



Boğaziçi Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği Uygulama
ve Araştırma Merkezi

Seyahat Acenteleriyle Odak Grup Toplantısı İstanbul - 15 Mart 2012

Trakya'da Sürdürülebilir Turizmin Geliştirilmesi

Amaç

Trakya'da Sürdürülebilir Turizmin Geliştirilmesi isimli odak grup toplantısı 15 Mart 2012 tarihinde Trakya Kalkınma Ajansı'nın (TRAKYAKA) ev sahipliğinde İstanbul Larespark Oteli Toplantı Salonu'nda gerçekleştirilmiştir. Odak grubun soruları ve değerlendirilmesi Boğaziçi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü öğretim üyeleri tarafından geliştirilmiş ve uygulanmıştır. Toplantının hedefi Trakya Bölgesi'ne tur düzenleyen seyahat acentelerinin Trakya'da turizm gelişimi ile ilgili beklentilerini ve değerlendirmelerini öğrenmektir. Toplantı'dan çıkan sonuçlarının Trakya Bölgesi Turizm Stratejik Planı ve buna bağlı olarak geliştirilecek Eylem Planı'nın hazırlanmasında kullanılması amaçlanmıştır. Önerilen turizm türlerinin uygulama aşamasında, acenteler ile işbirliği düşünülmektedir.

Katılımcılar

Odak grup toplantısına davet edilen seyahat acentesi temsilcilerinin bölgede geliştirilmesi planlanan turizm (kültür, doğa, şarap gibi) türlerine uygun gezi düzenleyen veya düzenleyecek olan bir gruptan olmasına özen gösterilmiştir. Toplantıya katılanlar arasında İstanbul'dan acentalar olduğu gibi Trakya'dan katılanlar da olmuştur. Toplantıya 33 seyahat acenta temsilcisi katılmış ve görüşlerini paylaşmıştır.

Yöntem

Toplantının yönetimi Boğaziçi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü öğretim üyeleri ve TRAKYAKA uzmanları tarafından gerçekleştirilmiştir. Toplantı katılımcıları beş masada birer moderatör ve birer raportör eşliğinde çalışmışlardır. Her soru 30-45 dakika arasında tartışılmış, sonuçları tahtaya yazılmış ve bir sonraki soruya geçilmiştir. Toplantı sonunda her masadan sorumlu bir katılımcı masasında görüşülen konuları tüm katılımcılara 10 dakika boyunca sunarak tartışmaya açmıştır. Sunumların sonunda toplantı yöneticileri bir sonuçların özetini sunmuş ve katılımcıların sorularına yanıt vermişlerdir.

Sonuçlar

Odak grup toplantısına katılan acente yetkililerinin Trakya'da turizmin gelişmesi ile ilgili değerlendirmeleri olumlu gözükmetedir. Özellikle bölgeyi tarihi miras ve doğa zenginlikleri yönünden çok zengin bulmaktadırlar. Ayrıca bölgenin turizm çeşitliliği olarak kültür, şarap, doğa, inanç turizminin geliştirilmesine uygun olduğunu düşünmektedirler. Ancak acenteler yaşadıkları tecrübelerle dayanarak Trakya Bölgesi'nin turizm alanında gelişmesi için çok yönlü bir çalışma içinde olması gerektiğini de vurgulamışlardır. Özellikle markalaşma, konaklama kapasitesinin artırılması, yiyecek ve içecek sektöründe sunum ve hizmet kalitesinin sağlanması, halkın turizm alanında bilinçlendirilmesi, çevre ve çöp düzenlemelerinin yapılması konuları Trakya Bölgesi genelinde öne çıkan konular olmuştur. Katılımcıların ortak görüşü bu çalışmaların yerel idareler, üniversiteler, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında dayanışma ve koordinasyon ile planlanması ve uygulanmasıdır.

Katılımcı gruplarının üzerinde görüş belirttiği sorular ve yanıtları şöyledir:

Soru 1: Trakya Bölgesi'nin turizm için oldukça cazip olduğunu düşünüyorum çünkü... (Bölgede ne tür turizm çeşitleri yapılabilir?)

- Bölge turizm gelişmesi açısından bakir durumda olsa da, zengin tarihi, arkeolojik ve kültürel (mutfağı, el sanatları, sosyo-kültürel yapısı vb. gibi) değerleri ve doğal güzellikleriyle (longozlar, mağara ve sahiller) oldukça geniş bir turizm ürünü yelpazesine sahiptir.
- Bölge'de yaşamış Traklar ve Keltler'e ait arkeolojik alanlar ile Bizans ve Osmanlı'dan kalan tarihi yapılar kültür turizmi açısından büyük potansiyel taşımaktadırlar.
- Bölge'nin İstanbul'a, Bulgaristan'a ve Yunanistan'a yakınlığı da başlıca cazip olma nedenlerindedir.
- Bölgenin bir diğer cazip edici özelliği toplumsal ve sosyokültürel yapısının turizme uygun olması, halkın turizmi rahatlıkla kabul edebilmesidir. Ayrıca Kırkpınar, Kakava Şenlikleri gibi yerel festivallerin var olmasıdır.

