörlerin başında gelmektedir. Cumhurbaşkanımız tarafından açıklanan (Covid-19) virüs salgını önlem paketleri için çok teşekkür ederiz. Bizlere bir nebze nefes aldıracaktır. Fakat bu amansız salgının, getirdiği ekonomik sonuçlardan en fazla seyahat acentacılığı sektörü ve TÜRSAB üyeleri etkilenmiştir. Acenta ve tur operatörlerimizin, salgın bitse dahi yıl sonuna kadar iş yapamayacağı kesinleşmiştir. Bu nedenle aşağıdaki önerilerimizin de göz önüne alınarak acentelerimize özel bir çalışma yapılması, ülke ekonomimizin lokomotif sektörü turizm açısından çok önemlidir.

Yaşanan olağanüstü durumun devam ediyor olması, seyahat acentaları faaliyetlerinin sürdürülebilirliği üzerinde önemli baskı oluşturmakta, finansal açıdan da durma noktasına getirmektedir. Seyahat Acentaları olarak beklen-timiz açıklanan destek paketine ilişkin yapılacak düzenlemelerde;

1. 2020 yılı TÜRSAB aidatlarının alınmaması ile ilgili TC Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın onayı gerekir,
2. TÜRSAB üyelerinin, havayolu ve otellere gelecek işler ile ilgili yaptığı ön ödemelerin iade edilmesi,
3. Turizm taşımacılığı KDV'sinin %1'e indirilmesi,
4. Turizm ajans payı vergisinin yıl sonuna kadar alınmaması,
5. Seyahat acentalarına uzun vadeli, kolay erişilebilir kredi olanakları ve acentalara hibe kredi veya 2 yıl geri ödemesiz "sıfır" faizli kredi desteği,
6. Nakit akışı bozulan seyahat acentalarının banka borçlarının bir yıl süreyle ertelenmesi,
7. İptal edilen tur ve rezervasyonlarda hizmet bedellerinin düşülerek, ücretin iade edilmesinin yasal hale gelmesi,
8. "Vazgeçme, Ertele" kampanyamızın kamu otoritelerince kamu spotu olarak paylaşılması,
9. İç hat iptallerinde grup iadeleri yapılmamaktadır. İç hat grup bilet iptallerinin iade edilmesi,
10. Ofis kiralının zamana yayılarak ertelenmesi,
11. Acentalar 9 ay iş yapamayacaklardır. Seyahat acentalarına özel, SGK ve vergilerden 6 ay muafiyet sağlanması. Mart ve Nisan'da ödenecek SGK vergi ve stopajların da bu uygulamaya dahil edilmesi,
12. Haziran 2020 sonuna kadar çek ödemelerinden kaynaklı sıkıntılara sicil affı getirilmesi,
13. Acentalarımızın en önemli maliyet kalemi, personel maliyetidir. Çalışanın korunması ve yetişmiş insan gücünü kaybetmemek ve yüzbinlerce acente çalışanını korumak adına, 9 ay istihdam desteği sağlanması hususunda taleplerimizin karşılanması seyahat acentaları olarak en büyük beklentimizdir.

Sektör temsilcileri olarak Covid-19 salgınının etkilerinin yönetilme sürecinde vatandaşlarımızın sağlığı ve güven-liği için her türlü koruyucu tedbiri almaya devam edeceğiz.

COVID

QUARAN

COVID-19

COVID-19 SALGINI
BAŞLADIĞI ANDAN İTİBAREN
TÜRSAB TARAFINDAN

**NELER
YAPILDI?**

KRİZ MASASI

• Koronavirüsün etkisini hissettirmeye başladığı ilk andan itibaren TÜRSAB Genel Merkez Binası'nda bir kriz masası oluşturuldu. Yaşanan tüm gelişmeler kriz masası gündemine alınarak değerlendirildi, yapılması gerekenler belirlendi.

TİK İLE KOORDİNASYON

• Sürecin başından itibaren koronavirüs etkisinin değerlendirilmesi amacıyla Turizm İstişare Kurulu Üyeleri ile koordineli bir çalışma gerçekleştirildi.

BİLGİ KİTAPÇIĞI

• Üyelerin bilgilendirilmesi amacıyla içeriğinde koronavirüse karşı alınacak önlemler ve sektöre olası etkilerine yönelik değerlendirmelerin yer aldığı geniş kapsamlı bir Bilgi Kitapçığı hazırlandı.

BİLGİLENDİRME PLATFORMU

• Üyelerimizin koronavirüs salgını konusundaki gelişmelerden hızlı bir şekilde haberdar olmasını sağlamak için resmî web sitesi üzerinden ulaşılabilen "Korona Virüs Bilgilendirme Platformu" kuruldu.

BASIN ÇALIŞMALARI

• TÜRSAB Başkanı ve Yönetim Kurulu üyeleri katıldıkları TV programlarıyla Covid-19 salgınının turizm sektörüne yansımalarını

değerlendirerek, tüketicilerin bilgilendirilmesine yönelik açıklamalarda bulundular.

TÜRSAB Baş Hukuk Danışmanı katıldığı TV programlarında Covid-19 salgınının seyahat acentaları ve tüketiciler açısından oluşturduğu hukuki durum konusunda kamuoyunu bilgilendirdi.

TÜRSAB TV'de konu ile ilgili, üyeleri ve kamuoyunu bilgilendiren programlar gerçekleştirildi.

YASAL SÜREÇLER

TÜRSAB Hukuk Departmanı üye acentaları ve tüketicileri, yeni tip koronavirüsün yol açtığı duruma ilişkin yasal süreçler konusunda düzenli olarak bilgilendirmeye devam ediyor.

Seyahat acentalarımızın, 1618 sayılı Seyahat Acentaları Birliği Kanunu uyarınca, yıllık aidat ödeme yükümlülüğünden 2020 yılı için muaf tutulması yönünde Kültür ve Turizm Bakanlığı'na talep yazısı hazırlanarak gönderildi.

Seyahat acentalarının 1618 sayılı Kanun uyarınca, iş yerlerinde mesleklerini ifa etme zorunluluğunun hiçbir yaptırıma ve cezai işleme tabi tutulmaksızın 2020 yılı Nisan ayı sonuna kadar kaldırılması ve belirtilen tarihe kadar işyerlerini açmadan online olarak tüketicilere ve diğer paydaşlara hizmet verip, iş ve işlemlerini takip edebilmelerini sağlamak için Kültür ve Turizm Bakanlığı'na talepte bulunuldu.

Koronavirüs salgınının turizm sektörüne ekonomik açıdan vereceği zararın önüne geçilmesi amacıyla resmi makamlar nezdinde girişimlerde bulunuldu.

TURİZM İSTİŞARE KURULU FAALİYETLERİ

Turizm İstişare Kurulu'nca Hazine ve Maliye Bakan Yardımcısı Osman Dinçbaş ile bir görüşme gerçekleştirilerek turizm sektörünün koronavirüs salgını nedeniyle uğradığı ve uğrayacağı zarara ilişkin bir bilgilendirme yapıldı ve aşağıdaki maddeleri içeren destek talebinde bulunuldu:

- İçinde bulunduğumuz koşullarda, turizm ve yeme içme işletmeleri üzerinde büyük yük oluşturan SGK, KDV, muhtasar, konaklama gibi vergi ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı payı dahil diğer kamu yüklerinin tahsilatının 2020 yılı sonuna kadar ertelenmesi ve sonrasında da bu meblağının yeniden yapılandırılarak faizsiz ödenebilmesinin sağlanması.
- Tur operatörü işletmeleri ve seyahat acentaları öncelikli olmak üzere, konaklama ve yeme-içme işletmelerinin bozulan nakit akışlarının düzeltilmesi için, uzun vadeli, düşük faizli ve teminatsız KGF ve Hazine garantili ilave kredi imkanları ile diğer bankalardan kredi desteklerinin sağlanması ve kredi kullanım koşullarının kolaylaştırılarak sürecin hızlandırılması.
- Turizm sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin mevcut kredi borçlarının ana para ve faiz ödemelerinin 2021 yılı Eylül ayına kadar ertelenerek uygun faiz oranı ile yeniden yapılandırılması, yapılandırma işlemleri tamamlanana kadar mevcut yasal takiplerin dondurulması ve yeni yasal takiplerin yapılmaması.
- Turizm sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin üçüncü şahıslara olan vebelere karşı takiplerde, haciz ve muhafaza işlemlerinde işletme bütünlüğünün bozulmasını, işletme faaliyetini kesintiye uğramasını önleyecek kararların alınması.
- Turizm sektörünün, enerji, doğal gaz ve su maliyetlerinin azaltılabilmesi için 2634/16. madde hükümlerinin yeniden uygulanması.
- Turizm şirketlerine ait devreden KDV alacaklarının, bu şirketler ve bu şirketler ile aynı gruba dahil ilişkili şirketlerin vergi ve diğer kamu borçlarından mahsup edilmesinin süratle sağlanması.

• Kamu kurum ve kuruluşları ve vakıflar tarafından turizm amaçlı tahsis edilen turizm tesisleri için ödenen irtifak ve kullanım bedelleri, kira, işletme hakkı bedeli ve diğer benzeri ödemelerin bir yıl süreyle ertelenmesi ve sonrası dönemde, uygun bir faizle yeniden yapılandırılması.

• Koronavirüs salgınına bağlı olarak ülke sınırlarının giriş ve çıkışlara kapatılması durumunda, turizm sektörü tarafından istihdam edilen kişilerin, ücretlerinin bir kısmının kamu tarafından karşılanması.

• Yurtiçi uçuşlarda ve turizm taşımacılığında %18 olarak uygulanan KDV'nin yıl sonuna kadar %1 olarak uygulanması.

• Her işletmede Bakanlık tarafından sertifikalandırılmış ilk eylemli rehberin istihdamı ile ilgili tüm yükün kaldırılması. Bundan eylemli rehberlerin faydalandırılması. Mükellefiyet sınırının altında geliri olan eylemli rehberlerin bir kereye mahsus olmak üzere mikro hibe ile desteklenmesi.

• Kurumlar vergisi mükelleflerinin yatırım teşvik belgesi kapsamındaki yatırımlarına ilişkin olarak hak kazandıkları yatırıma katkı tutarlarının, yatırım döneminde istihdam edilen personele ödenen ücretler üzerinden kesilerek ödemesi gereken Gelir Vergisi Stopajlarına mahsubunun sağlanarak en az iki yıl süresince kullandırılmasının mümkün hale getirilmesi.

• Kanuni ve iş merkezi Türkiye'de bulunan müesseselerde çalışan kişilere Gelir Vergisi Kanunu'nun 23/17. madde kapsamındaki ücret ödemelerinin, bu müesseselerde mevcut ekonomik şartlar da dikkate alınmak suretiyle, istihdamın devamlılığının sağlanabilmesi için, en az iki yıl süreyle %95'inin gelir vergisinden istisna edilmesinin sağlanması.

• İŞKUR tarafından "Kısa Çalışma ve Kısa Çalışma Ödeneği"nin devreye girmesi.

Ayrıca Turizm İstişare Kurulu tarafından Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanı ile koronavirüs salgınının istihdama yansımalarının değerlendirileceği, sektöre teşvik ve destek sağlanması için taleplerin sunulacağı bir toplantı girişimi gerçekleştirildi.





BARCELONA
29/03/2020

BERLİN
18/03/2020



LONDRA
23/03/2020





ROMA
10/03/2020



İSTANBUL
29/03/2020



NEWYORK
28/03/2020

ULUSLARARASI GİRİŞİMLER

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, WTTC ve ECTAA ile temasa geçilerek dayanışma çağrısı yapılmış ve karşılıklı bilgi paylaşımı yapılması hususunda niyet beyanında bulunulmuştur.

Almanya, Fransa, İngiltere, Hollanda, ABD, İspanya, Belçika, Yunanistan, Polonya, İran, İtalya'daki TÜRSAB'ın muadili olan seyahat acentaları birlikleri ile iletişime geçilerek dayanışma dilekleri iletilerek, virüs salgını konusunda turizm sektörünün alabileceği önlemlerle ilgili fikir alışverişinde bulunuldu.

TÜRSAB KURUMSAL

Mart ayı sonunda yapılması planlanan Olağanüstü Genel Kurul ileri bir tarihe ertelendi.

TÜRSAB Genel Merkez binasında kişisel hijyenin sağlanması amacıyla tüm personele dezenfektan dağıtıldı, binadaki tüm katlara özel dezenfektanlar konuldu. T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan bilgilendirme broşürleri tüm çalışanlara ve Bölge Temsil Kurullarına e-posta yoluyla iletilti.

Devlet otoritelerinin açıklamaları ve uyarıları yönünde; uluslararası fuar katılımları iptal edildi. TÜRSAB Genel Merkez ve Bölge Temsil Kurulları'nda yapılacak olan tüm etkinlikler, toplantılar, eğitimler de ileri bir tarihe ötelendi.

FİRUZ B. BAĞLIKAYA:

"TATİLİNİ İPTAL ETME ERTELE"

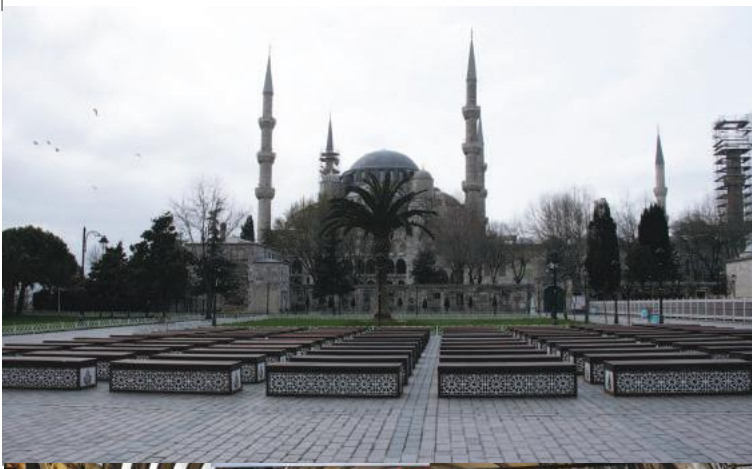
Türkiye Seyahat Acentaları Birliği Başkanı Firuz B. Bağlıkaya, TÜRSAB TV canlı yayınında global bir krize dönüşen koronavirüs salgınının Türkiye turizm sektörüne etkileri ve sektörün beklentileri hakkında gazetecilerin sorularını yanıtladı. Bloomberg HT Haber Koordinatörü Ali Çağatay'ın moderatörlüğünde gerçekleşen programda, Turizm Güncel Köşe Yazarı Savaş Daş ve Sabah Gazetesi Turizm Editörü Betül Alakent Bağlıkaya'ya sektörün içinde bulunduğu ekonomik darboğaza dair merak edilenleri sordu.

Koronavirüs salgınından en çok etkilenenlerin seyahat ve turizm sektörleri olduğuna dikkat çeken Firuz B. Bağlıkaya, rezervasyonların bıçak gibi kesildiğini ve ardından iptallerin başladığını belirtti. Bağlıkaya; "Sektör şu anda Kasım, Aralık, Ocak, Şubat aylarında yapılan tüm ön rezervasyonlarını kaybediyor. İptaller ardı ardına gelirken, yeni rezervasyon hiç gelmiyor. Türkiye'ye seyahate gelmek isteyen insanlara rezervasyonlarınızı iptal etmeyin, erteleyin ileri bir tarihe öteleyin yönünde telkinlerde bulunuyoruz. Ancak yurt dışından gelen yeni rezervasyon hiç yok. Yurt içinde de seyahat acentaları çok zor durumda. Şu anda rezervasyon yapmış, tatil satın almış insanların paralarını geri talep ettiği yerler seyahat acentaları. Acenta, parayı alıp cebine koymuyor. Otel, uçak ve diğer servis hizmetleri ödeniyor. Para adreslere dağıtılmış durumda. Seyahat acentası parayı ödemiyecek gibi görünüyor ama para nasıl ödenecek? " diyerek, tüketici hakları düzenlenirken acentaların ve diğer paydaş ilişkilerinin de düzenlenmiş olması gereğine dikkat çekti.

Yaşanan süreçte "Kimsenin gemisini tek başına kurtaramayacağı çok açık" diyen TÜRSAB Başkanı, krizin el birliği ile atlatılabileceğinin altını çizdi. Yurt dışı rezervasyonlarında kayıpların yüzde 35-40 oranına ulaştığına dikkat çeken Bağlıkaya; "Önümüzdeki dönemde sektörde kartlar yeniden dağılacak, oyuncular değişecek gibi görünüyor. Türk turizmciler olarak yerimizde sapaşlam olmamız lazım ki bu arayı mümkün olduğunca telafi edebilelim. Krizin ne zaman biteceğinin öngörülemezliğinden dolayı şubat, mart, nisan ayları gitti. Şu anda sektör sıfıra doğru gidiyor. Yaşadığımız şey çoklu organ yetmezliği gibi. Uçak seferleri iptal olduğundan yabancı turist gelmesi mümkün değil. İç turizmde vatandaşın tatilini iptal etme, erteleme çağırısı yapıyoruz" sözleriyle sektörde yaşananları dile getirdi.

"TURİZM SEKTÖRÜ TÜM DÜNYADA TARİHİNİN EN ZOR SINAVINI VERİYOR"

Sektör paydaşlarının birlikte hareket ettiğini belirten Bağlıkaya, Turizm İstişare Kurulu (TİK) olarak istihdam, likidite akışı ve kamuya olan yükümlülüklerin ertelenmesi gibi başlıkların ilgili Bakanlıklara iletilmesini söyledi. Konaklama vergisinin ertelenmesi ve sektörde toplu işten çıkarmaların önüne geçilmesi için gerekli önlemlerin alınması gerektiğini belirten Bağlıkaya; "Bu dönemde kilit gördüğümüz kalifiye kadroların mağdur edilmemesi için devlet desteğinin olmasını talep ediyoruz. Küçük işletmelerimiz için belli bir rakama kadar teminatsız kredi talebimiz oldu. Bizim beklediğimiz şey; turizm segmentiyle ilgili ekonomik önlemlerin alınması. Bütün bu taleplerimizle ilgili Cumhurbaşkanlığımızın yapacağı açıklamayı bekliyoruz. Likidite akışının sağlanması, kamu borçları şahıs borçlarının ötelenmesi, işlem yapılmaması lazım. İnanıyorum ki herkesi tatmin edecek bir paket açıklanacak. Bakanlığımızdan 2020 aidatlarının alınmaması konusunda yetki istedik. İkinci olarak evden çalışmayla ilgili müsaade istedik. Çünkü acentaların açık bulundurulma zorunluluğu var, bu konuda cevap bekliyoruz. Ayrıca bugün İstanbul Büyükşehir



Belediyesi'nde yapılan toplantıda belediye nezdinde acentalara yük olacak vergilerin ötelenmesiyle ilgili talepte bulunduk. Salgının insani boyutuyla ilgili bütün dünya çaresiz. Sistemin suyu tüketici ve sistem kilitlendi. Yeni duruma adapte olarak yeni önlemlerin alınması lazım. Bu şekilde ekonomik olarak ülkemizi ve sektörümüzü ayakta tutabiliriz" sözleriyle seyahat acentalarının beklentilerini dile getirdi.

"GLOBAL ONLINE FİRMALAR VATANDAŞI MAĞDUR ETTİ"

Bağlıkaya; "Bu süreçte yaşanan seyahat kısıtlamasından dolayı global online internet sitelerinden, hiç tanımadığımız şirketlerden tatil satın alanların eli yandı. Vatandaş hiçbir servis alamadığı gibi parasını da alamıyor. Kriz var, neredeler? Online şirketlerin hiçbiri şimdi ortada yok. Bir şey değişecek mi; evet değişecek. Biz insani bir iş yapıyoruz. Temas ağırlıklı bir iş yapıyoruz. Bu krizden sonra bu online şirketlere olan ilgi azalacak, insanlar muhatap bulabileceği bir acentaya başvuracak. Ticaret, tekrar bizim yapmakta olduğumuz şekle dönecek. Global anlamda

bir konsolidasyon yaşanacak. Türkiye aldığı önlemler ve vaka sayısının az olması nedeniyle rakipleri arasında avantajlı bir durumda. Sağlık Bakanlığımız bugüne kadar çok başarılı bir operasyon yürüttü. Alınan önlemleri dünyaya anlatabilsek fiyatta ve talepte düşüş yaşamayız" dedi.

"TİK İLE YERLİ TURİST İÇİN UYGUN FİYATLI TATİL ÜZERİNDE ÇALIŞIYORUZ"

Turizm İstişare Kurulu (TİK) ile birlikte koronavirüs salgını sonrasında sektörü canlandıracak adımlar atmak için çalıştıklarını ifade eden Bağlıkaya; "Yaz aylarında yerli turist tatil yapabilmesi için mümkün olduğunca standart ve uygun tatil paket hazırlıklarımız var. Hava yollarının belli destinasyonlara ve otellerinse belli bir kapasiteye kadar sabit fiyat uygulaması yapabileceğini, acentaların da bunu paket haline getirerek minimum giderleri kadar bir masraf üstüne ekleyerek satma konusunda bir çalışmamız var. Bununla ilgili görüşmeler yapıyoruz. Ayrıca sezon öncesi her şey dahil sistem konusunda da yeni tedbirler almak gerekebilir" dedi.



“ — SALGINLAR GELENEKSEL SİGORTANIN DIŞINDA — ”

Koronavirüs salgınının henüz etkisini hissettirmeye başladığı dönemde gerçekleştirdiğimiz bu röportajda NART Sigorta Yönetim Kurulu Başkanı Levent Nart, koronavirüs karşında turizm sektörünün kendini sigorta yoluyla nasıl koruyabileceği hakkındaki sorularımızı yanıtladı.

Salgın hastalıklarla saldırıların geleneksel sigortaların kapsamı dışında kaldığını söyleyen Levent Nart “Bu tarz riskler sigortalının ihtiyaçları özelinde yaratılan çözümler ile teminat altına alınabilir” diyor.

Özlem Ertan

Turizm sektörü dünyanın iki numaralı önemli sektörü, Türkiye ise dünyanın en önemli turizm destinasyonlarından. Türkiye'nin net ihracat yapan en önemli sektörünü nasıl koruyabiliriz?

Turizm sektörünün risklerini değerlendirmek için yatırım ve operasyon dönemlerini ayrı ayrı değerlendirmek daha doğru olacaktır. Yatırım döneminin en başında proje ve dizayn konusunda hizmet sağlayıcılarının verdikleri hizmetlerden doğacak sorumluluklarına karşı yatırımcının kendini koruması için ana yükleniciden mesleki mesuliyet poliçesi yaptırması gerekmektedir. Proje inşaat aşamasına geçtiğinde ana yüklenici ve tüm taşeronlarını kapsayacak bir inşaat all risk poliçesi, inşaat sırasında dolabilecek risklere karşı hem iş sahibini hem de ana yükleniciyi öz kaynaklarına, dolayısı ile inşaat sürecine zarar verebilecek maddi zararlara karşı korur. Ek olarak ALOP teminatı ile inşaat süresinde oluşan ve açılış tarihini öteleyecek hasarlardan doğacak kâr kaybını teminat altına alabiliriz.

Operasyon döneminde ise hem yangın ve yangına bağlı kâr kaybı poliçeleri hem de sorumluluk poliçeleri ile sabit kıymetlerde oluşacak hasarlar, bu hasarlara bağlı kâr kayıpları, otel sahibi ve işletmecilerin misafir, çalışan ve üçüncü şahıslara karşı sorumlulukları teminat altına alınabilir.

Koronavirüse karşı turizm sektörü sigorta yoluyla nasıl korunabilir?

Turizm yatırımlarının karşı karşıya kaldığı en büyük risklerden biri düşük geçen sezon ve rezervasyon iptalleri. Gerek salgın hastalıkları gerekse ilgili ülke veya bölge sınırları içinde oluşabilecek bir saldırı gibi, potansiyel zararlıların fikirlerini değiştirmesine sebep olabilecek olaylar geleneksel sigortaların kapsamı dışında kalmaktadır. Bu tarz riskler sigortalının ihtiyaçları özelinde yaratılan çözümler ile teminat altına alınabilir. Örnek vermek gerekirse "loss of attraction" teminatı ile havaalanına

yapılacak bir saldırı ile sigortalıda direkt maddi hasar oluşmasa bile doğacak kâr kaybı veya bir salgın hastalığı etken sebep olarak kabul eden parametrik sigorta ile salgın sonucu oluşacak kâr kaybı teminat altına alınabilir. Burada önemli ayrıntı, tüm sigorta poliçelerinde olduğu gibi risk oluşmadan veya aşikâr olmadan teminatların alınmış olması gerekliliğidir. Yani bir turizm tesisi bu teminatları almak için salgın olmasını veya bir saldırı gerçekleşmesini beklerse, olay sonrası teminatlara ulaşmakta sıkıntı yaşayabilir. Ancak bu korumalar zaten tesis faaliyet gösterdiği sürece olması gerektiği için alınır, olay gerçekleştiğinde teminatlar devreye girerek tesisin kayıplarını poliçe şart ve limitleri çerçevesinde telafi eder.

Parametrik sigortalar hakkında bizi bilgilendirir misiniz?

Geleneksel sigortalarda sigorta hasarı gerçekleştiğinde hasarın tespiti, mutabakatı, tedavisi ve sonuçlandırılması arasında önemli bir zaman kaybı yaşanıyor. Parametrik sigortalarda ise bir parametre; mesela 7 şiddetinde bir İstanbul depremi gerçekleştiğinde, otelimde bir hasar olmasa bile belirlenen bir meblağı her azalan iptal ile ilgili ödeyen bir sigorta türü. Örneğin terör saldırı dolayısı ile doluluk oranında %20'yi aşan bir düşüşte net gelir kaybı ödenir. Yenilikçi olan burada parametre ve parametre gerçekleştiğinde ödenecek rakam kesin olarak belirlenmesi.

Broker olarak NART hakkında bilgi verir misiniz? Broker'ın turizm sektörünün risklerinin yönetilmesindeki rolü nedir?

Projelere özel Risk Management forumları düzenliyoruz. Bu yıl da turizm sektörünü konu alacağız. Türkiye'de ve dünyada 136 şirkette risklerin plasmanını, risklerin tespit ve analizini yapıp, ihtiyaca yönelik wording geliştiriyoruz. Hasar ödemelerinin, koordinasyonunun konsorsiyum partnerlerin arasında ihtilafa vermeden çözümlüyoruz.



