

21433

T.C.

ERCIYES UNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTUSU

SEYAHAT ACENTALARININ KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN
HİZMET ARZI VE VERİMLİLİĞİ
ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ
(BİR ANKET UYGULAMASI)

YÜKSEK LİSANS TEZİ

KADIR ÖZTAŞ

Danışman

Doç. Dr. ÖMER ADIL ATASOY

T. C.
Yükseköğretim Kurulu
Dokümantasyon Merkezi

KAYSERİ - 1992

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	i
KISALTMALAR	vi
TABLOLAR	vii
EKLER	viii
GİRİŞ	1

I. BÖLÜM

SEYAHAT ACENTASI KAVRAMI ve SEYAHAT ACENTALARININ KONAKLAMA İŞLETMELERİ İLE İLGİLİ FAALİYETLERİ

1. Seyahat Acentası Kavramı	3
1.1. Seyahat Acentalarının Tanımı	3
1.2. Seyahat Acentalarının Turizm Açısından Önemi	6
1.3. Seyahat Acentalığı Mesleğinin Tarihi Gelişimi ...	8
1.3.1. Dünyadaki Gelişmeler	8
1.3.2. Ülkemizdeki Gelişmeler	11
1.3.2.1. Planlı Döneme Kadar Faaliyetler	11
1.3.2.2. Planlı Dönemde Faaliyetler	14
1.4. Seyahat Acentalarının Konaklama İşletmeleri ile İlgili Faaliyetleri	15
1.4.1. Seyahat Acentalarının Tur Düzenleme Faaliyetleri	15
1.4.2. Seyahat Acentalarının Aracılık ve Temsilcilik Faaliyetleri	17
1.4.3. Seyahat Acentalarının Karşılama ve Mahalli Hizmetleri ile İlgili Faaliyetleri	18
1.4.4. Seyahat Acentalarının Konaklama İşletmeleri Üzerindeki Etkileri.....	20

1.4.4.1. Kuruluş ve Yatırım Safhasındaki Etkileri ...	20
1.4.4.2. Organizasyon (Teşkilatlanma) Safhasındaki Etkileri	27
1.4.4.3. Konaklama İşletmelerinin Faaliyeti (İşleyişi) Sırasındaki Etkileri	30

II.BÖLÜM

KONAKLAMA İŞLETMESİ KAVRAMI; KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN SEYAHAT ACENTALARI BAKIMINDAN ÖNEMİ ve TÜRLERİ

2. Konaklama işletmesi kavramı	32
2.1. Konaklama işletmelerinin Tanımı	32
2.2. Konaklama işletmelerinin Tarihi Gelişimi	33
2.2.1. Batı 'da Konaklama işletmelerinin Tarihi Gelişimi	33
2.2.2. Ülkemizde Konaklama işletmeciliğinin Tarihi Gelişimi ve Bugünkü Durumu	36
2.2.2.1. Planlı Döneme Kadar Faaliyetler	36
2.2.2.2. Planlı Dönemde Konaklama işletmelerinin Gelişimi	39
2.2.2.3. 1982 'den Günümüze Gelişimi	42
2.3. Konaklama işletmelerinin Seyahat Acentaları Bakımından Önemi	44
2.4. Konaklama işletmelerinin Sınıflandırılması ve Konaklama işletmesi Türleri	49
2.4.1. Geleneksel Konaklama işletmeleri	50
2.4.1.1. Oteller	50
2.4.1.2. Moteller	52
2.4.1.3. Pansiyonlar	53
2.4.2. Tamamlayıcı Konaklama işletmeleri	53
2.4.2.1. Tatil Köyleri	54

2.4.2.2. Kamping	54
2.4.2.3. Hostel	55
2.4.2.4. Oberj	55
2.4.2.5. Apart Otel	56
2.4.2.6. Diğer Konaklama İşletmeleri	56

III.BÖLÜM

SEYAHAT ACENTALARI İLE KONAKLAMA İŞLETMELERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN HUKUKİ YÖNÜ

3.1. Konaklama İşletmeleri ve Seyahat Acentaları Arasındaki İlişkilerin Hukuki Niteliği	57
3.1.1. Seyahat Acentalarının Hukuki Durumu	57
3.1.1.1. Ticaret Kanunumuza Göre Acenta Kavramı ..	57
3.1.1.2. 1618 Sayılı Kanunda Seyahat Acentalarının Tanımı, Özellikleri ve Gruplandırılması	59
3.1.1.3. Hukuki Niteliklerine Göre Seyahat Acentaları	60
3.1.1.3.1. Aracı veya Temsilci Seyahat Acentası.	60
3.1.1.3.2. Tur Düzenleyici Seyahat Acentaları...	60
3.1.2. Konaklama İşletmeleri ile Seyahat Acentaları Arasındaki İlişkilerin Hukuki Niteliği	62
3.1.2.1. Milletlerarası İlişkilerde Durum	62
3.1.2.1.1. Genel Hükümler	63
3.1.2.1.2. Bireysel Müşteriler İçin Yapılan Sözleşmeler	65
3.1.2.1.3. Grup Müşteriler İçin Yapılan Sözleşmeler	66
3.1.2.1.4. Belirli Bir Süre İçin Yapılan Sözleşmeler	67

3.1.2.2. Ülkemizde Konaklama İşletmeleri ile Seyahat Acentaları Arasındaki İlişkilerin Hukuki Yönü	68
3.1.2.2.1. Düzenlemenin Kaynağı	68
3.1.2.2.2. Seyahat Acentaları ile Konaklama İşletmeleri Arasında Yapılan Otel Sözleşmeleri	70
3.1.2.2.2.1. Sözleşmenin Şekli, Yapılması ve İptali	70
3.1.2.2.2.2. Sözleşmenin Kapsamı	71
3.1.2.2.2.3. Tarafların Otel Sözleşmesinden Doğan Yükümlülükleri	73
3.1.2.2.2.4. Otel Sözleşmesi Türleri	75
3.1.2.2.2.4.1. Bireysel Müşteriler İçin Yapılan Sözleşmeler	75
3.1.2.2.2.4.2. Grup Müşteriler İçin Yapılan Sözleşmeler	77
3.1.2.2.2.4.3. Belirli Bir Sürenin Üzerindeki Konaklamalar İçin Yapılan Sözleşmeler.....	78

IV.BÖLÜM

SEYAHAT ACENTALARININ KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN HİZMET ARZI VE VERİMLİLİĞİ ÜZERİNE ETKİLERİ

4.1. Konaklama işletmelerinde Hizmet Arzı ve Verimlilik	80
4.1.1. Hizmet Arzı Kavramı	80
4.1.2. Verimlilik Kavramı	81
4.1.3. Konaklama işletmelerinin Verimliliğini Etkileyen Faktörler.....	82
4.2. Seyahat Acentalarının Konaklama İşletmelerinin Hizmet Arzı Üzerindeki Etkileri.....	84
4.2.1. Hizmet Türleri (Çeşitliliği) Bakımından Etkileri	84

4.2.2. Yan ve Ek Hizmetler Bakımından Etkileri.....	87
4.2.3. Hizmet Kalitesi Bakımından Etkileri	88
4.2.4. Seyahat Acentalarının Konaklama İşletmelerinin Verimliliği Üzerindeki Etkileri	89
4.2.4.1. Satış ve Doluluk Oranı Üzerindeki Etkileri..	90
4.2.4.2. Konaklama ve Hizmet Süresi Üzerindeki Etkileri.....	94
4.2.4.3. Seyahat Acentalarının Bireysel Satışlara Göre Konaklama İşletmelerinin Verimliliği Üzerindeki Etkileri	98

V.BÖLÜM

SEYAHAT ACENTALARININ KONAKLAMA İŞLETMELERİ UZERİNDEKİ ETKİLERİNİ ÖLÇME ANKETİ VE ANKET SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

5.1. Anket Hakkında Genel Bilgiler	100
5.1.1. Anketin Amacı	100
5.1.2. Anketin Konusu ve Kapsamı	100
5.2. Anket Bulgularının Değerlendirilmesi	101
5.2.1. Seyahat Acentalarına Yönelik Anket Sorularının Değerlendirilmesi	101
5.2.2. Konaklama İşletmelerine Yönelik Anket Sorularının Değerlendirilmesi	104
SONUÇ	108
YARARLANILAN KAYNAKLAR	112
EKLER	121

KISALTMALAR

AHMA	: American Hotel and Motel Association
B.	: Baskı
bkz.	: Bakınız
BTİOYO	: Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu
c.	: Cilt
I.H.A.	: Internation Hotel Assaciatica
K.	: Kanun
KTB	: Kültür ve Turizm Bakanlığı
KTBY	: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları
m.	: Madde
R.G.	: Resmi Gazete
s.	: Sahife
Sa.	: Sayı
TOBB	: Türkiye Odalar Birliği
TURSAB	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
TÜSTAC	: Türkiye Seyahat Acentaları Cemiyeti
U.T.A.A.	: Universal Travel Agency Assaciation
vdv.	: ve devamı
yönet.	: Yönetmelik

TABLÖLAR

Tablo 1 : 30.6.1989 Tarihi itibariyle Coğrafi Bölgelere Göre
Turizm Bakanlığından Belgeli Konaklana İşletmeleri

Tablo 2 : 31.12.1988 Tarihi itibariyle Türkiyede Faaliyet
Gösteren Turizm Bakanlığından Belgeli Konaklama
İşletmeleri

Tablo 3 : 1986 - 1990 Yılı İtibariyle Ülkemizde Acenta Sayısı
Yatak Oranı



EKLER

EK 1 : Seyahat Acentalarına Yönelik Anket Form Örneđi

EK 2 : Konaklama İşletmelerine Yönelik Anket Form Örneđi

Ek 3 : Ankete Katılan Seyahat Acentaları Listesi

Ek 4 : Ankete Katılan Konaklama İşletmeleri Listesi



GİRİŞ

Günümüz turizm olgusunun temel iki kurumu olan, "Konaklama İşletmeleri" ile "Seyahat Acentaları" ; devamlı olarak birbirleriyle ilişki içerisinde. Bu çalışmanın konusunu bu ilişki ve etkileşimin boyutlarını belirtmek ve turizme sağladığı faydaların incelenmesi oluşturmaktadır. Çalışmamızın ana bakış açısını seyahat acentalarının, konaklama işletmelerine katkısı ve etkisi oluşturmaktadır.

Ülkemizdeki konaklama işletmelerinin yapısı dikkate alınarak; konaklama potansiyelinin en iyi şekilde nasıl değerlendirilmesi gerektiği başlıca hareket noktamızı oluşturmaktadır. Hiç kuşkusuz, en önemli rol seyahat acentalarımıza düşmektedir.

Çalışmamızın birinci bölümünde; seyahat acentalarının tarihi gelişimi, bugünkü durumu ve yapısal özellikleri incelenerek seyahat acentalarının nasıl bir gelişme seyri gösterdiği ve günümüzdeki fonksiyonları incelenmiştir. İkinci bölümde; seyahat acentalarının mesleklerinin icrası sırasında en çok ilişki içinde buldukları ve sektörün en önemli elemanı olan konaklama işletmelerinin tarihi gelişimi, bugünkü durumu ve yapısal özellikleri ile seyahat acentalığı hizmetleri bakımından önemi vurgulanarak incelenmiştir.

Üçüncü bölümde, seyahat acentaları ile konaklama işletmeleri arasındaki ilişkinin hukuki niteliği milletlerarası ve ülkemizde ki yönetmelikler çerçevesinde incelenerek; acenta işletme ilişkilerinin dayanakları açıklanmıştır. Dördüncü bölümde, seyahat acentalarının konaklama işletmelerinin hiz-

met arzı ve verimliliği üzerindeki etkileri, konaklama işletmelerinde verimlilik olgusu incelenerek sonuçları üzerinde durulmuştur.

Beşinci bölümde ise, tesadüfi olarak seçilmiş seyahat acentaları ve konaklama işletmelerine uygulanan anket çalışmalarına yer verilmiş; ilgili işletmelerin anket metodu ile görüşleri alınmış; sorunları, önerileri incelenerek muhtemel çözümlere ulaşılmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmamın ortaya çıkmasında değerli eleştiri ve yardımlarını esirgemeyen Sayın Hocam Doç. Dr. Ömer Adil ATASOY'a ve hazırladığımız anketin uygulanmasında katkı ve yardımlarını gördüğüm "Seyahat Acentaları" ve "Konaklama İşletmeleri" nin Sayın yetkililerine Teşekkürlerimi sunuyorum.

Bu çalışmam, Türk Turizmine küçük bir katkı olabilirse, kendimi bahtiyar sayacağım.

I. BÖLÜM

SEYAHAT ACENTASI KAVRAMI ve SEYAHAT ACENTALARININ KONAKLAMA İŞLETMELERİ İLE İLGİLİ FAALİYETLERİ

1. Seyahat Acentası Kavramı

1.1. Seyahat Acentalarının Tanımı:

Günümüz turizminde, öncü rolü oynayan seyahat acentaları; 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanununun 1. maddesinde şöyle tanımlanmıştır: " Seyahat acentaları kâr amacıyla turistlere ulaştırma, konaklama, gezi, spor ve eğlence imkânları sağlayan, onlara turizmle ilgili bilgiler veren, bu konuya ilişkin tüm hizmetleri gören, turizm ekonomisine ve genellikle ödemeler dengesine katkıda bulunan ticari kuruluşlardır" [1].

8 Nisan 1959 tarihli milletlerarası bir kararnamede, Seyahat Acentaları şöyle tanımlanmıştır: "Seyahat Acentaları, konaklama işletmelerinde rezervasyon yapmak; konaklama işletmelerinin mal ve hizmetleri ile ulaştırma araçlarının biletlerinin satışı, toplu ulaştırma araçlarından yer ayırtma, otobüs ve diğer ulaştırma araçlarının kiralanması, bireysel ve grup halinde seyahatlerin düzenlenmesi ve bu seyahatlerin

[1] 1618 Sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu, Resmi Gazete 28.9.1972, s. 14320

götürü bir fiyatla veya belirli bir komisyon karşılığında satılması, turistik amaçlı şehir ve bölge turlarının düzenlenmesini meslek haline getirmiş kuruluşlar" dır [2].

Diğer bir tanıma göre Seyahat Acentaları "kâr amacıyla, turizm işletmelerinin arz ettikleri her türlü mal ve hizmeti kendi sorumlulukları altında yeni ve orjinal bir turistik ürüne çevirerek bir bütün halinde veya tek tek yerine getirmek suretiyle turistlere sunan ve/veya turizm işletmeleri ile turistler arasındaki akitleri temsil ettiği turizm işletmesi adına ve hesabına yapan veya bu akitlerin yapılmasına aracılık eden ticari işletme niteliğinde kuruluşlardır" [3].

Seyahat acentalarının yukarıda belirtilen genel tanımlarına rağmen acentalık faaliyetleri gelişen turizm sektöründe ortaya çıkan ihtiyaç ve gördükleri hizmet farklılıkları sebebiyle değişik gruplarda incelenme gereği doğurmuştur [4].

Bunlar; Tur Düzenleyici, Temsilci (Perakendeci) ve Yerel (Karşılایıcı) seyahat acentalarıdır [5]. Üretilen hizmetleri tüketiciye ulaştıran (Satan), turistik arz ve turistik talep arasındaki ilişkiyi kuran işletmelere aracı veya temsilci seyahat acentaları adı verilir. Tur Düzenleyici acentalar,

[2] Ömer Adil ATASOY, Türk Hukukunda Seyahat Acentalarının Hukuki Niteliği ve Seyahat Acentalığı Hizmetleri, Kayseri, 1988, s. 21-22

[3] ATASOY, s. 13

[4] Tunca TOSKAY, Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım, Der Yayınları, İstanbul, 1989, s. 262

[5] ATASOY, s. 64

turistik ürünleri birer birer alarak kendi plan ve programlarına göre biraraya getirerek [6], bütün sorumlulukları kendilerinin yüklendiği işletmelerdir [7]. Bu bakımdan üretici durumundadırlar.

Yerel (Karşılıklı) seyahat acentaları, tamamen veya kısmen yabancı bir tur düzenleyici acentayla çalışan, onların buldukları ülkede temsilciliğini yapan ve o yörede gelecek gruplarla ilgili faaliyetleri düzenleyen işletmelerdir [8].

Fakat, belirttiğimiz bu tanımlar bir kural değil bir genellemedir. Çünkü, bazen aracılık faaliyetinde bulunan acentaların tur düzenledikleri; tur düzenleyici acentaların da hazırladıkları paket turları kendilerinin tüketiciye ulaştırdıkları görülür. Bu durum tamamen acentanın ekonomik gücüne ve pazardaki güvenilirliğine bağlı olarak gelişmektedir [9].

Ülkemizde, 1618 sayılı kanununda üç ayrı gruba giren acentalar içinde "Seyahat Acentası" terimi kullanılmış ise de; her bir grubun yerine getirmek zorunda oldukları işlevler ve bu işlevlere bağlı olarak kazandıkları nitelikler farklı olabilmektedir. "A" grubu acentalar kanununda belirtilen tüm hizmetleri görebilir ve tur düzenleme fonksiyonu yerine geti-

[6] TOSKAY, s. 262

[7] ATASOY, s. 64

[8] Necdet HACIOĞLU, Seyahat Acentalığı ve Tur Operatörlüğü, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa, 1989, s. 26

[9] TOSKAY, s. 263. Bu konuda ek bilgi için bkz.: Stephan F. WITT, Luiz MOUTINHO, Tourism Marketing and Management Handbook, New York, 1980, s. 469

rilebilmektedir. "B" grubu acentalar ise tamamen aracılık hizmetleri (ulaştırma araçlarının biletleri, paket turların satışı vb.) ve "A" grubu acentaların kendilerine verdikleri hizmetleri görürler. "C" grubu acentalar ise "A" grubunun kendilerine verdikleri görevler yanında yalnızca Türk vatandaşları için yurtiçi turlar düzenleyebilmektedirler [10].

1.2. Seyahat Acentalarının Turizm Açısından Önemi:

Seyahat acentaları, turizm olayının gelişmesine etki eden temel işletmelerdir. Çünkü, seyahat acentaları tatile çıkmaya istekli olan fakat bu arzusunu gerçekleştirmekte tereddütlü olan kitlelerle doğrudan ilişkisi olan işletmelerdir. Her talebe (müşteriye) göre uygun şartlarda tatil imkânları sunarak, onları potansiyel müşteri halinden, aktif müşteri haline getiren, seyahat önerilerinde bulunarak turizme katkı sağlarlar. Bütün bu hizmetlerini belirli bir ücret veya komisyon karşılığında görerek, işletmelerin devamlılığını sağlarlar [11].