Bölgede geliştirilmesi önerilen turizm çeşitleri:

A- Kültür Turizmi:

- Anzak (grup)- Tekirdağ
- İstanbul-Edirne-İstanbul Edirne (Edirne UNESCO Açık Hava Müzesi)
- İnanç ve Kültür (Selimiye camii ve Edirne aksi etrafında inanç turizmi)
- Ingoing: Gurme, Fotoğraf, Festival, İnanç

B- Doğa Turizmi:

- Karadeniz kıyılarında outdoor etkinlikler. Örneğin, İğneada'da ekoturizm, trekking, kamping, kuş gözlemciliği, vb. gibi)

(Tarih ve doğa turları birleştirilerek yapılabilir (örneğin, Edirne- İğneada güzergâhında turlar düzenleyerek Edirne'deki Bizans ve Osmanlı eserleri ve longoz ormanları, Dupnisa Mağarası gezileri aynı pakette yer alabilir).

C- Yeme-İçme (Gurme) Turizmi:

Zengin bölge mutfağında yer alan Tekirdağ köfte, Edirne ciğer, Lüleburgaz peyniri, peynir helvası, şarapçılık, rakı, devai misk(helva), yoğurt, kavala kurabiyesi, hardaliye gibi yerel içecek ve yiyecekler

D-Spor Turizmi:

Deniz sporları, dalış (Saroz Körfezi), bisiklet, yamaç paraşütü, bisiklet turları ve diğer doğa sporları

E- Sağlık Turizmi

Bölgeye has tarihi medikal özellikler kullanılarak, yerli ve komşu ülkelerden gelecek turistlere yönelik, sağlık hizmetleri verilebilir.

F- Kırsal/Tarım Turizmi

Bu alanda çalışmalar yapan TEMA, Doğa Vakfı, Buğday vb. Gibi kuruluşlar ile işbirliği ve koordinasyon kapsamında turizm geliştirilmesi.

G- Av turizmi

H- Gençlik turizmi

I- Özel ilgi turizmi

J- Fuar ve kongre turizmi (Edirne’de uygun)

Soru 2: Trakya Bölgesi’nin var olan turizm potansiyeli yeteri kadar iyi değerlendirilemiyor çünkü...

Aşağıdaki turizm türleri için olumsuz noktalar nasıl iyileştirilmeli ve olumlu olanlar nasıl geliştirilmeli?

(Kültür/ Doğa: Agro, Kırsal, Eko, Doğa Sporları/ Yeme-içme)

- Tanımlanmış gezi rota ve yolları yok ya da yetersiz. Harita, güzergâh, mola yerleri yetersiz, basın yayın rehber yayınlarda bölge yeterince yer almıyor
- Konaklama ve yeme-içme yerleri yetersiz.
- Alternatif ulaşım olanakları gelişmemiş (ulaşımda karayolları hâkimiyeti var, trafik yoğunluğu sorunu var, otoyol bağlantılarının yetersizliği, demiryolu+denizyolu kullanılmaması dezavantajları var).
- Kültürel değerler (tarihi hikâyeleri ve tarihçeleri) yeteri kadar bilinmiyor, tanıtıcı yayınlar çok yetersiz.
- Doğa kirliliği (çöpler, su kirliliği, taş ocakları ve sanayi kaynaklı kirlilik)
- Doğa turizmi için yeterli çekicilik sunmaması.
- Yerel esnafın turizm konusunda bilinç düzeyi yetersiz.
- Bölgedeki yatırımcı, iş adamı bakış açısı(zihniyet) turizm gelişmesini desteklemiyor.
- Turizm tanıtımı ve pazarlamada organize çabalar yetersiz (Edirne dışındaki kültür tarih değerlerinin tanıtımı zayıf, rehber yok).
- Tanıtımda kültür ve sanat faaliyetlerinden faydalanılmıyor.
- Tanıtım ve pazarlamada bütçe ve diğer zorlukların algısı.
- Markalaşma zayıf, marka belirliliği yok, bilinen markalar yetersiz.
- Gastronomik değerlerin araştırılması yeterli değil (bölgede yetişen mantar türleri, yöresel bal gibi ürünlerin bilimsel değerleri araştırılmıyor).
- Bölgeye özgün yiyecek ve içecek ürünleri markalaşmamış, örneğin bölgede yapılan şarapların uluslararası rekabet gücü zayıf.
- Sağlık turizmi açısından büyük potansiyel olduğu halde konu ele alınmamış (giriş serbestliği olan komşu ülkelerden sağlık turizmi için potansiyel var).
- Konaklama olanakları zayıf, kalınacak yatak sayısı ve hizmet kalitesi yetersiz, eğitimli insan gücü yetersiz.
- Bölge insanı turizm açısından rekabet eksikliklerinin bilincinde değil, bu eksikliğin anlatılması için çabalar yetersiz.
- Kırsal turizm/tarım turizmi yapılmıyor, bu konu ile ilgili girişimciler yok.
- Karavan turizmi: mevcut durumda uygun bir karavan parkı yok.