KÜLTÜR

TURİZMİ

TÜRKİYE TURİZMİNİN

LOKOMOTİFİ

OLMALIDIR

Faruk Pekin

Turizm ve seyahat alanında tüm dünyada başlangıçta Güneş Deniz Kum (G.D.K.) yani kıyı turizmi değil, kültür turizmi öndeydi. Ardından kaplıcalar başta olmak üzere sağlık turizmi geldi. Derken Avrupalılar, Fransa ve İtalya kıyısına inmeye başladılar. Daha sonra da Akdeniz çanağındaki, ardından dünyanın bazı yerlerindeki kıyı turizmi belirleyici olmaya başladı. Bu arada yeni eğilimler, yeni meraklar, yeni uğraşlar turizmde yeni alanlar açtı; niş alt kollar yarattı.

Günümüzde turizm çeşitleri tartışmalarında çoğu uzman, turizm (tourism) ve seyahat (travel) ya da “tur” sözcüklerini eşitlemekte, bazıları “sıfat cinsinden turizm” türleri, “özel kavramsal” türler ayrımları yapmaktadırlar. Günümüzde turizm alanında neredeyse 130 dolayında turizm türü kullanılmaktadır. İnternette dolaşırsanız, özellikle “wikipedia”nın “wikipedia tourism” “tourism”, “cultural tourism” sayfalarında çok değişik türlerden söz edildiğini göreceksiniz.

Türkiye’de özel ya da vakıf üniversitelerinde turizm üzerine dersler veren öğretim üyelerinin bir kısmı, turizm ile ilgili okullarda okutulan kitapların bazıları turizmi sınıflandırırken şöyle bir yaklaşımda bulunmaktadır: “Turizm ikiye ayrılır: Geleneksel turizm yani güneş-deniz-kum turizmi ve alternatif turizm.” Böylesi bir yaklaşım doğru değildir, işlevsel değildir, bilimsel değildir. Alaska, Kanada, Sibiry, Kuzey İskandinavya gibi ülkeler için böylesi bir yaklaşımın ne anlamı olabilir? Böylesi bir

yaklaşım yalnızca dış turizmi düşünenler tarafından Türkiye için uydurulmuş olmalı.

“Kültürel turizm”i ya da daha doğru bir terimle “kültür turizmi”ni tanımlamak çok kolay değil elbette. “Kültür” sözcüğü çok geniş bir alanı kapsıyor ve bu nedenle kişiden kişiye değişen tanımlara konu oluyor. Sözcüğü en geniş anlamıyla düşünersek her türlü insan etkinliğini bu başlık altında ifade etmek ya da tanımlamak mümkün. Kültür kavramına, geçmişe ait değişmez, durgun bir “ürünler bütünü” yerine sürekli gelişmekte olan bir süreç olarak bakarsak, kültür turizmini böylesine geniş kapsamlı ele almak zorundayız.

“Kültür turizmi nedir?” sorusuna verilecek cevap ilk planda oldukça zordur, çünkü şu anda hem turizm ve seyahat sektöründe, hem de bu alana ilişkin araştırmalarda değişik tanımlar vardır. Operasyonel açıdan seyahat acentecisi, ulaştığı amaçlar açısından kültür gezgini değişik tanımlar yapabilmektedir.

Öncelikle şunu belirtmeliyiz ki, kültür yalnızca müzeleri, galerileri, gösteri ve sahne sanatlarını, ören yerlerini, somut kültürel mirası değil, somut olmayan kültürel mirası da, daha doğrusu yaşam biçimini de kapsar. İkinci olarak; kültür yalnızca kentleri değil, kırsal kesimi, köyleri de kapsar. Bunları belirtmemizin nedeni bazı uzmanların kültür turizmi kavramını kasaba turizmi, kent turizmi (city tourism) ya da yaratıcı turizm (creative tourism) kavramları ile bir tutma eğilimidir.

KÜLTÜR TURİZMİ, DOĞAL VE TARİHSEL KÜLTÜR VARLIKLARINI, KÜLTÜREL ETKİNLİKLERİ VE GÜNCEL SANAT ESERLERİNİ, KÜLTÜR SANAYİLERİNİN SONUÇLARINI, BAZI SOSYO-EKONOMİK OLGULARI TURİSTİK BİR ÜRÜN BİÇİMİNDE GEZGİNLERİN HİZMETİNE SUNAN BİR TURİZM ANLAYIŞIDIR. YALNIZCA TARİHSEL OLANI DEĞİL, GÜNCELİ DE KAPSAYAN BİR TERİMDİR.

KÜLTÜR TURİZMİ NEDİR?

Kültür turizminin iki yönü vardır:

1 | Kültür mirası (geçmişe ait olan her şey)

2 | Yaşayan kültür;

a. gelenekler, görenekler, folklor, dinsel inançlar, mutfak... yaşam kültürü,

b. Çağdaş kültür ürünleri, gösteri ve sahne sanatları, yaratıcı, kültür endüstrilerinin tüm sonuçları...

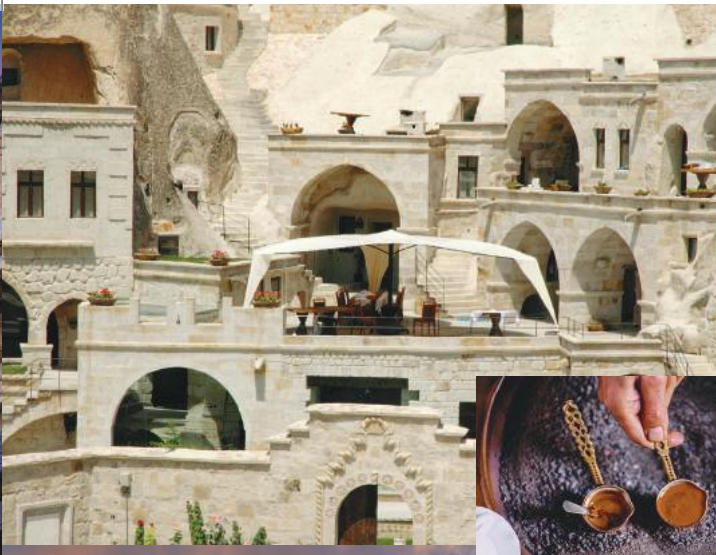
Turizmin, kültür gezilerinin pratiğinden gelen bir yaklaşımla şöyle bir tanım yapabiliriz: Kültür turizmi, doğal ve tarihsel kültür varlıklarını, kültürel etkinlikleri ve güncel sanat eserlerini, kültür sanatlarının sonuçlarını, bazı sosyo-ekonomik olguları turistik bir ürün biçiminde gezginlerin hizmetine sunan bir turizm anlayışıdır. Yalnızca tarihsel olanı değil, günceli de kapsayan bir terimdir.

Tüm doğal ve kültürel miras, (somut ve somut olmayan) arkeolojik, tarihsel kültür varlıkları, müzeler, örenyerleri, anıtsal yapılar, dinsel yapılar, kırsal ve kentsel sivil mimari örnekleri, saraylar, kaleler, bahçeler, temalı parklar, mezarlar, türbeler ve her türlü güncel sanat eseri ve etkinliği (sahne sanatları, görsel sanatlar, resim, edebiyat, roman, şiir, müzik, dans, heykel, film, fotoğraf... moda, web, grafik tasarımları...

festivaller, konserler, bienaller, sergiler...), zanaatlar, etnografya, botanik, flora ve fauna, folklor, geleneksel ve güncel yaşam biçimleri, mutfak, içki, bazı sosyo-ekonomik olgular (gecekondu, sivil toplum kuruluşları, dinsel motifler, değişik study tours konuları...) her türlü kültür ürünü bu tanımın içindedir. Bu nedenle böcekçilik, kuşculuk, İpek Yolu turizmi, kruvaziyer turizmi, ekoturizm, trekking ...gibi "alternatif" olduğu belirtilen geziler, doğrudan maç turnuvaları dışındaki spor turları, doğa gezileri, doğrudan hac seferleri dışındaki inanç turizmi, special interest tours, study tours, geographical expeditions, educational tours ile kongre, fuar, sergi ve sağlık turizminin pre ve post gezileri bu tanım kapsamındadır.*

Biz Türkiye'de genellikle birçok terimi yanlış kullanıyoruz ya da bazı terimlere farklı anlamlar yüklüyoruz. Kültür turizmi yaklaşımı karşısına kitle turizmi (mass tourism), her şey dahil konsepti, macera turizmi, alternatif turizm, deniz turizmi gibi yaklaşımlar koymak doğru değil. Çünkü Türkiye'deki kültür turizmi kapsamındaki gezilerin çoğu her şey dahil gerçekleştirilmektedir. Bu turların bir kısmı kitle turizmi olarak yapılmaktadır. Aynı şekilde, içinde Pamukkale ya da Kapadokya adı geçen her gezi de kültür turu olmayabilir.

*Faruk Pekin, Çözüm: Kültür Turizmi, İletişim Yayınları, İstanbul 2011, s. 151



KÜLTÜR TURİZMİNİN ÖZELLİKLERİ



• Kültür turizmi ekonomik anlamda, nadir, az bulunan bir üründür. Bu nedenle kültür turizmi ekonomideki “mukayeseli üstünlükler” niteliğine sahiptir.

• Bu “mukayeseli üstünlük” Türkiye’nin sahip olduğu özel ve özgün kültürel çeşitlilik, tarihsel derinlik, “biricik” olma durumu ile doğal ve kültürel mirasın coğrafik yaygınlığından dolayı benzerlerinden de üstündür.

• Arz açısından nadir ürünlerden olan kültür gezileri birçok gezgin açısından “olmazsa olmaz”lardandır. Aşırı terör olayları, savaş, öldürücü bir hastalığın yaygınlaşması, çok ağır politik tavrı almalar gibi bazı konular dışında turizmin diğer türlerine göre daha istikrarlı bir talebe sahiptir.

• Kültür gezilerine katılanların toplumsal statüsü ortalama G.D.K. turizmi müşterilerine göre daha yüksektir.



• Kültür gezilerine katılan gezginler daha eğitilmiş, daha meraklı, daha ilgili, daha özgür, acelesi olmayan, gittiği yerde daha fazla zaman ve para harcayabilen, kültürel ve sanatsal etkinliklere daha duyarlı, gittiği ülkenin günlük yaşamını tanımaya arzulu, doğaya, çevreye, gidilen bölgenin kültürüne ve geleneklerine daha saygılı, yöre insanını tanımaya istekli, gruplar içinde seyahat edebilen kişilerdir.

• Kültür gezginleri kültür sanayileri ürünlerinin çok önemli alıcılarıdır.

• Kültür turizmi gelişmekte olan sanal ortamdan ve global sermaye hareketlerinden G.D.K. turizmine göre çok daha az etkilenmektedir.

• Kültür turizmi turistik gelirlerin ülkesel düzeyde daha geniş alanlara yayılmasında, bölge halklarının turizmden daha geniş oranda pay almasına ve bölgelerin kültür düzeylerinin yükselmesine yöneliktir.

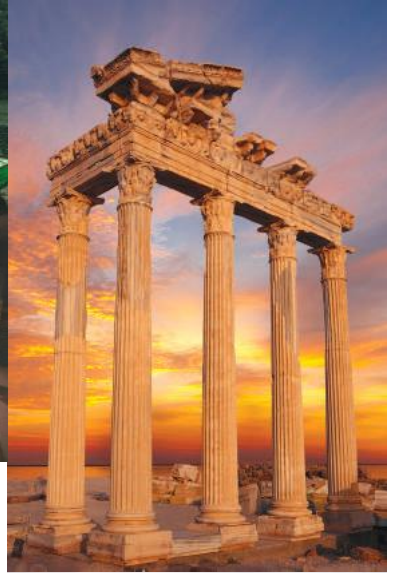
• Kültür turizmi, turistik etkinliği 12 aya yayma potansiyeline sahiptir.

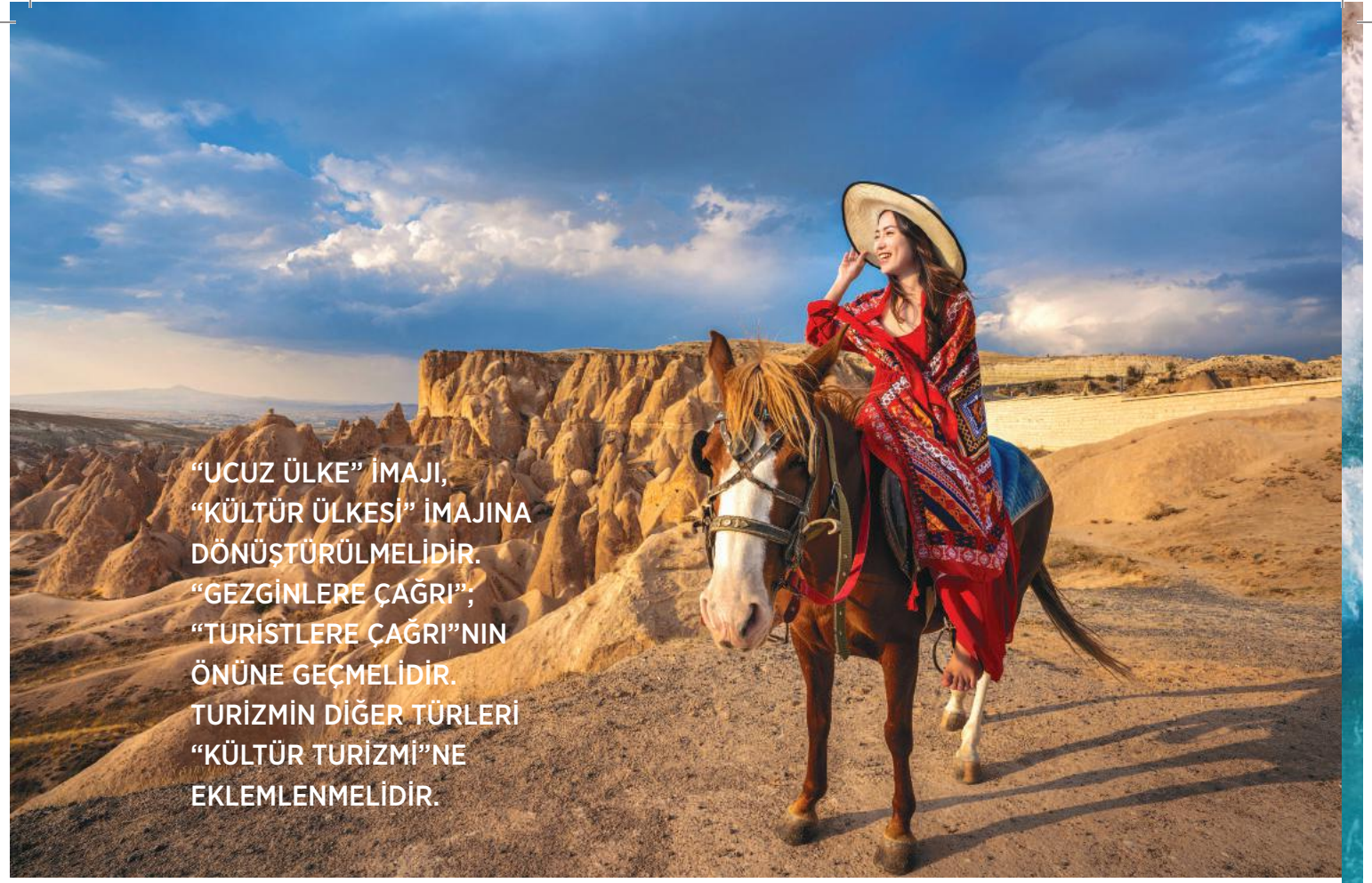


• Kültür turizmi çevreye, tarihsel ve kültürel mirasa karşı daha duyarlıdır.

• Kültür turizminin bir diğer ana hedefi de o ülkede yaşayanlardır. Kültür turizmi denildiğinde yanlış bir yaklaşımla yalnızca Türkiye’ye gelen yabancı turistler anlaşılıyor. Bu çok temel bir yanıltır. Dünyada hiçbir müze, hiçbir ören yeri yalnızca dışarıdan gelenlerin ilgisi ve onların getirisi ile ayakta kalamaz, doğal ve tarihi mirası koruyamaz. Kısacası kültür turizmi aynı zamanda iç turizmi geliştirmek zorunda olan ana turizm bileşenidir.

• İyi yönetildiği takdirde kültür turizminin tükenme, tüketilme zaafı yoktur.





“UCUZ ÜLKE” İMAJI,
“KÜLTÜR ÜLKESİ” İMAJINA
DÖNÜŞTÜRÜLMELİDİR.
“GEZGİNLERE ÇAĞRI”;
“TURİSTLERE ÇAĞRI”NIN
ÖNÜNE GEÇMELİDİR.
TURİZMİN DİĞER TÜRLERİ
“KÜLTÜR TURİZMİ”NE
EKLEMLENMELİDİR.

TÜRKİYE’NİN KÜLTÜR TURİZMİNDEKİ ÜSTÜNLÜĞÜ

Bazı ülkeler yalnızca doğal güzelliklere, bazıları yalnızca kültürel zenginliklere sahiptir. Türkiye gibi sayıları oldukça az ülke hem doğal, hem kültürel mirasa sahiptir. Türkiye bu niteliğiyle, çok kültürlü, çok dinli, çok dilli yapısıyla, eşsiz, sıra dışı bir ülkedir. Ayrıca Asya-Avrupa arasında ciddi bir coğrafi üstünlüğe sahiptir.

Tüm dünyada eğitim düzeyinin yükselmesiyle kültüre ilgi giderek artıyor. Bu nedenle kültür sermayesi yükseliyor, kültürel cazibe merkezleri çoğalıyor. Doğa, tarih, gezi, kültür, macera konulu televizyon kanalları da kültür turizmi doğrultusunda yoğun bir istek yaratıyor. Keşfe meraklı, yeni kültürleri tanımaya arzulu, özgür ruhlu, artan hareket özgürlüğünü kullanmak isteyen, bilinmeyen yerlere telaş etmeden bağımsız da olsa gidebilen gezginlerin sayısı hızla artıyor. Özellikle Avrupa’daki zamanı bol emekliler, yaşlılar ve dünyanın birçok kıyı beldesinde tatil yapmış olanlar yeni kültürel odaklara ilgi duyuyor.

Kültür turizmi şu anda bir yükselen değerdir. Bir niş alandır. Bir ülkenin genelde ekonomide, özelde turizm

alanında gerçek ve kalıcı bir rekabet gücü elde etmede, yerel ve bölgesel ekonomilere katkıda bulunmada, doğal, tarihsel ve kültürel mirası sürdürülebilir kılmada kültür turizmi tek araçtır. Kültürlerarası diyalog geliştirilmesinde, doğal, tarihsel ve kültürel mirasın korunarak paylaşımında, çok kültürlü bir ortama erişimde, kültür bilincinin geliştirilip doğal ve tarihi mirasın gelecek kuşaklara taşınmasında, sürdürülebilir ekonominin gerçekleştirilmesinde en önemli bileşen kültür turizmidir.

Dünya çok büyük ekonomik, siyasal, toplumsal değişimler yaşıyor. Dinlenme ve gezme potansiyeline sahip olanlar içinde kültüre, çevreye saygılı, düşünceli tüketici, “yeşil seyahat” yanlısı gezgin sayıları hızla artıyor. Turizm ve seyahat sözlüğüne katkılar oluyor. Bu nedenle eskimiş turizm kalıplarını bırakıp geleceğin turizmini ya da turizmin geleceğini görmek gerekiyor.

Seçeneklerin bollaştığı, bilginin dijitalleştiği, gezilerin insanların parmak ucunda olduğu, küreselleşen bir dünyada kültür turizmi geçmişe oranla çok daha önem kazanmış durumdadır. Kültür turizmi, kültür sanayileri, yaratıcı sanayiler

Güneş-Deniz-Kum Turizminin Özellikleri

- Kıyı turizmi ikame edilebilir bir turizm türüdür.
- G.D.K. turizmi bol bulunan bir turistik üründür. Örneğin Akdeniz'de, Türkiye kıyı turizminin alternatifi olabilecek onlarca yer vardır.
- G.D.K. turizminin “ucuz olmak” dışında hiçbir rekabet şansı yoktur.
- Bir “bol bulunan ürün” olarak G.D.K. turizminde pazar kaybetme riski oldukça yüksektir. Bu ürün yoğun rekabet nedeniyle her an kaybedilebilir.
- G.D.K. turizmi her an vazgeçilebilecek, değiştirilebilecek bir destinasyonu içerir.
- G.D.K. turizmi küresel sermaye hareketlerinden çok etkilenir. Kırılgan yapısı uluslararası mali ya da siyasi krizlere karşı dirençsiz kılar. Olimpiyatlar, dünya futbol şampiyonası, kuş gribi, “coronavirüs”, karikatür krizi, papaz öldürülmesi... gibi olaylar ve etkinliklerden hemen olumsuz etkilenir.
- Kitle turizmi olarak kıyı turizmi çevreye zarar verir. Yerel kültüre saygı göstermez.
- Kıyı turizmine katılan turistler yerel hakkında bir şey öğrenmeden, yerel insanın, yerelin günlük yaşamını tanımadan ülkelerine dönerler.
- Kıyı turizmi doğası gereği aşırı maliyetli yatırımları gerektirir, ancak teşvikleri, ayrıcalıkları dikkate aldığınızda yatırımın geri dönüş hızı bugünkü rekabet koşullarında çok düşüktür.
- Kıyı turizmi aşırı rekabet içinde her zaman tekelleşme ve yabancı sermayeye bağımlılık tehdidi altındadır.
- Kıyı turizmi, kıyılar dışındaki turistik değerler açısından bölgesel dengesizlikler yaratır.
- G.D.K. turizmi Türkiye örneğinde olduğu gibi, fiyat, kârlılık, kalite, düzey açılarından kültür turizmini aşağı çeken bir türdür.



35 YIL ÖNCE ESAS OLARAK KÜLTÜR TURİZMİ VARDI. TÜRKİYE’NİN TURİZMDEN NET KAZANCI ORANSAL OLARAK DAHA İYİYDİ. KIYILARIMIZ BOMBOŞTU. BETONLAŞMA YOKTU. KIYILARA GÖÇ YOKTU. ARDINDAN YANLIŞ BİR TURİZM YAKLAŞIMI İLE TÜM EKONOMİK, TOPLUMSAL, KÜLTÜREL DENGELER DEĞİŞTİ.

ile turizm ve seyahat arasında entegrasyon sağlayan tek yoldur. Türkiye turizminde kârlı (profitable), sürdürülebilir (sustainable) ve sorumlu (responsible) olabilecek tek yaklaşım kültür turizmidir.

TURİZMİN DİĞER TÜRLERİ KÜLTÜR TURİZMİNE ENDEKSLENMELİDİR

35 yıl önce esas olarak kültür turizmi vardı. Türkiye’nin turizmden net kazancı oransal olarak daha iyiydi. Kıyılarımız bomboştu. Betonlaşma yoktu. Kıyılara göç yoktu. Ardından yanlış bir turizm yaklaşımı ile tüm ekonomik, toplumsal, kültürel dengeler değişti. Turizm endüstrimizi yanlış bir turizm yaklaşımı ile orta-alt sınıftan yabancıların züğürt taleplerine endeksleyince Türkiye turizmini kazanç sağlamayan, daha çok yıpratıp aşındıran bir sömürü eksenine indirdik.

Kültür turizmi denilince elbette bir ülkedeki kültür politikaları, kültür endüstrisi, yaratıcı endüstriler, kültür yönetimi gibi konular devreye girmek zorundadır. Yalnızca ülke açısından değil, kent turizmleri (İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Van, Kars...) açısından da bu konular çok önemli.

Türkiye’de doğal, tarihsel, kültürel mirası, kültür politikalarını dikkate almayan, bunları vizyon ve misyonunun odak noktasına oturtmayan her turizm anlayışı, uzun vadede çökmeye mahkûmdur. Böylesi bir turizm anlayışı geriye ancak artık geri dönüşü olmayan bir doğal, ekonomik, toplumsal ve kültürel enkaz bırakır. Türkiye’nin bu olağanüstü çeşitlilik ve değerdeki doğal, tarihsel ve kültürel varlıklarının artık gerçek anlamda ön plana çıkarılması gerekmektedir. Kıyı turizmi (GDK turizmi) ile kültür turizmi birbirinin alternatifi değildir. Biri diğerinin yerine konulamaz. Türkiye hem kültür turizmi, hem de kıyı turizmi açılarından akıl almaz olanaklara, hiçbir ülkede olmayan bir potansiyele

sahiptir. Ancak bir kısmı, hangi ülkede kaldığının bile farkında olmayan ucuzcu GDK turizmi müşterileri Türkiye’deki turistik tesislere başka ülkelerde ulaşabilecekken, dünya gezginleri Türkiye’deki doğal ve kültür varlıklarına hiçbir yerde ulaşamaz.

“Yalnızca kültür turizmi yapalım, GDK turizmini unutalım” diye bir öneride bulunmuyorum. Türkiye’ye çok pahalıya mal olmuş, doğal ve kültürel mirasımıza zarar vermiş binlerce turistik tesisimizi bugüne kadar olduğu gibi kültür turizmimize daha fazla zarar vermeden yeni bir yaklaşım, fiyat ve hizmet anlayışı içinde kullanmaya devam edebiliriz.

Şimdi görevimiz, turizmde toplamı oluşturan kalemelerden sağlanan gerçek turizm gelirini azaltmadan, yukarıda kısaca sıraladığımız, ekonomide “mukayeseli üstünlükler” özelliğine sahip kültür turizmini lokomotif yapmaktır. Kültür turizmini hem iç, hem dış turizm alanlarında geliştirip, kalite düzeyi gerçekten yüksek, seçkin bir turizm yaklaşımı ile Türkiye’ye toplamda daha yüksek bir gelir sağlamak için uğraş vermektir. Kültür imajlı pazarlama stratejileri geliştirmektir.

“Ucuz ülke” imajı, “kültür ülkesi” imajına dönüştürülmelidir. “Gezginlere Çağrı”; “Turistlere Çağrı”nın önüne geçmelidir. Turizmin diğer türleri “kültür turizmi”ne eklemlenmelidir.