Günümüzde, acentalık faaliyetleri turizm sektöründe köklü değişiklikler meydana getirmiş; büyük kitlelere yönelik turlar sayesinde maliyetler düşerek az gelirlilerin de gerek iç turizme gerekse milletlerarası turizme katılmaları sağlanmış-

[10] ATASOY, s. 62-63. 1618 Sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu, m.3 vdv.

[11] HACIOĞLU, s.4 ve 28. Bu konuda ek bilgi için bkz.: S.F. WITT, L. MOUTINHO, s. 375. Robert MCINTOSH, Shashikant GUPTA, Tourism: Principles, Practices, Philosophies, 3.B., Ohio, 1980, s. 95-97

tır [12]. Bu gelişmelere paralel olarak milletlerarası turizmin önemli bir kısmı acentalar aracılığı ile gerçekleşmeye başlamıştır [13].

Turizm sektörünün en önemli özelliği üretilen turistik ürün üretildiği anda tüketilmesinin zorunlu olmasıdır. Turistik ürünler depolanması mümkün olmayan; tüketicilerin ürünün arz edildiği bölgeye giderek tüketime bulunmalarının zorunlu olduğu ürünlerdir [14]. Bu özelliği sebebiyle, aracı kuruluşlar tüketicinin ihtiyaç duyduğu miktar ve nitelikteki hizmetleri uygun zaman ve yerde hazırlayarak ve müşterilerini de buralara taşıyarak turistik arz ve turistik talebi karşılaştırarak hem üreticiler hem de tüketiciler için çift yönlü fayda sağlamaktadırlar [15].

Gününüz turizm sektörünün, lokomotifinin "Seyahat Acentaları" olduğunu kabul etmemiz gerekir. Bu lokomotif olmadan turizm olayının etkili bir şekilde yürümeyeceğinin bilincinde olmamız gerekir. Ancak o zaman seyahat acentalarının yüklenedikleri görevin ne derece sorumluluk taşıdığını anlarız. Özellikle ülkemiz gibi, turizm sektöründe bir çok meselesi

[12] İsmet Sabit BARUTÇUGİL, Turizm İşletmeciliği, Beta Yayınları, Gözden Geçirilmiş 3. B., İstanbul, 1989, s.196

[13] Hasan OLALI, Turizm Dersleri, İstiklâl Mat., İzmir, 1984, s. 197

[14] BARUTÇUGİL, s. 27. Bu konuda daha fazla bilgi için bkz.: Hasan OLALI, Turizm Politikası ve Planlaması, İstanbul, 1990, s. 139, 164

[15] ATASOY, s. 16-17

olan ülkelerde, en büyük desteğin " Seyahat Acentaları " na verilmesi gereklidir [16].

1.3. Seyahat Acentalığı Mesleğinin Tarihi Gelişimi

1.3.1. Dünyadaki Gelişmeler:

Her ne kadar günümüz seyahat acentalığının tarihi, 1841 'de Thomas Cook 'un 570 kişilik kısa turuyla başladığı kabul edilse de, seyahat acentalığı faaliyetleri günümüzdeki anlamıyla olmasa bile çok eskilere dayanmaktadır [17].

Tarihi bilgilere göre turizm hareketleri, günümüzdeki gibi zevk ve dinlenme amacı taşımaya da, insanlık tarihi ile başladığı kabul edilmiştir [18]. Bu çağlardaki seyahatlerin amaçlarının başında; merak, dini inanışlar ve ticaretle ilgili faaliyetler öncelik taşımakta idi [19].

İnsanlığın ilk çağlarında merak ve ticaret, seyahat hareketlerinin birinci amacı olmasına rağmen daha sonraları dini seyahatlerde önemli olmaya başlamıştır. Gerek Hıristiyanların Kudüs ve çevresine [20], daha sonraları Müslümanla-

[16] Ekonomi ve Turizm Dergisi, "Basarılı Seyahat Acentaları Ödüllendirildi", Yıl 4, Ağustos 1989, Sayı 36-39, s.36

[17] HACIOĞLU, s.3. Bu konuda ek bilgi için bkz.: Sait EVLİYAOĞLU, Genel Turizm Bilgileri, Ankara, 1989, s.15-40.

[18] Tunay AKOĞLU, Turizm Olay ve Ekonomisine Toplu Bakış, İstanbul, 1979, s.11 vdv.

[19] Mehmet GURDAL, Turizm Ulaştırması, Adım Yayıncılık, Ankara, 1990, s.46.

[20] GURDAL, s.46. Bu konuda geniş bilgi için bkz.: Nazmiye ÖZGUÇ, Turizm Coğrafyası, İstanbul, 1984, s.21-24

ların Mekke ve Medine yörelerine Hac maksadıyla yaptıkları ziyaret ve geziler önemli kitle hareketlerinin başlangıcı olmuştur [21].

Özellikle, Müslüman Hacı adaylarının Hac farizalarını yerine getirirlerken, onlara yardımcı olan; ve İslamiyetten öncede kısmen olduğu kabul edilen "Mutavıflık" kurumu, İslami anlayış içinde yeniden hizmete girmiştir. Türkçe deyimle "Delillik" denilen bu kurum, günümüz seyahat acentalarının yerine getirdikleri organizasyon faaliyetlerini yerine getirmektedirler. Uygulamadaki bu benzerlikler dikkate alınacak olursa "Mutavıflık" kurumunun, dünyada seyahat acentalığı mesleğinin en kapsamlı şekilde uygulandığı ilk örnek olarak kabul etmek hiçte yanlış olmaz [22].

Doktrindeki genel görüş seyahat acentalığının T. Cook'la başladığı yöndedir [23]. Bunun sebebi ise, 1800 'lü yıllardan sonra hızla gelişen teknoloji ve sanayi, ulaşım çeşitliliği ve insanların refah düzeyindeki gelişmeler, insanların zevk ve merak duygusunu artırmış ve kitle turizminin gelişmesine yol açmıştır [24].

[21] ATASOY, s.111

[22] ATASOY, s.112-113

[23] Artun ÖZŞAHİN, Günümüz Seyahat Acentalığının Temel Sorunları ve Çözüm Yolları, Bitirme Tezi, Balıkesir, 1986, s.2

[24] İsmet Sabit BARUTÇUGİL, Turizm Ekonomisi, Beta Yayınları, İstanbul, 1986, s.112. Bu konuda ek bilgi için bkz.: Orhan Mesut SEZGİN - Yıldırım ACAR, Turizm, Tanıtım-Pazarlama-Ekonomi, Bastem Yayınları, Ankara, 1991, s.14-18.

1851 yılında Londra 'da düzenlenen bir fuar; buraya gelen ziyaretçilere karşılama ve gerekli diğer hizmetlerin verilmesi fikrini doğurdu. Böylece günümüzdeki değişik seyahat acentalığı faaliyetlerinin doğmasına öncülük etti [25].

Seyahat alanındaki hızlı gelişmeler ve yeni seyahat imkânlarının ortaya çıkması, 1919 yılında seyahat acentaları mesleki yararlarını korumak için birlikler oluşturmaya başlamışlardır. Ancak, uzun çalışmalardan sonra, 1966 yılında Dünya Seyahat Acentaları Birliği (WTAA) kurulabilmıştır [26].

Seyahat acentalarının gelişme seyrini belirli dönemler halinde inceleyecek olursak:

a. T. Cook 'la Başlayan ve II. Dünya Savaşı Sonuna Kadar Olan Dönem : Bu dönem seyahat acentalarının doğumu olmuştur. Fakat, insanlığın bu sürede büyük savaşlara girmesi seyahat acentalarının olduğu kadar turizm olayınında genel gelişim seyrini engellemiştir [27].

b. 1946 - 1964 Dönemi : Bu dönemde acentalık faaliyetleri; ulaştırma araçlarının biletlerinin satışı ve konaklama işletmelerinde rezervasyonlar seviyesindedir [28].

c. 1964 - 1972 Dönemi : Seyahat acentalığı faaliyetlerinin geliştiği yıllardır. Bu dönemde özellikle havayolu

[25] Abdullah TEKİN - Filiz KARAOSMANOĞLU, Turizm Hareketleri İçinde Seyahat Acentaları, Adım Yayıncılık, Ankara, 1991, s.24

[26] HACIOĞLU, s.5. R. MINTOSH, S. GUPTA, s.239 vdv.

[27] GURDAL, s.49 ve 51. Bu konuda geniş bilgi için bkz.: Ergün GÖKSAN, Turizmoloji, İzmir, 1978, s.7 vdv.

[28] HACIOĞLU, s.5

taşımacılığında görülen hızlı gelişme ve Charter seferleri, yeni seyahat şekillerini ortaya çıkarmıştır ve Tur düzenleyici acentaların doğması gerçekleşmiştir [29].

d. 1972 'den Günümüze : Bu dönemde seyahat acentalarının fonksiyonları belirlenmiş, Seyahat acentalarının sayısı ülkelerin gelişmişlik düzeyini gösteren bir ölçü halini almıştır [30].

1.3.2. Ülkemizdeki Gelişmeler

1.3.2.1. Planlı Döneme Kadar Faaliyetler :

Ülkemiz turizm olayına dolayısıyla da seyahat acentalığı faaliyetlerine, 1800 'lü yıllarda içinde bulunduğu karmaşık yapı nedeniyle çok geç girmiştir. Ülkemizde ilk organize turizm hareketi 1846 yılında Aya İrini kilisesinin Askeri Müzeye çevrilmesi olayı ile başladığını kabul etmekteyiz. 1863 yılında İstanbul 'da "Sergi-i Umumi-i Osmani" adı altında bir fuar düzenlenmesi ve fuara yurtiçi ve yurt dışından ziyaretçilerin gelmesi ülkemizde de turizm hareketlerinin başladığının göstergesidir. Ayrıca, o yıllarda Avrupa 'da başlayan Doğu Expressi (Orient Express) seferleri Osmanlı Devletine bununla ilgili bir kanun çıkarma zorunluluğuna getirdi. 1890 yılında "Seyahine Tercümanlık Edenler Hakkında Tatbik Edilecek 190 Sayılı Nizamname" yürürlüğe giriyordu. Bundan amaç, gelen yabancılara yine yabancılardan tercümanlık etmeleri ve ülke aleyhine faaliyetleri bulunması sebebiyle,

[29] GÖKSAN, s.11 vdv.

[30] HACIOĞLU, s.5

ülkeye gelenlere Osmanlı uyruklu olanların tercümanlık etmelerini öngörüyordu [31].

1890 ve sonrasında Osmanlı Devletinin parçalanma sürecinin hızlanması ve yeni Türkiye Cumhuriyetinin kurulması safhasında devlet normal olarak turizmle ilgilenemezdi. Türkiye Cumhuriyetinin kuruluşunun ilk yıllarında, Atatürk 'ün direktifleri ile "Türk Seyahin Cemiyeti" kuruluyordu. Bu derneğin amacı tüzüğünde şöyle açıklanmıştır: "Büyük turlar düzenlemek, İstanbul ve Bursa gibi değerli kentlerimizle, buralardaki antik değerleri gelecek turistlere ve kendi insanlarımıza gerçek yönüyle tanıtabilmek". Derneğin ilk yaptığı faaliyetler; denizyolu ile ülkemize gelen turistlere limanlardan geçiş kolaylığı sağlamak için İstanbul Boğazında küçük vapurlarla gezi düzenlenmesi için tarife oluşturulmasını gerçekleştirmek olmuştur [32].

Türk Seyahin Cemiyeti daha sonra Türkiye Turing ve Otomobil Klübü adını almış, 1930 yılından günümüze aynı adla faaliyetini sürdürerek, Türk turizmine önemli katkılar sağlamaya devam etmektedir. Bu kurum, o dönemde turizmin geliştirilmesine çalışmış, tanıtım ve rehber yetiştirme konularına eğilmiş ve en önemlisi turistik amaçlı araçların gümrük ödemedi yurda girmesini sağlamıştır [33].

[31] Meydan Louresse, Türkiyede Turizmin Gelişimi, c.9, s.754 vdv.Bu konuda ek bilgi için bkz.: EVLIYAOĞLU, s.120 vdv.

[32] Türkiye Devlet Yıllığı, Turizm, Ankara, 1981, s.299 vdv.

[33] TEKİN - KARAOSMANOĞLU, s.32. Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu hakkında geniş bilgi için bkz.: T.C. Devlet Teskilatı Rehberi, Ankara Üniversitesi Yay., 1968, s.597-598

Ülkemizde, turizmle ilgili ilk resmi hareket 1934 yılında "İktisat Vekaleti Teşkilat ve Vazifesi Hakkındaki 4250 Sayılı Kanun"la Türk Ofisine bağlı bir turizm bürosunun kurulmasıyla başlamıştır. Turizm Bürosunun görevi sadece propaganda faaliyetleri ile sınırlandırılmıştır. Kanunda öngörülen görevler; yayın, propaganda ve turizm işleri olarak belirlendi ve 1938 yılına kadar Dış-Ticaret Dairesi Türk Ofisince yürütüldü. Aynı yıl Turizm Bürosu, Turizm Şube Müdürlüğüne dönüştürüldü [34].

1940 yılında Turizm İşleri Matbuat Müdürlüğü bünyesine alındı. 1943 yılında Basın Yayın Umum Müdürlüğüne dönüşen kuruluşun bünyesindeki; Turizm Dairesine daha çeşitli görevler yüklenmiştir. Bu kurum 1949 yılında Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü adını almıştır. Aynı yılda oluşturulan Danışma Kurulu ile turizmde neler yapılabileceği araştırılarak, hazırlanan tasarılar, 1953 yılında "6086 Sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu" olarak yürürlüğe girmiştir [35]. 1955 yılında seyahat acentalarının izinle kurulabileceğine dair Bakanlar Kurulu'nun kabul ettiği "Turizm Büro ve Seyahat Acentaları Hakkında Yönetmelik" uygulamaya konmuştur [36].

[34] EVLİYAĞLU, S.122

[35] TEKİN-KARAOSMANOĞLU, s.37. Bu konuda geniş bilgi için bkz.: Türkiye Devlet Yıllığı, Turizm, Ankara, 1983, s.299 vdv

[36] Sıtkı AKTAŞ, Seyahat Acentalarının Personel Sorunları, Balıkesir, 1987, s.6.

1.3.2.2. Planlı Dönemde Faaliyetler:

Ülkemiz planlı ekonomiye geçişle birlikte, turizm alanında da belirli plan ve programlar kalkınma planlarında yer almaya başlamıştır. Kalkınma planlarında seyahat acentaları için özel hedefler belirlenmemiş ise de, seyahat acentaları turizmin genel gelişme seyrine göre gelişmesini sürdürmüşlerdir. Ülkemizdeki seyahat acentaları, 1969 yılında Türkiye Seyahat Acentaları Cemiyeti (TUSTAC) olarak bir birlik kurmuşlardır. 14.9.1972 tarih ve 1618 sayılı kanunla yürürlüğe giren "Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği", hem seyahat acentalarının görev, kuruluş ve yetkilerini belirleyen hem de seyahat acentalarını kamu kurumu niteliğinde bir meslek örgütü haline getiren düzenleme olmuştur [37].

1618 sayılı kanunla bir meslek örgütü niteliğine giren seyahat acentalarının kuruluş amacı kanunun 32. maddesinde şöyle belirtilmiştir: "Seyahat Acentaları, seyahat acentalığı mesleğinin yurt ekonomisine ve turizme uygun surette gelişmesini sağlayıcı tedbirler almak ve meslek âhlak ve tesanüdünü korumak amacıyla, Seyahat Acentaları Birliği adı altında bir birlik kurarlar, Seyahat Acentaları bu birliğe üye olmak zorundadırlar [38].

[37] TEKİN - KARAOSMANOĞLU, s.38

[38] 1618 Sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu, Resmi Gazete, 28.9.1972, S.14320, m.32

1.3.2.2. Planlı Dönemde Faaliyetler:

Ülkemiz planlı ekonomiye geçişle birlikte, turizm alanında da belirli plan ve programlar kalkınma planlarında yer almaya başlamıştır. Kalkınma planlarında seyahat acentaları için özel hedefler belirlenmemiş ise de, seyahat acentaları turizmin genel gelişme seyrine göre gelişmesini sürdürmüşlerdir. Ülkemizdeki seyahat acentaları, 1969 yılında Türkiye Seyahat Acentaları Cemiyeti (TUSTAC) olarak bir birlik kurmuşlardır. 14.9.1972 tarih ve 1618 sayılı kanunla yürürlüğe giren "Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği", hem seyahat acentalarının görev, kuruluş ve yetkilerini belirleyen hem de seyahat acentalarını kamu kurumu niteliğinde bir meslek örgütü haline getiren düzenleme olmuştur [37].

1618 sayılı kanunla bir meslek örgütü niteliğine giren seyahat acentalarının kuruluş amacı kanunun 32. maddesinde şöyle belirtilmiştir: "Seyahat Acentaları, seyahat acentalığı mesleğinin yurt ekonomisine ve turizme uygun surette gelişmesini sağlayıcı tedbirler almak ve meslek âhlak ve tesanüdünü korumak amacıyla, Seyahat Acentaları Birliği adı altında bir birlik kurarlar, Seyahat Acentaları bu birliğe üye olmak zorundadırlar [38].

[37] TEKİN - KARAOSMANOĞLU, s.38

[38] 1618 Sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu, Resmi Gazete, 28.9.1972, S.14320, m.32

1618 sayı ve kanunla kurulan Seyahat Acentaları Birliğinin (TURSAB) görevleri şöyledir:

- Seyahat acentalığı mesleği hakkında araştırma ve inceleme yapmak,
- Pazar araştırmalarını yürütmek ve yeni pazarlar oluşturmak,
- Üyelerin haklarını korumak ve üyeler arasındaki haksız rekabeti önlemek,
- Bakanlık ve ilgili kuruluşlara görüş bildirmek, görüş almak,
- Milletlerarası sahada Seyahat Acentalarını temsil etmek,
- Fiyat tesbitlerinde görüş bildirmek,
- Acentalar arasındaki faaliyetlerde bilirkişi görevi yapmak [39].

Halen yürürlükte bulunan bu kanunun amacı, seyahat acentalarının uyum içinde çalışmalarını sağlamak, ülke ekonomisi ve turizmüne faydalı ve öncü rolü oynamalarına yardım etmektedir [40].

1.4. Seyahat Acentalarının Konaklama İşletmeleri ile İlgili Faaliyetleri ve Turizm Açısından Önemi

1.4.1. Seyahat Acentalarının Tur Düzenleme Faaliyetleri

Tur Düzenleyici Acentalar, turistlerin muhtemel ihtiyaçlarını karşılamak için, turistik hizmetleri bir araya getiren ve paket bir ürün haline tüketiciye sunan acentalardır [41].

[39] TEKİN-KARAOSMANOĞLU, s.39

[40] HACIOĞLU, s.37

[41] HACIOĞLU, s.63. Bu konuda geniş bilgi için Bkz.: ATASOY, s.103 vd.