Yukarıda belirtilen olumsuzlukları iyileştirmek için aşağıdakiler yapılmalı:

- Doğa korunmalı
- Ulaşım olanakları çeşitlendirilmeli
- Şehir içi turizm ulaşım imkânları iyileştirilmeli (tabelalar, parklar)
- Altyapı ve üstyapı iyileştirilmeli (restorasyon ve çevre düzenlemesi)
- Kazılar, restorasyonlar ve çevre düzenlemeleri eksikleri tamamlanmalı
- İmaj oluşturulmalı
- Etkin tanıtım (harita, rehber, CD vb. gibi) yapılmalı
- Kampçılık olanakları geliştirilmeli, yol üzerinde turistlere yardımcı olacak hizmetler sağlanmalı
- Restoran ve kafelerin fiziki şartları iyileştirilmeli
- Bağ bozumu festivali özenle hazırlanmalı ve duyurulmalı
- Şarap firmaları ile turizm acenteleri arasında iletişim sağlanmalı
- Konaklamalı turizm sağlanmalı (entegre turlar düzenlenmeli)
- Ev pansiyonculuğu geliştirilmeli (farkındalık, eğitim, yerli ürünler, fiziki şartların iyileştirilmesi, aktiviteler)
- Turizm hizmet sağlayıcılarının niteliği artırılmalı (yabancı dil vb.)
- Yerel yönetimler turizme önem ve ağırlık vermeli
- Halkın turizmden nemalanması için farkındalık yaratıcı eğitimler verilmeli
- Yöresel yemek sunan yerler desteklenmeli (Edirne’deki Cömert Restaurant gibi Balkan lokantaları olmalı)
- Yöresel yemekleri yerli halk sunmalı (Edirne’de ciğercilerin çoğu Edirneli denil!)
- Yiyecek sunan yerlerde hijyen denetimi yapılmalı
- Bölgenin halk oyunları, yaşam biçimleri, roman hayatı ve kültürel zenginlikleri tanıtılmalı
- Konaklama kapasitesi geliştirilmeli
- Gençlik turizm konusunda eğitilmeli ve turizm işletmeciliği desteklenmeli
- Turizm varış noktaları için idari yöneticilerin içinde olduğu aktif kurullar olmalı
- İdareciler (valiler ve diğer yerel yöneticiler) turizmi gözü ile bakarak turizmcilere destek olmalı
- Turizm şirketlerinin bölgeyi tanıtım aktivitelerine destek verilmeli
- Turizm gelişmesinde AB ve diğer fon kaynakları kullanılmalı
- Turizm yatırımcılarına önlerini görebilecekleri bir yatırım ortamı oluşturulmalı
- Kamu ve belediyeler eski eserlerin restorasyonuna destek vermeli
- Bölgeyi farklılaştıracak ürünlerle imaj yaratılmalı ve bölge halkına bu imaj benimsetilmeli
- Bölge tanıtımında kendine ait özel dili, anlatımı, görseli olan bir tanıtım kitapçığı, broşür veya belgeselden faydalanılmalı
- Fauna ve flora araştırmaları yapılmalı
- Bölge ürünleri marka haline getirilmeli
- Efsaneler dillendirilmeli, hikâyeler oluşturulmalı
- Bağ bozumu festivali yapılmalı
- Yöresel ürünlerin satılabileceği pazarlar olmalı
- Zeytinyağı müzesi yapılmalı
- Dünya rakı haftasında bölgedeki rakı üreticileri (Mey Rakı) bir organizasyon düzenlemeli, katılanlara eski rakı fabrikalarını gösterilmeli
- Rakı, şarap, peynir ve etin bir arada bulunabileceği festivaller düzenlenmeli

Soru 3: Bahsedilen farklı turizm türleri için bölgenin yerli ve yabancı turistlere pazarlanması nasıl olmalı? Bu konularda hizmet veren seyahat acenteleriyle nasıl işbirliği yapılabilir?yeteri kadar iyi değerlendirilemiyor çünkü...