Turizmde yeni eğilimler ve yeni gereksinimler; daha sık, daha kısa geziler, turizm sezonu dışında kalabalıklardan ayrı dolaşma; kültürel, otantik, bölgesel olanın arayışı içinde olma; yeni ürün türlerini, bölgelere özgü kültür paketlerini, kısa gezileri yaratma zorunluluğunu, kısacası kültür turizmini yeniden gündeme getirdi.

Dünyada gündem: Kültür turizmi. İç turizmde de, dış turizmde de. Sorunlu Türkiye turizminin çözümü: Kültür turizmi.

Daha yirmi dört saat
olmadı mavi yolculuk-
tan döneli. Bakır
tepsinin üstünde serili
duruyor getirdiklerim.

Odada bir deniz, bir
yosun kokusu.

va'nın y
karışınca açık
soluyan bu kök
man odasının
duvarı arasınd
çekiliyor, a
güverteye s
balıklar gibi
fırlayışlarla
arıyor sanki. B
çifte karidesle
te solucan gib
çıkarılalı beş
olmayan
kestaneye be
denizfareleri,
üflenince boru
mor, beyaz
benekli şeytan
azmanları, den
nelerinin iğne b



Firuz B. Bağlıkaya |TÜRSAB Başkanı

"TURİZMDEKİ BAŞARIMIZI KÜLTÜR TURİZMİYLE KALICI KILABİLİRİZ"

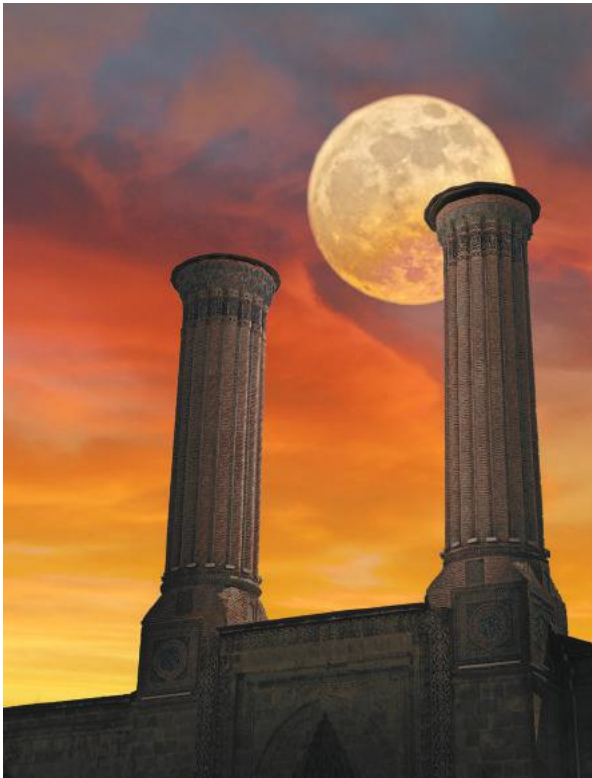
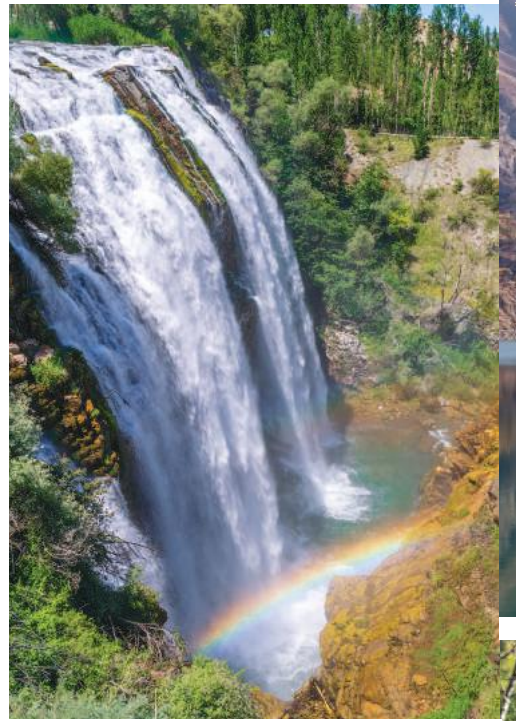
Akdeniz çanağının cennet köşelerinden biri olan Türkiye, 40 yıl gibi kısa bir sürede kıyı turizminin vazgeçilmez destinasyonlarından biri oldu. 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu, kitle turizmi alanındaki yatırımlara sağladığı destekle bugünkü turizm sektörünün oluşmasında büyük rol oynadı. Bu dönemden itibaren kitle turizminde önemli bir büyüme grafiği yakalayan Türkiye, 51.7 milyon ziyaretçi sayısı ve 34.5 milyar dolar turizm gelirinle ulaşılarak ülkemizin en stratejik sektörü haline geldi. Bu süreçte kitle turizmi, nitelikli iş gücü, hizmet kalitesi ve yenilikçi yaklaşımlarla Türkiye'nin en güçlü ürünü oldu. Gelen ziyaretçilerin ülkemizde tercih ettiği destinasyonlara baktığınızda bunu çok rahat görebilirsiniz. 2019 yılında gelen ziyaretçilerimizin yüzde 43'e yakını deniz, kum, güneş turizmiyle öne çıkan kıyı şehirlerini tercih etti. Kıyı turizminin başkenti Antalya 2019 yılında ülkemize gelen yabancı ziyaretçilerin yaklaşık yüzde 33'ünü tek başına ağırlayarak 14.6 milyon yabancıya ev sahipliği yaptı. Türkiye'de bulunan 12 binin üzerinde tesisin 756'sı 5 yıldızlı. Dolayısıyla Akdeniz çanağındaki rakiplerimize göre genç ve nitelikli tesislere sahibiz. Türkiye'nin en büyük rakibi İspanya'da 343 adet 5 yıldızlı otel varken sadece Antalya'da 379 adet 5 yıldızlı tesis mevcut. Bu önemli bir gösterge.

Ülkemizin turizmde ulaştığı bu başarıyı daha kalıcı hale getirebilmek için kitle turizmindeki yükselişimizi özellikle kültür turizmi ile desteklememiz büyük önem taşıyor. Türkiye, coğrafi konumu ve doğal güzelliklerinin eşsizliğinin yanı sıra çok zengin bir tarihi ve kültürel hazineye sahip. Bu zenginliklerimizi dünyada değişen seyahat trendleri çerçevesinde değerlendirebilmeliyiz. İnsanlar kıyı tatillerinde sadece otelde vakit geçirmek istemiyorlar. Dolayısıyla coğrafyamızda yer alan dünya mirasının eşsiz değerlerini, geçmişte olduğu gibi bugün de kültür, deniz-kum-güneş, gastronomiyi veya diğer farklı turizm alternatifleri ile birlikte turistlere sunabilmeliyiz. TÜRSAB olarak biz de ülkemizin zenginliklerini turistlere daha fazla tanıtabilmek ve Türkiye'den daha çok keyif alarak ülkelerine dönmelerini istiyoruz. Bu kapsamda katıldığımız tüm fuar ve etkinliklerde Türkiye'nin tarihi ve kültürel hazinelerini ön plana çıkarıyoruz. Türkiye'nin turizmde hak ettiği değere ulaşması için bu yönde çalışmaya da devam edeceğiz.



Fransa'nın bugün dillere
Rivierası, Akdeniz kıyısında
birtakım yoksul köylerdi bir za
lar. Kuzeyin sisli ufukların
bezmış birkaç İngiliz zengini de
lendirdi orayı, turizmin cen
haline getirdi. Bir bölgeyi k
yerlileri dışarıya doğru değere
remez; dışarıdan gelip o bölge
güzelliğini, elverişliğini yeni ge
ve görünce de dile getirmek, ar
mak, yaymak hevesine kapılan
şairler, yazarlar, aydınlar de
lendirir.







TÜRSAB Kuzeydoğu Anadolu Bölge
Temsil Kurulu Bölgelerini Anlattı:

KUZEYDEKİ CENNET

AĞRI • ARDAHAN • ERZİNCAN
ERZURUM • İĞDIR • KARS

Bu sayımızla birlikte okurlarımızın, TÜRSAB Bölge Temsil Kurulları'nı ve faaliyet bölgelerini daha yakından tanımaları için bir dizi özel röportaja başlıyoruz. İlk konuğumuz, ülkemizin kuzey ucunda faaliyet gösteren Kuzeydoğu Anadolu Bölge Temsil Kurulu.

Ağrı, Ardahan, Erzincan, Erzurum, Iğdır, Kars illerimizdeki TÜRSAB acentelerini temsil eden Kuzeydoğu Anadolu BTK, kuzeydeki gizli cennetin kapılarını The Voice Of Travel için araladı.

Yaz turizmi ile öne çıkan ülkemizde, sert ve uzun kışları olan bir bölgede turizm faaliyeti sürdürüyorsunuz. Bize biraz bölgenin koşullarından ve bölge için yapılması öncelikli yatırımlara dair fikirlerinizden bahseder misiniz?

Bölgemiz önemli kayak merkezlerini barındırıyor. Erzincan'da Ergen Dağı, Erzurum'da Palandöken ve Kars Sarıkamış kayak merkezlerimiz tam kapasite ile hizmet vermekte. Bölgemize yatırımlar yapılıyor; ancak bu yatırımlar giderek artan talebi karşılayamıyor. 4 aylık kayak sezonunda otellerimiz tamamıyla dolu, otel yatak sayısının ve uçak seferlerinin azlığından dolayı bir çok şikayetle karşılaşıyoruz; Türkiye'nin her yerinden insanlar bölgeye gelmek ve deneyimlemek istiyor ancak yer bulamıyorlar.

Bölge coğrafyasından bahsetmek gerekirse; öncelikle kış turizmi açısından en önemli noktalarına bakmak gerekir.



27 PİST

Toplam Pist
Uzunluğu:
28 Km.



Türkiye'nin birinci derecede önemli kayak alanlarına ve 3185 metre zirveye sahip olan Palandöken Dağları, Erzurum ilinin güneyinde yer alır ve doğu-batı yönünde uzanır. Palandöken dağları yaklaşık 70 km uzunlukta, 30 km genişlikte bir alanı kaplamakta. Dağların yükseltileri tabanda 2000 m'den başlayarak 3176 metreye kadar çıkıyor. Palandöken Dağları'nın en yüksek noktasını oluşturan Büyük Ejder Tepesi 3176 metre, Küçük Ejder Tepesi ise 3095 metre ile Erzurum şehir merkezinin güneyinde ve Hınıs Boğazı kayak alanı güney sınırında yükselmekte. Palandöken Kayak Merkezi'ndeki pistler dünyanın en uzun ve dik kayak pistleri arasında yer alıyor. Palandöken Kayak Merkezi'nde profesyonel kayakçıların kayabileceği Uluslararası Kayak Federasyonu (FIS) onaylı kayak pistlerin yanı sıra, çok amaçlı pistler de olmak üzere farklı zorluk derecelerinde toplam 27 adet pist bulunuyor.



2970 m.

Toplam Pist
Uzunluğu:
12 Km.

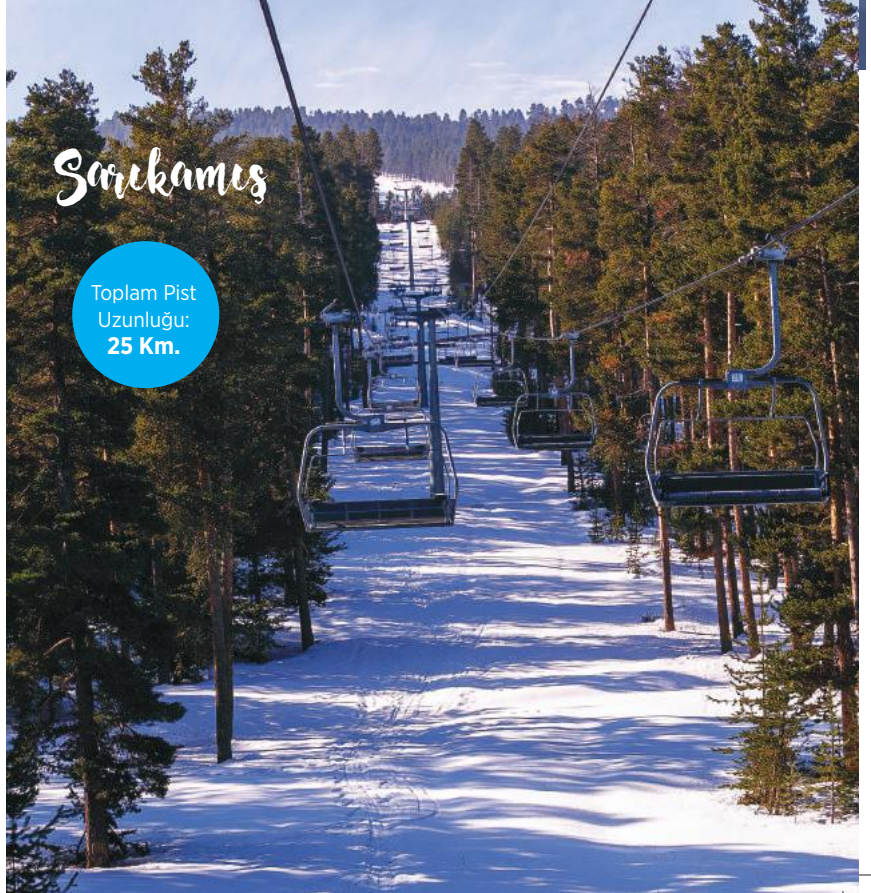
İdeal bir kar kalitesine sahip olan Er-
zincan Ergen Dağı'nda ise Türkiye'nin
en uzun ve farklı zorluk derecesine sa-
hip kayak pistleri yer alıyor. Munzur
Sıra Dağları'nın, eteklerinde bulunan,
2 bin 970 metre yüksekliğindeki Ergen
Dağı Kış Sporları ve Doğa Turizmi
Merkezi, 12 km uzunluğundaki kayak
pistleri ile hem kış turizminde, hem de
yılın on iki ayı farklı şekillerde değer-
lendirilebilecek bir spor turizmi ortamı
sunuyor.

Sarıkavuş'un diğer pistlerden ayıran en
önemli özelliği ise, bölgeye yağın kar
cinsi ve ortamın doğal güzelliği. Kayak
sporu için oldukça elverişli bir zemin
sunan ve dünyada sadece Alpler'de
rastlanan toz kristal kar, ülkemizde
Sarıkavuş'ta bulunuyor. Yılın büyük bir
bölümünün güneşli geçmesine rağmen,
bölgedeki kar, ilk yağdığı günkü özelli-
ğini kaybetmiyor. Ortalama sıcaklığın
yıllık 3-4 derece olduğu Sarıkavuş'un
kayak pistlerinde çıđ tehlikesi yok. Ay-
rıca pistler sarı çam ormanlarıyla çevrili
olduğundan rüzgârdan da korunuyor.



Sarıkavuş

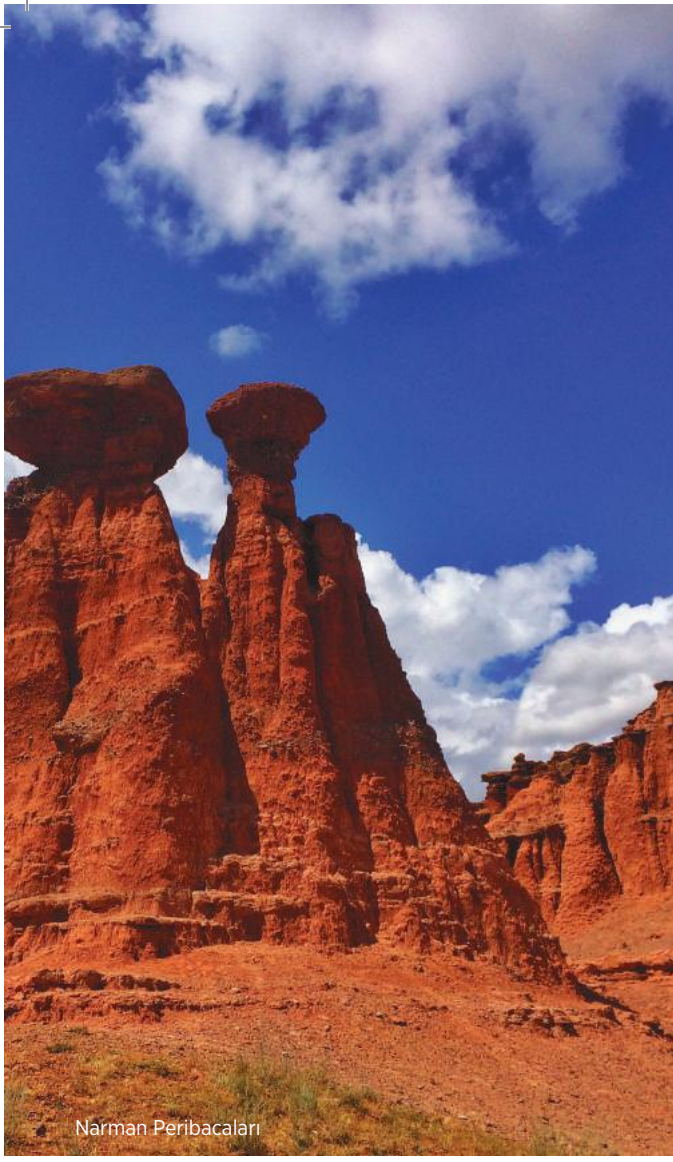
Toplam Pist
Uzunluğu:
25 Km.



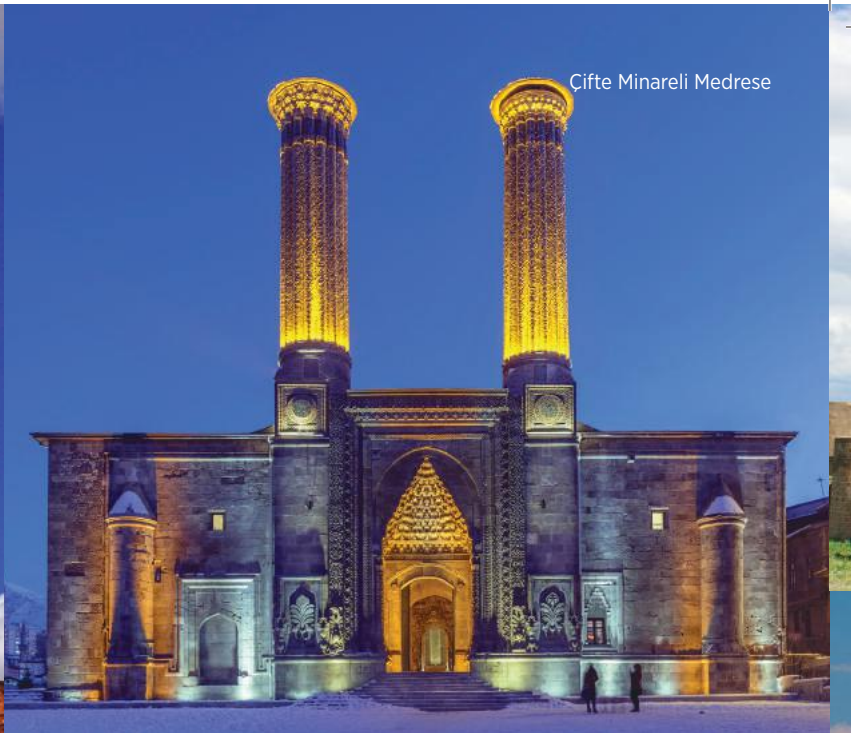
Tortum Şelalesi, Erzurum







Narman Peribacaları



Çifte Minareli Medrese

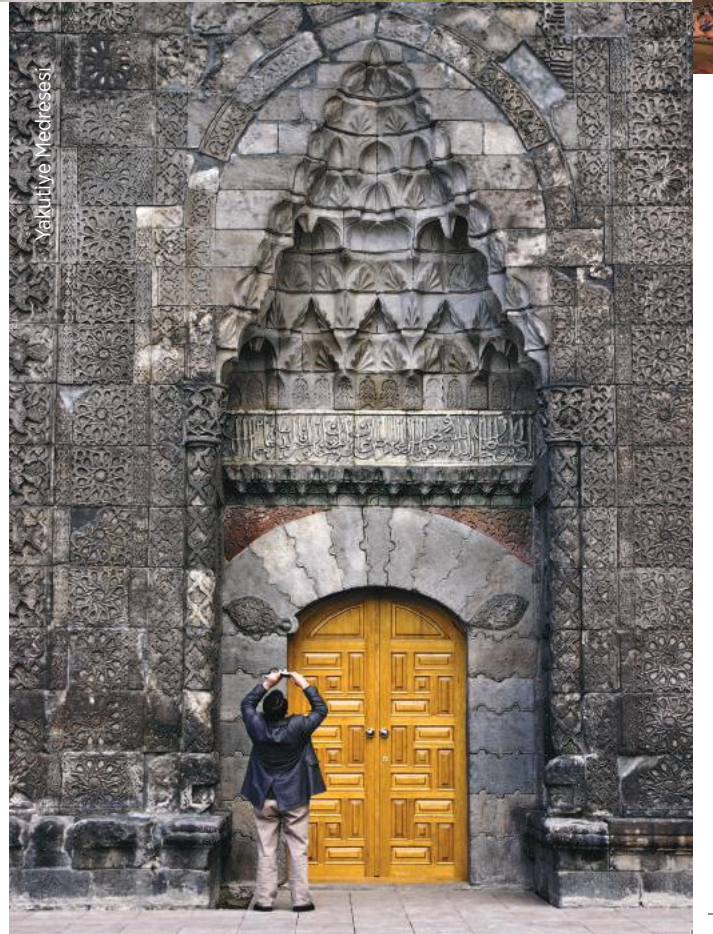


Üç Kümbetler

Bölgeniz kamuoyunda kış turizmi ile öne çıkıyor, ancak potansiyel olarak tarihsel ve kültürel birçok zenginliği barındırdığını biliyoruz. Yılın 12 ayı bölgede neler yapılabileceğinden biraz bahsedermisiniz?

Erzurum'un tarihi yerleri ve kültürel özellikleri saymakla bitiremeyecek kadar çok. Tortum Şelalesi, Narman Peribacaları, Erzurum Arkeoloji Müzesi, Erzurum Kalesi, Üç Kümbetler, Çoban Dede Köprüsü, Yakutiye Menderesesi, Aziziye Tabyası, Çifte Minareli Medrese...

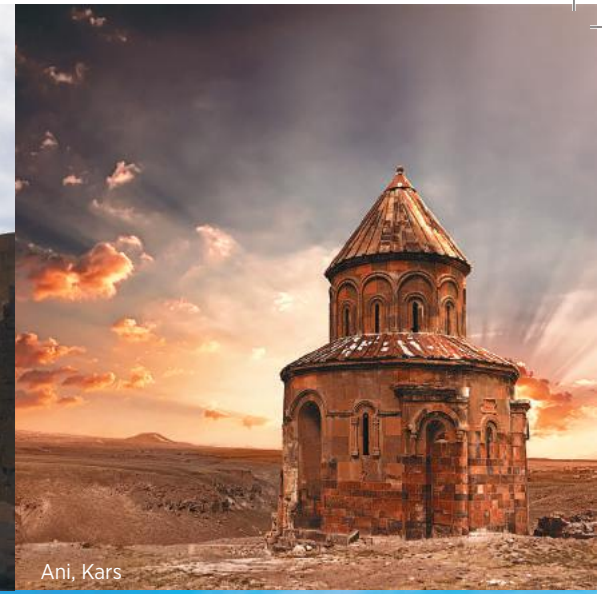
Erzincan'da Girlevik Şelalesi, Munzur Dağları, Karanlık Kanyon, Ağrı'da İshak Paşa Sarayı, Ağrı Dağı, Kars'da Kars Kalesi, Ani Harabeleri, Fethiye Camii, Ardahan'da Çıldır Gölü ilk akla gelenler... Bölgemiz, inanılmaz tarihi ve doğal hazinelerinin yanı sıra her durağında ayrı bir gastronomik keşifle de gezginleri kendine bağlayacak zenginlikler barındırıyor.



Yakutiye Medresesi



Kars Kalesi



Ani, Kars

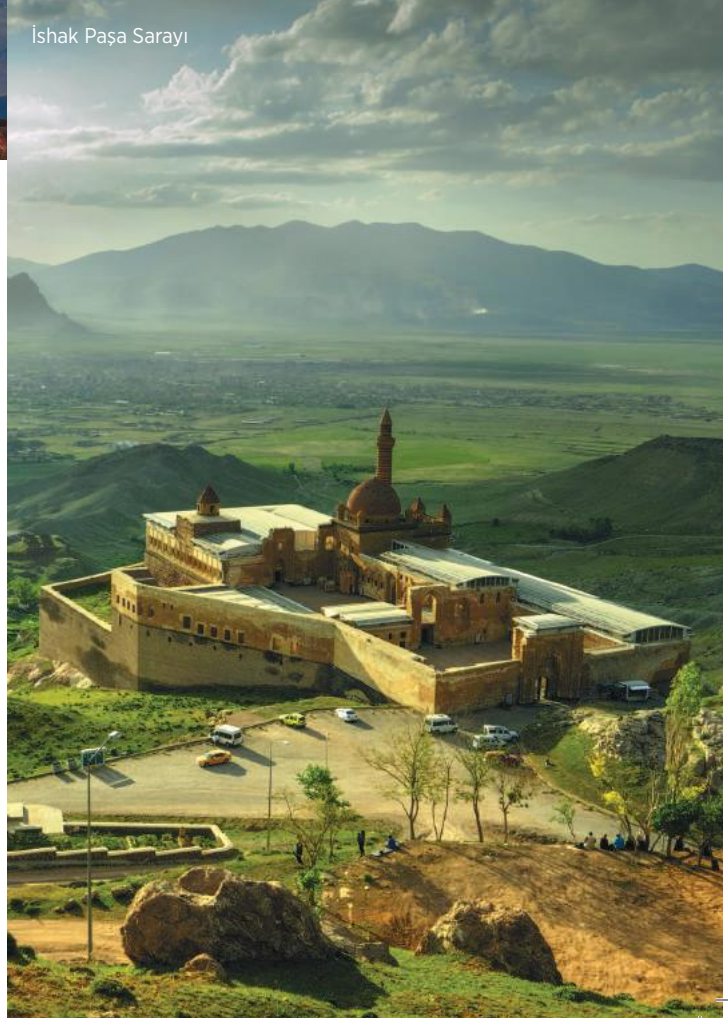


Ağrı Dağı



Ani, Kars

Ishak Paşa Sarayı



Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi son yıllarda Doğu Ekspresi'ne dönük ilgi ile öne çıkıyor. Bu ilginin getirdiği yenilikler ve gelişmeler neler oldu?