Toptancı olarak da nitelendirdiğimiz bu acentalar, üreticilerle aracı acentalar arasındaki bağı kurarak turistik hizmetlerin gelişmesine yardım ederler. Bu tür acentalar genellikle ürettiklerinin aracı acentalara vererek müşterilerine ulaştırırlar. Fakat bazende kendilerinin doğrudan tüketicilere (turistlere) satış yaptıkları görülür [42].

Tur düzenleyici acentalar genellikle talep olamadan gerekli hizmetleri bir araya getirek paket ürünü hazırlarlar. Talep oluşmadan, tahmini talebe göre hazırlanan paket turlar ticari açıdan riskli bir olaydır. Çünkü, tahmin edilen talep gerçekleşmeyebilir. Tur düzenleyici acentalar, ürettikleri ürünün önemli bir kısmını, bütün sorumluluklarını üstlenerek, aracı acentalar vasıtasıyla tüketicilere ulaştırırlar. Aracı (perakendeci) acentalar belirli bir komisyon karşılığında bu hizmeti görürler [43].

Tur düzenleyici acentaların önemi şu noktada ortaya çıkmaktadır; konaklama işletmelerinin ürünleri bir paket turun temelini oluşturmaktadır. Çünkü, konforlu ve güvenli bir konaklama yeri, seyahat edecek insanların en çok merak ettikleri ve endişelendikleri bir konudur. Bu nedenle, tur düzenleyici acentalar konaklama işletmelerini belirlerken, paket turda belirtilen asgari şartları taşıması aranır. Öte yandan, konaklama işletmeleri de tur düzenleyici acentalara satış yapmak eğilimindedirler. Çünkü, çoğu zaman tesislerinin tama-

[42] M.ARIF CELAYIR, Seyahat Acentalarının Turizm Sektörüne Katkısı ve Kredilendirilmesi, Ankara, 1983, s.39

[43] HACIOĞLU, s.64. Bu konuda ek bilgi için Bkz.:S.F. WITT, L. MOUTINHO, s.469 vdv.

mı bir yıl önceden rezerve edilmiş olmakta, böylece de işletme doluluk oranı ve kâr hedeflerini belirleyip, gerekli hammadde ve personeli temin etmektedir [44].

Dünyada, Tur Düzenleyici Acentaların, gerek hukuki yönden gerekse ticari faaliyetleri yönünden, Aracı ve Yerel Seyahat Acentalarından ayrıldığını görüyoruz. Ülkemizdeki acenta sınıflandırılmasında "A" grubu acentalar Tur Düzenleyici Acentalar olarak görülmektedir [45].

1.4.2. Seyahat Acentalarının Aracılık ve Temsilcilik Faaliyetleri:

Bu tür acentalar bir yandan üreticiyi bir yandan da tüketiciyi bularak aralarındaki bağı gerçekleştirirler [46]. Bu acentalar genellikle turist gönderen ülkelerde bulunurlar ve turistik eğilime göre hazırlanmış paket turların satışını gerçekleştirirler. Turistler genellikle, şehirlerinde veya yörelerinde bulunan acentaları yıllar boyu denemişler ve is yeteneklerine inanmışlardır. Çünkü, turistler bilmediği bir yörede bilmediği bir tesisin hizmetlerine ilgi duymazlar. Bu durumda müşterilerin şahsi istek ve taleplerine uygun olan hizmeti sunmakta acentanın uzmanlığıdır [47].

[44] Tur Yönetim İlke ve Süreçleri, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları: 52, Hizmete Özel, Ankara, 1983, s.59 vdv.

[45] ÖZŞAHİN, s.6-12. Bu konuda geniş bilgi için bkz.: ATASOY, s.64 vdv.

[46] CELAYIR, s.39. Bu konuda geniş bilgi için bkz.: HACIOĞLU, s.43 vd.

[47] Robert W. McINTOSH, Charles R. GOELDNER, Tourism Principles, Practices, Philosophies, Canada, 1990, s.95-101

Aracı seyahat acentalarının, tur düzenleyici acentalarla yaptıkları dağıtımla ilgili anlaşmalar, temsilci acentayı turistlere karşı direkt sorumlu yapamadığından risksiz satış daha geniş bir dağıtım zinciri oluşturmaktadır. Temsilci acentalar üretici ile tüketici arasında bir köprü gibidir [48].

1.4.3. Seyahat Acentalarının Karşılama ve Mahalli Hizmetleri ile İlgili Faaliyetleri :

Genellikle, temsilci seyahat acentalarının işlerini görmelerine rağmen, Tur Düzenleyici acentaların taleplerine göre konaklama işletmeleri ile tur düzenleyici acenta ilişkilerinin sağlıklı yürümesi için tur düzenleyici acentaya konaklama işletmesinin bulunduğu yörede muhbirlik yaparlar. Tur düzenleyici acenta müşterilerine; karşılama, transfer, bölge turları ve talebe göre belirecek diğer hizmetleri verirler [49]. Ayrıca, turistlerin program dışı, alış-veriş, özel günler ve geceler tertiplenmesi gibi isteklerinede cevap vermeye çalışırlar [50].

Öte yandan bu tür acentaların buldukları bölgede ki konaklama işletmelerinden kendilerinin rezervasyon yaptıkları ve tur düzenleyici acentaya Oda + Karşılama v.b hizmetleri

[48] CELAYİR, s.39. Bu konuda geniş bilgi için bkz.: Doğan TUNCER, Turizm Dağıtım Sistemi ve Türkiye için Bir Model Önerisi, H.U. İİBF Yayınları: 14, Ankara, 1986, s.28 vdv.

[49] Dilek TURA, Seyahat Acentalarında ve Tur Operatörlerinde Pazarlama Anlayışı, BTİOYO, Balıkesir, 1987, s.2

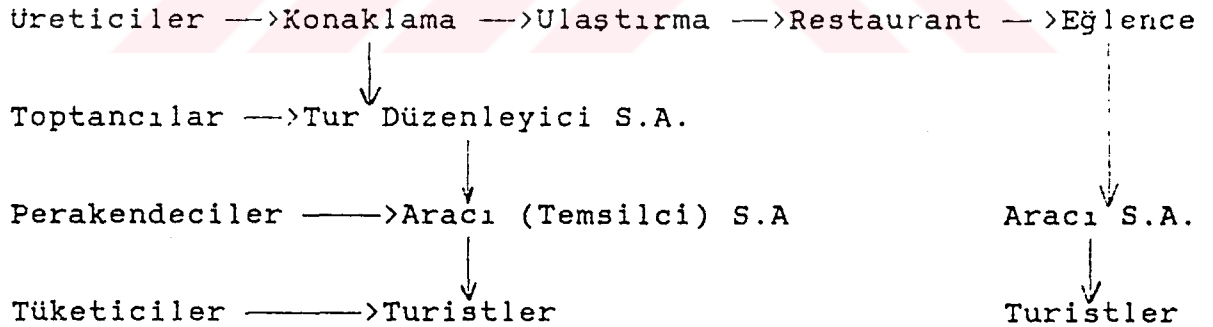
[50] CELAYİR, s.40

bütün olarak pazarladıkları görülür. Bu durum konaklama işletmeleri için daha cazip olabilmektedir. Çünkü, bölgesindeki bir acentaya satış yapmak, konaklama işletmesine hem güven vermekte hem de kontrol imkânına kavuşmaktadır [51].

Yukarıda belirttiğimiz görev dağılımlarının sadece Tur Düzenleyici Acenta bünyesinde veya Aracı Seyahat Acentası bünyesinde toplandığı görülebilir. Acentaların ekonomik güçlerine bağlı olarak; tur düzenleyici acentaların hazırladıkları paket ürünleri kendi şubeleri aracılığı ile pazarladıkları ve aracı acentaların tur düzenledikleri görülür. Acentaların pazardaki payları, konumları ve populeriteleri bu konuyu doğrudan etkileyen faktörlerdir [52].

Turistik ürünlerin pazarlanmasında Seyahat Acentalarının türlerine göre aldıkları rolü şu şekilde gösterebiliriz [53]:

Turizm İşletmeleri



[51] HACIOĞLU, s.26-27

[52] HACIOĞLU, s.146-147. Bu konuda geniş bilgi için bkz.: TUNCER, s.23-28

[53] Necdet HACIOĞLU, Turizm Pazarlaması, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Balıkesir, 1989, s.61-62

1.4.4. Seyahat Acentalarının; Konaklama İşletmeleri Üzerindeki Etkileri

1.4.4.1. Kuruluş ve Yatırım Safhasındaki Etkileri:

Turistik ürünü diğer ürünlerden ayıran özelliklerin başında tüketicilerin turistik ürünün bulunduğu yöreye gelmeleri mecburiyeti gelmektedir. Bu durumda turistik tesisin kurulacağı yerin turistik ürünü üretmeye elverişli ve turistlerin kolayca ulaşabileceği yörelerde olmasını zorunlu kılar [54].

Kurulması planlanan turistik tesisin ihtiyacı olan gelirlerin nitelikli ve düşük maliyetle elde edilmesi ve istenilen nitelikte turistik ürünü en düşük maliyetle ve en çok kârla üretilmesini ve satışını sağlayacak kuruluş yerinin saptanması için muhtemel bütün seçenekler dikkate alınarak, mukayeseli hesaplar yapılarak seçimin gerçekleştirilmesi gerekir [55].

En iyi teçhizat ve mefruşatla, en uygun kapasite ve en nitelikli hizmet arzının uygulamaya elverişli bir tesis kurulmuş olsa dahil, ilgili bütün faktörleri dikkate almak suretiyle isabetli seçim yapılmadığı takdirde, bu tesis işletilmesi mümkün olmayacak kadar gayri iktisadi olabilir. Çeşitli ulaşım imkânlarıyla ulaşılması mümkün olmayan bir konaklama işletmesi, bu seçim kararının sonuçlarını iktisadi

[54] OLALI, Turizm Dersleri, s.145

[55] BARUTÇUGİL, Turizm İşletmeciliği, s.85

ömrü boyunca çekecektir. Genellikle, işletme giderlerinin en az, işletme kârlılığının en çok olduğu yer kuruluş yeri olarak seçilmelidir [56].

Konaklama işletmesinin durumuna göre, kuruluş yeri seçilirken maliyetle ilgili üç yol izlenir :

-Kâr en çoklamasının (maksimizasyonu) amaç olduğu işletmeler için,

-Sosyal kârlılığın ve sosyal faydanın amaç kabul edilmesi durumunda (kuruluş yeri seçimi),

-Büyümenin amaç kabul edilmesi durumunda [57],

Birinci durumdaki, kuruluş yeri belirlenmesi genellikle özel teşebbüsler tarafından benimsenen bir yoldur. Çünkü, sermaye temininin masraflı olduğu ülkelerde, özel teşebbüs gerçekleştirdiği yatırımın en kısa zamanda geri dönmesini bekler. Bunun en önemli sebebi ise turizm sektörünün zevk ve moda gibi olaylardan çabuk etkilenmesi, yatırımların mümkün olduğunca çabuk dönmesi yatırımcının arzusudur. Çünkü, konaklama işletmeleri kısa zamanda demode olabileceği gibi, turistlerin zevk, arzu ve eğilimlerinin değişmesi ve özellikle tesisin bulunduğu yörenin çekiciliğini kaybetmesi mümkündür [58].

[56] Nüzhet KAHRAMAN, Turizm'de Yatırım Projeleri, Çağlayan Kitabevi, İstanbul, 1986, s.19

[57] OLALI-KORZAY, Otel İşletmeciliği, İ.U. İşletme Fakültesi Yay. 214, İstanbul, 1989, s.94.

[58] OLALI-KORZAY, s.94

ikinci olarak, kuruluş yeri seçiminde sosyal faydanın hedeflenmesidir. Bu durum bölgenin gelişmemiş yapısını turistik yatırımlarla geliştirecektir. Bu tür bölgeler, genelde az gelişmiş olduğundan, bölgede bir ekonomik rahatlama gözlenecektir. Bölgedeki tabiat güzellikleri; deniz, güneş, dağ, yayla v.b. turistik yatırımlarla ekonomik değerlere dönüştürülerek bölge ve ülke ekonomisine katkı sağlayacaktır [59].

Kuruluş yeri seçiminde rol oynayan üçüncü faktör, büyümenin amaç kabul edildiği yatırımlardır. Bu yatırımlarda, uzun vadeli amaçlar gözönüne alınarak yer seçimi gerçekleştirilir. Söz konusu büyüme hedefi yatay büyüme ve dikey büyüme olabilir. Yatay büyüme söz konusu olduğunda; otel, motel, apart otel, yüzme havuzları, sağlık tesisleri, kafeteryalar, satış mağazaları, spor alanları, golf alanları gibi gelecekte aynı işletme içinde yer alabileceği dikkate alınarak kuruluş yeri seçimi gerçekleştirilir. Dikey anlamda bir entegrasyon plânlanıyorsa; işletme amaçlarına hizmet etmek amacıyla gerekli olan girdileri kendisinin üretmesine imkân verecek bir kuruluş yeri seçilecektir. Ayrıca bu yerin; hammadde, sebze-meyva bahçeleri, tavuk-balık üretim yerleri gibi yan hizmetleri de kurma imkânı verecek şekilde olması gereklidir [60].

Kuruluş yerinin seçimi hangi kritere göre yapılırsa yapılsın; konaklama işletmeleri için en önemli nokta, turistlerin ve özellikle konaklama işletmesini pazarlayacak olan

[59] KAHRAMAN, s.22

[60] OLALI-KORZAY, s.96-106

seyahat acentalarının ulaşması kolay turist çekim merkezlerinde olması gereklidir [61].

Bir konaklama işletmesinin kuruluş yeri seçimi için diğer bir nokta; turistlerin bilinen ve beklenen ihtiyaçları hesaba katılarak, en büyük faydanın sağlanması için işletmenin gelişimi ve kârlılığını üzerinde etkili olabilecek faktörlerin dikkate alınması gereklidir. Bu faktörleri şu şekilde sıralayabiliriz:

1. Kuruluş yerinin, Turizm Bakanlığı tarafından kabul edilen yatırım plân ve politikasında yer alan özelliklere uygundur [62].

2. Turistik çekim yönünden bölgenin ve işletmenin kurulacağı yerin incelenmesi [63].

3. Tarihi ve arkeolojik değerler; tarihi anıt ve yapılar, sanat eserleri, sergiler; çeşitli sanat, toplantı ve gösteri mahalleri [64].

4. Tabiat varlıkları; bitki örtüsü, su, göl, orman, deniz, dağ ve yaylalarla, av hayvanlarının durumu,

5. Bölgenin sosyo-kültürel yapısı; insan ilişkileri, turiste yönelik tavırlar, sağlık ve temizlik durumu, kültürel düzey, nüfus, ekonomik ve sosyal yapı [65].

[61] Alparslan USAL, Turizm Pazarlaması, Kan Yay., İzmir, 1984, s.13

[62] Turistik İstasyonlarda Animasyon, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları 51, Ankara, 1983, s.21. Yatırım şartları hakkında ek bilgi için bkz.: Turizm Yatırım...., m.5-45.

[63] KAHRAMAN, s.19

[64] KAHRAMAN, S.20

[65] Turistik İstasyonlarda...., s.21

6. Altyapı ve ulaşım imkânları; elektrik, içme ve kullanma suyu, haberleşme ve yakıt, kara, hava ve denizyolları ile ulaşım,

7. İşletmenin hizmet arzı sırasında gereksinim duyacağı tüketim malzemeleri; et, tavuk, balık, sebze ve meyve vb. [66].

8. Nitelikli ve niteliksiz personel tedariki [67].

Turizmin dinamik elemanı seyahattir. Seyahatin hedefiyse bir turistik yöreye veya bölgeye gitmektir. Bu nedenle, turistlerin dolayısıyla da tur düzenleyici seyahat acentalarının paket turları hazırlarken tercih edeceği konaklama işletmesi turistik çekim merkezleri veya yakınlarında olanlar olacaktır [68].

Yatırımcı, kuracağı tesisin bu merkezlerde veya mümkün olduğu kadar yakınında olmasına dikkat etmek durumundadır. Seyahat acentaları paket tur hazırlanmasında ve talep tahminlemesinde; müşteri potansiyelinin eğiliminin yoğun olduğu turistik bölge tesislerine öncelik vermektedirler. Bu nokta gözönüne alınarak konaklama işletmesi, seyahat acentalarını isteklerine göre kuruluş yerini belirlemelidir [69].

Bir konaklama işletmesinin kuruluş yeri ve işletmenin sınıfının belirlenmesi üzerindeki seyahat acentası muhtemel

[66] Turistik Düzenleme, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları 49., Ankara, 1983, s.32

[67] Turistik Düzenleme, s.33. KAHRAMAN, s.20

[68] Hasan OLALI, Turizm Politikası ve Planlaması, İ.U. İşletme Fakültesi Yay. 228, İstanbul, 1990, s.85

[69] Tur Yönetim İlke ve Süreçleri, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları 52, Ankara, 1983, s.12

isteklerini sıralamadan önce; insanları seyahat etmeye yönel-
ten faktörleri belirlemede fayda vardır. Bunlar :

1. Kültürel merak; diğer ülkelerdeki insanların yaşayış-
larını, görüş, anlayış ve eğlenceleri,
2. Gerek tarihi gerekse günümüz yaşayışının ürünleri
olan yerleri görmek,
3. İş; kongre, toplantı, araştırma ve deneyim kazanma
ihtiyacı,
4. Sağlık amaçlı seyahatler,
5. Dini özelliği olan yer ve değerleri görmek,
6. Günlük yaşamın monotonluğundan uzaklaşıp, hoşca vakit
geçirmek,
7. Egzotik (macera) şeyleri arama,
8. Hava şartları; kışın soğundan, yazın sıcağından kaç-
mak,
9. Spor yapmak veya sportif faaliyetleri izlemek,
10. Ekonomik sebepler; gerek tatilin ucuza gelmesi gerek-
se gidilen yörede ucuz alış- veriş imkânı,
11. Kendini ispât ve zorluklarla bâsetme isteği,
12. Tarihten pay almak; tarihi olayların cereyan ettiği
abide, bina veya bölgelere gitmek [70].

Yukarıda, insanların temel olarak ne tür isteklerini
tatmin için seyahat ettiklerini belirlemeye çalıştık. Bu eği-
limlere göre insanların ne tür yöreleri tercih edeceği genel
hatlarıyla belirlenmiş olacaktır. Bu noktada, insanlara dü-
zenlediği paket tur programlarını satacak olan seyahat acen-

talarının, konaklama işletmelerinin kuruluş yeri ve sınıf belirlenmelerine muhtemel şu etkileri olacaktır:

1. Seyahat acentası konaklama işletmesinin kurulacağı yerin mümkün olduğu kadar turistik çekim merkezi içinde olmasını tavsiye ve hatta kanallıze edecektir [71].

