

Ve Turizmde Bir Yıl Daha Bitti

Nesrin Suna SARIÇAY



2008, özellikle son aylarında, ekonomi dünyasına kötü bir sürpriz yaptı. Piyasalar çalkalandı, binlerce kişi işsiz kaldı. Her alanda bir güven bunalımı oluştu. Ekonomik krizlere alışkın olmayan ülkeler gafil avlandı.

2008 yılı çıkmadan önce bir sürpriz daha yapayım dedi ve yok yere Filistin’de bine yakın sivil öldü.

Dünya, zor günlerden geçiyor. 2009 yılı ekonomimizin daralacağı bir yıl olsa da; yeni bir güneş doğdu.

Yeni bir yıl. 2009. Artık, önümüze bakmanın ve 2009 yılı için yeni ümitler beslemenin tam da zamanı.

Tabi, ümitlerin gerçeğe dönüşmesi için, her gün var gücümüzle çalışmamız gerçeğini hep hissederek. Bu noktada; Turizm Sektörü, 2009 yılının en büyük ümidi olacak gibi.

Ülkemizde, 1980’li yıllardan sonra gelişmeye başlayan, Turizm Sektörü, ülkemiz ekonomisini hiç yarı yolda bırakmadı.

Ödemeler dengesine hep pozitif yönde katkıda bulundu. Kitle turizmi ile başladı. Yıllar geçtikçe çeşitlendi. Destinasyon çeşitlendikçe, farklı turist kitlelerine ve pazarlara yelken açıldı.



Amaç; elbette; ortalama harcaması, kişi başı 700 Dolar civarında olan turistlerin yanında daha yüksek gelir gruplu turistleri de ülkemize çekmek.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, ülkemizin 2009 yılı reklam ve tanıtım harcamaları için 100 milyon YTL. bütçe ayırdığını açıkladı.

Güzel ülkemizin, 2009 yılı tanıtım teması, “Destinasyon odaklı” olacak. Tanıtımlarda, özellikle; İstanbul, Antalya, Muğla ve Kapadokya ön plana çıkarılacak. Termal, sağlık, SPA, güzellik, wellness, iş, kongre, tatil vb. bir çok zenginliğimiz ön plana çıkarılacak.

Tanıtım kampanyalarımız, Ocak 2009 tarihi itibarıyla, 80 ülkede aynı anda başladı.

Türkiye'nin 2008 yılı tanıtım bütçesi, 120 milyon YTL. idi. Turizm Bakanlığı, 2009 yılında, ek bütçe kullanmayı planlıyor. Hedef; 120 milyon YTL. rakamına tekrar ulaşmak.

Ülkemiz turizm sektörünün, tanıtımına ilişkin olarak harcanmakta olan milyon TL. lik paraların milyar TL. ler olarak ülkemiz ekonomisine döneceği biliniyor. Nitekim ülkemiz turizm sektörü, 2008 yılında 20 milyar Dolar'ın üzerinde gelir elde etti ve yaklaşık 26 milyon turist ülkemize geldi.

Türkiye turizmi için, 2009 yılı da dahil her yıl ortalama, yüzde 15'lik bir büyüme öngörülüyor. Ancak; küresel kriz turizm faaliyetlerini de etkileyecek. Dolayısıyla, doğru pazarlara satış yapmamız gerek. Aksi takdirde, yüzde 15'lik büyüme rakamına ulaşmakta sorun çıkabilir.



Özellikle bu dönemde, “Herşey Dahil” sistemi, ülkemiz turizmine rekabette, göreceli üstünlük sağlayacak.

Her ne kadar ucuz ülke imajını istemesek de; bu imaj da 2009 yılında işimizi kolaylaştıracak. Bu dönemde; tatil ve kitle turizminin yanında gastronomi, iş ve kongre turizmi dallarına da önem verilmesi gerektiğini düşünüyoruz.

Ayrıca; Rusya, Japonya başta olmak üzere Uzakdoğu ve Arap ülkelerinden turist çekmeye yönelik çalışmalar yapılarak, pazar çeşitlendirilmeli. Bu noktada; Japonların, ağırlıklı olarak tarihi ve kültürel yerleri gezmekten hoşlandıkları biliniyor.

Japonların ülkemizde özellikle tercih ettikleri yerlerin başında, Kapadokya, höyükler, Efes harabeleri vb. tarihi mekanlar geliyor. Alışverişten hoşlanıyorlar ve ünlü markalara oldukça meraklılar. Golf ve termal turizm de Japonların yoğun ilgi duydukları aktivitelerden biri.

Aynı durum, Rus ve Arap turistler için de geçerli. Bu noktada; alışveriş turizmi ülkemizde, 2009 yılında farklı bir destinasyon olarak gündeme getirilmeli ve özellikle çok fazla alışveriş yapan zengin turistler ülkemize getirilmeye çalışılmalı. Nitekim bu, ekonomi cephesinde, talebin genişletilmesine yönelik çabalara da katkı sağlayacak bir aktivite olacaktır.