Özellikle genç kitle arasında popüler olan Doğu Ekspresi Ankara'dan çıkıp, Kırıkkale, Kayseri, Sivas, Erzincan ve Erzurum'dan Kars'a ulaşıyor. Merkez istasyonlarda 5-10 dakika bekleyen Doğu Ekspresi, Ankara Garı'ndan her gün saat 17:55'te kalkıyor ve ertesi gün saat 18.30'da Kars Garı'na varıyor. Kuşetli vagonlarda 10 kompartıman bulunuyor, her kompartımanda da 4 kişi yolculuk yapabiliyor.

Bu sene Doğu Ekspresi'nin üçer saatlik molalarından dolayı Erzincan Kemah Kemaliye bölgesine, Erzurum ve Kars illerine ekonomik olarak büyük bir katkı sağlandı. Yoğun talep aralık ayında başlayıp, Nisan sonuna kadar devam ediyor. Bölge halkı bu yoğun ilgiden son derece memnun.



Doğu Ekspresi'nde yaşanan gecikmeler, gecikmelerden dolayı tur programlarının aksaması, yetersiz ısınma, hijyen eksikliği gibi bir dizi sorunun tur acentelerini oldukça zor durumlara soktuğunu biliyoruz. Bölgeye olan ilgi böylesine artmışken çözilemeyen bu sorunların yaratacağı sonuçlar hakkında ne düşünüyorsunuz, bölgeye ilginin sürdürülebilirliği açısından önerileriniz neler?

Sayın Bakanımız bölgemize son geldiğinde Erzurum Kars arası seyahatini tren ile gerçekleştirmişti. Seyahat sonrasında, bölge için ek bir turizm treni seferinin başlamasına dair çalışmaları duyurmuştu. 2020 yılında Turistik Doğu Ekspresi'nin seferlerine başlamasıyla birlikte bölgemize sefer yapan iki tren hattımız bulunuyor.

Turizm Bakanlığı ve TCDD'ye trende olan eksiklik ve aksaklıklara dair bize gelen şikayetleri iletiyoruz. Geçen senelere oranla rötalar azalmış durumda. Bakanımızın kış sezonu bitmeden bölgemize tren ile gelip hataları yerinde göreceğini ve eksikleri giderme yolunda çalışmalar yapılacağına inanıyoruz. Tren seferlerine devam edilmesi gerektiğini, hatta üçüncü bir tren daha ilave edilerek artan ihtiyacın karşılanmasının zorunluluk haline geldiğini düşünüyoruz. Doğu Ekspresi yerel ekonomimizin gelişimine gerçekten büyük bir fırsat sunuyor.

Bu altı ilimizde toplamda kaç yatak kapasitesi mevcut ve bu kapasite gelen talebi sağlıklı bir şekilde karşılayabiliyor mu?

Erzurum'da 7354, Erzincan'da 2598, Iğdır'da 1163, Ağrı'da 2538, Kars'ta 3686 ve Ardahan'da 1327 olmak üzere bölgede toplam 18.666 yataklık kapasite mevcut. Palandöken'de tesis yetersizliğinden, Kars'ta Doğu Ekspresi'ne olan ilgi yoğunluğundan, Ergani Dağı'nda ise hiç konaklama tesisi bulunmadığından bu üç bölgemizde sıkıntı yaşıyoruz. Bölgemizde ivedilikle yeni otel yatırımlarına ihtiyaç bulunuyor.

Bölgenin, içlerinde Unesco Dünya Mirası listesinde bulunan Ani Arkeolojik Alanı da olmak üzere önemli bir tarihsel birikimi var. Sizce bu mirasa yeterli derecede sahip çıkılabiliyor mu, bölge acentaları olarak bu konuda özel çalışmalarınız var mı?

Kars bölgesine yönelik yoğun ilgiden sonra, Ani Harabeleri ve çevresinde düzenlemeler yapılıyor. Bölge acentaları olarak tüm tur programlarımıza Ani Harabeleri'ni ekleyip, kesinlikle görmeden gidilmemesi gereken bir destinasyon olduğu bilgisini veriyoruz. Tur otobüslerinin Ani'ye ulaşımının düzenlenmesi ve park olanaklarının artırılması için Valilik ve Turizm Müdürlüğü'ne taleplerimizi ilettik



ve sonuç aldık. Kars Valiliği de turistlerin huzuru için eksikliklerin en kısa tamamlanacağı sözünü vererek, bizlerin gelecek için daha umutlu olmamıza vesile oldu.

Bölgede gerek acente çalışanları, gerekse hizmet sektöründeki personelin eğitimi ile ilgili ne gibi çalışmalar yapılıyor, giderek artan talebe yanıt verecek yeterli kalitede personel mevcut mu?

TÜRSAB Akademi ve BTK olarak acentede çalışacak personel için eğitim çalışmalarımız oldu ve devam ediyor. Tek sıkıntımız, bölgemizde yerli turist için yaşanan rehber eksikliği. Bölgemizdeki rehber eksikliğini acilen giderilmesi gerekiyor.

Sizce turizm sektörünün yasal, ekonomik, stratejik olarak öncelikli ihtiyaçları neler?

Kaçak acenta konusunda denetimlerin artırılmasını ve misafirlerimizin mağdur olmaması için TÜRSAB belgeli seyahat acentalarının kullanılması gerekliliğinin altı çizilmesinin çok önemli olduğunu düşünüyoruz. Kaçak faaliyetlerin caydırıcı cezalar uygulanarak ortadan kaldırılması, turizm sektörünün geleceği açısından son derece önemli.

Turizm faaliyetleri, ülke veya bölgenin genel gelişim politikalarına entegre edilmeli ve turizmle diğer sektörler arasında sağlıklı bağlantı kurulabilmeli, kalkınma için tüm sektörler birbirini desteklemeli. Son yıllarda yükselen bir trend olan Doğu Ekspresi Turları'nı dış pazara açacak desteklerle, uluslararası

arenada yeni bir niş alan oluşturabiliriz; bu konuda yasal ve ekonomik destek bekliyoruz.

Türkiye'nin turizm potansiyelini geleceğe dönük olarak değerlendirmenizi istesek hangi başlıkların öne çıkacağını düşünüyorsunuz?

Çok kültürlü turizm ön plana çıkacak, dijital ve teknolojik ürünler kullanımı etkin olacak, misafirler lüks beş yıldızlı oteller yerine nüfusun az olduğu, doğa ile iç içe destinasyonları tercih edecek.

TÜRSAB'ın üyeler arası iletişim ve iş birliğini artırma amacıyla hayata geçirdiği Rota Projesi hakkındaki fikirleriniz ve önerileriniz nelerdir?

Bölgemizdeki acentalardan TÜRSAB Rota Projesi'ne eklenebilecek bir unsur olarak gelen fikir uçak biletleri uygulaması. "Havayollarından tek bir sistem alınıp internetteki siteler ile rekabet bitirilebilir" şeklinde görüşler alıyoruz. Acentalarımız böyle bir işleyişin tur programlarının satışı için ideal bir sistem olduğunu belirtiyorlar.

Son olarak sektöre bir mesajınız var mı?

Tüm meslektaşlarımızdan Kuzey Doğu Anadolu bölgesinin tarihi ve kültürel zenginliklerinin tanıtımına daha çok ağırlık vermelerini, Deniz-Güneş-Kum turizmine alternatif olarak bölgemizin zenginliklerini de programlarına almalarını rica ediyoruz. 2020 yılının hepimiz için bol kazançlı, iyi bir sene olarak tarihe geçmesini temenni ediyoruz.

TÜRSAB Rota Genel Müdürü
Tuna Yılmaztürk;

“ÜYE ACENTALARIMIZ KENDİLERİNE YENİ BİR İŞ MODELİ OLUŞTURACAKLAR”

Faaliyetlerine başlayan TÜRSAB Rota’nın proje detaylarından ve iş tanımından biraz bahsedebilir misiniz?

Rota Projesi, TÜRSAB’ın modern çağa uygun dijital değişim programının bir parçası olarak doğdu.

TÜRSAB Rota’nın iş tanımını, “Türkiye’de bulunan TÜRSAB üyesi tüm seyahat acentalarını online paket tur pazar yerinde buluşturarak, kendi aralarında etkileşimde bulunmalarını sağlamak, üretici ile satıcı arasında iletişim kurmak ve alış-verişi kolaylaştırmak” olarak tanımlayabiliriz.

Sistemimiz, B2B Online Paket Tur Pazar yeri olarak hizmet veren TÜRSAB üyesi acentalarımızın kullanımına ücretsiz olarak açık bir sistem. Ülkemizin tüm bölgelerinde bulunan acentalarımız ile yapılan görüşmeler sonucunda onların talep, beklenti ve katkılarıyla oluştu ve gelişmeye devam ediyor.

TÜRSAB Rota sistemi nasıl bir yöntemle kurgulandı?

Online pazar yeri platformu TÜRSAB Rota’ya özel yazılım ve kullanım koşulları ile ilgili acentaların bilgilendirilmesi, sistemin aktif kullanımını artırarak yurtiçi paket turlarının sisteme tanıtılmasını sağlamak, bu turların ticaretini yaptırmak ve sistemin doğru işletilmesi için gerekli çalışma modelini kusursuz işletmek iş yöntemimizi oluşturuyor.

Acentalarımız hiçbir ücret ödmeden sisteme kolayca üye olabiliyorlar. TÜRSAB Rota’ya üye olan acentalarımız hedef kitlelerine daha çabuk ulaşacak ve kendilerine yeni bir iş modeli oluşturacaklar.



TÜRSAB’IN DİJİTAL DÖNÜŞÜM ÇAĞINA AYAK UYDURMAYI KOLAYLAŞTIRMAK İÇİN TASARLADIĞI B2B PAZARLAMA PLATFORMU TÜRSAB ROTA, ÇALIŞMALARINA BAŞLADI. EĞİTİM ÇALIŞMALARININ TÜM HIZIYLA DEVAM ETTİĞİ GÜNLERDE, YOĞUN PROGRAMI ARASINDA BİZE VAKİT AYIRAN TÜRSAB ROTA GENEL MÜDÜRÜ TUNA YILMAZTÜRK’E ACENTALARIMIZ ADINA MERAK EDİLENLERİ SORDUK.



TÜRSAB Rota platformunda, üretici ve satıcı acenta olarak iki ana rol modelimiz bulunmakta. Üretici acentalar turlarını sisteme yükleyecek, satıcı acentalar da bu turları TÜRSAB Rota güvencesiyle satacaklar. Dileyen acentalarımız bu iki temel rolü de üstlenebilirler.

Platformumuz tüm acentalarımızın kullanımına açık. Günübirlik ve yurtiçi paket tur organize eden veya bu turları satmak isteyen tüm acentalar sistemimize katılabilir.



Dünyada pazar yeri sistemleri, kullanıcıları ile büyür ve gelişir. Bizim amacımız da TÜRSAB Rota'yı bu anlamda geliştirmek.

TÜRSAB Rota içerisinde yer alan acentalar hakkında bilgi alabilir miyiz?

TÜRSAB Rota platformunda, üretici ve satıcı acenta olarak iki ana rol modelimiz bulunmakta. Üretici acentalar turlarını sisteme yükleyecek, satıcı acentalar da bu turları TÜRSAB Rota güvencesiyle satacaklar. Dileyen acentalarımız bu iki temel rolü de üstlenebilirler.

Platformumuz tüm acentalarımızın kullanımına açık. Günübirlik ve yurtiçi paket tur organize eden veya bu turları satmak isteyen tüm acentalar sistemimize katılabilir. Şu an aktif olarak sistemimizde bulunan turlarda sağlıktan gastronomiye, eğitimden yöresel turlara, festivallerden sanatsal gezilere, doğa macera turlarına kadar bir çok paket tur mevcut. Her geçen gün turlarımız çeşitleniyor. Tüm acentalarımızı sistemimizi kullanmaya davet ediyoruz.

Sistem, tüketiciye ne gibi yararlar sunuyor?

Tüketicilerimize güvenli alışveriş ortamı sağlıyor, özgün ve yerel tur alternatiflerine, karşılaştırmalı programlara ve bu programlara ait özel fiyatlarımıza üye acentalarımız vasıtasıyla ulaşma imkânı sunuyoruz.

TÜRSAB Rota, tüketicilerin “hizmeti doğru ve tam olarak alacak mıyım” kaygısını dikkate alarak; yapmış oldukları ödeme ile ilgili iptal ve değişiklik işlemlerini, ayıplı hizmet karşısında yaşadıkları

güven sorunlarını sistemselsel olarak çözerek tatil programlarını seyahat acentaları vasıtasıyla planlamalarını hedefliyor.

Başta da belirttiğim gibi TÜRSAB Rota B2B ticaret platformu, bu nedenle nihai tüketici ile doğrudan ticaretimiz olmayacak. Acenta müşterileri Rota üyesi acentalardan programları talep edebilecekleri gibi, çok yakında sağlayacağımız sistem entegrasyonları ile acentalarımız da kendi web sitelerine TÜRSAB Rota sistemini entegre edebilecek ve tüketiciye doğrudan ulaşarak online ve güvenli ticaret yapabilecekler.

TÜRSAB Rota'nın çok yoğun bir hazırlık süreciyle açıldığını biliyoruz, biraz sizden dinleyebilir miyiz bu süreç nasıl ilerledi?

Yoğun bir dönem geçirdik, böylesine büyük bir projeyi 6 aylık kısa bir dönemde hayata geçirmek için arka planda önemli bir çalışma ve yapılanma gerçekleştirdik. Hazırlık çalışmaları sürecimiz çok yoğunlu. Online pazar yeri sisteminin oluşturulması, yazılım aşaması, acentalarımıza sistemin tanıtılması ve eğitimler, ürün kategorilerinin belirlenmesi, fiyat analizleri, kontenjan kullanımı, hizmet kriterlerinin oluşturulması, hukuki sözleşmelerin hazırlanması, sistem paydaşlarımızın sisteme entegre edilmesi, acenta iletişim planlamamız gibi birçok konuda detaylı ve yoğun bir çalışma süreci geçirdik. Faaliyetlerimize başladıktan sonra da yoğun tempomuz devam ediyor tabii ki; acentalarımızın beklentileri, talepleri katkıları da sürüyor. Bu katkılara cevap vermek, ülkemizin değişik bölgelerinden farklı ürünlerin sisteme

acenta personelimize daha detaylı eğitimler vererek, sistemin etkin ve doğru kullanımını sağlamaya çalışıyoruz. Sisteme dair eğitim videolarını da toplantılarımıza katılamayan acentalarımıza destek olmak için hazırlayarak, kullanımlarına sunduk.

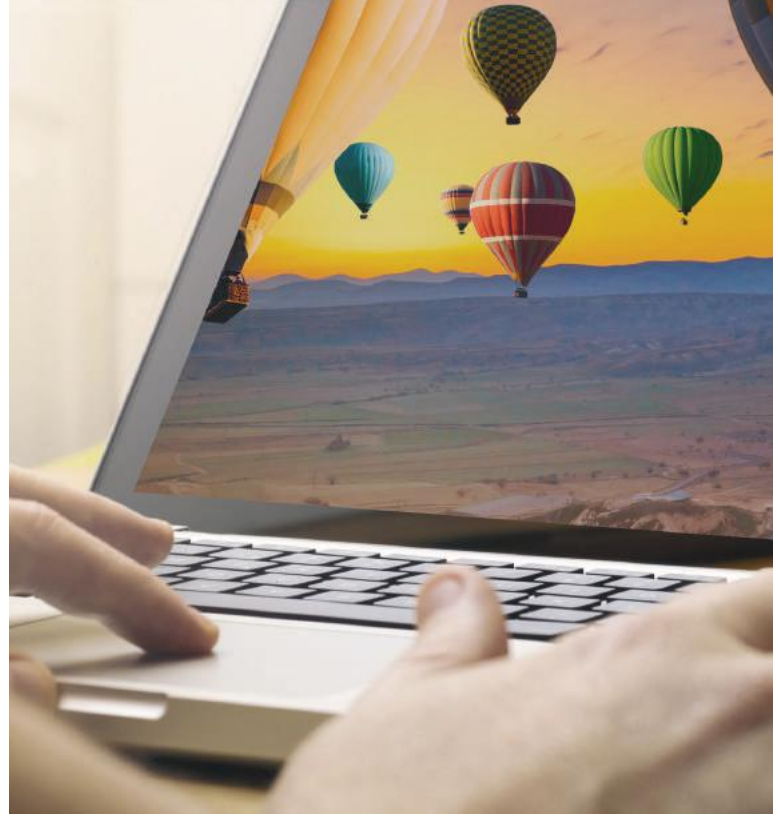
Üyelerin sistem giriş işlemleri ne durumda? Üye olmayanlar için üyelik ve kullanım işlemleri hakkında bilgi alabilir miyiz?

Üyelik taleplerimiz hızla devam ediyor. Üye olmayan acentalarımızın da en kısa zamanda sisteme üye olacaklarını düşünüyoruz. Üyelik başvuru süreci ise çok kolay; acentalarımız tursab.org.tr’de bulunan TÜRSAB ROTA sayfasına girerek online üyelik başvuru talebi oluşturabiliyorlar, ayrıca sistem hakkında merak ettikleri tüm bilgilere de bu adresten ulaşabiliyorlar.

Üyelik talebi bize ulaşan acentalarımıza sistem sözleşmeleri aynı gün içerisinde e-mail yolu ile gönderiliyor, sözleşmeleri imzalayıp bize göndermeleri yeterli. Gelen acenta bilgilerinin kontrolü sonrası, sisteme üye tanımlarını yapıyoruz. Üye acenta tanımları sisteme yapılır yapılmaz otomatik olarak şifreleri gönderiyor. Bu şifre ile sisteme giriş yaparak kullanıma başlayabiliyorlar.

Acentalarımızın TÜRSAB Rota hakkında genel düşünceleri ne yönde, size ne gibi geribildirimler geliyor?

TÜRSAB Rota ile ilgili acentalarımızdan çok övgü alıyoruz. Rota’nın çok emek harcanmış bir sistem olduğunu, bu kadar çok paydaşın bir araya getirilip sistemin yaratılmasının çok güç olduğunu, aslında kendilerinin de buna benzer sistemler yazdırmayı düşündüğünü, ne kadar maliyetli ve emek isteyen bir iş olduğunu bildiklerini, TÜRSAB’ın böyle bir hizmet sunmasının ne kadar değerli olduğunu belirtiyorlar.



**KISA BİR SÜRE İÇİNDE
ACENTALARIMIZ
KENDİ WEB SİTELERİNE
TÜRSAB ROTA SİSTEMİ’Nİ
ENTEĞRE EDEBİLECEK
VE TÜKETİCİYE
DOĞRUDAN ULAŞARAK
ONLINE VE GÜVENLİ
TİCARET
YAPABİLECEKLER.**

**TURİZMDE
KADIN
GÜCÜ**

8 Mart Dünya Kadınlar Günü her yıl bize, toplumsal cinsiyet eşitsizliği, kadınlara yönelik ayrımcılık ve şiddetin engellenmesi, yaşamın her alanındaki kadın etkinliğinin gözden geçirilmesi, bir önceki yıla oranla kadın hakları açısından ne kadar ilerlediğimizin değerlendirilmesi açısından bir fırsat sunar. Yasal haklar düzeyinden bakıldığında sınırlı bir görüş sunan ülkemizdeki durum, hiç şüphesiz çok daha katmanlı bir bakışı gerektiriyor. Kadınların toplum içinde yaşadığı baskılanma ve engellenmenin bir tarafında görünmez "cam tavan sendromu" varlığını sürdürürken, diğer tarafında ise kadına yönelik şiddetin tırmanması ve meşrulaşması yer alıyor. Öte yandan, her geçen gün daha çok sayıda kadının iş hayatına katılması, birbirini destekleyen kadınların oluşturduğu organizasyonlarla dayanışmanın yükselmesi, her kesimden genç kadının yüksek öğrenim düzeyinin artması ve şiddete karşı kadın-erkek her kesimden insanın sesini yükseltmesi gibi umut verici durumlar da yaşanmakta.

Ülkemizin lokomotif sektörlerinden turizm ise, kadın emeğinin yoğun olarak hissedildiği ve kadın çalışan sayısının yarıya yakın olduğu bir sektör. Profesyonel yönetim kadrolarında daha çok kadının görev almasındaki eksiklik ise tüm iş kollarında olduğu gibi turizmde de kendisini hissettiriyor. Biz de, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü dolayısıyla TÜRSAB Yönetim Kurulu, BTK ve İhtisas Başkanlıkları'nda görev alan yöneticilerden mevcut duruma dair görüşlerini paylaşmalarını rica ettik. İşte; Turizmde Kadın Gücü...

“

KADINLARIN MÜKEMMELİYETÇİ YAKLAŞIMI TURİZME DEĞER KATIYOR

Kültürleri buluşturan, farklılıkları ve özgünlükleri gözler önüne seren, barış ve kardeşlik köprüleri kurulmasına vesile olan turizm sektöründe insana ve topluma dair çok fazla iz bulabilirsiniz. Turizm, misafirperverlik anlayışıyla birebir örtüşen bir sektör. Türkiye olarak, turizm alanında 40 yıl gibi kısa bir sürede büyük bir mesafe kat ettik. Dünyanın en çok ziyaretçi ağırlayan 6. ülkesi konumuna yükselmemizde ülke olarak bu sektöre inanmamızın payı büyük elbette. Ancak sektörün bugünlere gelmesinde kadınların büyük rolü bulunuyor. Kadınların sektöre sağladığı iş gücünün yanı sıra hassasiyetleri, incelikleri sektörün çitasını yükseltti ve yükseltmeye devam ediyor. İnsan odaklı bir alan olan hizmet ve ağırlama sektöründe, iletişim kurabilme ve güler yüz gösterebilme becerisi son derece önemlidir. Sektörümüzde çalışan kadınların profesyonelliğine detaylara verdiği önem ve incelikli yaklaşımları eklenince ortaya mükemmel sonuçlar çıkıyor. Ne mutlu ki bugün turizm çalışanlarının yüzde 35'ini kadınlar oluşturuyor. Kadınlar artık sektörümüzde üst düzey mevkilerde de görev alıyor. Sektörün doğasına uygun olan bu gelişme bizleri son derece memnun ediyor.

TÜRSAB olarak biz de kadınların gücüne inanan bir kurumuz. Birliğimizde çalışanların yüzde 40'a yakını kadınlar oluşturuyor. Son yapılan genel kurulda yönetim, denetim ve disiplin kurulumuza 8 kadın meslektaşımız dahil oldu. Yine çalışanlarımız arasında kadın yöneticilerin sayısı da hızla artıyor. Kadın meslektaşlarımızın profesyonelliği, detaycı ve mükemmeliyetçi yaklaşımları Birliğimize de çok şey katıyor. Önümüzdeki yıllarda kadınların çalışma hayatındaki rollerinin ve sayılarının çok daha yükseleceğine ve birçok alanda ön plana çıkacaklarına inanıyorum.

Firuz B. Bağlıkaya

TÜRSAB Yönetim Kurulu Başkanı

”



TÜRSAB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

NALAN YEŞİLYURT:

BİLİNÇTE EĞİTİM VE YAŞAMDA DEĞİŞİM ŞART

Kısaca sizi tanıyabilir miyiz?

İstanbul doğumluyum. İstanbul Üniversitesi Fransız Dili Edebiyatı ve İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi, Uluslararası İşletme Yöneticiliği İhtisası mezunuyum. Halen, yine İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Bölümü öğrencisiyim. Turizmle öğrenciyken tesadüfen tanıştım, dönem dönem oldukça zorlasa da bu tesadüfen tanışıklık severek yaptığım mesleğim oldu. İşim aynı zamanda hobim; kazandığımı mesleğime yatırdım. Bugün itibarıyla seyahat etmiş olduğum ülke sayısı 71, farklı kültürleri incelemeyi, dostluklar kurmayı ve işimle harmanlamayı seviyorum.

Türkiye’de kadınların sorunları ma-lum, peki iş yaşamında kadınların durumu sizce dünya ortalamasına oranla ne durumda? Sorunlar ve olanaklar neler?

Ülkeden ülkeye bazı farklılıklar olmakla birlikte, hemen bütün dünyada kadınlar için eğitim, öğrenim, çalışma olanakları, siyasi temsil, sağlık önlemleri ve yasal muamele konularında hâlâ dikkati çeken çok önemli eşitsizlikler mevcut. Dünyada bir çok ülkeyi kavrayan (bu oran Orta Doğu ve Afrika’da ve üzülererek söylüyorum ki maalesef ülkemizde de batıdan oldukça yüksek) kadın sorunu, hâlâ önemli bir problem.

Bir araştırmada okudum; bir kadının Fransa’da evde ve ev dışında bir haftada toplam çalışma süresinin en fazla 60 saate çıktığını, Türkiye’de ise bu oranın 97 saate kadar çıktığı belirlenmiş. Özellikle modern endüstri toplumunda kadın şahsiyetini geliştirmek, ev hizmetlerinin yeknesaklığından kurtulmak ve kendi becerilerini ispat etmek için çalışma hayatına katılmak istiyor. Kadın nüfusunun bazı demografik ve ekonomik özelliklerine bakarak o ülkenin gelişme seviyesi hakkında tahminler yapmak da mümkün.

KADIN SORUNUNA GETİRİLECEK ÇÖZÜMLERİN ÜLKENİN KALKINMA SEVİYESİNİ BELİRLEYECEĞİNE İNANIYORUM.