2. Seyahat acentaları, konaklama işletmelerinin kurulacağı yerin tek yönlü bir çekim merkezinden çok, değişik ilgi odakları içeren bölgelere öncelik verilmesine isteyecektir. Meselâ; sadece deniz ve güneş imkânı olan bir yere göre, deniz, güneş, orman, tarihi ve arkeolojik değerlerin ve hatta dini aktivitelerin bulunduğu yöre daha öncelikli ve tercih sebebi olacaktır [72].

3. Seyahat acentası, işletmeye her türlü ulaşım (kara, hava, deniz) imkânlarıyla kolayca ulaşabilmek isteyecektir. Çünkü, uçakla 3-4 saat yolculukla 3-4 bin km gelen turist, 3-4 saatlik bir kara yolculuğunu hem sıkıcı hem de isteksiz karşılayacaktır [73].

4. Gelişen teknoloji, şehir insanlarını tabiat güzelliklerine hasret bırakmış, günümüzde temiz ve tabii güzelliğini kaybetmemiş çevreler ilgi odakları halini almıştır. Seyahat acentası, konaklama işletmesinin böyle bir yörede tabiat dengesine zarar vermeden kurulmasını şiddetle arzu edecektir [74].

[71] Turistik İstasyonlarda..., s.21

[72] Turistik İstasyonlarda..., s.21-22

[73] Tur Yönetim İlke ve, s.45

[74] Tur Yönetim İlke ve, s.46

5. Kuruluş yerinin belirlenmesi kadar tesisin türü ve sınıfı da seyahat acentasını yakından ilgilendirmektedir. Seyahat acentası tesisin türü ve sınıfı belirlenirken konaklama işletmesi yatırımcısına en azından şu konularda edindiği bilgi ve tecrübenin sonuçlarını aktarmalı ve isteklerini belirtmelidir:

- a- Hedef kitlenin ekonomik gücü,
- b- Hedef kitlenin anlayış ve hayat görüşleri,
- c- Hedef kitlenin eğlence ve spor anlayışları,
- d- Damak zevkleri,
- e- Kültürel özellikleri ve kültürel olaylara bakışları,
- f- Dini anlayış ve arzuları [75].

Bütün bunların yanında, konaklama işletmecisi, yatırım yapacağı yörenin turistik kaynaklar bakımından araştırmasını yapmalı; herşeyden önce, arz-talep esasları içinde yatırımın getireceği muhtemel sonuçları düşünmeli ve talebi etkileyecek faktörler doğrultusunda yörenin turistik gelişme yapısını ayrıntılı olarak incelemekle işe başlamalıdır [76].

1.4.4.2. Organizasyon (Teşkilatlanma) Safhasındaki Etkileri

Organizasyon, beşeri ve maddi faktörlerin işletme amaçlarının en etkin ve verimli bir biçimde gerçekleştirecek şekilde düzenlenmesidir. Diğer bir deyimle organizasyon, görevleri grubun üyeleri arasında dağıtan, üyeler arasındaki iliş-

[75] Turizm Pazarlaması, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları 54, Ankara, 1983, s.16

[76] OLALI, Turizm Politika ve Planlaması, s.139

kileri belirleyen ve ortak amaçlar doğrultusunda grup üyelerinin faaliyetlerinin bütünleştiren bir yapı ve süreçtir [77].

Organizasyon faaliyetinin temeli planlamadır. Organizasyonla bir işletme planlanan hedefleri başarmaya çalışır ve bunları başarmak için gerekli faaliyetleri tasarlar. Bu durumda organizasyon faaliyetinin kişiye yönelik değil işe yönelik olduğu görülür [78].

Konaklama işletmelerinde organizasyon yapısında önce, işletmenin neler üretebileceği ve hangi müşteri tipine hitap edeceğinin belirlenmesidir. Çünkü, bir organizasyon türü her çeşit faaliyet ve amaç için iyi sonuç vermez. Bu nedenle, organizasyon yapısı oluşturacak konaklama işletmesi, amacını iyi belirlemelidir. Bu durumda, konaklama işletmesinin ürünlerini pazarlayacak olan seyahat acentalarının görüş, uyarı ve tecrübelerini dikkate almak gereklidir [79].

Öte yandan, konaklama işletmelerinin başarılı olabilmeleri ve işletme amaçlarına iyi hizmet verebilmek için organizasyon yapısına önem vermek durumundadırlar. Çünkü, konaklama işletmeleri gerek üretimi gerekse hedef tüketicisi direkt insana yönelik olan işletmelerdir. Bu nedenle, işletmenin iç faaliyetlerinde, dış bağlantılarında ve ilişkilerinde istikrara, sürekliliğe ulaşması için fonksiyonlar arasında zorunlu

[77] İsmet MUCUK, Modern İşletmecilik, Der Yay., İstanbul, 1987, s.132

[78] Ahmet AKTAŞ, Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi, Antalya, 1989, s.99

[79] OLALI-KORZAY, s.463

bir koordinasyon sistemine ihtiyaç vardır [80].

Organizasyon yapısı, hedefe kolay şekilde ulaşabilmek için yapılacak işleri, görevleri, sorumlulukları personele yetkilerine göre paylaştıran ve kimin nelerden kimlere karşı sorumlu olduğunu gösterecektir [81]. Öte yandan işletmenin devamlılığını için kısa ve uzun vadeli planların iyi belirlenmesi ve birbirleriyle çelişkiye düşmemesi gerekir. Çünkü mevcut maddi ve beşeri kaynakların yanlış yönde kullanımı işletmenin gelişimini engeller. Bu nedenle, işletme yaşayan dinamik yapısını geliştirmek için ilgili kamu kurum ve kuruluşlarından ve özellikle seyahat acentalarından, işletmenin plan ve programları hakkında görüş almak durumundadır [82].

Seyahat acentaları yaşamlarının en büyük nedenlerinden biri olan konaklama işletmelerinin organizasyon yapısı üzerinde şu etkilerde bulunabilir:

1. Seyahat acentaları birlikte çalışacağı işletmede tek ve yetkili bir yönetici arayacaktır. İki başlı bir yönetim ve yetkisiz (karar verme yetkisi olmayan) bir görevli ile muhatap olmak istemeyecektir [83].

2. Acenta muhatap olacağı kişiyi bilmek ve sürekli onunla diyalog kurmak ister [84].

[80] Burhan ŞENER, Modern Otel İşletmelerinde Yönetim ve Organizasyon, Ankara, 1990, s.67

[81] OLALI-KORZAY, s.437

[82] ŞENER, s.68

[83] OLALI-KORZAY, s.438

[84] OLALI-KORZAY, s.438

3. Talep etiği hizmet ve malların eksiksiz ve kusursuz bir servisle sunulmasını bekler [85].

4. İşletmede çalışan personelin görev dağılımının iyi olmasını ister. Şöyle ki, temizlik işinde çalışan bir işçiyi restaurantta veya barda servis yaparken görmek istemez [86].

5. Görev dağılımı ve komuta birliği tam bir işletme, acentanın temel beklentisi olacaktır. İşletme içindeki bir yetki kargaşası acentanın çekindiği bir konudur [87].

6. Acenta, işletmenin uzun ve kısa vadeli planlarında söz sahibi olmak ister. Acenta ayrıca, konaklama işletmesinden şunları da isteyebilir :

- Mevcut plan ve programların değiştirilmesi, geliştirilmesi ve/veya devamını,
- İşletme bünyesinde hizmet çeşitlemesine gidilmesini,
- Mevcut hizmetlerde değişiklik yapılmasını,
- Hedef kitlenin değişen arzu ve beklentilerinin dikkate alınmasını [88].

1.4.4.3. Konaklama İşletmelerinin Faaliyeti (İşleyişi) Sırasındaki Etkileri

Seyahat acentaları, konaklama işletmelerinin kuruluşundan, organizasyonuna ve faaliyetine kadar bir çok alanda çeşitli etkileri vardır. Bu etkilerin belirginleştiği nokta, konaklama işletmelerinin faaliyeti sırasında ortaya çıkmakta-

[85] Mehmet GUREL, Gülol GUREL, Servis ve Bar, İstanbul, 1986, s.36

[86] GUREL, s.37

[87] OLALI-KORZAY, s.436

[88] ŞENER, s.129

dır. Yukarıda, kuruluş ve organizasyon safhasındaki etkilerini incelemeye çalıştık. Konumuzun temeli olan faaliyeti sırasındaki etkilerini IV. Bölümde ayrıntılı olarak incelemeye çalışacağız.



II. BÖLÜM

KONAKLAMA İŞLETMECİLİĞİ KAVRAMI; KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN ÖNEMİ VE TÜRLERİ

2. Konaklama İşletmesi Kavramı

2.1. Konaklama İşletmelerinin Tanımı:

Turistik ihtiyaçların karşılanması amacıyla değişik şekillerde faaliyetlerde bulunan turizm işletmelerinin en önemlisi Konaklama işletmeleridir [89]. Konaklama genel olarak, turizmde geceleme ve yeme-içmeyi içine alan bir terimdir [90]. Konaklama işletmeleri, turistik amaçlı seyahat edenlere birinci planda geceleme ve yeme-içme; ikinci planda eğlence, alış-veriş ve diğer hizmetleri sunan geçici ikamet yerleridir [91]. İnsanların kendi yaşadıkları yerler dışında geçirdikleri seyahatlerde; konaklama, yapacakları seyahatlerin en büyük bölümünü oluşturmaktadır [92].

Turistik merkezlerin, turistler tarafından ziyaret edilme oranı o merkezlerde bulunan konaklama işletmeleri ile doğrudan ilgilidir. Yani, yörelerin önemi, bir noktada konaklama tesislerinin kapasiteleriyle ilgilidir [93].

[89] Nazif DEMİR, Konaklama Tesisleri Muhasebesi, Akdeniz Üniversitesi Basımevi, Antalya, 1990, s.1

[90] Nazmiye ÖZGUÇ, Turizm Coğrafyası, İstanbul Üniversitesi Yayınları; 3267, İstanbul, 1984, s.58

[91] Ertuğrul ÇETİNER, Konaklama Yönetimi Muhasebesi, Ankara, 1989, s.3

[92] Salih SARAÇ, Konaklama Muhasebesi, Adım Yayıncılık, Ankara, 1989, s.3

[93] TOKAY, s.228

Konaklama işletmeleri günümüzde, klasik hizmetlerden (geceleme, yeme-içme) çok değişik hizmetlerin (alış-veriş, sağlık, kongre salonları, sauna vb.) sunulduğu tesisler halini almıştır [94].

2.2. Konaklama işletmelerinin Tarihi Gelişimi

2.2.1. Batı'da Konaklama İşletmelerinin Tarihi Gelişimi:

İnsan yaradılışı gereği meraklı bir canlıdır. Bu merak onu devamlı bilinmeyene doğru sürüklemiştir. Bunun sonucunda da yer değiştirme fiili dediğimiz seyahatler ortaya çıkmıştır. İnsanlık tarihi kadar eski olan seyahat olayının ardından, konaklama ihtiyacı duymuşlardır [95].

Bu arzularına cevap verecek basit veya gelişmiş konaklama işletmeleri aramışlardır. Lâkin, gerçek anlamda konaklama yerleri paranın bir değişim aracı olarak kullanılmaya başlanmasından sonra gelişme göstermiştir [96].

Bu ekonomik olay, seyahatlerin artmasına sebep olmuş; insanların konaklama ihtiyacında buna paralel olarak gelişmiştir. Bunun sonucu olarakta, "Hanlar" ortaya çıkmaya başlamıştır. İlk hanlar, syahat edenlerin kendi kendilerine servis yaptıkları, hiç tanımadıkları kimselerle aynı odada kalmak zorunda oldukları, pek güven telkin etmeyen, büyük evlerin

[94] ÇETİNER, s.7

[95] American Hotel and Motel Association, Hotel and Motel Management and Operation, 1979, s.3

[96] Hasan OLALI, Meral KORZAY, Otel İşletmeciliği, İşletme Fakültesi Yayınları: 214, İstanbul, 1989, s.7

bir odası şeklindeydi [97].

Seyahat edenlerin, güvenli kalabilecekleri müstakil konaklama işletmeleri XIII.yy 'dan sonra hızla gelişmiş ve Batı'da "Han"lar Doğu'da "Kervansaray"lar olarak ortaya çıkmıştır [98]. Batı 'daki hanların en gelişmiş, İngiltere 'de birahanelerden çevirme olan "İngiliz Han"larıydı [99]. O tarihlerde, İngiliz hanları bütün Avrupa 'ya ününü salmıştı. Ama, İngiliz Hancısı kendini yenilemeyi başaramadığı için sonraları Avrupa Hanlarının gerisinde kalmıştır [100].

XVI.yy'dan itibaren "Otel" kelimesi İngiliz ve Amerika lisanına girmiştir. Bu tarihten sonra başlayan hızlı makinelleşme, konaklama sektöründe hız kazandırmış ve günümüz anlayışına yakın işletmeler yavaş yavaş doğmaya başlamıştır[101].

XX.yy başlarında, modern otel endüstrisinin kurucusu sayılan Billworth M. Statler, konaklama endüstrisini incelemiş, 1908 yılında ilk otelini inşa ettirmiştir. Başarılı olduğunu görünce, başka yerlerde oteller açarak, birden fazla otel açan (otel zinciri kuran) ve 1930'lu yıllara kadar Ame-

[97] EVLİYAOĞLU, s.73. Bu konuda geniş bilgi için bkz.: AHMA., Hotel and Motel Management and Operation, s.4-8

[98] OLALI, KORZAY, s.8. Bu konuda geniş bilgi için bkz.: ŞENER, s.6 vd.

[99] ŞENER, s.8 Bu konuda geniş bilgi için bkz.: EVLİYAOĞLU, s. 73-82 Konaklama Endüstrisine Giriş Kül. ve Tur. Bk. Y., s.6

[100] EVLİYAOĞLU, s.74. Bu konuda ek bilgi için bkz.: ÖZGÜÇ, s. 21 vd.

[101] Ergün GÖKSAN, Turizmoloji, İzmir, 1978, s.5

rikan otelcilik piyasasını elinde tutan başarılı ilk müteşeb-
büs olmuştur [102].

1930 'lu yıllara kadar Amerikan otelcilik piyasasını
elinde tutan Statler, bu tarihten sonra, günümüz konaklama
sektörünün devleri olan "Hilton" ve "Sherton" gibi isimlerin-
de piyasaya girmesiyle, modern konaklama işletmeleri serisi
günümüzdeki halini almıştır [103].

1946 yılından sonra büyük bir gelişme gösteren turizm
sektörü ve özellikle konaklama işletmeleri; çeşitliliği ve
hizmet fonksiyonları büyük gelişmeler göstermiştir. Konaklama
işletmeleri çeşitleri; otellerden motellere, pansiyonlardan
tatil köylerine kadar geniş bir yelpazeye dağılmıştır [104].
Günümüz modern konaklama işletmelerinde hizmet çeşitliliği;
geceleme, yeme-içme temel fonksiyonlarının yanında; yüzme ha-
vuzundan saunaya, discodan banka hizmetlerine kadar bir çok
hizmetleri içermektedir [105].

[102] ŞENER, s.8. Amerikan otelciliğinin gelişimi için bkz.:
AHMA., Hotel and ... , s.7-8

[103] ŞENER, s.8

[104] TOSKAY, s.229. Bu konuda geniş bilgi için bkz.: Otel
İşletmeciliği, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları,
55, Ankara, 1983.

[105] İsmet Sabit BARUTÇUGİL, Turizm Ekonomisi ve Turizmin
Türk Ekonomisindeki Yeri, Beta Yayınları, İstanbul,
1986, s.16

2.2.2. Ülkemizdeki Konaklama İşletmeciliğinin Tarihi Gelişimi ve Bugünkü Durumu

2.2.2.1. Planlı Döneme Kadar Faaliyetler:

Türk otelciliğinin geçmişi Selçuklular döneminde Anadolu'da Kervansaray ve Hanların açılmasıyla başlar[106]. Bu ilk ve mükemmel han ve kervansaray örnekleri, yol kavşaklarına ve stratejik alanlara kuruluyordu. Konaklayanlara, yatma, yeme-içme, mallarının emniyeti, temizlenme ve dini ibadet yerleri ile hizmet vermekteydi [107].

Kervansaray ve hanları genellikle varlıklı kişiler vakıf olarak kuruyor, masraf ve bakım için belirli miktarda arazi ve diğer kıymetli malı bunların işletilmesi için vakfediyorlardı [108].

İşte burada, Doğu'daki Kervansaray ve Hanlar, Batı'daki örneklerinden ayrılıyordu. Çünkü, Batı'da hanların işletilmesi belli bir ücret karşılığı olurken, Doğu geleneksel konukseverliğini burada da göstererek konaklayanlardan hiç bir ücret almadığı gibi, fakir olanlara da para yardımında bile bulunuyordu. Fakat, bu vakıfları yapanların zamanla fakirleşmeleri, vefat etmeleri veya vakfedilen mal varlığının bitmesiyle; terkediliyor, bakımsız hale gelerek virane olmaktaydı.

[106] ŞENER, s.9. Kervansaraylar için geniş bilgi:
EVLİYAĞLU, s.135, 139

[107] OLALI-KORZAY, s.8. Bu konuda geniş bilgi için bkz.:
TOSKAY, s.82-86

[108] TOSKAY, s.85

Halbuki, Batı'da bu hizmetlerin ücret karşılığında olması zamanla bu hanların gelişmesine ve Doğu'daki benzerlerini geride bırakmasına sebep olmuştur [109].

Bu sebeptendir ki, ülkemizdeki ilk modern anlamdaki konaklama işletmelerini de, Batı 'lı işletmelerden Wagon-Lits ve American Express tarafından, 1892 'de İstanbul 'da hizmete giren Pera Palace olmuştur. Pera Palace ve 1914 'de İstanbul 'da azınlıklar tarafından hizmete açılan Tokatlıyan Oteli, o dönem içinde Avrupa ve Ortadoğu 'nun en lüks otellerindendi. Ayrıca, 1931 yılında hizmete giren Park Otel, günümüzde beş yıldızlı otele çevrilmiş ve halen Türk turizmine hizmet vermektedir. Ülkemize ilk otel zinciri, Türk Hükümetiyle anlaşma sonucunda 1955 yılında Hilton International İstanbul 'da 29. otelini açarak girmiştir. Sonraki yıllarda İstanbul Divan ve İzmir Kilim Otelleri Türk turizminin hizmetine girmişlerdir [110].