- Genel anlamda seyahat acentelerine satılabilecek ürün+ ürün paketlerini teklif edecek aracı kurumlar olmalı (TRAKYAKA, Turizm Müdürlüğü, özel sektör, marka stratejistleri, TÜRSAB gibi)

- Bölgenin tanıtımında tim ilgili kuruluşların katılımıyla kolektif bir çaba organize edilmeli
- Bölgenin turizm açısından planlama yapılan kuruluş (Kalkınma Ajansı) tarafından pilot bölgelere ayrılması, her bölgenin gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra acentelere tanıtılmalı
- Kalkınma Ajansı tarafından (TÜRSAB'dan mail listeleri alınarak) tur acenteleri ile temasa geçilmesi ve turizm acentelerine bölgeyi tanıtıcı turlar organize edilmeli
- Yabancı tur operatörlerine Trakya turları düzenlenmeli
- Stratejik olarak yıllık pazarlama bütçesi planları yapılmalı (her kademedede kuruluşun kendi stratejik planları bir araya getirilmeli)
- Pazarlamanın amacına ulaşması için bölge yatırımlarına ve toplum liderlerine(kamu yönetimi, özel sektör birlikleri) başarı örnekleri anlatılmalı
- Bölgede pazarlamanın temel unsurları olan slogan ve hikâyenin belirlenmesi gerekir. TRAKYAKA'nın önderliğinde sanat tarihçileri, reklamcılar, arkeologlar ile ortak bir grup oluşturulmalı, çalışmalar yapılmalı
- Turizm varış noktalarının sınıflandırılması ve ürün çeşitliliği tanıtımı sağlanmalı
- Tanıtım materyalleri hem Türkçe hem de İngilizce hazırlanmalı
- Yerel turizm fuarlarına bölge olarak katılım sağlanmalı
- Uluslararası fuarlara katılım sağlanmalı
- Bölgenin tanıtımı için ünlüler veya tanınmış kişiler kullanılmalı
- Gurmeler bölgeye davet edilmeli (Vedat Milor vb.)
- TV gezi programları bölgeye davet edilmeli
- İstanbul'da Trakya haftası ve benzeri etkinlikler düzenlenmeli (folklor ve yemek)
- Trakya reklam filmi (Ata Demirer, Beyazıt Öztürk gibi ünlüler ile) çekilmeli
- Dizi setlerinin buraya getirilmesi için çaba gösterilmeli
- Folklor dernekleri ve kooperatifleri desteklenmeli. Roman kültürü ve diğer yerel kültürler tanıtımda kullanılmalı
- Pazarlamada Bölge ürünleri için bütüncül bir markalaştırma çalışması yapılmalı
- Bölge halkı pazarlama konusunda yönlendirilmeli ve ürünlerinde standartlaştırma çalışmaları yapılmalıdır (kızılıcak marmeladı, peynir)
- Turizm profesyonellerinin bölgede yatırım yapmaları sağlanmalı
- Bölge rehberleri hazırlanmalı; haritalar, tanıtımlar farklı dillerde olmalı
- Yürüyüş parkurları için elektronik haritalar yapılmalı
- Bolce Yunanistan ve Bulgaristan'da düzenlenen fuarlarda tanıtılmalı
- Turizm ve Kültür Bakanlığı, TSO, rehberler ve üniversitelerin işbirliği ile turizm enformasyon merkezleri açılmalı
- Üniversitelerarası yurtdışı değişim programları yapılmalı
- Festivallere ünlü isimlerin katılımı sağlanmalı
- Bölge içinde iller arası rekabet işbirliğine dönüştürülmeli
- Turizm şirketlerine reklam payı verilerek tanıtım yapmaları desteklenmeli
- Butik çalışan ve bölgeyi pazarlayan (küçük) acentelere Kalkınma Ajansı tarafından tanıtım ve pazarlama desteği verilmeli
- Kalkınma Ajansı ile turizm sektör temsilcileri ortak çalışarak bölgeye ait pazarlanacak ürünlerin (rotalar, ürünler, el sanatları, gastronomik ürünler) oluşturulmalı
- Fuarlar, sosyal medya gibi ortamlarda daha etkin tanıtım yapılmalı (Selimiye Camii'nin UNESCO markasının vurgulanması gibi)
- Bölgeye ilişkin bir turizm portalı oluşturulmalı, yazılı ve görsel basında, internette tanıtım yapılmalı
- Tur operatörlerinin internet sitelerinde bölge tanıtımı için yerler satın alınmalı
- Yerel ürünler için hedef kitle (her turizm türüne göre ayrı ayrı) belirlenmeli ve markalaştırma hedef kitleye göre yapılmalı
- Yerli ve yabancı gazete, dergi ve benzeri ortamlarda yazı yazan (gezi yazısı kaleme alan) kişilerle temasa geçilmeli, tanıtım yapılmalı