Bana göre bilinçte eğitim ve yaşamda değişim şart; gelişme seviyesi ile kadın nüfusunun bilinçli eğitimi, çocuk sayısı, sektörler, statü ve meslekler itibarıyla çalışma durumu arasında çok kuvvetli ilişkiler var. Kadın sorununa getirilecek çağdaş çözümlerin ülkenin kalkınma seviyesini belirleyeceğine de inanıyorum. Kadının erkeğe oranla kimi noktalarda evine ilgisi, aile yapısı ve alışkanlıklar nedeniyle biraz daha fazla olabilir; ama ben kadının önce babasına, sonra kocasına ücretsiz aile yardımcısı olarak hizmet eden değil, ailesini ve işini insan haysiyetine ve vicdanına uygun biçimde, sosyal güvenliğe sahip bir istihdam yapısı içinde harmanlandığı bir Türkiye özlemi içindeyim. Bu yapısal değişim içinde kadının eğitim, sağlık, eşit muamele, istihdam sorunları da kendiliğinden çağdaş çözümler bulacaktır.

Turizm sektöründe kadın çalışanların durumu nedir, yönetimde yeterince kadın yer alıyor mu, sayının artırılması için neler yapılabilir?

Tüm dünyada hizmet sektörü istihdamının toplam istihdam içindeki payının gittikçe büyüdüğünü görüyoruz. 2018 yılı verilerine göre bu oran yüzde 60'lara ulaştı. Kadın istihdamının payı ise hizmet sektöründe diğer sektörlerle göre hatırı sayılır şekilde yüksek.

BENCE:

Bence, Türkiye’de kadın olmak “kendini anlatmak için gaba harcamak” demek...

Bence, iş yaşamında kadın yönetici dinleyen ve dinleten olmalıdır.

Bence, kadınların hayata katkısı tartışılmaz.

Bence daha çok sayıda kadın turizm sektöründe olmalı.

Diğer iş kollarında olduğu gibi turizmde de kadın istihdamını artırmak, sadece eşitliği sağlamak ya da medyatik yorumla “kadınların sorunlarını çözmeye” odaklı olmamalı. Çünkü; kadın istihdamı aynı zamanda ülkelerin rekabet üstünlüğü sağlayabilmesi ve kalkınma açısından da önem teşkil eder. Günümüzde turizm işletmeleri birer hizmet üreten işletmeler olarak kadın çalışanlar ve yatırımcılarla birlikte gelişen, değişen yapı sergilemekte. Özellikle kadın sorunlarının yoğun yaşandığı bir ülkede iş hayatında kadınlar erkeklere göre bir kaç kat daha fazla performans göstermek, var olmaya çalışmak zorunda maalesef. Turizm endüstrisinde ise kadın istihdamı, özellikle büyük şehirler ve kıyı şeridinde diğer sektörlerle göre iki kat daha fazla, ama hâlâ yeterli değil. Ağırlıklı yönetici hâlâ erkek. Turizm endüstrisinde genellikle kadınlar düşük ücretli ve istikrarsız işlerde istihdam ediliyorlar. Turizm olgusuna kadınların, ailelerinin ve toplumun bakış açısı da sorunları pekiştiriyor.

CAM TAVAN SORUNUN GÜNÜMÜZDE DE DEVAM ETTİĞİNİ SÖYLEMEK MÜMKÜN

Yapılan anketlere göre kadınların yarısından çoğu ailelerinin desteğini hissetmemekte, aile ve iş rolleri açısından çatışmalar yaşamakta. Yine bir araştırma, Türkiye’de “Cam Tavan Sendromu” olduğundan bahseder ki cam

tavan “kadınların örgüt merdivenlerini tırmanırken karşılaştıkları görünmez bariyerler” anlamına geliyor, biliyorsunuz. Türkiye turizm sektöründe üst yönetimde bulunan kadın sayısı incelendiğinde ise yine cam tavan sorunun günümüzde de devam ettiğini söylemek mümkün. Hizmet sektörlerinin çoğunda olduğu gibi turizm endüstrisinde de kadın hem yapılan işler açısından (temizlik vb.) hem de iletişim ve görsellik açısından avantajlı konumdadır. İstihdam edilme konusunda bu açılardan kadın avantaj sağlasa da, aslında avantajlar dezavantajları da beraberinde getirmektedir. Çünkü işverenler bu tarz işleri kadınlara uygun olarak gördüğünden onları üst pozisyonlarda değerlendirmek istememekte ya da bir tercih yapması gerektiğinde masa başı ya da sorumluluğu daha fazla olan işlerde kadının bazı yükleri taşıyamayacağı düşüncesiyle erkek çalışanları tercih etmekte. Türkiye’deki yürütülen projeler genel itibarıyla turizmin alt pozisyonlarına eleman yetiştirme amacını sağlıyor. Aslında bu amaç yanında kadınların üst pozisyonlardaki kariyer engellerini ortadan kaldırmaya yönelik de daha fazla çalışma yürütülmelidir.

TÜRSAB Yönetim Kurulu’nda kadınların sektördeki durumlarına dair herhangi bir proje üzerinde çalışıyor musunuz, ya da önümüzdeki dönemde bu konuyla ilgili bir çalışmanız olacak mı?

Şu an için böyle bir çalışmamız yok. Öncelik hedefimiz sektörel acil sorunlar, dışarıya çok belli edememek de ciddi mesai harcıyoruz. Sektörel sorunlarımız maalesef oldukça fazla, biri bitmeden diğeri başlıyor, kadın erkek demeden hepimizi fazlasıyla etkiliyor. Ama evet, kadınların daha faal olması kaynaklı birtakım eğitim çalışmaları fikrim var; mesela Kadın ve Liderlik ile ilgili atölyeler (güncel bazı seminerler, atölyeler var ama benim bahsettiğim onlar değil) yapabiliriz.

Turizm sektöründe kariyer yapmak isteyen genç kadınlara tavsiyeleriniz nelerdir?

Türk seyahat acentaları olarak MICE sektöründe ne kadar eksiğiz biliyor musunuz? Kadınlara en yakışanın MICE faaliyetleri olduğunu düşünüyorum ama düşünce yapısı ve işleyiş olarak bu konuda oldukça geride ve eksiğiz, hem de üzülerken MICE yapmayı maalesef bilmiyoruz. Eğitim, en az bir yabancı dil ve en önemlisi basma kalıptan ve taklitten uzaklaşmak, özgün fikir üretmek çok önemli. Özellikle kadınlar için geçerli bu söylediklerim.

Unutmayın: Ben de varım dediğiniz her yerde -iyi ya da kötü- siz de varsınız! Tercih sizin...

TÜRSAB YÖNETİM KURULU ÜYESİ CEREN ANADOL:

KADIN İŞ GÜCÜNÜN DAĞILIMI ÜLKENİN GELECEĞİNİ BELİRLİYOR

Kısaca sizi tanıyabilir miyiz?

1985 Ankara doğumluyum. 2011 yılında girmiş olduğum sektöre, 2014 yılında kurmuş olduğum firmamızda MICE ağırlıklı devam etmekteyiz. Kış turizminde Türkiye başta olmak üzere bir çok destinasyonda kayak ve snowboard sporunun bir kültür haline gelmesi için, içerisinde eğitimlerin de olduğu programlar tasarlayarak dünya pazarındaki yerimizi oluşturmaya çalışıyoruz.

Türkiye’de kadınların sorunları malum, peki iş yaşamında kadınların durumu sizce dünya ortalamasına oranla ne durumda? Sorunlar, olanaklar nelerdir?

Kadın her yer de kadın. İnsan kaynaklarının dünya genelinde değerlendirilmesi bana çok adaletsiz gelmekte. Avrupa ülkeleri ile yıllarca sömürgesinde kalan coğrafya, Uzakdoğu ve Amerika ya da Körfez ülkeleri aynı kürede olmalarına rağmen, aynı şartlara mı sahipler? Hayır... Neyin oranı bu o zaman? Cumhuriyet dönemi ile iş hayatına adım atan bu coğrafyanın kadını; ne bir adım öndedir, ne bir adım geride. Hatta bana göre başarısından çok başarısızlığı beklenen, her türlü istismara açık, gücü bir kadında görmeyi hala hazmedememiş, işine geldiğinde “elinin hamuru ile erkek işine karışma” diyen, ama gerek fırıncılıkta gerek ahçılıkta daha çok erkek gücünün egemen olduğu kendisi ile çelişen bir toplumda kadınlar hiç de fena iş çıkarmamışlardır aslında. Bu coğrafyanın şehirlerinde kadın iş gücünün dağılımı sosyal hayattaki yerini, ekonomisini, eğitimini; kısaca ülkenin geleceğini belirlemekte. Kadın öğrendikleri ile bir sonraki neslini yetiştirir çünkü. Sorun “kadın-erkek eşitliği” söylemlerinden

bir an önce vazgeçip -kaldı ki söylem bile eşitsizliği vurgulamakta- adaletli şartların bireylere sunulmasını sağlamaktır.

Özel sektörde yapılan araştırmalar, aynı pozisyonda görev alan kadınların erkeklere oranla yüzde 10-15 arasında daha az kazandığını göstermekte. Kadın erkek istihdamının doğru orantılı aktif edilmesi durumunda, kadına da kariyeri ve özel hayatı doğru yönetme şansı verildiğinde “Türkiye’de iş hayatında kadının konumu” yerine, iş hayatında bireylerin katılımcılığını konuşuyor olacağımız inancındayım.

Turizm sektöründe kadın çalışanların durumu nedir? Yönetimde yeterince kadın yer alıyor mu, sayının artırılması için neler yapılabilir?

Turizm ilişkili sektörlerde kadın istihdamının diğer sektörlerde oranla oldukça yüksek olmasına rağmen, orta ve üst düzey yönetici pozisyonlarında ne yazık ki yeteri kadar olduğunu düşünmüyorum. Ancak bunun cinsiyetçi bir nedenden çok, kadınların iş hayatına verdikleri öncelik sıralamasından kaynaklandığı kaanatindeyim ve tabii ki adaletsiz kazanç dağılımdan. Sırf kadın iş gücünü artırmak için yanlış istihdam yapmanın da sektöre bir katkısı olmayacaktır. Kadınlar özel sektörde iş hayatında ne kadar süre kalıyorlar, bence bu sürdürülebilirlik durumu çok daha önemlidir. Kadın, özellikle aile olduktan sonra önceliklerinin değişmesi sebebi ile iş hayatına ara vermekte ya da tamamen sonlandırmaktadır. Daha az efor sarfedeceği alternatifler var ise, turizm sektöründe kalmayı zaten tercih etmemektedir. Bu durum her ne kadar genç istihdama yer açsa da, tecrübe arayan pozisyonlarda genellikle karşı



BENCE:

Bence, Türkiye’de kadın olmak güçlü olmak için durmadan çabalamak demek...

Bence, iş yaşamında kadın yönetici istikrarlı olmalıdır.

Bence, kadınların hayata katkısı hayat veren olmanın bahşedilmesidir.

Bence daha çok sayıda kadın cesur ve kararlı olmalıdır.

cins tercih edilmekte. Sonuç olarak, turizm sektöründe kadının yerini yine kadının kendi istikrarı ve öncelikleri belirlemekte.

TÜRSAB Yönetim Kurulu’nda kadınların sektör içindeki durumlarına dair herhangi bir proje üzerinde çalışıyor musunuz, ya da önümüzdeki dönemde bu konuyla ilgili bir çalışmanız olacak mı?

Kadın turizmcilerin, sektörde özel bir çalışma yapmamızı gerektiren karşı cinsten farklı bir durumu mu var ki? Mevcut sorunların çözümleri ve planlanan projeler, cinsiyet ayrımı yapmadan her birimizi ilgilendiriyor. Sonuçta yaptığımız şey ticaret ve kas gücü ile yapılmıyor. Ancak kadın meslektaşlarımızın sektördeki başarı hikayeleri yadsınamayacak kadar fazla . Yeni hikayeler yaratmak isteyen meslektaşlarımızın projelerine yönetim kurulu olarak destek olmak önceliklerimiz arasında gelecek.

Turizm sektöründe kariyer yapmak isteyen genç kadınlara tavsiyeleriniz nelerdir?

Öncelikle stres dolu günlere hazırlıklı olsunlar... Benim sektöre başladığımdan beri süregelen zamanda bile o kadar fazla şey değişti ki... Sürekli yeniliğin için de olmaları gerekiyor. İmkanları dahilinde en azından bir yıl başka bir ülkede yaşamaları, farklı kültürleri deneyimlemeleri o kadar önemli ki... Benim böyle bir imkanım olmadı ve gerçekten bunun büyük bir kayıp olduğunu düşünüyorum... Sektörümüzde bireysel başarı değil, ekip başarısını yakalayanlar daha kalıcı olabiliyorlar. Ya kendilerine iyi bir ekip kursunlar ya da iyi bir ekibin parçası olsunlar... Yaptıkları işten mutlu olmadıklarını hissettikleri anda başka bir deneyimi yaşamaktan korkmasınlar...

TÜRSAB ŞİŞLİ BTK BAŞKANI AYLİN GÜNEŞLİ:

BİR DÖNEM SONRA TÜRSAB'DA DA NEDEN BİR KADIN BAŞKAN OLMASIN?

Kısaca sizi tanıyabilir miyiz?

1969 Ankara doğumluyum. Hacettepe Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nü "Turizmin Türkiye'nin Sosyoekonomik Yapısına Etkileri" başlıklı tezimle bitirdikten sonra, Viyana Ekonomi Üniversitesi'nde Turizm İşletmesi okudum. Üniversitede okurken turizme gönül verdim ve çeşitli otellerde çalıştım. 14 sene Viyana'da yaşadım, en son uzun yıllar Gulet Touropa Touristik TUI Group'ta çalıştıktan sonra Türkiye'ye döndüm. Çeşitli seyahat acentelerinde incoming ve outgoing operasyon müdürlüğü yaptım. 2011 yılında yurtiçi ve yurtdışında, sofistike, lüks segment, kişiye ve kurumlara özel seyahat, balayı, etkinlik, bayi ve basın gezileri, toplantı, kapalı gruplara temalı turlar, özel İstanbul ve Türkiye turları alanlarında hizmet veren kendi şirketimi kurdum.

Geçmiş yıllarda, Incoming ve MICE Komite Başkan yardımcılıkları, Pera BYK yedek YK üyeliği, TÜRSAB yedek YK üyeliği görevlerinde bulundum ve iki dönemdir de Şişli BTK Başkanı olarak görev yapıyorum.

Türkiye'de kadınların sorunları malum. Peki, iş yaşamında kadınların durumu sizce dünya ortalamasına oranla ne durumda? Sorunlar ve olanaklar neler?

Türkiye, maalesef halen Amerika ve Avrupa'nın gerisinde. Fakat son yıllarda her geçen gün girişimci kadın sayısının artması ve kadınların daha fazla iş

hayatına girmesi umut verici. Ataerkil, erkek egemen bir toplumda yaşıyoruz. Kadına biçilen roller var. Aile söz konusu olduğunda kadınların yükü daha fazla. İş dünyasında da toplumun kadına yüklediği bu roller ve fırsat eşitsizliği kadınlar için dezavantaj olarak görülüyor. Turizm ise, kadınlara en fazla iş imkanı sağlayan ve olanak sunan sektörlerden biri.

Bölgeniz açısından baktığımızda kadınların iş yaşamına katılımı hangi düzeyde, geleceğe dair projeksiyonlarınız neler?

Bölgemizde birçok kadın acenta sahibi, ortağı, yöneticisi, satış elemanı var. MICE, özellikle etkinlik sektörü kadınların ilgi gösterdiği ve aktif olarak içinde yer aldığı alanlar. Son zamanlarda mesleğimiz online mecralara kaydı ve bunda da erkekler daha aktif rol alıyor. Bunun nedenini de, kadınların teknolojiye erkekler kadar ilgili olmamasına bağlıyorum. Umarım ileride daha çok kadın bu işe atılır.

Turizm sektöründe kadın çalışanların durumu nedir? Yönetimde yeterince kadın yer alıyor mu, sayının artırılması için neler yapılabilir?

Turizm kadınlara birçok olanak sunan bir sektör. Tabii ki yönetimlerde kadınlar daha fazla olabilir, fakat bir yönetici seçilirken kadın-erkek diye cinsiyet ayrımı-cılığı yapmadan, vasıfların uygun olup olmadığına göre karar verilmelidir. Mesleğimiz, emek ve büyük bir özveri isteyen bir meslek. Birçok kadın evlenip, özellikle anne olduktan sonra kariyerini ikinci plana atıyor ve mesleği bırakmayı tercih ediyor. Çoğu zaman da iş hayatına tekrar dönmek istemeyebiliyor, bu da yönetici kademelerinde kadınların sayısının az olmasının başlıca nedenlerinden biri sanırım. Sayının artırılması biraz da kadınların istemesine, azmine ve erkeklerin fırsat eşitliğine katkı sağlamasına bağlı. Meslek örgütümüzde de hiç kadın başkan olmamış. Bir dönem sonra TÜRSAB'ta da neden bir kadın başkan olmasın?

Turizm sektöründe kariyer yapmak isteyen genç kadınlara tavsiyeleriniz nelerdir?

Yılmadan, azimle, çok çalışarak, gündemi takip ederek, kendilerini sürekli geliştirerek ve her şeyden önce yaptıkları işi çok severek yapmalarını tavsiye edebilirim.



BENCE:

Bence, Türkiye'de kadın olmak her ne kadar varoluş mücadelesi gerektirse de; sonunda kadın isterse her şeyi başarır...

Bence, iş yaşamında kadın yönetici donanımlı, açık fikirli, güçlü, kararlı ve lider vasıflarına sahip olmalıdır.

Bence, kadınların hayata katkısı farklı bakış açıları nedeniyle çok fazla...

Bence daha çok sayıda kadın iş hayatı ve yönetim kademelerinde yer almalıdır.



**TÜRSAB KUŞADASI BTK BAŞKANI
EDA YURTCAN:**

KADIN BTK BAŞKANLARI ARTMALI

Kısaca sizi tanıyabilir miyiz?

Kuşadası BTK Başkanıyım, aynı zamanda 1982 yılından bu yana hizmet veren kendi seyahat acentamı yönetiyorum. İki çocuk annesiyim.

Türkiye’de kadınların sorunları malum, peki iş yaşamında kadınların durumu sizce dünya ortalamasına oranla ne durumda? Sorunlar, olanaklar neler?

Türkiye’de bence çalışan kadının sorunları artık iyice azalmış durumda. Genel anlamda tüm sektörlerde kadına oldukça önem verilmekte ve çalışması için teşvik edilmekte. Hatta bir çok sektörde tercih edilmekte diyebiliriz. Ama tabii bu konuya, ülkemizin batısı ve doğusu diye ayrı ayrı bakmakta yarar olduğunu düşünüyorum ve şu anda da Doğu bölgelerimizde çalışan kadına olan saygıyı ve verilen değeri de çok net görebiliyorum.

Bölgeniz açısından baktığımızda kadınların iş yaşamına katılımı hangi düzeyde, geleceğe dair projeksiyonlarınız neler?

Ege Bölgesi’nin en güzel yerlerinden birinde; Kuşadası’nda yaşıyor ve çalışıyoruz, bölgemizde çalışan kadın sayısı her sektör için oldukça fazla diyebilirim.

BENCE:

Bence, Türkiye’de kadın olmak artık çok güzel...

Bence, iş yaşamında kadın yönetici mutlaka olmalıdır.

Bence, kadınların hayata katkısı insanı yetiştiren, büyüten, herşeyi ilk öğreten olmasıdır.

Bence daha çok sayıda kadın siyasette, iş hayatında, STK’larda olmalı.

Turizm sektöründe kadın çalışanların durumu nedir, yönetimde yeterince kadın yer alıyor mu, sayının artırılması için neler yapılabilir?

Turizm sektöründe çalışan kadınlar esasında yönetimlerde çok fazla yer almıyorlar. Turizm, gecesi gündüzü, bayramı, tatili olmayan bir sektör. O nedenle sektörümüzde çalışan kadınlar iş yoğunlukları, ev telaşları derken; bir de yönetime çok fazla zaman ayırmak istemiyorlar. Ama bu durum da artık yavaş yavaş değişmeye başladı. Bunun en güzel örneği de 2019 TÜRSAB seçimleridir. Kuruluşundan bu yana TÜRSAB Yönetim Kurulu’nda ilk defa bu kadar fazla sayıda kadın YK üyemiz oldu. Umarım, bunu BTK’larımızda da artırmayı başarırız.

Turizm sektöründe kariyer yapmak isteyen genç kadınlara tavsiyeleriniz nelerdir?

Tüm sektörlerde mutlaka detaycılık ve titiz çalışma çok önemlidir, ama hizmet sektörünün en önemlilerinden biri olan turizm sektöründe detay çok çok önemlidir. Kadının doğal yapısında anaçlık, duygusallık, detaycılık, hakkaniyet zaten vardır.

Doğuştan gelen yeteneklerimizi işimizde de gösterdikten sonra başarının gelme şansını kesinlikle yok bence.

**TÜRSAB KRUVAZİYER TURİZMİ
İHTİSAS BAŞKANI**

MELEK GÖZÜBÜYÜK

BAŞARILI KADINLARIN SAYISI HER GEÇEN GÜN ARTIYOR

Kısaca sizi tanıyabilir miyiz?

1970 yılında Kayseri’de doğdum. TED Ankara Koleji’nden sonra 1988–1992 yıllarında Gazi Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Bölümü’nde okurken yarı zamanlı olarak çalışmaya başladığım iş, daha sonra üniversite bittikten sonra da devam ederek profesyonel tercihime dönüştü. Üniversite’yi bitirdikten sonra Manchester Üniversite’nde de uluslararası turizmle ilgili eğitim aldım. 31 yıldır turizm sektöründe çalışıyorum. Birçok ulusal ve uluslararası kongre organizasyonunu başarılı ekiplerle birlikte gerçekleştirdim. 2000 yılında Türk turizmine yeni bir anlayış getirmek adına “cruise” sektörünü dünyada incelemeye başladım. Mart 2004’de genç ve dinamik bir ekiple kendi şirketimi kurdum.

Türkiye’de kadınların sorunları malum, peki iş yaşamında kadınların durumu sizce dünya ortalamasına oranla ne durumda? Sorunlar, olanaklar nelerdir?

Türkiye’de kadın olarak iş hayatında olmak kolay değil. Örneğin kadın olarak, birçok ihalede sizin olmanızı istemiyorlar. Yaş ilerledikçe kolaylaşıyor, ancak gençken kapıları açmak çok zor oldu şüphesiz. İş dünyasında kadın olmak kolay değil; fakat anne olmak daha da zor. Çocuklarımız olduğunda uluslararası pazarda çalışmak durumunda olan bizler için seyahat sıkıntısı başlıyor. İster istemez iş hayatında yavaşlama başlıyor. Dünyada da bence kadın olmak zor. Sadece gelişmiş ülkelerde kadınların sosyal hakları bize göre çok daha iyi. Ayrıca anne ve baba sorumlulukları eşit dağılıyor, bu da hayatı kolaylaştırıyor. Ancak, bir işi kadın ya da erkek olarak değil, o işi iyi bilen insan olarak yapmak bence asıl önemli olan... İşe hâkim misin, biliyor musun ve tabii en önemlisi de severek ve saygı duyarak yapıyor musun; bunu kendine sormalısın.

BENCE:

Bence, Türkiye’de kadın olmak **daha çok çalışmak** demek.

Bence, iş yaşamında kadın yönetici **en az %50** olmalıdır.

Bence, kadınların hayata katkısı **toplumun gelişmesidir**.

Bence daha çok sayıda kadın **çalışmalıdır**.

Turizm sektöründe kadın çalışanların durumu nedir, yönetimde yeterince kadın yer alıyor mu, sayının artırılması için neler yapılabilir?

Turizm sektörü, Türkiye’nin dünya ile rekabet edebileceği en önemli sektör bence. Bu alanda çalışan, işini iyi bilen ve işine saygı duyan kadınların sayısı her geçen gün artıyor. Kadının kendini geliştirmesi toplumun gelişkinliğinin göstergesi olduğuna göre, sayımız tabii ki çok yetersiz, mutlaka artmalı. Ve artması için de kadınlara her anlamda destek verilmeli.

Turizm sektöründe kariyer yapmak isteyen genç kadınlara tavsiyeleriniz nelerdir?

Genç kadınlara önerim; ilk olarak iyi bir eğitim almaları. Sonrasında çalışacakları alanda işlerini iyi bilmeli, dünyayı takip etmeli ve sürekli kendilerini geliştirmeliler. Turizm çok dinamik bir sektör; hiçbir zaman “ben çok iyiyim” demeyecekler, çok okuyacaklar ve gezecekler. Sabırlı olmaları da gerekiyor ayrıca.



ADANMIŞLIK, SABIR VE MEMLEKET AŞKININ MUHTEŞEM HİKAYESİ:

AYŞE NUR YILMAZER

Hikayesini dinlediğimizde azmin ve zaferin öyküsünün anlatıldığı epik bir film geldi gözümüzün önüne. Aynı zamanda ‘Destinasyon Pazarlaması Nasıl Yapılır?’ başlıklı bir ders gibiydi de... İnsanın karşısına çıkabilecek en zor durumların başında “anlaşılamamak” gelir çoğu kez. Bir çoğumuz bu durumda kaldığımızda küser, geri çekiliriz. Oysa büyük eserler büyük bir inanç ve çabayla yaratılır, ardından takdir görür ve sonunda taklit edilir. İşte bu öykü; böyle bir öykü...

“Turizmde Kadın Gücü” başlıklı dosyamızı hazırlarken aklımıza ilk gelen isim oldunuz. Turizm sektörüne çok önemli katkılar sunmuş bir girişimci olarak tüm yaşamınız adanmışlık, sabır ve vefa üzerine ilham verici bir öykü barındırıyor. İlk olarak sormak istediğimiz konu; mesleğe başladığınız yılların koşullarını göz önüne alırsak, bölgede genç bir kadın olarak, emsali bulunmayan bir örnek yaratmak yoğun bir cesaret gerektirmekteydi. Nasıl başardınız, neler yaşadınız, neleri aştınız ve tabii motivasyon kaynaklarınız nelerdi?

Güneydoğu Anadolu’nun ilk seyahat acentasının 34. hizmet yılına girdiğimiz bu sene, tüm bu yılların imbiğinden süzülen tecrübeyle, sihirli ifadelerden en

önde geleninin “farkındalık yaratmak” olduğundan kuşku duymuyorum. Dünyanın her yerinde yaşayan başarılı insanların genel üstünlüğünün “farkında olmak” olduğuna da tüm kalbimle inanıyorum.