Türkiye 'de turizm alanında yapılacak yatırımların özendirilmesi konusu ilk olarak 24.3.1950 tarihli "Turizm Müesseselerini Teşvik Kanunu" ile ele alınmış ve o yıl Türkiye Emlak Kredi Bankasında bir milyon T.L. 'lık turizm kredisi fonu oluşturulmuştur. 15 Temmuz 1950 tarih ve 5683 sayılı "Yabancıların Türkiye 'de Seyahatleri ve İkametleri Hakkındaki Kanun"; Türkiye 'ye gelecek yabancıların seyahat ve ikametleri hakkında bir takım düzenleyici, fakat aynı zamanda kısıtlayıcı hükümler getirirken, özellikle turist damgalı

[109] OLALI - KORZAY, s.8-9. Bu konuda geniş bilgi için bkz.: EVLİYAĞLU, s.74 vdv.

[110] ŞENER, s.9-10

vize ile gelenlere özel ilgi gösterileceği, triptik belgeli gelen yabancılarda olduğu gibi bunların dört ay süreli ikametgâh belgesi almalarına gerek olmadığı belirtilmiştir. Bazı yabancı ülkelerin iktisadi kalkınmalarını turizm ile gerçekleştirdikleri görülünce, Türkiye 'de turizmin bir sanayi haline getirilmesi gerektiğine inanıldı. Bu amaçla 13.5.1953 tarih ve 6086 sayılı "Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu" yürürlüğe konuldu. Bu kanun ile turizm politikasının ana ilkelerinin saptanması ve turizmin milli ekonomi içindeki yerini almasını sağlayacak girişimlerin hızlandırılması amaçlanmıştır. Türkiye 'de turizmin devlet tarafından desteklenmesi konusundaki önemli bir aşama da; başta Ziraat Bankası ve diğer bazı bankaların katılımıyla 1955 yılında 10 milyon T.L. sermayeli T.C. Turizm Bankası 'nın kurulmasıdır. Bu bankanın amaçları arasında turizm yatırımlarının finansmanına yardımcı olmanın yanı sıra iç ve dış turizmi geliştirmeye yönelik olarak, çeşitli turistik konaklama tesislerinin kurulmasında yer almaktır [111].

27 Mayıs 1960 'dan sonraki dönemde turizme verilen önem arttı. Gerçi ilk görünümüyle 1961 Anayasası 'nda turizme önem verilmiyordu; ancak kalkınma planları konuyu iktisadi ve sosyal ilkelere uygun görülen esaslara bağladı [112].

[111] EVLİYAĞLU, s.120-124. Bu konuda ek bilgi için bkz.: Meydan Lauresse, c.9, s.755 vdv.

[112] Kadir ÖZTAŞ, Türkiye 'de Turizmin Tarihsel Gelişimi, E.U., Sosyal Bilimler Enstitüsü, Seminer Çalışması, Kayseri, 1989, s.3-6

2.2.2.2. Planlı Dönemde Konaklama İşletmelerinin Gelişimi:

1962 yılında Turizm Bankasının sermayesi 300 milyon T.L. sermayeli bir kuruluş haline dönüştürülen banka; AID (Agency for International Development) tarafından oluşturulan turizm fonlarından, ülkemize yıllık % 4-5 faizli ve 20 yıla kadar vadeli krediler aktarılmasını sağlarken, diğer taraftan Abant, Kilyos, İstinye, Yeniköy, Akçay, Çeşme, Marmaris ve Uludağ gibi yerlerde, Türkiye 'deki turizm işletmeleri arasında önemli yer tutan örnek tesislerin kurulmasını sağlamıştır [113].

1963 yılı Türk Ekonomisi açısından yeni bir atılım yılı olmuştur. Aynı atılım turizm açısından da önemlidir. Türkiye 'de, Planlı Kalkınma Döneminin başladığı bu yılda; yalnızca turizmle ilgilenmesi amaçlanan "Turizm ve Tanıtma Bakanlığı" kurulmuştur. İç ve dış turizmi geliştirmek, turizmi milli ekonominin verimli bir sektörü haline getirmek, ülkenin turizme elverişli tüm imkânlarını değerlendirmek, turizmle ilgili çalışmalar yapmak, yaptırmak, düzenlemek, özendirme, yol gösterme, çeşitli çalışmalar arasında uyum sağlamak ve Türkiye 'yi tanıtıcı hizmetleri yürütmek gibi görevler; 2 Temmuz 1963 tarih ve 265 sayılı kanunla kurulan bu Bakanlığa verilmiştir [114].

[113] BARUTÇUGİL, Turizm İşletmeciliği, s.198

[114] Sait EVLİYAOĞLU, Turizm Coğrafyası, Ankara, 1988, s.39. Turizm ve Tanıtma Bakanlığının Kuruluşu hakkında geniş bilgi için bkz.: T.C. Devlet Teşkilatı Rehberi, s.286-288.

Ülkemizin planlı ekonomiye geçişinin ilk olumlu etkisi Turizm sektörünün bir Bakanlığa kavuşmuş olmasıdır. Ayrıca, kalkınma planlarında diğer sektörler olduğu gibi turizm sektöründe işlenerek, sektörün plan, program ve hedefleri belirlenmiştir [115].

I. Beş Yıllık Kalkınma Planında, dış turizm gelirlerinin ödemeler dengesi açığının kapatılmasında önemli bir rol oynayacak potansiyelde olduğu kabul edilmiş; Marmara, Ege ve Antalya bölgesinin öncelikli geliştirilmesi gereken turizm bölgeleri olarak ele alınması gerekliliği belirtilmiştir. Bu planda hedeflenen turist sayısına hemen hemen ulaşılmasına rağmen, hedeflenen gelire ulaşamamıştır. Bunun sebebi ise kişi başına 80 Dolar olarak hesaplanan gelirin 40 Dolarda kalmasıydı. Bu durum ise Devlet Planlama Teşkilatınca: "Resmi ve özel piyasada döviz kurlarının farklılık göstermesi ve gelen dövizin büyük çoğunluğunun özel piyasaya yönelmesi" şeklinde açıklanıyordu. II. Beş Yıllık Kalkınma Planında da amaçlanan hedeflere ulaşıldığı söylenemez. 1.5 milyon olarak tahmin edilen turist sayısı 1 milyona bile ulaşamamıştır [116].

III. Beş Yıllık Plan dönemindeki hedeflere ulaşamaması, bir sonraki kalkınma planı olan IV. Beş Yıllık Planda

[115] EVLİYAĞLU, Genel Turizm Bilgileri, s.125. Bu konuda geniş bilgi için bkz.: Adem ŞAHİN, İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye 'de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi, TOBB Yayınları, Ankara, 1990, s.111 vdv

[116] ŞAHİN, s.113-116

şöyle açıklanıyordu: "1973 yılında yaşanan ekonomik durgunluk ve petrol bunalımı; ayrıca bu dönemde yaşanan Kıbrıs Barış Harekatı, turizmde hedeflenen planlara ulaşılmasını engellemiştir" [117].

IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde her ne kadar ülkemiz turizmi açısından pek istikrarlı bir dönem sayılmasada; özellikle planın son iki yılında, dünyada iyice yoğunlaşmış olan turizm hareketleri ister istemez ülkemize de yansiyarak ekonomik ve toplumsal yaşamımıza girmiştir. Bu plan döneminde, turizm kapsamlı bir şekilde ele alınmış, yurt içi ve yurt dışı turizm hareketlerinin artırılması için gereken önlemler ve planlar açıklanmıştır. Yabancı sermayeyi teşvik için cazip önlemler alınmıştır. III. Beş yıllık Kalkınma Planında açıklanmış olan: "Ülkemizdeki turizm gelişmelerinin altyapı yatırım maliyetlerini düşürecek, yatırımlardan maksimum yarar sağlayacak biçimde, öncelikli turizm alanlarında toplu olarak yönlendirilmesi ve desteklenmesi gereği" ; IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı çerçevesinde kapsamı genişletilerek, günümüzde hâlâ sürmekte olan "Turizm Geliştirme Proje"leri ortaya çıkmıştır. Bunlardan en önemlisi "Güney Antalya Gelişim Projesi" dir [118].

Güney Antalya Gelişim Projesi, Türkiye 'nin en büyük turizm alan planlamasıdır. Antalya 'nın 21 km güney batısından Gelidonya burnuna kadar 70 km uzunluğunda ve 3 - 10 km

[117] GÖKSAN, s.221-222

[118] BARUTÇUGİL, Turizm Ekonomisi, s.71-80. Bu konuda ek bilgi için bkz.: GÖKSAN, s.222 vd

derinliğinde tamamen bir kırsal alan Olympos ve Beydağları'nı içine alan yerlerdir. Bu alanın seçimindeki başlıca etkiler; hava limanı, liman ve iyi bir karayolu bağlantısı bulunan Antalya şehrine yakın olması, boş bir kıyı kesiminin varlığı, büyük çoğunluğu kamu mülkiyetinde bulunan orman alanlarının varlığı ve antik yerlerin çokluğu etkili olmuştur. Bu projenin gelişim noktaları; Beldibi, Tekerlektepe, Kızıltepe, Çamyuva ve Tekirova olarak belirlenmiştir. Ancak, projenin kalbinin Kemer olduğunu söylemek yanlış olmaz. Proje 1995 'de tamamlandığında 25 bin yatak kapasitesi 3.5 milyom geceleme, günlük 200 bin kişiye dinlenme imkânı sağlayacak ve 20 bin kişiye yeni iş imkânı oluşturacağı hesaplanmıştır [119].

2.2.2.3. 1982 Yılından Günümüze Gelişimi:

16.3.1982 tarih ve 17635 sayılı resmi gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren " 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ", Türk turizm sektörüne yeni bir boyut kazandırmıştır [120].

V. Beş Yıllık Kalkınma Planında hedeflenen turizm faaliyetlerine, planın üçüncü yılında ulaşılmış ve sonraki yıllarda plan hedeflerini aşarak, ülke ekonomisine ve ödemeler dengesine önemli faydalar sağlamıştır [121].

Günümüzde ülkemiz konaklama işletmeleri; 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ile sağlanan, turizm kredileri, yatırım

[119] Özgüc, S.247-248

[120] Orhan KALKAN, Turizm Mevzuatımız, Ankara, 1989, s.37 vdv.

[121] EVLIYAOĞLU, s.128. Bu konuda geniş bilgi için bkz.: SEZGİN-ACAR, s.109-110.

indirimi, haberleşme kolaylıkları ve kamu arazisi tahsisi gibi teşviklerle dünya standartlarını yakalamıştır [122].

Tablo 1 : 30.6.1989 Tarihi itibariyle Coğrafi Bölgelere Göre Turizm Bakanlığında Belgeli Konaklama İşletmeleri

Coğrafi Bölge	Turizm Yatırım Bel.		Turizm İşletme Belgeli	
	Tesis Say.	Yat. Say.	Tesis Say.	Yatak Say.
Marmara	215	33 428	308	39 334
Akdeniz	432	90 363	224	36 282
İç Anadolu	117	18 631	115	14 650
Karadeniz	68	6 694	46	3 818
Doğu Anadolu	27	2 717	27	2 609
G.D. Anadolu	31	2 480	26	1 973
Ege	603	102 748	264	34 965
Toplam :	1 493	257 061	1 010	133 631

Kaynak: 31 Ekim 1989 Tarihli Resmi Gazete

Tablo 2 : 31.12.1988 Tarihi itibariyle Türkiye'de Faaliyet Gösteren Turizm Bakanlığında Belgeli Konaklama İşletmeleri

Türü	Sınıfı	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
Otel	5 Yıldızlı	20	10 785
	4 Yıldızlı	34	10 468
	3 Yıldızlı	113	18 524
	2 Yıldızlı	281	27 212
	Tek Yıldızlı	251	7 863
Motel	1. Sınıf	19	2 453
	2. Sınıf	30	1 272
Tatil Köyü	1. Sınıf	21	14 823
	2. Sınıf	6	1 225
Pansiyon		117	3 740
Kamping		29	9 836
Oberj		13	2 369
Apert Otel		6	281
Özel Belgeli		17	1 450
Toplam :		957	122 306

Kaynak: Turizm Bakanlığı, Planlama ve Yatırımlar Dairesi Bşk.

[122] Turizm, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayınları, Nisan 1991

2.3. Konaklama İşletmelerinin Seyahat Acentaları Bakımından Önemi

Turizm olayı gerek milletlerarası gerekse milli düzeyde kazandığı büyük boyutlarla, yatırımları ve iş hacmini geliştiren, gelir oluşturan, döviz sağlayan, istihdam alanları açan sosyal ve kültürel yaşantıyı etkileyen; siyasal bakımdan da önemli toplumsal fonksiyonları başaran bir nitelik kazanmıştır. Özellikle milletlerarası turizm de, turistik harcamaları gösteren kalitatif gelişme, turizmi bir süreden beri milletlerarası ticaretin en başında yer alan sektörlerden biri durumuna getirmiştir [123].

Turizmin ayrılmaz bir parçası ve konaklama işletmelerinde tamamlayıcı niteliğindeki seyahat acentalarının sayıları ve nitelikleri turizm sektörünün genişliğini etkileyen temel etkenlerdendir. Seyahat acentalarının görevleri: Bilgi vermek, Turistik mal ve hizmetlerin satışını, rezervasyon sistemleri ve diğer yollarla gerçekleştirmek, dolayısıyla konaklama işletmelerine katkıda bulunmaktadır [124].

Fakat bu durum, günümüz turizm sektörünün tamamen problemsiz ve verimli bir şekilde yürüdüğünü göstermez. Turistler için oldukça masraflı bir harcama olan seyahat olayı; seyahat acentalarının turistlere; "Mükemmel Bir Tatil Olacak"

[123] Hasan OLALI, Turizm Politikası ve Planlaması, İ.U. İşletme Fakültesi Yay. 228, İstanbul, 1990, s.14

[124] AKTAŞ, s.9. Bu konuda ek bilgi için bkz.: Talha Arif GENÇYİĞİT, Seyahat Acentaları ile Otel İşletmeleri Arasındaki İlişkiler, BTİÖYO, Balıkesir, 1986, s.14 vdv

taahütü ile satılmaktadır. Seyahat Acentalarının; ürettikleri veya pazarladıkları paket seyahatlerin (turların) en önemli kısmını, gerek maliyet unsuru ve gerekse önemi bakımından, hiç şüphesiz konaklama unsuru ve konaklamanın şekli teşkil etmektedir [125].

Seyahat acentalarının uzmanlaşmalarında en önemli yeri konaklama işletmelerinin pazarlanmaları almıştır. Seyahat acentaları, konaklama işletmelerinin ürettiği ve sunduğu hizmetler için potansiyel müşteri tutmak ve bunun yanı sıra yeni müşteriler çekmek için reklâm ve tanıtma faaliyetlerini de yürütür. Her ne kadar seyahat acentaları, konaklama işletmelerinin ürettiği ve sunduğu ürünleri satsada; konaklama işletmelerinin genellikle seyahat acentalarının şartlarına uyduğunu görüyoruz. Özellikle yatak arzının çok olduğu dönemlerde, seyahat acentalarının pazarlık gücü daha da artmaktadır. Yani, seyahat acentaları konaklama işletmelerinin ürünlerini bir anlamda istedikleri şartlarda pazarlamaktadırlar. Bu nedenle konaklama işletmelerinin; satış yapabilmeleri için öncelikle hizmetlerini ve özelliklede fiyatlarını istikrarlı ve saydam hale getirmeleri gerekir. Turizm sektöründe, bir yıl önceden belirlenmeyen hizmet fiyatlarının, satışının yapılması mümkün değildir [126].

[125] TEKİN - KARAOSMANOĞLU, s.22

[126] TEKİN - KARAOSMANOĞLU, s.52. Bu konuda ek bilgi için bkz.: Behiye SALK, Seyahat Acentaları ile Konaklama İşletmeleri Arasındaki İlişkiler, BTİOYO, Balıkesir, 1988, s.41 vdv.

Turistik talebin yoğun olduğu turistik bölgelerdeki konaklama işletmelerinin, bir anlamda seyahat acentaları ile pazarlık etme güçleri vardır. Fakat, turistik talebin az olduğu bölgelerde ise seyahat acentaları pazarlık gücüne sahip durumdadır. Halbuki turizm sektörünün iki temel elemanı olan seyahat acentaları ve konaklama işletmeleri devamlı şekilde birbirine muhtaçtır. Bu sebeple, ezici ve yok etmeye yönelik ilişkiler yerine, karşılıklı ticari menfaatlerin gözetildiği bir anlaşma çerçevesinde çalışmalarını hem bu işletmeler için hem de turizm sektörü için daha verimli sonuçların ortaya çıkmasına yol açacaktır [127].

Her gün gelişen ve büyüyen yapısı ile ileriye umutla bakmamızı sağlayan turizm endüstrisi; yapısındaki çeşitlilikten kaynaklanan özelliği ile tüm kurum ve kuruluşları arasında olabilecek en yüksek düzeyde işbirliğini zorunlu kılmaktadır. Sektörün istikrarı açısından en önemli ilişkinin seyahat acentaları ile konaklama işletmeleri arasında kurulması zorunludur. Bu ilişkinin genel seyrini etkileyen en önemli faktörlerden biride Yatak Sayısı - Acenta Oranıdır. Aşağıda Tabloda da görüleceği gibi, ülkemiz turizm sektörünün; beş yıllık (1986-1990) sonuçlarına bakıldığında seyahat acentalarının şubeleride dahil ortalama 156 yatağa bir acenta düştüğü görülmektedir. Bu sayısal değerler arasında görülen bozulmaz denge, seyahat acentaları ile konaklama işletmelerinin güçlü

[127] HACIOĞLU, s.104. Bu konuda ek bilgi için bkz.: Fusun İSTANBULLU, Seyahat Acentalarımız Yetersiz ve Dağınık, "Ekonomi ve Turizm Dergisi", Yıl 3, Sa.26, Haziran 1988, s.12

bağlarının açık ve net bir ifadesidir [128].

Tablo - 3: 1986 - 1990 Yılı İtibariyle Acenta Sayısı - Yatak Oranı

	1986	1987	1988	1989	1990
Yatırım Belge. Yatak Sayısı	101383	153786	218445	288896	325515
İşletme Belge. Yatak Sayısı	92129	106214	122306	146086	173227
Acenta Say. (Şu. Dahil)	568	676	808	930	1105
Acenta Say. (Merkezler)	491	550	656	754	886
İşl. Bel. Yat. Say/Acenta Şb. Ora.	162	157	151	157	156
İşl. Bel. Yat. Say/Acenta Mrk. Or.	187	193	186	193	195

Kaynak : Turizm Bankası, Nisan 1991

[128] Mehmet Sait AKTAŞ, "Turizm Sektöründe Yatak-Acenta Dengesinin Önemi", Turizm Dünyası, Yıl 3, Sa.19, Nisan 1991, s.30-33

Ülkemiz turizm sektörünün geleceği için, sektörün içinde bulunduğu gelişme hızı ve yapısal özelliklerinden kaynaklanan gereksinimini ön planda tutarak daha iyi hizmet verebilmek ve seyahat acentası konaklama işletmesi ilişkilerinin dengede tutulması için Turizm Bakanlığının sektördeki koordinasyon görevinin sürekli ve canlı tutulması gerekmektedir. Bu maksatla, Turizm Bakanlığı bir yönetmelik yayınlamış bulunmaktadır [129].