Farkında olduğunuzda ve önemseddiğinizde çözüm üretebiliyorsunuz, yenilik yapabiliyorsunuz, ‘eski köye yeni adet’ getirebiliyorsunuz. ‘Ailemizde genetik olarak “yenilikçilik” hep vardı. Babam ve annem her zaman çözüm odaklı düşünmeyi, sorgulamayı, empatiyi, bunun için de donanımlı olmayı öğüttiler. İdealizmi, yenilikleri yaratmayı ve çözüm odaklı yaşamayı bir aile geleneği olarak öğrendiğinizde, amacınıza erişmek için önünüze çıkan her engeli aşmanız gerektiğine de koşullanıyorsunuz.

TURİZM BAKANLIĞI'NDAKİ GAZİANTEP İÇİN KULLANILAN TEK FOTOĞRAF 'LAHMACUN'A AİTTİ

Bölgenin ilk seyahat acentasını kurma kararını aldığım-
da hareket noktam şu idi: Son derece zengin geleneği
olan bu kadim şehir dünyada yeteri kadar tanınmıyor-
du. İlk tanrı sisteminin çıktığı, yaşayan en eski yerleşim
olduğunu iddia ettiğimiz Dülük, eserleri dünyadaki en
görmekli müzeleri süsleyen Hitit medeniyetinin efsa-
nevi yerleşimi Kargamış, ilk açık hava heykel atölyesi
Yesemek, Doğu Roma İmparatorluğu'nun doğudaki
en uç sınırlarını barındıran Zeugma bu muhteşem
şehirdeydi. Turizm Bakanlığı'nda bile sadece bir dia ile
tanıtılan Gaziantep için kullanılan tek simge 'lahmacun'
görseliydi. Oysa ki, Hacettepe Üniversitesi'nde aldığım
eğitim boyunca hayal ettiğim "niche market" tam da
burada olmalıydı. Turizmin "deniz, kum, güneş" ten
ibaret olduğuna koşullanan o dönem insanları önce
itiraz ettiler. "Taş görmeye kimse gelmez, kendini tü-
ketme" dediler.

Altı yıl boyunca herkes bizi ve çalışmalarımızı izledi.
Bıkmadan usanmadan, kendi kaynaklarımla tanıtım
seferberliği başlattım. Müze teşhirleri ve ören yerleri
kazı çalışmalarına sponsor oldum. Başta TRT olmak
üzere onlarca ulusal ve yerel TV kanalında yüzlerce
tanıtım konuşması, açılış töreni, seminerler yaptım,
yazılar yazdım. 6 yıldan sonra önce Gaziantep'te, son-
ra Güneydoğu'da acentalar açılmaya başladı. Bugün
Gaziantep'te, resmi seyahat acentası sayısı 135. GAP
Bölgesi'nde ise 251 acenta var. En ciddi başarıları elde
eden acentalarımızın sahiplerinin ya da üst düzey yö-
neticilerinin kadın olduğunu söylemekten de gurur
duyuyorum. Buraya kadar anlattığım her şey, kadın
ya da erkek bir girişimcinin yeni bir oluşumu kabul
ettirme sancılarıydı. Sezar'ın hakkını vermem lazım:
Ben Gaziantep'te bir kadın girişimci olarak hep avan-
taj yaşadım. Benim yaşadığım bölge, bilinenin aksine
"anaerkil" bir bölgedir. Eğitimli kadının büyük kredisi
vardır ve toplum doğruları yaptığına inandığı kadını
koşulsuz destekler. Bana kamu kurumlarında, sosyal
alanda hep öncelik tanındı. Toplumun takdirini çok
hızlı bir biçimde kazandım. Buranın muhteşem in-
sanları benimle gurur duyduklarını her fırsatta bana
gösterdiler, gösteriyorlar.

KADINLAR YARATICI VARLIKLARDIR.

DOĞRUDAN SERMAYE
BİRİKİMİ OLMASA BİLE
KAFASINA BAŞARMAYI
KOYDUYSA KOOPERATİF
KURAR, İMECE BAŞLATIR...
AMA BAŞARIR.



GAZİANTEP’TE KADIN, “GİRİŞİMCİ”DİR.

Bir röportajınızda Gaziantep’te işyeri sahibi olan kadınların sayısının yüksekliğinden bahsetmiştiniz, bu sayı şimdilerde ne durumda, doğrudan sermaye birikimine sahip olmayan kadınlar için durum nasıl?

Kent Konseyi’nde yaptığımız bir toplantıda bir bakanlık yetkilisi Gaziantep’te çalışan işçi kadın sayısının azlığından söz ediyordu. Ona da söylediğim gibi; Gaziantep’te kadın, “girişimci”dir. Kendi işinin patronudur ya da üst düzey yöneticisidir. Hem nitelik, hem de nicelik olarak çok kıymetli kadın girişimcilerimizle her zaman gurur duydum. Uluslararası platformda söz sahibi olan birçok kadın girişimcimiz var. Kadınlar yaratıcı varlıklardır. Doğrudan sermaye birikimi olmasa bile kafasına başarmayı koyduysa kooperatif kurar, imece başlatır ama başarır.

KADINA GÖLGE EDİLMESE NE YAŞANILASI BİR DÜNYAYA SAHİP OLACAĞIZ

Turizm sektörü barındırdığı detaylar itibarıyla kadın bakış açısını ve enerjisini yoğun olarak taşıması gereken bir sektör, ancak realitede durum nasıl işliyor sizce?

Turizm gerçekten kadına çok yakışıyor. Örnek olarak, özel ilgi turlarının en başarılılarını incelediğinizde, bunların bir kadın elinden çıktığını hemen anlıyorsunuz. Nemrut’ta gün batımı muhteşemdir. Gün batımında dağın zirvesinde, beyaz eldivenli garsonların ikram ettiği cam kadehlerdeki şampanya ve flüt büyüyle süslenmiş ortamı gördüğünüzde detaylardaki kadın dokunuşunu fark etmemek mümkün değil. Ya da sakın şehir Halfeti’de kuğu gibi süzülen teknede çello dinletisini... Kadına gölge edilmese ne yaşanılasi bir dünyaya sahip olacağız.

Birçok kurum ve marka açısından deneyimle biliyoruz ki, kadınların aktif olarak çalıştığı ve yönettiği işletmeler müşteri memnuniyeti açısından çok başarılı. Bu gerçeklik ışığında daha çok kadına istihdam, eğitim ve yatırım imkânı

sağlanması Türk turizminin ve ekonomisinin geleceği açısından çok akıllıca bir yatırım olacağı aşîkâr. Bu konuda neler yapılabilir?

Kadın doğası gereği anaçtır, fedakardır, dürüsttür, cesurdur. Toplumumuzdaki kadınların bu niteliklerinin bir de eğitimle taçlandırıldığını düşünün. “Muhteşem bir dünya” yaratılmış olur. Kadının eğitilmiş olması, olmazsa olmaz koşullardandır. Yetiştirdiği çocuklar da toplumsal düzenin kalitesine katkı sağlar çünkü. Kadının en yakıştığı iş alanlarından birinin turizm sektörü olduğunu düşününlerdenim. Çok hızlıca, dar kapsamlı özel ihtisas eğitim programlarının hayata geçirilmesi hem çok kolay organize edilebilecek, hem de çözüme ulaşmada hız katacak bir çalışma olur diye düşünüyorum.

TÜRSAB seçimleri öncesinde ‘Turizmci Kadınlar Platformu’ olarak başkan adaylarına bir çağrı yaptınız ve listelerde kadın aday azlığına dikkat çektiniz, ‘bizi bu çağda haklarımızı aramak zorunda bırakmayın’ dediniz. Bu haklı çağrı karşılığını buldu, bize biraz bu süreci anlatır mısınız ve bundan sonra atılacak adımlar ne olmalı sizce?

Ayrımcılığın hiçbirinin asla kabul görmemesi gereken bir çağda yaşamamız gerektiğini düşünüyoruz ama uygulamada hala ağlamayan bir şey kazanamıyor. En çağdaş olduğunu ifade eden partiler, meslek örgütleri, sosyal oluşumlarda bile “erk” hırsı, başkalarına izin vermenin önüne geçiyor. O sebeple “Hak verilmez, alınır” söylemi hala geçerliliğini koruyor. Hak almaya devam edeceğiz elbette.

Son olarak mesleğe yeni atılan genç kadınlara ne söylemek istersiniz?

Herkes hayallerini takip etmeli diye düşünüyorum. Hayal ederseniz gerçekleştirirsiniz. İnsanlar sevdikleri, mutlu oldukları işi yapmalı. Kadınlar genel inanın aksine çok daha şanslılar. Yeter ki doğru planlasınlar. Dürüst, içten ve ayrıntıcı olsunlar. Başaramamaları imkânsız. “Öğrenilmiş çaresizlik” söylemleri asla bize göre değil. Herkes yapıyorsa biz de yaparız, kimse yapamıyorsa biz mutlaka yaparız.

O yıllarda turizm terminolojisine yabancı olan bölge resmi otoritesine "Turneye çıkanların tiyatrocı, tura çıkanların turizm rehberleri" olduğunu, "yarım pansiyon"la "yarım porsiyon" farkını, "fire" ile "free"nin ne olduğunu bıkmadan anlatmaya çalışmak...



2000 yılında, Ermeni tarihinde önemli bir merkez olan Rumkale'nin tanıtımı için, "milenyum büyüü"nü tanıtım olanağına çevirmek üzere kolları sıvamak ve Patrik Mesrop Mutaşyan'ı bölgeye davet etmek. Ancak, o dönemde bölgede bir tekne olmadığı için tüm heyetin lastik üzerine bağlanmış tahtalardan oluşan ilkel salla Rumkale'ye geçirilmesi...

Bu çılgınlığın ödülü ise; Patrik Mutaşyan'ın çekilen sıkıntıya bizzat tanık olması üzerine bölgenin ilk teknesini armağan etmesi olmuş.



Zeugma Ören yerinin bir an önce ortaya çıkarılması için Gaziantep Müzesi kazı ekibine sponsor olmak. Eleman bulma güçlüğü yaşandığı için ören yerini barındıran Belkis Köyü'nün gençlerinden bir kazı ekibi oluşturmak.

Bu gençlerin her akşamüstü köyde, acenta logosunu taşıyan mavi tişört ve şapkalarıyla "gururla" dolaşmaları. Ve her şeye rağmen mozaiklerin Gaziantep'de kalmasını sağlamak...



"Gaziantep gece de civil civil" dedirtmek için üstü açık otobüslerle uzun yaz gecelerinde ücretsiz turlar yapmak..

AYŞE NUR YILMAZER'İN Bir Bölgenin Kaderini Değiştiren "Çılgınlıklar"ı

Bölgeyi
anlatılabilecek
kokartlı rehber
yokken tüm ilişkilerini
seferber ederek bölgenin
ilk rehberlik sınavını
Gaziantep'te
açtırmak...



Kendi ifadesiyle; "Zulu kabilesinin bile tanıtımını kolayca gerçekleştirdiği bir dönemde" yıllar boyu ASTA, USTOA, WATA gibi meslek örgütlerinin tüm dünya kongrelerine kilolarca broşürle katılıp, bıktırıcaya kadar onlara bölgeyi anlatmak...

"Dünyanın
yaşayan en eski yerleşimi:
Gaziantep" oymesini
hafızalara kazınmak için
600.000 yıllık Dülük ören
yerinde bulunan ve karbonlama sistemi ile
tezinin doğruluğunu kanıtlayan antik
döneme ait frontal kemiğin izini yıllarca
sürmek...



TÜM ŞEHRİN KATILDIĞI BİR KÜLTÜR SEFERBERLİĞİ: KURTULUŞUN İKİNCİ GAZİSİ; GAZİANTEP

Biraz da bölgenizden bahsetmek istiyoruz, siz her zaman kültür turizminin bir bölgenin her kesimiyle kalkınması için en iyi yol olduğuna vurgu yapıyorsunuz ve bu konudaki çalışmalarınız yıllardır kesintisiz sürüyor. Yenilerde gündemde ne var, bize biraz bölgedeki son durumdan bahsetmenizi istesek?

Gaziantep, Zeugma Mozaiklerinin tanıtımı ile kazandığı o muhteşem ivmeye ek olarak gastronomi dalında Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü'nün (UNESCO) Yaratıcı Şehirler Ağı'na girdi ve bu süreç çok doğru yönetildi. Büyük kentlerin billboardları "Şimdi Gaziantep'e gitme zamanı" yazan duyurularla donatıldı ve çok ciddi bir iç turizm akınıyla yüzümüz güldü.

Bölge halkına kentimizin kültür turizminde dünyaya örnek olacak bir destinasyon olduğunu anlatmak konusunda bir ömür tükettiğimi söylesem abartı olmaz. Başlangıçta bölgede yaşayanların çoğunluğu "Gaziantep ve turizm" sözcüklerini yan yana yakıştıramıyordu. "Halka rağmen" hiçbir etkinliğin yapılamayacağı bilinciyle, birinci görevimizin halkımıza kentimizi en özendirici yoldan tanıttırmanın yolunun, sabırla ve sevgiyle yapılacak şehir turları olduğuna inanmıştık. Projeyi anlattığımızda o zaman Gaziantep Büyükşehir Belediye başkanı olan Dr. Asım Güzelbey müthiş bir kültür gönüllüsü olarak bizi inanılmaz ölçüde destekledi. Kültür Daire Başkanı Sema Marangoz, mükemmel ilişkiler ağı aracılığıyla turlarımızı bıkmadan, usanmadan duyurdu. Çalışkan ekibini bu projenin tüm olası sorunlarını çözmede görevlendirdi ve böylece kentimizi tanıtmak amacıyla düzenlediğimiz Kurtuluşun İkinci Gazisi: Gaziantep şehir turlarına 17 Ocak 2009 tarihinde başladık.



Bu tarihten itibaren her hafta sonu yaptığımız Kurtuluşun İkinci Gazisi: Gaziantep şehir turlarımız, hava koşulları el verdiği ölçüde kış günü de olsa gerçekleştirildi. Bu programla, ana okulundaki çocuklarımızdan Huzur Evi'ndeki yaşlılarımıza, uyuşturucu bağımlısı sokak çocuklarımızdan üniversite öğrencilerimize, ev kadınılarımızdan doktorumuza, mimarımıza, ekonomistimize, şehir dışından gelen konuklarımıza, diş hekimimize, arkeoloji öğrencilerimizden konservatuar öğrencilerimize dek çok geniş bir skaladan oluşan konuklarımıza hizmet verdik. Turumuza katılan konuklarımıza Gaziantep'te yaşanan gelişmeleri ve herkeste derin hayranlık uyandıran kültürel ve tarihi zenginliği gösterme fırsatını yakaladık. Her konuğumuzun en az beş yakınına bu güzellikleri anlattığını düşünerek aktivitemizin on binlerce kişinin dikkatini çektiğini söylemek çok da abartılı olmayacak. Süreç içinde 7500'ün üzerinde konuk gezdirdik. Bu, Anadolu'da bu kadar uzun soluklu ve büyük çaplı yapılan ilk ve tek kültür seferberliğidir.



Bu yolculuk için bavulunuza neler aldınız?

Minimum eşya ama mutlaka bölgenin ipek kutnu keseleri içinde minik paketlenmiş tuzlu antep fıstığı. Antep fıstığı armağanının büyüüne çok inanıyorum.



Müzik?
Ruh halime göre çok farklı ezgiler



Size hangi kitap eşlik edecek?

Bağ Kulesi; Tomris Kutluay
Kepkep ve Sarmal; Murat Ağürel



5N1K

AYŞE NUR YILMAZERİN
GİZLİ HAZİNELERİ

Yoğun programınızda bir boşluk oluştu ve ani bir karar vererek yola çıktınız:
Kısa ama büyüleyici bir tatil olsun istiyorsunuz.

NE yapmak-yemek-görmek-deneyimlemek istediniz?

Bölgede yapacağım yeniliklerin ilhamını yakalayabileceğim bir dünya köşesi seçerim.

NEDEN?

Çünkü daha yapılacak çok şey var...

NASIL bir yolculuk?

(Uçak, tren, araba, tekne, belki at...) Uçak her zaman en sevdiğim ulaşım.

NEREDE konaklarsınız?

Sınıflandırmak istemeyeceğim kadar farklı ve özgür ama mutlaka konforlu bir yer.

NE ZAMAN?

12 ay boyunca.

Favori destinasyonunuzda yanınızda **KİM** var?

Rafine zevkleri keyifle paylaşabildiğim, 'farkında olmayı' bilen arkadaşım.

Güçlü Kadınlar Coğrafyasında Küçük Bir Gezi KADIN HİKAYELERİYLE İSTANBUL

8 Mart Dünya Kadınlar Günü dolayısıyla dergimiz Yayın Kurulu Üyesi Faruk Pekin'den bize bir "Tarihte Kadın İzi" rotası çizmesini rica ettik. O da bizi kırmadı ve sadece 8 Mart'ta değil her zaman tarihin güçlü kadın figürlerinin izini sürmek, ilham almak için izleyebileceğimiz bir rota önerdi.

Faruk Pekin

"Ana Tanrıçalar Diyarı" olarak da adlandırılabilir Türkiye "kadın konseptli" geziler tasarlama açısından çok şanslı. Kadının konumunu tarih boyunca ele alma, anaerik toplum dönemlerini vurgulama, özellikle Selçuklu döneminde kadına verilen önemi ve kadınların yönetimdeki ağırlıklarını öne çıkarma açısından bu tür geziler oldukça önemli. Ayrıca bu geziler yalnızca 8 Mart için düşünülmemeli, tüm aylara yayılmalı.

Göbeklitepe, Aşıklı Höyük, Çatalhöyük, Hacılar, Hasanoğlan gibi kazıları yapılmış yerler ve çevrelerinde paleolitik ve neolitik dönemlerde kadın konusu ele alınabilir. Hatti, Hitit, Urartu, Frigya, Lidya, Karya, Likya, Batı Anadolu kent devletleri, Helenistik, Roma ve Doğu Roma, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerine özel olarak kadın konusuyla yaklaşılabılır. Bu dönemlere ait İstanbul Arkeoloji Müzeleri, Ankara Anadolu Uygarlıkları Müzesi başta olmak üzere, tüm yerel müzeler bu yaklaşımla gezilebilir.

Bu gezilerde Kibele; Frigya bölgesi, özellikle Ballıhisar-Pessinous, Günüzü Dağı, Kubaba (içinde "ama", "ma" geçen yerler), Amazonlar; Sam-sun, Şanlıurfa mozaikleri, Amiral Artemisia, Leto, Artemis, Meryem Ana, Bizans kadınları, Theodora, Beylikler ve Selçuklu dönemleri kadın baniler, Mahperi Hatun, Melike Turan Melek, Mama Hatun, Osmanlı kadın sultanları, özellikle kadın padişah Hatice Turhan Sultan konularına ağırlık verilebilir.

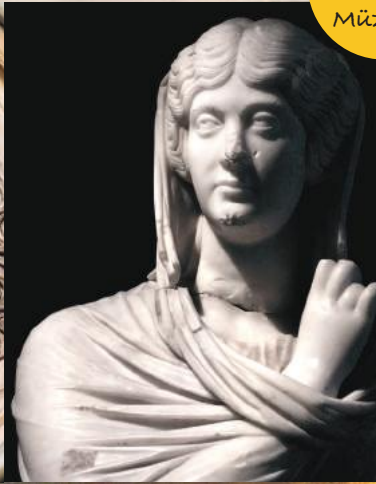
Bu nedenle, İstanbul, Troya, Bergama, Efesos, Priene, Miletos, Bodrum (Halikarnassos), Letoon, Xanthos, Frigya bölgesi, Gordion, Konya, Çatalhöyük, Kapadokya; özellikle Kültepe, Niğde; Hüdavent Hatun Türbesi ve Kayseri; Huand Hatun Külliyesi, Alacahöyük, Hattuşa, Nemrut Dağı, Karatepe-Adana, Şanlıurfa, Göbeklitepe, Divriği; Ulu Cami, Tercan; Mama Hatun Külliyesi, Trabzon gibi yerlere bu gezilerde mutlaka yer verilmelidir.

Somut bir örnek olması açısından tasarımı FEST Travel'a ait olan bir Adım Adım İstanbul® kadın konulu bir kültür gezisini paylaşmak isterim.

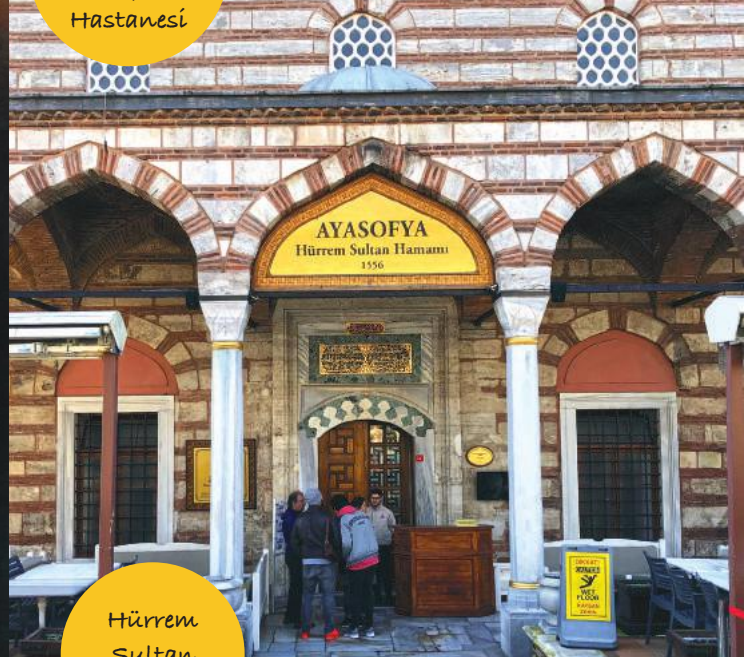




Istanbul
Arkeoloji
Müzeleri



Piskoposluk
Sarayı,
Sampson
Hastanesi



Hürrem
Sultan
Hamamı

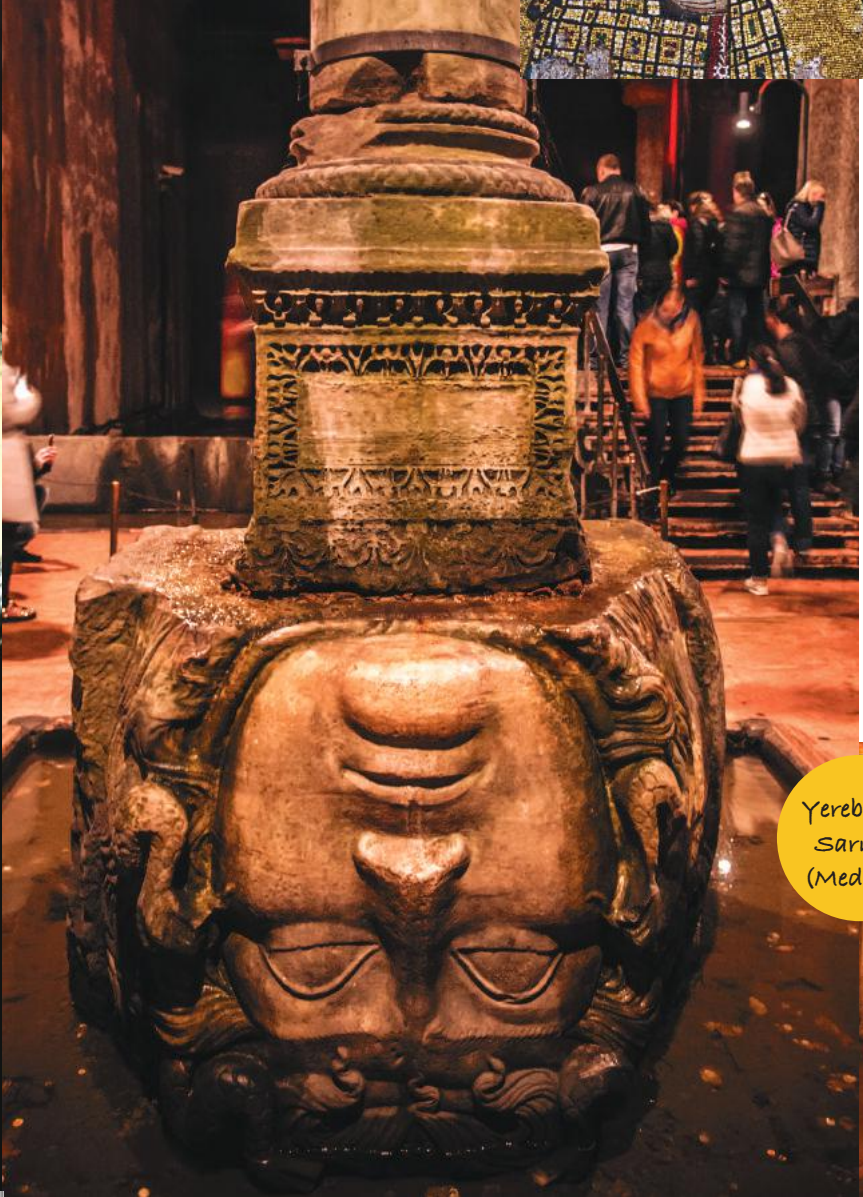
Ayasofya
Müzesi






İstanbul Arkeoloji
Müzeleri


Piskoposluk
Sarayı | Sampson
Hastanesi




Bizans Büyük
Sarayı
Khalke Kapısı kalıntıları
(Azize Theodosia)


Ayasofya Müzesi
(Meryem Ana,
İmparatoriçe Zoe
ve İrene)

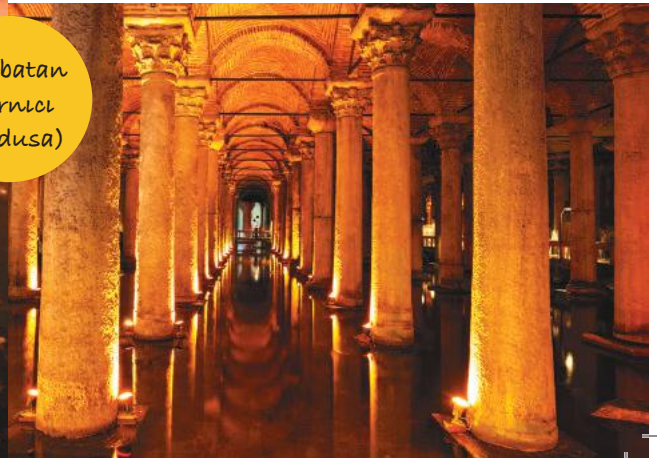

Hürrem Sultan
Hamamı


Yerebatan Sarnıcı
(Medusa)


Augustaion
Forumu
(Helena Augusta)


Azize Eufemia
Martirionası
kalıntıları

Yerebatan
Sarnıcı
(Medusa)





Cumhuriyet öncesi ve yakın tarihimizde
Sultanahmet Meydanı'nda kadın hareketleri



Kösem Sultan Türbesi



Hipodrom
(İmparatoriçe Theodora)



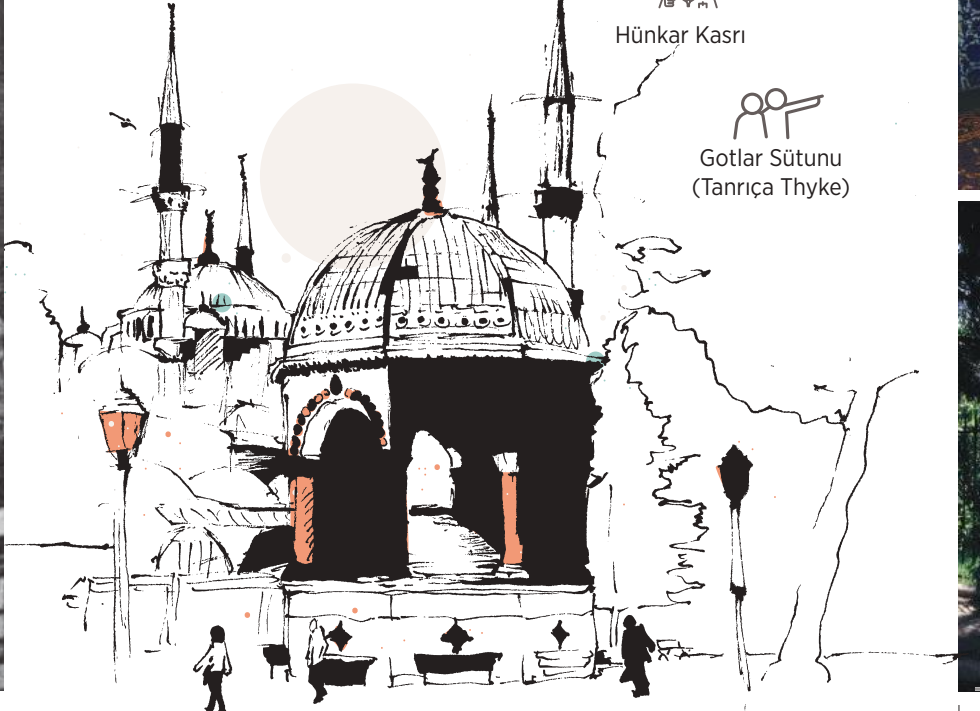
Constantinus Deniz Surları üzerinde
Hristos Soterios Philanthropos
Manastırı ve Ayazması kalıntıları

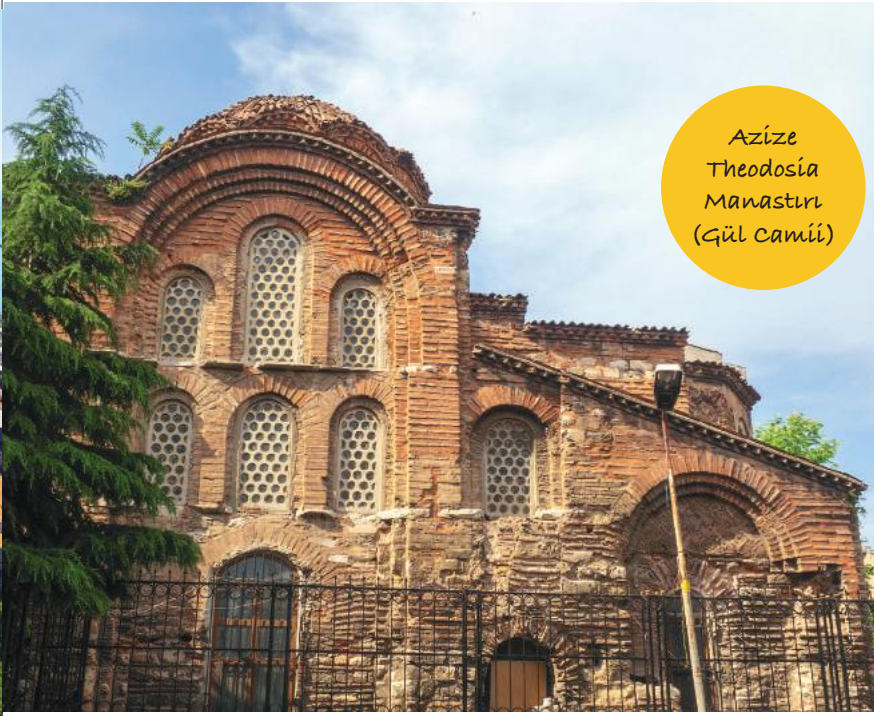


Hünkar Kasrı



Gotlar Sütunu
(Tanrıça Thyke)





Azize
Theodosia
Manastırı
(Gül Camii)



Adile Sultan Kütüphanesi



Moğolların Meryemi Kilisesi
(Theotokos Panayiotissa
Mugliotissa ya da Kanlı Kilise)



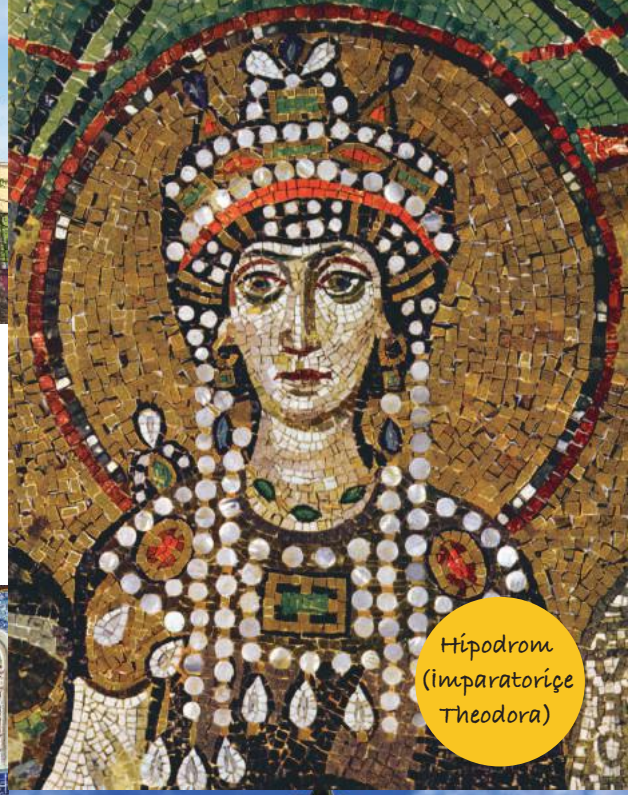
Hatice Turhan Sultan
Türbesi



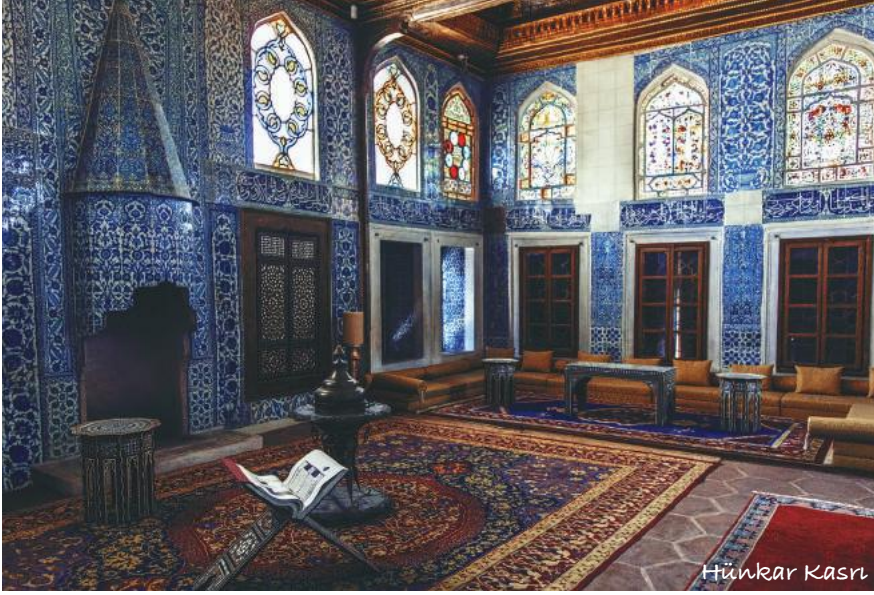
Hagios Polyektos
Kilisesi kalıntıları
(Anicia Juliana)



Azize Theodosia
Manastırı
(Gül Camii)



Hipodrom
(imparatoriçe
Theodora)



Hünkâr Kasrı

Gotlar Sütunu
(Tanrıça Thyke)



Kadın Eserleri
Kütüphanesi ve
Bilgi Merkezi
Vakfı



DOSTA VEDA

Tüm dünya ile birlikte zorlu günlerden geçerken, acı bir haberle sarsıldık. TÜRSAB Genel Merkezi'nin sevgili ağabeyi Celal Alpay bizleri derin bir üzüntüyle bağ bağa bırakarak yağama veda etti. Kendisini tanıyan herkesin kalbinde taht kurmuğ kiğiliği, nezaketi, güleryüzü ile her zaman hatırlanacak, sevgiyle anılacak Celal Ağabey'in ardından sevenleri tarafından tarihe not düğmesi için kaleme alınmığ son vedaları sizlerle paylağıyoruz.

Mekanın Cennet olsun Celal Alpay...

İş yerlerinde aile ortamını yakalayıp tek yumruk olabilmek, bazı güzel kalpli insanların örnek tutumlarıyla mümkündür. Söz konusu ortamın oluşmasında hiç şüphe yoktur ki; nezaketi, naifliği ve mütevazılığıyla hayatın güzelliklerini yansıtan, bulunduğu ortama neşe katan çalışma arkadaşları ise olmazsa olmazlardandır. İşte bugün o arkadaşımızı, Genel Merkezimizin ağabeyini; çok sevgili Celal Alpay'ı kaybetmenin derin üzüntüsünü yaşıyoruz. TÜRİSAB'da oluşturduğumuz o sıcak aile ortamının yapıtaşlarından biri olabildiği için kendisini her daim minnetle hatırlayacağımıza yürekten inanıyor; bir kez daha tüm sevenlerine başsağlığı diliyorum. Nurlar içerisinde yatsın.

Firuz B. Bağlıkaya

TÜRİSAB Yönetim Kurulu Başkanı



Celal Abi,
Çok sayıda çınarımız devrildi amansız salgının pençesinde, sayı arttıkça bizlere yaklaştığını senin haberin ile almıştık. Aslında 19 ay olmuştu tanışalı daha uzun hissedilmesine rağmen. Bazı sözcüklerin vücut bulduğu insanlar vardır; tıpkı naif, beyefendi sözcüğünün sende olduğu gibi. Bu duruşun ile belki de birçok erken kararın önüne geçtin ve sükûnet ile düşünmenin, yaklaşmanın ne kadar önemli olduğunu bir kere daha pekiştirdin.

Uzun zamandır görüşememiştik, vedada da bir araya gelemedik ama emin ol, en kısa zamanda tüm seven iş arkadaşların ile yanı başında olacağız ve buradan iletmiş olayım şayet varsa benden yana tüm haklarım helal olsun. Mekânın Cennet olsun.

Melike Ertekin

TÜRİSAB Genel Sekreteri



Celal Bey' in ardından

Celal Bey, benim 34 yıllık çalışma hayatım boyunca ender rastladığım nezaket sahibi ve beyefendi bir kişilikti. İşinin gereği olarak farklı kültürlerden gelen insanlarla muhatap olma durumunda bile, sakinliğini ve nezaketini hiç bozmadan ortaya çıkabilecek tüm problemleri idareci kimliğiyle çözümlerdi. Bölüm arkadaşları ile yaş farkına rağmen her zaman uyum içerisinde olmuş, düzenlenen tüm sosyal faaliyetlerimizin gençlerden daha fazla takipçisi olmuştur. İş hayatının tüm stresli ve yıpratıcı atmosferinde bile güzel insanlığı ile bizlere hep örnek oldu, O'nu kalbimize büyük bir saygı ile yerleştirdik, nurlar içinde yatsın.”

Neslihan Örnek

Finansal ve Kurumsal Fonksiyonlar
Grup Başkanı

Celal Bey benim 40 yıllık arkadaşım. Kendisi herkes tarafından sevilen ve saygı duyulan bir arkadaşımız. İşine son derece bağlı biriydi. Gerek daha önceki çalıştığı yerlerde, gerek TÜRSAB'da işini severek yapan ve birebir takip eden bir insandı. Ben geçen bu 40 yıl içerisinde kendisinden herhangi bir kimseye karşı kırıncı ya da incitici bir şey işitmedim. Birikimi fazla olan çok değerli bir dostumdum. Kaybımız da, acımız da büyük. Kendisine Allah'tan rahmet, ailesine ve sevenlerine ise başsağlığı diliyorum.

Abdi Ayhan

Arkadaşı

Araç kiralama sektörünün güçlü ve öncü isimlerinden biri olan, hizmetleri ve emekleri ile sektörde yer alan tüm çalışma arkadaşlarımızın gönlünde yer edinen, TOKKDER Kurucu ve Onur Üyemiz, TÜRSAB bünyesinde filo yöneticiliği ve birçok görev yürütmüş olan, değerli büyüğüm Sayın Celal Alpay'ın vefat haberini büyük bir üzüntü ile öğrenmiş bulunuyorum.

Celal Ağabey, tolerans düzeyi çok yüksek, yardımsever ve pozitif bir insandı. Örnek alınması gereken bir entelektüeldi. Gerçek bir “insan”dı. Gülen yüzü ile her zaman anılarımızda yaşayacak.

Merhum Celal Alpay'a Allah'tan rahmet; ailesine, yakınlarına, sevenlerine turizm ve tüm araç kiralama sektörümüze başsağlığı diliyorum.

Işıklar içinde uyu Celal Ağabeyimiz...

İnan Ekici

Otokoç Otomotiv Genel Müdürü
TOKKDER Yönetim Kurulu Başkanı



*Seni tanıyan herkes nasıl özel bir insan olduğunu bilir zaten,
ama bunca zamanını geçirdiğin biz ekip arkadaşların bir kaç cümle de olsa
söylemek isteriz.*

*Sen koca çınar, etrafına her daim öylesine zahmetsizce ışık saçtın ki..
O hiç bozmadığın beyefendi duruşun ve kibarlığınla, iş hayatı bir yana
insanlığın gerçekte ne olduğunu her fırsatta gösterdin ve bütün bu koşuşturmaca
arasında bizlere de hatırlattın.*

*Doğru bildiğini söylemekten asla çekinmedin ve biz senin en çok bu yönünü
sevdik. Dabası çalışmaktan asla vazgeçmedin, işleyen demirin pas tutmayacağını
bizlere en güzel şekilde kanıtladın.*

*Bizler senin gibi bir duayenden çok şey öğrendik ve biliyoruz ki gitmek zorunda
olmasaydın senden örnek alacağımız daha çok şey vardı.
Nur içinde yat, gittiğin yerde aydınlık günler hep seninle olsun.
Seni çok sevdik be abi..*

**Satınalma Direktörlüğü
Çalışma Arkadaşları**



İSTANBUL OPERA VE BALESİ MÜDÜRÜ

SUAT ARIKAN:

**‘AVRUPA’DA TÜRK
OPERACILARDAN KORKUYORLAR’**

İstanbul Opera ve Balesi’ni yıllardır yöneten bas Suat Arıkan, Türk opera sanatçılarının Batı’daki başarılarına vurgu yaptı. Arıkan “Bizim zamanımızda Ruslar bu işte çok iyiydi. Sonra Güney Koreliler ön plana çıktı. Şimdi de Türkler dikkat çekiyor. Avrupa’da Türklerden korkmaya başladılar,” dedi

Özlem Ertan

Sanıldığıının aksine opera sanatı Türkiye topraklarına yabancı değil. Her ne kadar Devlet Opera ve Balesi 1940'lı yıllarda kurulmuş olsa da Osmanlı devrinde de İstanbul'da sık sık opera temsilleri düzenlenirdi. Avrupa'dan gelen önemli opera toplulukları Beyoğlu'ndaki, o zamanki adıyla Pera'daki tiyatro salonlarında devrin en sevilen, popüler operalarını sahnelerdi. Osmanlı sultanları da meraklıydı Rönesans devrinde İtalya'da doğan bu eşsiz sanata. Mesela II. Abdülhamit'in 1889 senesinde inşa ettirdiği Yıldız Sarayı tiyatrosunda, aralarında 'La Traviata' ve 'Il Trovatore'nin de olduğu en büyük İtalyan operaları oynanmıştı.

Cumhuriyet döneminde de Atatürk'ün arzusu ve teşvikiyle tüm evrensel sanatlarla olduğu gibi operaya da önem verildi. Açılan konservatuvarlarda son derece yetenekli, özel sanatçılar yetişti. Türk halkına opera sanatını ulaştıran bu şancılar arasında soprano Leyla Gencer gibi adını dünya opera tarihine altın harflerle yazdıranlar da oldu.

Günümüzde de çok iyi, dünya çapında opera sanatçılarımız var. Bunların bir kısmı Avrupa ve Amerika'nın önemli sahnelerinde rol alırken, bazıları da Devlet Opera ve Balesi'nin Ankara, İstanbul, İzmir, Mersin, Antalya ya da Samsun'daki sahnelerinde sanatseverlerle buluşuyor.

Uzun yıllardır İstanbul Devlet Opera ve Balesi'nin müdürlüğünü ve genel sanat yönetmenliğini de yürüten opera sanatçısı, bas Suat Arıkan da gerek Türkiye'de gerekse yurtdışında pek çok eserde rol almış önemli bir şancı. Suat Arıkan'la operayı, bu sanatın Türkiye'deki durumunu ve kültür turizmiyle ilişkisini konuştuk.



Suat Arıkan, Özlem Ertan, Nejat Işık Belen

Uzun zamandır müdür ve genel sanat yönetmeni olarak İstanbul Devlet Opera ve Balesi'nin başındasınız. Yönetimi devraldığınız günden beri yaşadığınız en büyük zorluklar nelerdir?

Müdürlük ve sanat yönetmenliği birbirinden çok farklı işler. İşin sanat yönetmenliği kısmını seviyorum, ama müdürlük beni çok yoruyor. Hangi sanatçı askere gidecek, hangisi doğum yapıyor gibi konularla da uğraşıyor müdür. İmzalar, izinler... Biz konservatuvar eğitimi almış opera sanatçılarıyız. Müdürlüğü işletme, idari bilimler okumuş birinin yapması lazım. Dünyadaki bütün önemli sanat kurumlarında müdür ve sanat yönetmeni ayrı insanlardır.

Sanat yönetmeni olarak her sezon bir tema belirliyorum. Sonrasında bu temaya göre sezon repertuarına karar veriliyor. Terzisinden, kostüm tasarımcısına, şancısından, rejisörüne kadar yüzlerce insan benim hayalimi gerçekleştirmek için çalışıyor. Sanat yönetmenliğinin bu tarafı beni çok mutlu ediyor, ama zorlayan yanları da var. Maalesef ülkemizde fikir



üretirken fazla “uçmak” şansımız bulunmuyor. Yaratılan konsepti destekleyip altını doldurabilecek bir yapı, imkân yok. Bir müddet sonra yorgunluğa düşüp artık fikir üretmemeye, “uçmamaya” başlıyor insan. Yurtdışındaki eserleri izliyoruz. Bunları biz de yapabiliriz, fakat aklımıza geleni gerçekleştirecek teknik ve maddi imkânlarımız yok.

Tüm bunların yanında İstanbul Devlet Opera ve Balesi olarak sizin bir de mekân sorunuz var.

Evet, 2008’de Atatürk Kültür Merkezi’nin (AKM) kapanmasından beri böyle bir sorunuz var. AKM dışında opera sahnelemeye uygun bir yer yok İstanbul’da. Zorlu PSM’ye gidiyoruz arada. Orası da opera değil, Amerikan müzikalleri için tasarlanmış bir sahne. Akustiği de ona göre. 2008’den beri opera temsilleri için kullandığımız Kadıköy’deki Süreyya Sahnesi güzel bir bina, üstelik akustiği de iyi, fakat onun da hem seyirci kapasitesi yetersiz hem de deposu ve atölyeleri yok. AKM’de her gün başka bir eser oynayabiliyorduk.

Çünkü binada dekorları saklayabileceğimiz depolar vardı. Süreyya’da ise depo yok. O yüzden her eseri bir-bir buçuk hafta oynuyoruz. Sonra onun dekorları İstanbul’un diğer ucundaki depoya gidiyor ve başka eserin dekorları geliyor.

AKM yıkıldı ve yenisi inşa halinde. Yeni yapı ne aşamada? İstanbul Operası yeni AKM’ye ne zaman geçecek?

Ofisim inşaat alanına bakıyor, o yüzden tüm sürece birebir şahit oluyorum. İnşaat çok hızlı ilerliyor. Umarım 2021’de geçeriz yeni AKM’ye.

Yeni AKM’nin opera-bale için tasarlanan bölümünde neler var?

Binanın planını inceledik. Operaya ayrılan alan eskiden daha iyi. Eskiden tek bir kütle vardı ve biz onu başka kurumlarla paylaşıyorduk. Yeni AKM kompleksinde her kurumun ayrı binası var. Bize ayrılan alanda büyük bir opera sahnesi var. Bunun yanında atölyeler, depolar da binanın içinde görünüyor.

Türkiye’de dünya çapında sesler var. Peki, Türk şan sanatçıları uluslararası sahnelerde ne kadar varlık gösterabiliyor? Bu konudaki yorumlarınız, izlenimleriniz neler?

Bugün dünyada opera alanında varlık göstermek çok zor ve büyük mücadele gerektiriyor. Çünkü bütün sınırlar yıkıldı. Eski ‘Demirperde’ ülkelerinden sanatçılar Avrupa’ya taşındı. Başarılı insan sayısı o kadar çok ki, rejisörler rolün gerektirdiği fiziksel tipi aramaya başladılar. Ne de olsa herkes iyi söylüyor. Teknikler de çok ilerledi. Ben Avrupa’daki yarışmalarda da jüri üyesiyim ve oralarda görüyorum ki Türk konservatuarlarından mezun olan arkadaşlarımız çok başarılı. Bizim zamanımızda Ruslar çok iyiydi bu işte ve onlardan korkulurdu. Sonra Güney Koreliler ön plana çıktı. Şimdi de Türkler dikkat çekiyor. Avrupa’da Türklerden korkmaya başladılar. Çünkü hepsi belli bir seviyenin üstünde. Avrupa’daki opera kurumlarında önemli roller söyleyen pek çok Türk şancı var. En başta genel müdürümüz tenor Murat Karahan, Mert Süngü, Kartal Karagedik. Levent Bakırcı... Hangi birini sayayım? Bunların hepsi önemli işler yapıyorlar.

Peki, dünyadaki önemli kurumlarla kıyaslarsak Türk operası şu an ne durumda?

Türk operası diyebilmek için Türk bestecilerin yazdığı, bizim topraklarımızdan beslenen ve evrensel boyutta pek çok eserimiz olması lazım. Bu sanatta yaklaşık 70 senelik bir mazimiz var ve eser sayısı o kadar değildir. Umarım bir gün hiçbir politik, kültürel iş birliği olmaksızın, bir eserimiz dünya repertuarına girebilir. Avrupa’nın, Amerika’nın önemli sahnelerinde oynanır.

İtalya’nın Verona kentinde yazın düzenlenen opera temsilleri, Almanya Bayreuth’taki Wagner festivali ve diğer mevsimlik opera etkinlikleri, kültür turizmi açısından da önem taşıyor. Türkiye’de ise Aspendos’ta opera, Bodrum’da ise bale festivallerimiz mevcut. Bunları kültür turizmi açısından değerlendirebilir misiniz?

Verona kenti opera festivalinden müthiş bir gelir elde ediyor. Bunun nedenlerinin başında planının, programının çok önceden yapılması geliyor. Bayreuth’da da böyle. İnsanlar yıllar öncesinden festivalde neler sahneleneceğini biliyor ve ona göre tatil programı yapıyorlar. Maalesef bizim festivallerimizin programı çok geç belli oluyor. Oysa en az bir sene öncesinden planlanması gerekir.



İNSANLAR YILLAR ÖNCESİNDEN FESTİVALDE NELER SAHNELENECEĞİNİ BİLİYOR VE ONA GÖRE TATİL PROGRAMI YAPIYORLAR. MAALESEF BİZİM FESTİVALLERİMİZİN PROGRAMI ÇOK GEÇ BELLİ OLUYOR. PROGRAMI SON DAKİKADA BELLİ OLAN BİR FESTİVALE TURİST GETİRMEK PEK MÜMKÜN DEĞİL. BİZİM FESTİVALLERİMİZE O SIRADA TESADÜFEN ORADA BULUNAN TURİSTLER GELEBİLİYOR ANCAK. MESELA VERONA’YA İNSANLAR SADECE OPERA İZLEMELİK İÇİN GİDİYORLAR.



Turizm planlama ister. Programı son dakikada belli olan bir festivale turist getirmek pek mümkün değil. Bizim festivallerimize o sırada tesadüfen orada bulunan turistler gelebiliyor ancak. Mesela Verona'ya insanlar sadece opera izlemek için gidiyorlar.