23.3.1983 tarih ve 17996 nolu Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren "Turizm İşletmelerinin Bakanlıkla Birbirleriyle ve Müşterileriyle İlişkileri Hakkında Yönetmelik" hükümlerinde konaklama işletmesi seyahat acentası ilişkileri belirlenmiştir. Bu yönetmelik hükümlerine göre:

- Konaklama işletmesi, seyahat acentası müşterisi olarak konaklayan kişiler (ister bireysel, ister grup), sözleşme gereğince sunacağı hizmetler, aynı şartlar altında kendi müşterisine sunduğu hizmetlerden farklı olamaz (yönet. m.19),

- Sözleşmede belirtilen süreler içinde teyid edilmiş rezervasyonlara ilgili olarak, konaklama işletmesi yükümlülüklerini yerine getirmek zorundadır. Bunların yerine getirilmemesinden doğacak acenta zararlarını konaklama işletmesi tazmin etmek zorundadır. Ancak, konaklama işletmesi en az üç hafta önceden haber vermesi durumunda aynı şartlarda veya daha iyi tesise yerleştirilebilir. Herhangi bir fiyat farkı talebinde bulunamaz (yönet. m.21),

[129] HACIOĞLU, Seyahat Acentalığı, s.104. Bu konuda ek bilgi için bkz.: Ferabi YERLİ, Paket Tur Yapımcılığı ve Seyahat Acentalarının Sorunları, BTİOYO, Balıkesir, 1985, s.18 vdv.

- Konaklama işletmesi ve seyahat acentası müşterileri nezninde karşılıklı ticari itibarlarını sarsacak ve hizmetlerinin kalitesi hakkında şüphe uyandıracak ifadelerden kaçınmak zorundadırlar (yönet. m.24),

- Gerek seyahat acentası gerekse konaklama işletmesi sözleşmede belirtilen fiyatı müşterilerine ve üçüncü kişilere bildiremezler (yönet. m.24/II).

2.4. Konaklama işletmelerinin Sınıflandırılması ve Konaklama İşletmesi Türleri

Devamlı ikamet ettiği yerden geçici olarak başka yörelere seyahat eden kişilerin en temel ihtiyacı güvenle kalabilecekleri konaklama işletmeleridir [130]. Seyahate çıkan insanların gereksinim duyacakları mal ve hizmetleri karşılayan konaklama işletmelerinin [131]; kabul görmüş sınıflama biçimi "Geleneksel Konaklama İşletmeleri" ve "Tamamlayıcı Konaklama İşletmeleri" dir [132].

[130] Ahmet AKTAŞ, Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi, Antalya, 1989, s.8

[131] BARUTÇUGİL, Turizm İşletmeciliği, s.53

[132] AKTAŞ, s.17. Bu konuda geniş bilgi için bkz.: OLALI-KORZAY, s.37-56. AHMA, Hotel Mgm..., s.12-20

2.4.1. Geleneksel Konaklama İşletmeleri (Asli Konaklama İşletmeleri)

2.4.1.1. Oteller:

28.5.1983 tarih ve 18060 sayılı resmi gazetede yayınlanan, " Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği " nin altıncı bölüm, m.67' de Otel tanımı şöyle yapılmıştır: " Oteller, asıl fonksiyonları müşterilerinin geceleme ihtiyaçlarını sağlamak olan bu hizmetin yanında, yeme-içme, eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyesinde bulundurabilen en az 20 odalı tesisler"dir [133].

Diğer bir deyişle otel; temel olarak geceleme hizmeti sunan, bunun yanında yeme-içme, eğlence, alış-veriş gibi ihtiyaçlarını da karşılayacak biçimde yardımcı hizmetleri de sunabilen kâr amaçlı işletmelerdir [134].

Bir kaynakta otel şöyle tanımlanmıştır: " Otel; yapısı, teknik donanımı, konforu ve bakım şartları gibi maddi ve sosyal değerleri, personelin hizmet kalitesi gibi moral elemanlarıyla, uygar bir insanın arzu ettiği nitelikte geçici konaklama ve kısmen beslenme ihtiyaçlarını bir ücret karşılığında, karşılamayı meslek olarak kabul eden ekonomik, sosyal ve disiplin altına alınmış bir işletmedir" [135].

[133] Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği, 14.10.1983 Tarih ve 83/7228 Nolu Bakanlar Kurulu Kararı ile Değişik Şekli.

[134] DEMİR, s.1

[135] OLALI-KORZAY, s.56

Otel tanımlarında olduğu gibi otel ayrımlarında da değişik görüşler ileri sürülmektedir. Fakat her ne şekilde ifade edilirse edilsin amaç aynıdır [136]. Otel işletmelerinin en belirgin ayrımı (sınıflaması), işletmenin büyüklüğüne göre yapılan ayrımdır. Büyüklük belirlemedeki en belirgin özellik oda sayısı ve oda başına düşen işçi sayısıdır [137].

a. Büyük Otel :

Bu tür otellerde oda sayısının en az 100 ve daha yukarı olması gereklidir. Yani en az 160 yatak arzı bulunmalıdır. Milletlerarası standartlara göre de oda başına 1.1 personelin bulunması gerekir. Bu durumda 100 odalı bir tesiste 110 personelin istihdam edilmesi lazımdır [138].

b. Orta ve Küçük Oteller :

Otelcilik piyasasında orta ve küçük oteller arasında kesin bir ayırım yapılamamakla birlikte [139], 50 ile 100 işçi çalıştıran ve 60 ila 100 odası bulunan otellere orta ölçekli otel; 20 ila 50 işçi çalıştıran ve 20 ila 50 odası bulunan otellere de küçük otel adı verilir [140].

[136] AKTAŞ, s.22

[137] ŞENER, s.20. Otellerin sınıflandırılması hakkında geniş bilgi için bkz.: OLALI-KORZAY, s.57-67

[138] OLALI-KORZAY, s.56

[139] ŞENER, s.20. Orta büyüklükteki oteller hakkında geniş bilgi için bkz.: Aynı eser, s.114-116

[140] OLALI-KORZAY, s.56

c. Çok Küçük Oteller :

20 veya daha az sayıda odaya sahip ve genellikle 1 ila 5 kişinin çalıştığı, aile işletmesi niteliğindeki otellerdir [141].

Bu tür işletmelerde, aynı işleri genellikle bir kişi yapar. Çoğu zaman otelin, resepsiyon görevlisi, santral görevlisi ve hatta garsonu aynı kişidir [142].

Ülkemizde, otellerin sınıflandırılması 28.5.1983 tarih ve 18060 sayılı resmi gazetede yayınlanan " Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği" nin 68. maddesinde şöyle açıklanmıştır: " Oteller, beş yıldızlı (lüks) oteller, dört yıldızlı oteller, üç yıldızlı oteller, iki yıldızlı oteller ve tek yıldızlı oteller olarak sınıflandırılırlar [143].

2.4.1.2. Motel:

Konaklama işletmelerinin, diğer temel kuruluşu olan moteller [144], I. Dünya Savaşından sonra hızla gelişen otomobil endüstrisi ve otomobille seyahat edenlerin çoğalması sonunda ilk defa Amerika'da 1946 yılında ortaya çıkan önemli

[141] ŞENER, s.20

[142] BARUTÇUGİL, Turizm İşletmeciliği, s.108-109

[143] Turizm Mevzuatı, Turizm Bakanlığı Teftis Kurulu Yayınları, s.140

[144] Ömer Lütfi MET, Ağırlama-Hizmet İşletmelerinde Yönetim ve Yöneticilik, İnci Ofset, Balıkesir, 1989, s.14. Bu konuda ek bilgi için bkz.: Konaklama Endüstrisine Giriş, TBY, Ankara, 1983, s.11-23

konaklama türlerindedir [145]. Misafirlerine; geceleme, yeme-içme ve araçlarına bakım ve onarım hizmetleri veren en az (10) odalı tesislerdir [146]. Verdikleri hizmet, konfor ve yapılarına göre birinci ve ikinci sınıfları bulunmaktadır [147].

2.4.1.3. Pansiyon:

Konaklama işletmesi olarak planlanıp düzenlenmiş, yönetimi basit, istenildiğinde yeme-içme veya kahvaltı veren veya müşterilerin kendilerinin hazırlamasına imkân veren en az (5) odalı konaklama işletmeleridir [148].

2.4.2. Tamamlayıcı Konaklama İşletmeleri (Yardımcı Konaklama İşletmeleri)

Otel, motel ve pansiyonlar turizmin gelişmesinde öteden beri oynadıkları yapıcı rolü nedeniyle " Geleneksel Konaklama İşletmeleri " olarak adlandırılmaktadır. Tatil Köyleri, Kam-pingler, Hosteller, Oberjler, Apart Oteller, Öğrenci Yurtları ve benzeri tesisler de " Tamamlayıcı Konaklama İşletmeleri" olarak adlandırılırlar [149].

[145] EVLİYAOĞLU, s.84

[146] DEMİR, s.3

[147] Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği, m.77

[148] OLALI, Turizm Dersleri, s.192. Pansiyon ve Ev Pansiyoncuğu hakkında geniş bilgi için bkz.: KALKAN, Turizm Mevzuatımız, s.63-66. EVLİYAOĞLU, s.90-92. Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri....., m.92-94

[149] ÖZGÜÇ, s.59-60

2.4.2.1. Tatil Köyleri:

Tatil Köyleri, yakın zamanda Avrupa'da çok büyük başarı ve gelişme göstermiş konaklama tesisleridir [150]. Resmîyetten uzak samimi bir ortam ve sportif faaliyetlerin bol olduğu; dağ, deniz, göl kenarlarında ya da arkeolojik değerler yanında, tabiat dengesini bozmadan kurulan en az (50) odalı konaklama işletmesi türüdür [151].

Ülkemizde, Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliğinin 78. maddesinde Tatil Köyleri şu şekilde tanımlanmıştır: " Doğal güzellikler içinde ya da arkeolojik değerler civarında kurulmuş, rahat bir konaklama yanında çeşitli spor ve eğlence hizmetlerinin de sağlandığı en az (50) odalı konaklama tesisleri"dir. Tatil köylerinin yapımında doğal kaynakların korunmasına özen gösterilir. Bu konaklama türünde, boş zamanları değerlendirici yardımcı sosyal tesislerin düzenlenmesine özel bir önem verilmelidir [152].

2.4.2.2. Kamping :

İnsanların; spor, dinlenme, avlanma ve benzeri uğraşlar için karayolu çevrelerinde, kent girişlerinde, deniz, göl ve dağ gibi doğal güzelliği olan yerlerde kurulan ve genellikle konaklayanların kendi imkânlarıyla geceleme, yeme-içme ve

[150] ÖZGUÇ, s.62

[151] DEMİR, s.3. Tatil Köyleri hakkında ek bilgi için bkz.:
EVLİYAĞLU, Genel Turizm Bilgileri, s.88-90

[152] Turizm Yatırım ve İşletmeleri....., m.78 vdv

eğlence ihtiyaçlarını karşıladıkları en az (30) bölüm içeren konaklama yerleridir [153].

Kamping alanları turistlere, yalnızca altyapı hizmetleri sunarlar. Bunlar; çadır kurma yerleri, karavanları park edecek yerler ve ortak kullanılacak ; duş, tuvalet, elektrik, su ve mutfak gereçleri gibi turistlerin ihtiyaç duyabilecekleri hizmetlerdir [154].

2.4.2.3. Hostel :

Bu tür konaklama işletmeleri, kültür, spor, dinlenme ve belirli bir konuda bilgi edinmek için seyahat eden az gelirli grupların, seyahatleri boyunca temiz, ekonomik ve samimi bir ortamda konaklamalarını sağlamak için düzenlenen yerlerdir [155].

Bu tür tesisler için, tarihi binalar (Şato, Han, Kervansaray) daha çok tercih edilmektedir. A.B.D., İngiltere ve Skandinavya ülkelerinde yaygın bir kullanım alanına sahiptir [156].

2.4.2.4. Oberj :

Bu tür tesisler, tatil köylerini andırmaktadır. Sportif veya tabiat güzelliklerinden yararlanmak için kırlara (yayla-

[153] OLALI, Turizm Dersleri, s.192

[154] ÖZGUÇ, s.62. Turizm Yatırım ve İşletmeleri..., m.955-102

[155] OLALI, Turizm Dersleri, s.193

[156] EVLİYAOĞLU, s.93-94

lara) kurulan tesislerdir [157].

Oberj ve Hosteller, Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliğinde aynı madde (m.111) içinde incelenmiş ve en az tek yıldızlı otel şartlarını taşımaları gereği belirtilmiştir [158].

2.4.2.5. Apart Otel :

Apart Oteller, belgeli bir otel veya tatil köyü içinde yer alan, müşterilerin kendi yeme ve içme ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için gerekli teçhizat ile donatılmış, bağımsız apartman veya villa tipinde konut olarak inşa ve tefriş edilmiş fakat otel gibi işletilen konaklama tesisleridir [159].

2.4.2.6. Diğer Konaklama İşletmeleri :

Bu tür işletmeler içine, mevsimlik olarak turizmde kullanılacak, öğrenci yurtları ve kamu kurumlarının dinlenme tesisleri girmektedir. Fakat, ülkemizde önemli bir yatak arzı içiren bu tür tesislerden; mevzuat ve organizasyon eksikliği nedeniyle gerektiği şekilde kullanılamamakta ve atıl şekilde kalmaktadır [160].

[157] DEMİR, s.3

[158] Turizm Yatırım ve ..., m.111. Tek Yıldızlı Otel şartları için bkz.: Aynı yönetmelik, m.69

[159] Turizm Yatırım ve ..., m.103. Apart Oteller hakkında geniş bilgi için bkz.: EVLIYAĞLU, s.228-229

[160] TOSKAY, s.228-229

III. BÖLÜM

SEYAHAT ACENTALARI İLE KONAKLAMA İŞLETMELERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN HUKUKİ YÖNÜ

3.1. Konaklama işletmeleri ve Seyahat Acentaları Arasındaki İlişkinin Hukuki Niteliği

3.1.1. Seyahat Acentalarının Hukuki Durumu:

Seyahat Acentaları ile konaklama işletmeleri ilişkilerinin hukuki yönüne geçmeden önce, ülkemizdeki seyahat acentalarının hukuki bakımdan tabi oldukları hükümlerin çerçevesini belirlemek gerekir.

3.1.1.1. Ticaret Kanunumuza Göre Acenta Kavramı:

Seyahat acentaları yaptıkları hizmetin niteliğine göre Ticaret Kanunu'nun 116. maddesinde ve devamında düzenlenmiş olan "Acenta"nın bir türünü teşkil etmektedirler. 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanununa bağlı olarak çıkarılan yönetmeliklerdeki düzenlemeler dışında; Ticaret Kanununda ki "acenta" hükümlerine bağlıdırlar. Acenta, bir ticari işletmeye müşteri çekmeye ve yeni müşteriler temin etmeye çalışan ticari bir kuruluştur. Başlıca görevi kendisine ayrılan bölgede veya iş kolunda bağlı bulunduğu işletmeye müşteri toplamak, bu müşterilerle ticari işletme arasında ilişki kurulmasını sağlayan işlemleri yapmaktır [161].

Fakat, şunu da belirtmekte fayda vardır; Ticaret Kanununda belirtilen "acenta" kavramı içine yolcu taşımacılığı yapan işletmeler ve bunların biletlerini kesenlerle sigorta işlemleri yapanlarda girmektedir. Halbuki bu tür kuruluşlar seyahat acentası değildirler. Bu durum 1618 sayılı kanunun 4. maddesinde; Yurt dışına yolcu götüren veya yurt içinde otobüs işletmeciliği yapan kuruluşların hizmetleri nakliyecilik hizmetleri niteliğindedir. Bu kuruluşlar bu kanun hükümlerine tabi değildir" şeklinde açıklanmıştır [162].

Fakat gördükleri hizmet bakımından sözü edilen işletmeler Ticaret Kanununa göre "acenta"dır. Ticaret Kanununda bir işletmenin "acenta" olabilmesinin şartları şöyle belirtilmiştir:

1. Acentalık ilişkisi bir akte dayanır,
2. Acenta bağımsız bir tacirdir,
3. Acenta, belirli bir ticari faaliyet alanında devamlı olarak çalışmayı ve bu türlü işleri yerine getirmeyi meslek edinmiş olmalıdır,
4. Acenta, belli bir yer veya bölgede faaliyet gösterir,
5. Acenta, mutlaka bir ticari işletmeyi temsil etmek durumundadır [163].

Yukarıda belirttiğimiz şartların tamamının seyahat acentalarında bulunduğu söylenemez; ilgili kanunun acentalık

[162] 1618 Sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu, Resmi Gazete, 28.9.1972, Tarih, No: 14320

[163] ATASOY, s.71

hükümleri seyahat acentalarınında uygulanabildiği ölçüde tatbik edilmeli, boşluklar bu sahada yerleşmiş olan örf, adet ve teamüllere göre yürütülmelidir [164].

3.1.1.2. 1618 Sayılı Kanunda Seyahat Acentalarının Tanımı, Özellikleri ve Gruplandırılması

1618 sayılı kanuna göre ülkemizde üç tür seyahat acentasının varlığı kabul edilmiştir.

1618 sayılı kanunun 2. maddesinde, Turizm Bakanlığında işletme belgesi alarak kurulabilecek acenta türleri şunlardır:

1. "A" Grubu Seyahat Acentaları: Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanununun 1. maddesinde söz konusu olan tüm seyahat acentalığı hizmetlerini görürler (Kanun. m.3/A)

2. "B" Grubu Seyahat Acentaları: Milletlerarası kara, deniz ve hava ulaştırma araçları ile "A" grubu seyahat acentalarının düzenleyecekleri turların biletlerini satarlar (Kanun. m.3/B)

3. "C" Grubu Seyahat Acentaları: "C" grubu seyahat acentaları yalnız Türk vatandaşı için turlar düzenlerler (Kanun. m.3/C).

"B" ve "C" grubu seyahat acentaları kendi hizmetleri dışında kalan diğer seyahat acentalığı hizmetlerini göremezler. Ancak, kendilerine "A" grubu acentaların verecekleri hizmetleri görürler [165].

[164] ATASOY, s.74

[165] 1618 Sayılı Kanun..., m.3/IV.