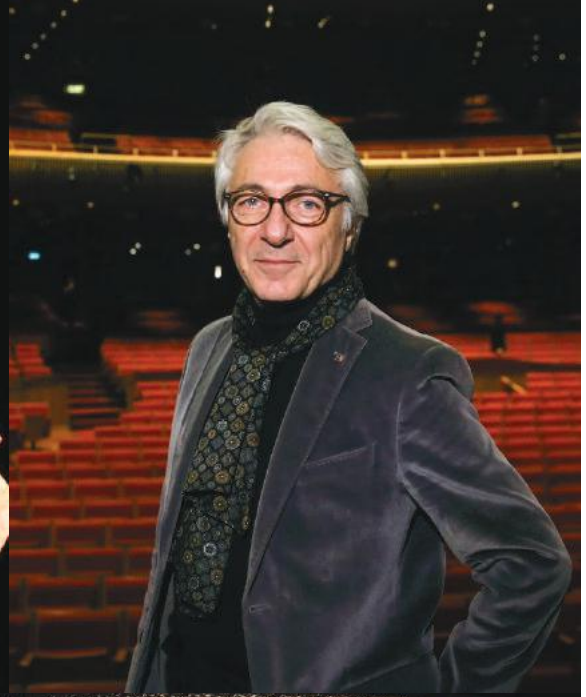
Biraz da sizden bahsedelim isterim. Opera sanatçısı olarak bugüne kadar çok severek oynadığınız, sesinizi ve sanatınızı en verimli kullandığınızı düşündüğünüz roller hangileri?

Her rolü büyük bir keyifle oynadım. Hemen hemen hepsi beni mutlu etti. Ancak AKM'deki 'Nabucco'da oynadığım Zaccharia rolü önemlidir benim için. YouTube'da da var onun videosu ve yurt dışından dinleyenler hayretler içinde kalıyorlar. 'Sevil Berberi' ve 'Don Giovanni' de unutulmazlarımdır. 'Don Giovanni'de hem Leporello'yu hem de Don Giovanni'yi oynadım. 'Tosca'da Scarpia rolü de benim için özel. Scarpia bariton rolü olduğu için korkarak başladım ona, ama sonra marka oldu. Ankara'da ve yurt dışında da oynadım Scarpia'yı. 'Salome' operasından Jochanaan da korkarak başladığım ve çok ses getiren bir rol oldu. O da bariton rolü çünkü. 'Otello' da Iago, 'Carmen' de Escamillo ve 'IV. Murat' da benim kariyerimde özeldir.



Aynı zamanda ressam ve fotoğrafçısınız. Müzik dışındaki sanatsal uğraşlarınızdan bahsedebilir misiniz?

Resim müzikten de önce vardı hayatımda. Konservatuvarı kazanınca akademiye girmekten vazgeçmiştim. Resimlerimde müziğin etkisi yoğundur. Operayla, müzikle iç içe yaşamımın dışavurumudur resimlerim. Tuvalde çalışırken daha özgürüm. Sahne sanatları bireysel yapılabilecek işler değil. Ancak resimde kimseye hesap vermiyorsunuz. İstedığınız gibi üretiyorsunuz. Resim temalarım da yıllar içinde değişiklikler oldu. Soyut çalışmalar son dönem resimlerimde ağırlık kazandı.



SÜREYYA SAHNESİ 13 YILDIR OPERAYA HİZMET VERİYOR

İstanbul Devlet Opera ve Balesi'ne ev sahipliği yapan Süreyya Sahnesi, mimari açıdan son derece güzel ve estetik bir yapı. 1924-1927 arasında Süreyya İlmen Paşa tarafından inşa ettirildi. Sanatsever paşa, fuayeyi Paris'teki Champs Elysee'den, iç mekânları ise Alman tiyatrolarındaki benzerlerinden ilham alarak tasarlamıştı. Süreyya Sahnesi 1927'de açıldı. Ancak Paşa, kendi adını taşıyan sahnede opera izleyemeden hayata veda etti. Teknik eksiklikler onun devrinde opera sanatçıların bu sahneye çıkmasına engeldi. Süreyya Paşa'nın opera, tiyatro ve konserler için yaptırdığı

sahne yıllarca sinema salonu olarak kullanıldı. Sonunda da harap düştü, sessizliğe gömüldü. Ta ki 2007'de opera binası olarak açılana kadar. Süreyya Operası, yaklaşık bir yıl boyunca AKM ile eşzamanlı olarak opera temsilleri ve konserler için kullanıldı. AKM'nin kapandığı 2008'den beri ise İstanbul Operası'nın mekân eksikliğini tek başına gidermeye çalışıyor.



TURİZM SEKTÖRÜNDE YENİ TRENDLER VE STANDARTLAR

GELECEĞE DÖNÜŞ

Covid-19 salgını inanılamayacak kadar kısa bir süre içinde dünyayı değiştirdi; yaşam düzenimiz, alışkanlıklar, standartlar bir anda tersyüz oldu. Bir süre sonra bu salgının etkisi azalacak, hatta bitecek ve evlerimizden çıkıp işimize döneceğiz. Döneceğiz dönmesine ama hiçbir şey eskisi gibi olmayacak. Kehanette bulunmuyoruz; eldeki veriler değerlendirildiğinde gelecek hakkında öngörülerde bulunmak olanaklı.

Belki bugünlerin sıcak gündemi içinde bu başlık ütöpik gelebilir ama iki dakika sakın kalıp düşünün; belediye otobüslerinde dahi uygulanan sosyal mesafenin uçaklarda göz ardı edilmesi mümkün mü? Yüzlerce tatilcinin aynı havuzda yüzmesi, açık büfede, dip dibe sıra beklemesi, aynı kaşık ya da kepçeyi yüzlerce farklı kişinin tutarak yemek alması, büfelerdeki yemeklerin mevcut hijyen koşullarında tutulmasının ne denli güvenli olduğu artık göz ardı edilemeyecek!

Şimdi sizi bir “beyin fırtınası”na davet ediyoruz. “Turizm sektörünün yakın geleceğinde bizi neler bekliyor, ne gibi değişimlere hazır olmalıyız?” sorusunu merkeze alıp biraz düşünerek, olası gelişmelerin bir listesini çıkardık. İşte, yakın gelecekte turizm sektörünü bekleyen olası trend ve yeni standartlar...



Online tur ve uçak bileti satışları artacak, turizm şirketlerinin ofisleri eskisi kadar sık ziyaret edilmeyecek. Baskılı programlar eskisi kadar rağbet görmeyecek.

Bir süredir kan kaybetmekte olan klasik tur operatörlüğü hizmeti veren şirketler daha da olumsuz etkilenecek, hizmetlerini kişiselleştirmek için yeni yatırımlar yapmak zorunda kalacaklar.



Toplantı ve kongre işi yapan şirketler işlerini dijital ortama taşımak için güçlerini birleştirecek ve teknoloji şirketleri ile birlikte, bu alanda yatırım yapmaya başlayacaklar.

Evden çalışma deneyimi sayesinde ofisler küçülecek ve şirketler arasında işbirliği artacak, şirket birleşmeleri yaşanacak ya da aynı ofisi birden fazla şirket paylaşmaya başlayacak.



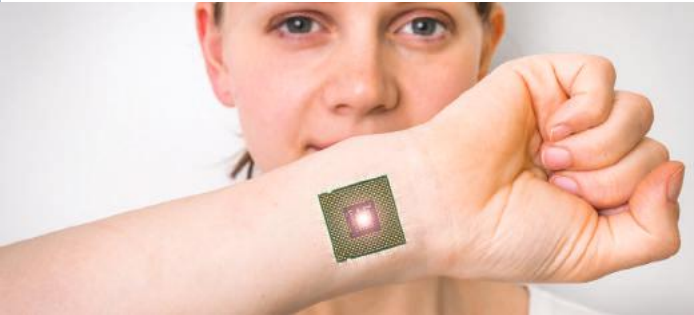
- Seyahat ve konaklamalara yeni hijyen standartları getirilecek. Uçak ve otobüslerde havalandırma ve oturma düzenleri değişecek, koltuk sayıları azalacak.
- 160 koltuk kapasitesine göre imal edilen uçakların kapasiteleri belki de 100'e indirilecek.
- Koronavirüs salgını ortadan kalktıktan sonra dahi dünya üzerindeki turizm hareketleri hemen hızlanmayacak: Koltuk azaltma, kişi sayılarındaki kısıtlama, sosyal mesafe ve benzeri yeni kriterler nedeniyle maliyetler yükselecek, haliyle fiyatlar artacak.

Binlerce tatilcinin bir arada kaldığı tesislere talep azalacak, pek çok tatilci daha sakin, steril ve sosyal mesafenin korunabildiği butik işletmeleri ya da özel tatil villalarını tercih edecek.

Cafe ve restoranlarda masa araları genişleyecek, 6 kişiden kalabalık gruplar, aile mensupları dahi aynı masaya oturamayacak, basılı menü olmayacak, haliyle menü ve içeceklerde kısıtlamaya gidilecek.



- Bir kesim tatilci için 70'li yıllara damgasını vuran "Hippy" hareketi benzeri bir kültürün geri gelmesi söz konusu olacak. Merak, dinlence ve eğlence odaklı sosyal turizm hareketleri ivme kazanacak.



- En başta yazılması gerekeni en sonda yazalım; yurtiçi ve yurtdışı tatile çıkmak isteyenler için biyolojik pasaport almaları zorunluluğu dahi gündeme gelebilecek.



- İnsanlar doğa ile iç içe tatil yapmayı ve bireysel seyahat etmeyi tercih edecekler.
- Ulaşım ve konaklamadaki zorunlu fiyat artışları nedeniyle kısa tatiller yerine, uzun ve ailece tatil tercih edilecek.
- Müzeler belli bir kişi kısıtlaması ile ve sosyal mesafe korunarak gezilecek.
- Toplantı, konser, hatta sinemalardaki oturma düzenleri ve kriterler hızla değişecek. Sosyal mesafe nedeniyle sayı kısıtlamalarına tabii olacak.
- Oteller tam doluluk oranıyla çalışamayacak, lobi, veya barda koltuktan kalkan müşterinin yerine hemen bir başkası oturamayacak, her birimde farklı ve özel hijyen ekipleri oluşturulacak.
- Otellerde açık büfe sistemi kalkacak ya da farklı koşullarda servis edilecek.

Burada yazılanlar bilimkurgu öykülerini andırıyor gibi görünebilir ama; 2020 senesi bitmeden turizm sektörü başta olmak üzere, dünyada yeni bir düzenin hayata geçtiğine hep birlikte tanık olacağız.

TEKNOLOJİ TRENDLERİ

İris Gizem Yücel-Yılmaz

“Her Zaman Daha Büyük Balık Vardır”

- Qui-Gon Jinn (Star Wars)

Bir önceki sayıdan sonra, TÜRSAB'ta başka bir kurul olarak toplantımız vardı. Bir sonraki toplantımızda; teknolojiadaki gelişmelerin turizmi nasıl etkileyeceğini konuşmaya karar vermiştik.

Sonra Çin'deki kriz bize yaklaşmaya başladı. Aradaki geçiş o kadar hızlı oldu ki, sanki bir anda hayatla bağımız kesildi. Bir sabah kalktım ve “biz bu noktaya ne ara geldik?” dedim.

Arcadias İTÜ Teknokent Ekibi olarak telekonferans yaptık. 9 Mart'ta online çalışmaya kararı aldık. Biz MICE turizmine yazılım ve donanım hizmeti sunan, kapsamı itibariyle Türkiye'de ve yakın coğrafyada benzersiz bir yazılım şirketi. Uzaktan (remote) çalışmaya geçmemiz sadece 10 dakikamızı aldı.

Merkez ve Teknokent şubelerimizdeki ekip, bitkilerimiz, papağanımız ve kedimiz güvende olduğu anda, kafamı kaldırıp etraftaki yangına bakmaya başladım. Turizm sektöründe, gerek danışmanlık, gerek kurul üyeliği, gerekse Arcadias yönetici ortağı olarak taşıdığım sıfatlar sayesinde birçok WhatsApp grubunun üyesiyim.

Bir anda, acentaların elindeki her şey, balık gibi kayıp gitti. Tünelin ucu nereye çıkıyor belirsiz. Bütün dünyada turizm durdu.

Şu an bana, her sabah 05:30'da uyanıp karanlıkta yoldayken camı açıp deniz kenarından giderken ezanı duyduğum sırada gökyüzünün ve denizin aydınlanmasını hatırlatıyor.

En karanlık anlardayız.

Acentalar... haklısınız, umutsuzluk kol geziyor.

Acentalar... uyanmalısınız. Çünkü “her zaman daha büyük balık vardır.”

Koronavirüs sonrasında hiçbir şey eskisi gibi olmayacak. Bunlara, aralarında benim de olduğum altın yakalılar (yazılımcılar) bir süredir alışık. Yapmanız gereken, neler olup biteceğine dair bizlerin aramızda konuştuğumuz dönüşme kulak kabartmanız.



YENİ ÇALIŞMA DÜZENİ

Belki farkında değildiniz, fakat corona öncesinde de yeni nesiller ofise neden gidip geldiklerini anlamıyordu. Şimdi işlerin devam edebilmesi için, uzaktan çalışıyorlar. Her şey bu şekilde de devam edebiliyor. Alttın yakalılar olarak biz buna zaten alıştık. Bu düzenin bazı incelikleri var. Zorlukları ve avantajları var. Bu düzen kalıcı hâle gelecektir, konu ile ilgili araştırma yapmalısınız.



YENİ OKUL DÜZENİ

Corona'dan önce de insanlar okula neden gidip geldiklerini sorguluyordu. "Sosyalleşmek için" evet, öğrenmek için" soru işareti. (Her bölümü kastetmiyorum.)

Öğrenciler şimdilik kendilerini tatilde zannetseler de, aslında eğlenceli bir sebeple öğrenime ara verilmediğini fark edecekler. Bir süredir online üniversiteler, sertifika programları, vb. hayatımızda vardı. Bunlar daha kalıcı bir hâle gelecek.

Kişiyeye özel ve online öğrenim sistemi oluşturulacak.



YENİ SPOR DÜZENİ

Hiç ihtimal vermemiş olabilirsiniz, çünkü spor salonuna gitmek ayrıca sosyal bir aktiviteydi. Şimdi sağlık ve hijyen sebebiyle sosyal spor yapmak tarih gibi. Bu durum uzadıkça, dikkatler online alternatiflere kayacaktır. Tanımadığı insanlarla spor yapmak istemeyenler mobil uygulama kullanıyor. Tek başlarına spor yapıyorlar. İyi bir şey olduğunu söylemiyorum, bu bizim tercihimiz. Artık norma dönüşecek.



YENİ SİNEMA DÜZENİ

Online platformlar, sinema salonundan daha konforlu bir ortam sunuyor. Bunu bir süredir yapıyorlardı, fakat şimdi sağlık sebebiyle sinemaya gidilemiyor. Bu bir alışkanlıktır. Online platformlardan sanat ihtiyacını karşılayanlar, sinemaya gitmemeye başlar. Düzenli alışkanlıklar 28 günde insanı etkisi altına alır, unutmaz.



YENİ SAĞLIK DÜZENİ

Hastaneler, en tehlikeli yerlerden birine dönüşürken; sağlık hizmeti almak için online doktor randevuları başlatıldı.

Arcadias bundan 1 yıl önce, dünyanın her yerinden duayen kabul edilen yüzlerce kardiyologun ikinci görüş kapsamında online görüşme yaptığı sistemin yazılım projesini tamamladı. (Kısa bir süre sonra ayrı bir şirket olarak teknokente kabul edildi ve yatırım aldı.)

Bu dönüşüm kaçınılmaz bir şekilde yayılacak. Tıp da evrim geçirecek.



YENİ ALIŞVERİŞ DÜZENİ

Bugün kargo görevlisi, “insanlara kolonya ve bakliyat taşıyoruz, apartmanın altında market var ama evden çıkmıyorlar” dedi. E-ticareti nasıl bir noktaya ulaştığını düşünün.

Google’da çalıştığım dönemde, sorumlu olduğum sektörlerden biri de e-ticaretti. Bugünün geleceğini söylediğim her konferans konuşmam, her köşe yazım eleştiri oklarının hedefiydi.

Şimdi e-ticaret, İtalya dâhil olmak üzere altın çağını yaşıyor. Bu böyle kalacak.

Tüm bu konuların ortak noktası nedir?

Yalnızlık, bireysellik, izolasyon.

Bunlar ruhumuz için iyi mi?

Bir noktaya kadar evet. Sonrası kabus.

Sorunun önünü alacak güç nedir?

Turizm.

İnsanlar her zaman, yılda bir kere de olsa kongre, toplantı vs. için bir araya gelmek isteyecekler.

İnsanlar her zaman VR gözlüklerden bakmak yerine, gidip orada olmak isteyecekler.

İnsanlar her zaman, o denize girmek ve o kuma ayak basmak isteyecekler.

İnsanlar her zaman, takımlarını stadda izlemek isteyecekler.

Yoksa ruhumuzu kaybederiz. Bunlara ihtiyacımız var.

Şu an, en karanlık saatte ne yapmalıyız?

Türkiye'nin eşsiz turizm duayeni, her sözünü hayranlıkla dinlediğim Eski Kültür Turizm Bakanımız Sayın Bahattin Yücel'in belirttiği gibi "ilk kez rakiplerimizle aynı noktadayız." İşte bu bizim çıkış noktamızdır. Tünelin ışık alan yeri bu saptamadır.

MICE, kültür, GDK ve hepsi... Tüm turizm kollarında, tüm ülkelerle aynı noktadayız.

1. Ülkemizin ve destinasyonlarımızın personelleri yok. Onları bulmalıyız.

2. Ülkemizi tanıtmaya odaklanmalıyız.

3. Yanlış imajımızı, büyük hatalarımızı arkada bırakmak için eşsiz bir fırsatın eşigindeyiz. Farkına varmalıyız.

4. MICE turizmi: Birbirini destekleyen, konsolide hareket eden bir sistem kurmalı ve tedarikçiler de bu ekosisteme dâhil edilmeli. MICE acentalarının kendileri bile tam farkında mı emin olamıyorum bazen. Sizler, en kaliteli ve üstelik "paralı" (yani sepet

büyüklüğü en yüksek) turistlerin alanında-sınız. Yaptığınız her şey, diğer tüm turizm kollarını etkiliyor.

5. Kültür turizmi: Halkımıza; çöp attıkları, duvarlarına iki gün sonra unutacakları sevgililerin adlarını sprey boyalarla püskürttükleri yerlerin "Türk ananesi ve adabı usulünce bize emanet olduğunu" ve üstüne bir de "para ettiklerini" öğretmeliyiz.

6. Gastronomi ve eğlence turizmi: Türkiye'nin sahip olduğu eşsiz kültürün, günlük hayata yansımaları olarak, uluslararası markalar çıkarmaya ve küreselde ayrılmak için yapabileceklerinize odaklanmalısınız. (Tuzu havadan döken bir markadan daha fazlasını çıkarabilirsiniz. Sizleri kısmen tanıyorum.)

7. Sağlık turizmi: Sizi kimse konuşmuyor, oysa amiral gemilerden birisiniz. İmaj tazelememiz, size de çok faydalı olacak.

8. Din turizmi: Giden her kişinin sürekli takip edilebilmesini sağlayan teknolojilerin geliştirilmesine başlanmalı.

Herkesin bir ucundan tutar gibi yaptığı ve aslında kimsenin hiçbir şey yapmadığı Türkiye'nin tanıtımı konusu ile ilgilenmenin tam zamanı.

Türkiyemizde bu işlerin; işkembe-i kübradan atan uzmanı bol, gerçek uzmanı iki elin parmakları kadar azdır.

Marka, destinasyon, PR, reklam ile Türkiye'yi karanlık zamanlarda çalışıp, doğru zaman geldiğinde zirveye taşıyacak, kıvrak zekâlı, varlığıyla övündüren, dijitali, mizahı ve tüm duyguları, datayı ve teknolojiyi anlayan bir ekip kurulmalı. Hem de hemen.

Çünkü her zaman daha büyük balık vardır. Bu sefer kaçırmamalıyız.

En karanlık zamanlarda büyük kahramanlar doğar. Şimdi vahlanma değil, çalışma zamanı.

MARKA DANIŞMANLARINDAN TÜYOLAR

Fusun Altıner

Marka ve Ötesi

Kriz yönetimi konularında düşünen, yazan herkes için başlangıç noktası “her tür krize hazırlıklı olmak”tır. Geçen gün sohbet ettiğim bir itibar yönetimi uzmanının söylediği ise bütün teorilerin sessiz kaldığı noktaya işaret ediyor; “böylesi bir kriz daha önce deneyimlediğimiz bir durum değil, bu nedenle hiç bir kriz yönetimi planı şu an işlemiyor, içinde yaşayarak yeni yol haritaları oluşturacağız”.

Evet böylesi bir dönemden geçiyoruz ancak benim için ilginç olan, uzun süredir konuşulan “online yaşam”a geçiş için bu sürecin bir nevi “tatbikat” görevi görmesi. Komplo teorilerini besleyecek bu sürecin bittiği yerde hiç şüphesiz

yepyeni bir gerçekliğin içinde bulacağımız kendimizi. Şu an için önemli olansa “başa gelen bu durum”la nasıl yüzleştikimiz ve kendimizi geleceğe nasıl hazırladığımız.

Bu sayımızdan itibaren “Marka Danışmanlarından Tüyolar” başlığıyla sektörü PR, marka yönetimi, kurumsal kimlik, içerik üretimi, reklam ve pazarlama gibi konularda besleyecek bir yazı dizisine başlıyoruz. Hem kişisel deneyimlerimizle, hem de sektör duayenlerinin fikirleriyle beslenecek bu bölüm için aklınıza takılan her konuyu bize iletebilirsiniz.

İlk yazımız yüzyılın krizine denk geldi maalesef. Ama en sağlam teori en zor zamanlarda test edilmiş bilgiden çıkar; belki de bu günler turizm sektörünün yeni dönemi için benzersiz bir çıkış sunacaktır.



HERKESİN HAKKINDA KONUŞTUĞU, KİMSENİN TANIMLAYAMADIĞI HAYALET: “MARKA”

‘Marka’ kavramı, iş dünyasının üzerinde en fazla yazılıp çizilen, fikir üretilen, tartışma yaratan kavramlarından biri. Sözlükteki anlamlarını geçerek eğer, markanın “ne olmadığını” tarif etmek bize çok daha doğru bir yönelim verebilir.

Marka, ürün değildir. Marka, sunduğunuz hizmet değildir. Marka, şirketiniz değildir. Şirketinizin duvarında yazan isim, logonuz, web siteniz, sahip olduğunuz ekip de değildir.

Marka bunların hepsini içeren, ürettiğiniz ürün ya da hizmeti sunuş biçiminizle kendisini ifade eden bir “anlamlar bütünü”dür. Bu bütünlüğü oluşturabilmek, markanızı pazardaki rakiplerinizden ayırtılabilmenin ön koşuludur. Bugün herkesin bahsettiği, ancak ne olduğu hakkında çok azının bilgi sahibi olduğu “marka hikayesi” kavramı da tam bu noktadan doğar. Gerçekte bir marka yaratmak; bir öykü anlatmaktır...

Hayatında hiç gerçek bir kurgusal metin yazmamış, görsel dünya tasarlamamış, ürün satmamış birine markanızı teslim edip, iyi bir hikaye çıkarmasını beklemeyin. İyi bir hikaye istiyorsanız, krizi fırsata dönüştürün, bütün iyi hikayelerin başladığı yere gidin: Kendi içinize...

Sağlam bir marka hikayesi her şeyden önce sizin kendinize -yaratmış olduğunuz işe, ürüne- inancınızdan, tutkunuzdan beslenir. İyi bir hikayeniz olmasını istiyorsanız, önce kendi kişisel hikayenize, yolculuğunuza sahip çıkın. Sizin (markanızın) alamet-i farikası nedir? Bu soruyla başlayın. Siz bir müşteri olsaydınız, neden sizi tercih ederdiniz? Bu sorunun yanıtı hikayenizin çıkış noktası olacaktır.

Bütün iyi hikayeler özünde bir yolculuğu anlatır.

İyi yolculuklar...



HERKES AYNI HİZMETİ SUNUYORSA, NEDEN SİZİ SEÇELİM?

Yeni bir markayla çalışmaya başladığımızda ilk önce bir ‘swot analizi’ yaparız. Bilmeyenler için swot analizi markanın güçlü ve zayıf yönlerini, fırsatları ve tehditleri (rakipleri) analiz etmek için kullanılan bir yöntemdir. Bu analiz, markanın aurasını görmek için bir araçtır ancak tek başına her şeyi anlatmaz. Çoğu kez iyi bir marka danışmanı, swotta yer almayan, hatta kimsenin önemsemediği bir ayrıntıdan markanın ‘alamet-i farikası’nı bulup çıkarır. Bu, işin sezgisel çalışma tarafı olmakla birlikte, kendi markanızı tanımak için ilk önce tarafsız bir swot yapmanızı öneririm. Swot analizi size, fiyat indirimi yapmanıza gerek kalmadan müşterinin sizi seçmesi için önemli bir kozunuz olup olmadığını gösterecektir.



FARKLILAŞ, KAZAN...

Diyelim ki, swot analizinizin sonucunda sizi rakiplerinizden ayıran hiç bir başlık çıkaramadınız. Sakin olun, hemen “patron çıldırdı” sloganıyla çıkacak bir ilan tasarlatmaya girişmeyin, yapılacak daha cılgınca şeyler de var. Mesela “içerik üretimi” üzerinde çalışmak gibi. ‘İçerik’ günümüz marka dünyasının yıldızı. Herkes onun peşinde, herkes kendi ürettiği ‘içeriğin’ en iyisi olduğuna inanarak sosyal medya paylaşımlarında aynı klişeleri tekrar edip duruyor. İçerik üretimi önümüzdeki sayıların üzerinde özellikle duracağımız başlıklarımızdan biri. Başlangıç olması açısından küçük bir öneri; o zamana kadar siz, en azından bir rotanızı nasıl daha farklı hale getirirsiniz, onun üzerinde çalışmayı deneyin.

Tüyo: Çevrenize farklı bir gözle bakın; yerel üreticileri, bölgeye yeni taşınmış genç girişimcileri, yerel unsurlarla yeni ürünler tasarlayan tasarımcıları araştırın, mutlaka yeni keşifler yapacak, farklı fikirler bulacaksınız.

Unutmayın; bu dönemi güç birliği ve yaratıcı düşünce yardımıyla hep birlikte aşacağız.

TATİLİNDEN vazgeçme ERTELE

#HayallerindenVazgecmeErtele
#TatilindenVazgecmeErtele
#VazgecmeErtele

TÜRSAB
TÜRKİYE SEYAHAT AÇENTALARI BİRLİĞİ
ASSOCIATION OF TURKISH TRAVEL AGENCIES