3.1.1.3. Hukuki Niteliklerine Göre Seyahat Acentaları:

3.1.1.3.1. Aracı veya Temsilci Seyahat Acentası

1618 sayılı kanunun yaptığı sınıflamada ve Ticaret Kanununda ki acenta anlamındaki; aracılık veya temsilcilik özelliklerine sahip tek seyahat acentası türü "B" grubu seyahat acentası olarak görülmektedir. Çünkü, "B" grubu seyahat acentası milletlerarası kara, deniz ve hava ulaştırma araçları ile "A" grubu seyahat acentalarının düzenledikleri turların biletlerini satarlar (Kanun. m.3/B). Ulaştırma araçlarının biletlerinin satılması işi Ticaret Kanununda düzenlenen "acentas" hükümlerini tam olarak ortaya koymaktadır [166].

Bu durumda "B" grubu seyahat acentasının, Ticaret Kanununda düzenlenmiş olan acenta gibi yani, akit yapma yetkisine sahip acenta gibi hareket etmesi mümkündür. Temsilci acenta veya akit yapma serbestisi olan acentanın durumu, ilişkide olduğu işletme (Yabancı Tur Düzenleyici Seyahat Acentası veya "A" Grubu Acenta) ile gerçekleştirdiği sözleşmeler çerçevesinde belirlenecektir [167].

3.1.1.3.2. Tur Düzenleyici Seyahat Acentaları:

1618 sayılı kanunda belirtilen "A" grubu ve "C" grubu seyahat acentaları hukuki bakımdan sadece aracılık ve temsilcilik faaliyetleri yapmakla kalmamakta, bundan tamamen farklı ve fazla olarak kendi sorumlulukları dahilinde "Tur Düzenleme" işlevini de yapmaktadırlar [168].

[166] ATASOY, s.64. Ek bilgi için bkz.: ATASOY, s.76-80

[167] ATASOY, s.64

[168] ATASOY, s.65

Tur düzenleme açısından "A" ve "C" grubu seyahat acentaları arasındaki fark; "A" grubu acentalar yurt dışından ülke içine belirli bir döviz getirisi sağladıktan sonra (1618 Sa.K. m.3/V) yurt dışına turlar düzenleyebilmektedirler. "C" grubu seyahat acentaları ise sadece Türk vatandaşları için yurt içi turlar düzenleyebilmektedirler (1618 Sa. K. m.3/C).

Tur düzenleyici ve temsilci (aracı) seyahat acentaları iki ayrı faaliyet alanına sahip görülmesine rağmen Türk Hukuk sisteminde bu ayrıma dikkat edilmeksizin tur düzenleyici (Tur Operatörü) ve aracı (temsilci) seyahat acentaları birlikte ele alınarak incelenmiştir. 1618 sayılı kanun, sadece kuruluş esnasında seyahat acentaları faaliyetleri için izin ve bunu belgelemek için verdiği "İşletme Belge"lerinde bir farklılaştırma yapmakta ve seyahat acentalarının çalışma alanlarına göre ayrı işletme belgesi verme yoluna gitmektedir [169].

1618 sayılı kanunda düzenlenmiş şekliyle, ülkemizdeki seyahat acentaları birbirinden farklı iki hukuki yapı arz etmektedir. Bunlardan birincisi; "Aracı (temsilci) Seyahat Acentaları"dır. Bu türe giren seyahat acentaları aynı zamanda Ticaret Kanununda belirlenmiş olan "acenta" kavramının özel bir türünü teşkil ederler. Yaptıkları işlevlere göre "B" grubu acentalar istisnasız bir şekilde Aracı (temsilci) seyahat acentaları sayılmakla birlikte; "A" ve "C" grubu acentalar yaptıkları işin mahiyetine göre aracı seyahat acentası sayı-

labilmektedir. Çünkü, 1618 sayılı kanunun belirlediği şartlar içerisinde "A" ve "C" grubu acentalarda iki hukuki nitelik birarada bulunmaktadır [170].

"A" ve "C" grubunun sahip olduğu ikinci hukuki nitelik ise, teknik ve hukuki mânada "acentalık" faaliyeti ile hiç ilgisi bulunmayan "Tur Düzenleme" özellikleridir. Bu durumda "A" ve "C" grubu seyahat acentalarına "Tur Düzenleyici Seyahat Acentası" demek daha doğru olacaktır [171].

3.1.2. Konaklama İşletmeleri ile Seyahat Acentaları Arasındaki İlişkilerin Hukuki Niteliği

3.1.2.1. Milletlerarası İlişkilerde Durum:

Milletlerarası düzeyde ilişkiler, Milletlerarası Otelcilik Birliği (I.H.A.) ile Seyahat Acentaları Birlikleri Dünya Federasyonu (U.F.T.A.A.) arasında gerçekleştirilen "Konaklama İşletmeleriyle Seyahat Acentaları Arasında Yapılacak Sözleşmeler Konusunda Milletlerarası Otelcilik Birliği ile Seyahat Acentaları Birlikleri Dünya Federasyonu Arasında Gerçekleştirilen Otelcilik Anlaşması" ile düzenlenmiştir [172].

Bu anlaşma ile getirilen düzenleyici hükümleri şu şekilde açıklamak mümkündür.

[170] ATASOY, s.66

[171] ATASOY, s.66. Tur Düzenleyici Acentaların Hukuki Konumu Hakkında ek bilgi için bkz.: ATASOY, s.81-90

[172] SEZGİN-ACAR, s. 171-183, Birlikler hakkında ek bilgi için bkz.: SALK, s.74-76. ÖZŞAHİN, s.4-6

3.1.2.1.1. Genel Hükümler:

Bu anlaşmaya taraf olarak katılan kurumlar; Milletlerarası Otelcilik Birliği ve Seyahat Acentaları Birlikleri Dünya Federasyonudur. Taraflar şu hususları taahüt ederler:

- İlgili milli birliklerden, işbu Anlaşmanın maddelerine riayet edilmesini sağlamalarını istemek,

- Milli ve bölgesel birlikleri, milli ve bölgesel anlaşmaların (otelcilik) düzenlenmesinde bu anlaşmada belirtilen prensipleri esas kabul etmelerini sağlamaya çalışmak,

- Kendi üyelerine ve bunlara bağlı işletmelere, konaklama işletmeleriyle sözleşmeler yaparken diğer tarafın üye ve işletmelerine öncelikle davranılmasını tavsiye etmek.

Milletlerarası otelcilik sözleşmeleri, seyahat acentasının bürosunun bulunduğu ülkeden başka bir ülkede bulunan otelciler arasında yapılan sözleşmeler işbu anlaşmaya tabidir. Milli sözleşmelerde ise, bu konuda aktedilmiş herhangi bir bölgesel veya milli anlaşma bulunmadığı hallerde, aynı ülke sınırları içinde olan konaklama işletmesi ile seyahat acentası arasında aktedilen sözleşmeler de bu anlaşma kapsamına girer. Öte yandan, konaklama işletmeleri ile seyahat acentaları arasında özel anlaşmalar yapılabilirse, bu sözleşmelerde hükme bağlanmış konular işbu Anlaşma kapsamına girer.

İşbu Anlaşma konaklama işletmeleri ile seyahat acentaları arasında ortaya çıkacak sorunların çözülmesinde yön gösterici olacaktır.

Bu anlaşmaya göre bir Otel Sözleşmesinin yapılabilmesi şu şartları içerir:

- Seyahat acentasının, konaklama işletmesine rezervasyon

talebi göndermesi,

- Yazılı olarak yapılmamış rezervasyonların, yazılı olarak teyid edilmesi,

- Rezervasyon taleplerinde, istenilen hizmetlerin belirtilmesi gereklidir (m.9)

Sözleşme ancak konaklama işletmesinin kabûlü ile kesinleşir. Kabul şekli genellikle talepten bahseden ve istenilmekte olan hizmetlerin bedelini bildiren bir belge şeklinde olur ve talebin konaklama işletmesine ulaşmasından sonra en geç üç gün içinde teyid edilmesi gerekir (m.10). Konaklama işletmesinin seyahat acentasına bildireceği fiyatlar; ister acenta tarafından ister direkt müşteri tarafından ödensin konaklama işletmesinden vasıtasız olarak yararlananlara uygulan fiyatları hiç bir zaman geçemez (m.12).

Para devalüasyonu veya reelüasyonu halleri dışında, konaklama işletmeleri tarifelerinden veya seyahat acentası ile anlaşmış oldukları fiyatlardan, 30 günlük ihbar müddetinden önce değişiklik yapamazlar (m.13). Seyahat acentasının bedelini ödemekle sorumlu olduğu hizmetler, konaklama işletmesinden rezerve ettiği hizmetlerdir (m.14).

Hesabın doğrudan konaklayan tarafından ödenmeyeceği durumlarda, hesap konaklama işletmesiyle sözleşme yapan seyahat acentası tarafından ödenir. Bu hususda, sözleşmede kararlaştırılan sürelerle uyulur. Sözleşmede aksine bir şart yoksa, hesap 30 günü aşmayacak süre içinde ödenir. Bu süreyi aşan durumlarda faiz tahakkuk ettirilebilir. Konaklama işletmesi müşterilerin konaklaması sırasında, seyahat acentasından komisyonunu indirerek ödemeyi yapmasını isteyebilir. Bir

seyahat acentası aracılığı ile rezerve edilen ve ödemenin doğrudan müşteri tarafından yapılması durumunda kredi kartı kullanılmaz (m.15).

Sözleşmenin kısmen veya tamamen iptaline ilişkin şartlar sözleşmenin çeşitine göre değişmektedir. Ancak bütün iptallerin yazılı olarak yapılması ve seyahat acentasının iptal edilen tarihleri konaklama işletmesine iletmesi gerekir.

Vaadlerini yerine getirmeyen veya bu vadelerin eşiti hizmetleri sağlamayan konaklama işletmesi acentanın maruz kaldığı hakiki zararı aşmamak kaydıyla, tazminat öder. Tazminat faturanın alınmasından itibaren geçecek 30 gün içinde ödenir.

Bir seyahat acentası, rezervasyon teklifleri almak amacıyla aynı zamanda birkaç konaklama işletmesine başvurabilir. Fakat, ileride sözleşme süresi içinde iptal etmek niyetiyle, bir yolcunun aynı ziyareti için birkaç sözleşme birden yapmaktan kaçınacaktır.

3.1.2.1.2. Bireysel Müşteriler İçin Yapılan Sözleşmeler:

Bireysel müşteriler, her ne şekilde gruplandırılmış olursa olsun, aynı konaklama işletmesinin hizmetlerinden faydalanan bir ilâ on yolcu için yapılan sözleşmelerdir. Bu temel sayı rezervasyonda belirtilen sayıdır (m.31).

Sözleşmede belirlenen aksine şartlar dışında, konaklama işletmesini iptalden haberdar etmek için seyahat acentalarının uyacakları süreler:

- Konaklama talebinin yüksek olduğu şehirlerde, doğrudan

gelen müşteriler için uygulanmakta olan ihbar süresinin aynı,

- Sezonluk konaklama işletmelerinde, tam sezonda geliş tarihinden 30 gün evvel, ölü mevsimde ise geliş tarihinden 14 gün evvel.

Bu tesbit edilen süreler dışında yapılan iptaller tazminat konusunu oluşturur. Ödenecek tazminat miktarı, iptal edilen müşteri sayısına göre götürü olarak şöyle hesaplanır:

- Genellikle, sipariş olunan hizmetlerin (oda, yemek, v.s.) bir gecelik karşılığı,

- Canlı mevsimde, sipariş olunan hizmetlerin üç gecelik karşılığı.

Öte yandan, erken ayrılış veya temin olunan hizmetlerin kullanılmaması halinde, siparişlerin tamamı acenta tarafından ödenir.

Ayrıca müşterinin gelmemesi halinde (No-Show) acenta konaklama işletmesinin maruz kaldığı zararı temin edeceği gibi, konaklama işletmesi meydana gelebilecek manevi zararın tazminini de isteyebilir.

3.1.2.1.3. Grup Müşteriler İçin Yapılan Sözleşmeler:

Grup halindeki yolculara ait sözleşme, aynı işletme hizmetlerinden istifade eden en az onbir kişi için, her ne şekilde gruplandırılmış olursa olsun, yapılan sözleşmelerdir. Sonradan grup sayısında azalma olsa dahi, temel sayı rezervasyonda belirtilen sayıdır. Birbirlerini kesintisiz bir şekilde takip etmeyen ve herhangi bir grup tahsisine dahil olmayan gruplar münferit grup sayılırlar.

Aksine anlaşma bulunmadıkça, seyahat acentasının konaklama işletmesini iptalden haberdar ederken şu sürelerle uyması gerekmektedir:

- Grubun % 50 'sini bulan iptallerde, geliş tarihinden 21 gün önce,

- Grubun % 50 'sini bulmayan iptallerde, geliş tarihinden 14 gün önce.

Bu süreler dışında yapılan iptallerde, konaklama işletmesi tazminata hak kazanır.

Tazminat miktarı sözleşmede bu hususda bir şart varsa ona göre, aksi durumda, iptal edilen tutarın üçte ikisidir. Gelişte gecikmeler, yenmeyen yemekler ve kullanılmayan hizmetler, değerlerinin üçte ikisi oranında tazmin edilir. Fakat, bu geç gelişlerden seyahat acentasının konaklama işletmesini mümkün olduğu kadar haberdar etmek durumundadırlar.

3.1.2.1.4. Belirli Bir Süre İçin Yapılan Sözleşmeler:

Bir siparişin birbirini muntazaman takip edecek grup veya kişiler için veya belirli bir süre devamınca oda tahsisini gerektirmesi hallerinde, seyahat acentası, kontenjanın satışını elinden gelen her türlü reklamcılık usulleri ile gerçekleştirmeye gayret edecektir. Bu siparişler, kontenjan, kongre, seminer ve özel toplantılarla ilgilidir.

Kontenjanlar için iptal süreleri şöyledir:

- Bireysel kişiler için 30 gün,
- Gruplarda: Rezervasyonun tamamı için 60 gün,

- % 10 'a kadar iptaller için 7 gün,
- % 50 'i aşan kısmi iptaller için 45 gün,
- % 11 'den % 50 'ye kadar iptaller için 30 gün.

Dünya Otelcilik Birliği ile Dünya Seyahat Acentaları Birliğince kabul görmüş bu anlaşmanın yürütülmesi, her iki birliğin temsilcilerinden oluşan "irtibat Komitesi"nce yürütülür.

3.1.2.2. Ülkemizde Konaklama İşletmeleri ile Seyahat Acentaları İlişkilerinin Hukuki Yönü

3.1.2.2.1 Düzenlemenin Kaynağı:

Ülkemizde, seyahat acentaları ile konaklam işletmeleri ilişkileri, Dünya Otelcilik Birliği ve Dünya Seyahat Acentaları Birliğinin almış oldukları kararlar çerçevesinde, 23.3.1983 tarih ve 17996 sayılı Resmi Gazete de yayınlanan "Turizm İşletmelerinin Bakanlıkla Birbirleriyle ve Müşterileriyle İlişkileri Hakkındaki Yönetmelik"le düzenlenmiştir [173].

Bu yönetmeliğin amacı 1. maddesinde şöyle belirtilmiştir: "Turizm işletme belgesi sahiplerinin birbirleriyle, müşterileriyle ve Bakanlıkla karşılıklı ilişkileri ile hak ve yükümlülüklerini milletlerarası kaideler doğrultusunda düzenlemek, doğabilecek uyuşmazlıkları en aza indirmektir".

Yönetmeliğin kapsamı ise 2. madde de şöyle açıklanmıştır: "Otel işletmeleri ile seyahat acentalarının ilişkilerine, aralarında düzenleyecekleri sözleşmelerin usul, şekil ve

kapsamına, anlaşmalarda sarahat bulunmayan hallerde uygulanacak kurallara, karşılıklı hak ve sorumluluklarına, turizm işletmelerinin müşterileri, birbirleri ve Bakanlık ile ilişkilerine ait hükümleri kapsar.

Bu yönetmelikte yer alan:

"Bakanlık", Turizm Bakanlığını (yönet. m.4/A), "Turizm işletmeleri", Türk veya yabancı uyruklu gerçek veya tüzel kişilerle birlikte veya ayrı ayrı gerçekleştirilen ve turizm sektöründe faaliyet gösteren ticari işletmeleri (yönet. m.4/B),

"Otel işletmeleri", Bakanlıkça belgelendirilmiş asli veya yardımcı konaklama tesislerini (yönet. m.4/C),

"Otelci", asli veya yardımcı konaklama tesisi işletmelerini (yönet. m.4/D),

"Seyahat Acentası", turistlere ulaştırma, konaklama, gezi, spor ve eğlence imkânları sağlayan, onlara turizmle ilgili bilgiler veren bu konuya ilişkin tüm hizmetleri gören ticari kuruluşları (yönet. m.4/E),

"Rezervasyon", turizm işletmelerinde isim belirterek yer ayırtma ve kayıt işlemini (yönet. m.4/F),

"Grup", aynı rezervasyondan yararlanan acenta ve otel işletmeleri tarafından bir bütün olarak kabul edilen, en az onbir kişiden oluşan müşteri topluluğunu (yönet. m.4/G), ifade eder.

Aynı yönetmeliğin 5. maddesinde, seyahat acentası ile konaklama işletmesi arasında yapılacak sözleşmelere değinilerek; bu tür sözleşmelerde "akit serbestisi" esastır denilmiştir.

tir. Böyle özel bir sözleşme olmaması halinde veya özel sözleşmelerde yer verilmeyen konularda bu yönetmelik hükümlerinin geçerli olduğu belirtilmiştir.

Yönetmeliğe göre seyahat acentası ile konaklama işletmesi arasında üç çeşit sözleşme düzenlenebilir (yönet. m.6):

- Bireysel (münferit) olarak seyahat eden turistlerle ilgili sözleşmeler,
- Grup olarak seyahat eden turistlerle ilgili sözleşmeler,
- Belirli bir sürenin üzerindeki konaklamalarla ilgili sözleşmeler.

3.1.2.2.2. Seyahat Acentaları ile Konaklama İşletmeleri Arasında Yapılan Otel Sözleşmeleri

3.1.2.2.2.1. Sözleşmenin Şekli, Yapılması ve İptali:

Bir sözleşmenin meydana çıkması, özellikle seyahat acentasından konaklama işletmesine yapılacak rezervasyon talebi ile başlar. Rezervasyon taleplerinin yazılı olması gerekir. Sözlü taleplerin en geç bir hafta içinde konaklama işletmesine ulaşacak şekilde yazılı olarak (mektup, teleks, telefaks) teyid edilmesi gereklidir (yönet. m.7).

Rezervasyon talebi konaklama işletmesince kabul edilip, acenta tarafından teyid edildikten sonra sözleşme gerçekleşir. Fakat, konaklama işletmesi, rezervasyon talebinin kabulü için bir ön ödeme (teminat akçesi, kapora veya teminat mektubu) isteyebilir. Bu durumda taraflar arasındaki sözleşme, ödemeyi ispatlayan belgenin ibrasından sonra yürürlüğe girer.

Konaklama işletmesi ön ödeme olarak gönderilen parayı aldığı-
nı en geç 24 saat içinde acentaya bildirir (yönet. m.9-10).

Otel sözleşmelerinin tümüyle veya kısmen iptali, yazılı olarak yapılmalı ve tarih konmalıdır. Acenta tarafından şifa-
hi veya telefonla yapılan tüm iptaller yazılı olarak teyid edilmelidir (yönet. m.25).

Sözleşmelerin kısmen veya tamamen iptallerinin şekil, süre ve şartları ile sonuçları ve ödenmesi gerekecek tazminat hakkında aksine anlaşma olmayan haller için şu hükümler uygulanır (yönet. m.26):

- Konaklama talebinin yoğun olduğu yer ve dönemlerde 24 saatten az olmamak şartıyla otelin doğrudan gelen müşterilerine uyguladığı iptal süresi içinde,

- Tatil otellerinde, yüksek sezonda girişten 30 gün öncesine kadar, sezon dışında girişten 14 gün öncesine kadar.

Yukarıda belirtilen sürelerden sonra yapılan iptallerde otelin tazminat talep hakkı doğar (yönet. m.28).

Her müşteri için istenecek tazminat, genelde en az bir gecelik kalış için istenen hizmetlerin (oda, yemek, v.s.) yüksek sezonda ise üç gecelik kalış için istenen hizmetlerin parasal karşılığıdır (yönet. m.29).

3.1.2.2.2.2. Sözleşmenin Kapsamı:

Bir sözleşmenin asgari şu hususları kapsamaması gerekir:

- Taraflar (ilgili Seyahat Acentası ve Konaklama işletmesi),

- Rezervasyon süresi (başlama, bitiş ve kesintiler),

- Rezervasyonların süre içindeki dağılımı (odalara ilişkin ayrıntılar),
- Rezervasyon süresi içindeki (tam, yarı, ölü) sezon fiyatları,
- İstisnai durumlar (iskontolu fiyatlar, ücretsiz hizmetler),
- Mali yükümlülükler; faturanın ödenmesi, haber verme süreleri ve teminat türleri,
- Rezervasyon iptallerinde haber verme süreleri, sonuçları ve mali yatırımlar,
- Sözleşmenin yürürlüğe girme esasları ve ayrıntıları,
- Sözleşmenin yürürlüğe konabileceğini bildirmek için son tarih,
- Kesin rezervasyon dağılımı,
- Oda dağılımlarını göndermek için son tarih,
- Rezerve edilen yerlerin tutulmaması halinde seyahat acentasına ödenecek tazminat,
- Konaklama işletmesinin hatası ve sözleşmeye kısmen veya tamamen uymaması hallerinde ödeyeceği tazminat,
- Fatura ödeme şekilleri,
- Müşterileri eşdeğerdeki bir otele aktarma ihtimali,
- Mücbir haller ve bu hallerde tarafların hak ve sorumlulukları,
- Sözleşmenin iptali ile ilgili bilgiler (yönet. m.8).

3.1.2.2.2.3. Tarafların Otel Sözleşmesinden Doğan
Yükümlülükleri:

Sözleşmede belirlenmiş hizmetler için konaklama işletmesinin seyahat acentasına bildirmiş olduğu fiyatlar hiç bir şekilde otele doğrudan gelen müşteriler için tarifede belirtilen fiyatlardan daha yüksek olamaz. Faturanın, seyahat acentası tarafından veya müşteri tarafından ödenmesi bu kuralı değiştiremez (yönet. m.11).

Konaklama işletmesi, sözleşmede mutabık kalınmış fiyatlara uymak zorundadır. Fiyatların değişmesi durumunda, uygulamaya geçmeden 30 günlük bir uyarı süresi bırakılacaktır. Fakat, değişen fiyatlar hiç bir şekilde teyid edilmiş rezervasyonlar için uygulanamaz (yönet. m.12). Seyahat acentası, yalnız otele gönderdiği rezervasyon belgesinde belirttiği hizmetlerin bedelini ödemekle yükümlüdür (yönet. m.13).

Ödemeler, sözleşmede belirlenmiş özel bir durum yoksa, sözleşmeye taraf olan seyahat acentasınca yapılır. Ödemeler; bu konuda sözleşmede belirlenmiş süre olmaması durumunda, faturanın alındığı tarihten itibaren 30 gün içinde ödenir. Bu süreden sonra yapılacak ödemeler için, aylık % 10 faiz ve ana borcun % 5 'i oranında tahsil masrafı taahhük ettirilir. Uzun süreli konaklamalarda konaklama işletmesi sürenin sonunu beklemeden verilmiş olan hizmetlerin tutarını kısım kısım talep edebilir (yönet. m.14).

Konaklama işletmesi, belirli bir sürenin üzerindeki rezervasyonlar için yapılan sözleşmeler dışında, diğer sözleşmelerle ilgili olarak verdiği hizmetlerin bedelinin belirli

bir oranında acentaya komisyon öder. Komisyon oranı iki tarafın kabûlü ile belirlenir. Bu hususta sözleşmede aksine bir hüküm bulunmaması durumunda, komisyon oranı, vergi ve servis ücreti hariç faturanın % 10 'dur (yönet. m.15-16).

Faturanın müşteri tarafından ödenmesi durumunda, konaklama işletmesi acentanın komisyonunu fatura üzerinden belirleyerek, müşterinin ayrılmasından itibaren 30 gün içinde acentaya öder. Bu süre içinde yapılmayan ödemeler için aylık % 10 faiz ve ana borcun % 5 'i oranında tahsil masrafı tahakkuk ettirilir (yönet. m.19).

Konaklama işletmesi, bir seyahat acentasının müşterisi olarak seyahat eden kişilere (ister bireysel, ister grup) sözleşme gereğince vereceği hizmetler, aynı şartlar altında kendi müşterilerine sağladığı hizmetlerle aynı kalitede olacaktır (yönet. m.19).

Konaklama işletmesi, rezerve edilen yerleri gelis günü saat 14:00 'den ayrılış günü saat 12:00 'ye kadar müşterinin kullanımına açık tutacaktır (yönet. m.20).

Konaklama işletmesi, usulüne uygun olarak yapılmış ve teyid edilmiş bir rezervasyonla ilgili olarak, sözleşme ile üstlendiği sorumlulukları yerine getirmek zorundadır. Bunları yerine getirmeyen işletme, acentanın bu nedenle uğradığı zararını tazmin etmekle yükümlüdür (yönet. m.21/I).

Ancak, konaklama işletmesi rezervasyon kabûlü sırasında bilinmeyen bir durumun ortaya çıkması ve en az üç hafta önceden acentaya bildirmesi şartıyla, müşterileri yakın çevredeki eşit ya da daha iyi nitelikteki başka bir işletmeye yerleştire-

rilebilir. Bu durumdan kaynaklanan fiyat farkları konaklama işletmesince ödenir. Konaklama işletmesi hiç bir şekilde, acenta müşterisini doğrudan kendi müşterisi haline getirecek yöntemlere başvuramaz (yönet. m.21/II).

Tarafalardan birinin iradesi dışında meydana gelen mucbir (zorlayıcı)* sebeplerle sözleşmede belirtilen yükümlülüklerini yerine getirmesi imkânsız hale gelirse bundan dolayı herhangi bir tazminat ödemez (yönet. m.22).

Konaklama işletmesi ve seyahat acentası, müşterileri nezninde birbirlerinin ticari itibarını zedeleyecek ve hizmetlerinin niteliği hakkında şüphe uyandıracak ifadelerden kaçınmak zorundadırlar. Acenta ve işletme arasında herhangi bir sözleşme mevcut değilken taraflardan biri böyle bir anlaşma varmışcasına ilân ve reklâm yapamaz, duyuruda bulunamaz. Seyahat acentası ve konaklama işletmesi sözleşmede anlaşılan fiyatları müşterilerine ve üçüncü şahıslara bildiremez (yönet. m.24).

3.1.2.2.2.4. Otel Sözleşmesi Türleri:

3.1.2.2.2.4.1. Bireysel Müşteriler İçin Yapılan

Sözleşmeler:

Seyahat acentalar sadece grup seyahatları değil, bireysel olarak seyahat edenlere de hizmet sunmaktadırlar. Bu tür müşteriler için konaklama işletmeleri ile seyahat acentaları arasında özel sözleşmeler düzenlenir. Bu sözleşmeler de ilgi-

* Mucbir Sebep: Tarafların elinde olmayan; tabii afet (sel, deprem, fırtına, toprak kayması v.b.), siyasal karışıklıklar (askeri darbe, savaş, iç karışıklıklar) v.b. gibidir.

li yönetmelik hükümlerine tabidir. ilgili yönetmeliğin "Bireysel (münferit) Müşterilerle ilgili Sözleşmeler" kısmında bu tür sözleşmeler şöyle açıklanmıştır: "Bireysel (münferit) müşteri sözleşmeleri aynı otel hizmetlerinden yararlanan 1 ilâ 10 müşteri için gerçekleştirilen sözleşmelerdir" (yönet. m.27).

Bu tür anlaşmalarda, sözleşmede aksine bir hüküm yoksa yapılacak iptallerde şu ilkelere uyulur (yönet. m.28):

- Konaklama talebinin yoğun olduğu yer ve dönemlerde 24 saatten az olmamak şartıyla işletmenin doğrudan gelen müşterilerine uyguladığı iptal süresi içinde (yönet. m.28/A).

- Tatil beldelerinde, tam sezonda girişten 30 gün öncesine kadar, sezon dışında girişten 14 gün öncesine kadar iptal edilebilir (yönet. m.28/B).

Bu sürelerden sonra yapılan iptallerde, konaklama işletmesinin tazminat hakkı doğar. iptal bildiriminin sürelerle aykırı veya iptal bildiriminde bulunmadan müşterinin otele gelmemesi halinde her müşteri için istenecek tazminat genelde en az bir gecelik kalış için istenen hizmetlerin (oda, yemek vs) yüksek sezonda ise üç gecelik kalış için istenen hizmetlerin parasal karşılığıdır (yönet. m.29/I).

Geç gelme, rezervasyon süresinin bitiminden önce otelden ayrılma veya ısmarlanan hizmetlerin kısmen veya tamamen kullanılmaması durumunda; bu durumunun konaklama işletmesinden kaynaklanmaması şartıyla, konaklama işletmesinin uğradığı gerçek zarar, seyahat acentası tarafından tazmin edilir. Seyahat acentasının tazminatı zamanında ödememesi durumunda, borç miktarı için aylık % 10 faiz ve ana borcun % 5 'i ora-

nında tahsil masrafı tahakkuk ettirilir (yönet. m.29/II ve m.18).

Seyahat acentası, müşterisine hiç bir şekilde konaklama işletmesinin kendisine üzerinden komisyon ödediği fiyatlardan daha yüksek bir fiyat fatura edemez, ancak rezervasyon masraflarını müşteriye ayrıca fatura edebilir (yönet. m.30).

3.1.2.2.2.4.2. Grup Müşterileri İçin Yapılan Sözleşmeler:

Bu tür sözleşmeler, ilgili yönetmeliğin " Grup Müşterilerle İlgili Otel Sözleşmeleri" başlıklı kısmında ele alınmıştır.

Grup müşterilerle ilgili hizmetlerin tek bir rezervasyon belgesi ile talep edilmesi ve konaklama işletmesi tarafından bir arada teyid edilmesi gerekir. Grup sayısında sonradan bir azalma olsa bile esas alınacak müşteri sayısı rezervasyonda gösterilmiş olmalıdır (yönet. m.31).

Acenta, grup geliş tarihinden en az 14 gün önce müşterilerin odalara dağılımını (yerleşme düzenini) gösteren listeyi otele gönderir. Bu sorumluluğunu yerine getirmeyen seyahat acentası doğabilecek sonuçlardan sorumludur. Ancak, konaklama işletmesi oda listelerinin eline geçmediğini, grup otele gelmeden önce acentaya haber vermekle yükümlüdür (yönet. m.32).

Seyahat acentası ile konaklama işletmesi arasındaki sözleşmede ödemenin nasıl yapılacağı hakkında bir kaide bulunmaması halinde, grupla ilgili ödemenin % 50 'si grubun girişinden 30 gün önce kalan miktar ise grubun ayrılışından önce ödenir (yönet. m.33).

Seyahat acentasında görevli ve en az 15 kişilik bir gruba eşlik eden acenta temsilcilerine (rehber, şoför, grup başkanı vb.) grubun kaldığı şartlarda bir kişilik ücretsiz konaklama verilebilir. Konaklama işletmesi ilave her 20 kişi için bir temsilcinin daha ücretsiz hizmetlerden yararlanmasını sağlayabilir (yönet. m.34). Gruplarda iptaller; iptalin grubun % 50 'sini aşması durumunda giriş tarihinden 21 gün, grubun % 50 'sinden az olması halinde ise 14 gün öncedir. Bu sürelerden sonra yapılan iptallerde otelin tazminat hakkı doğar (yönet. m.35).

Rezervasyonu iptal edilen her müşteri için tazminat miktarı, sözleşmede ayrı bir miktar belirlenmemiş ise, sözleşmede yer alan şartlar ve özel fiyatlar üzerinden ismarlanmış olan hizmetlerin toplamının üçte ikisidir (yönet. m.36).

Habersiz geç gelmeler, alınmayan yemekler, faydalanılmayan hizmetler değerlerinin üçte ikisi oranında bir tazminata hak kazanırlar (yönet. m.37). Tazminat miktarı gerçek zarardan fazla, sözleşmede yer alan şartlar ve özel fiyatlar üzerinden verilen hizmetlerin üçte ikisinden az olamaz. Tazminat, karşı tarafın talep tarihinden itibaren 30 gün içinde ödenir. Bu süreden sonra yapılacak ödemelere aylık % 10 faiz ve ana borcun % 5 'i oranında tahsil masrafı tahakkuk ettirilir (yönet. m.40).

3.1.2.2.2.4.3. Belirli Bir Sürenin Üzerindeki

Konaklamalar için Yapılan Sözleşmeler:

Belirli bir süreyi aşan rezervasyonlar için konaklama işletmesi ile seyahat acentası arasında " Tahsis (Kontenjan)

Sözleşmesi" adı altında özel bir anlaşma yapılır.

İlgili yönetmeliğin " Belirli Bir Sürenin Üzerindeki Rezervasyonlar İçin Yapılacak Sözleşmeler" kısmında; kontenjan sözleşmesi, özel organizasyonlar için, birbiri ardından düzenli olarak ya da odaların belirli bir dönem tahsisini gerektiren hallerde düzenlenir (yönet. m.41). Tahsisle ilgili rezervasyonlar yapılırken konaklama işletmeleri sözleşmelerindeki hususların açık ve detaylı bir şekilde belirtilmesi gereklidir (yönet. m.42).

Bu tür rezervasyonlarda, rezervasyonun niteliğine göre iptallerde asgari haber verme süreleri şöyledir:

- Bireysel (münferit) müşteriler için 30 gün,
- Gruplarda tam iptal için 60 gün,
- Grubun % 50 'sini aşan iptaller için 45 gün,
- Grubun % 50 'sinden 11 kişiye kadar iptallerde 30 gün,
- Gruptaki 10 müşteriden az iptaller için 7 gün (yönet. m.43).

IV. BÖLÜM

SEYAHAT ACENTALARININ KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN HİZMET ARZI VE VERİMLİLİĞİ ÜZERİNE ETKİLERİ

4.1. Konaklama işletmelerinde Hizmet Arzı ve Verimlilik

4.1.1. Hizmet Arzı Kavramı

Hizmet arzı (turistik ürün), bir konaklama işletmesinde sunulan; konaklama, yeme-içme, ulaştırma, eğlence ve diğer bir çok servislerin birleşimidir. Öte yandan, bir noktaya açıklık getirmekte fayda vardır; bir konaklama işletmesi veya restaurant sadece yemek yenilen veya gecelenen bir yer olarak değil, aynı zamanda sosyal ve beşeri münasebetlerin yoğun olduğu, yakın dostluk ve arkadaşlıkların olduğu yerler olarak görülmelidir [174].

Turizm sektöründe hizmet arzı veya turistik ürün iki şekilde görülmektedir. Bunlardan birincisi; ülke veya bölgenin tüm tabii, tarihi, arkeolojik ve diğer turistik kaynakların oluşturduğu turistik arzlardır. ikincisi ise, turistlerin yer değiştirmelerine ve seyahat etmelerine veren yani bir paket turu oluşturan (konaklama, yeme-içme, ulaştırma, eğlence) hizmet arzlarıdır. Başka bir deyişle konaklama işletmelerinin ürünleridir [145].

[174] Necdet HACIOĞLU, Turizm Pazarlaması, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa, 1989, s.39

[175] HACIOĞLU, Turizm Pazarlaması, s.39

4.1.2. Verimlilik Kavramı

Verimlilik (rantabilite), en genel tanımı ile; belirli bir dönemde elde edilen kârın, o dönemde kullanılan sermayeye oranıdır [176]. Diğer bir deyişle verimlilik, belirli bir dönemde sağlanan kâr ile, kârı oluşturmak için kullanılan kaynaklar arasındaki orandır [177].

Verimlilik kavramı, bir çok durumda, özel bir tanım yapılmadığı sürece, işgücü verimliliği olarak yorumlanmaktadır. Bu durumda verimlilik; çıktının (output) işgücüne oranı olarak belirlenmektedir. Günümüz ülkelerinin temel gayesi, artan nüfusuyla birlikte, vatandaşlarının refah düzeylerini artırmaktadır. Bunun sağlanması, kıt kaynakların daha verimli kullanılarak, girdi (input) maliyetlerinin düşürülmesi çalışmalarına bağlıdır. Ülkeler daha verimli ekonomik yatırımlarla, ülke ekonomisinin rekabet gücünü artıracak, böylece daha çok mal satışı ile daha fazla döviz girdisi sağlayacaktır [178].

Ülke ekonomisinin verimli olarak çalışması, ülke işletmelerinin bütün organlarıyla (işçi, işveren, tüketici, devlet) verimlilik olayına eğilmesine bağlıdır. Ülke ekonomisinin can damarları olan işletmelerin verimli çalışmaları yatırımları artıracak ve sanayi sektörü geliştirecektir. Sanayi sektörünün gelişimi tarım potansiyelinin kullanımını artıracak

[176] MUCUK, s.169

[177] OLALI-KORZAY, s.149

[178] Fevzi OKUMUŞ, Otel İşletmeleri Yönetiminde Motivasyon-Verimlilik İlişkisi ve Nevşehir Yöresinde Bir Anket Uygulaması, Kayseri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s.39

ve buna bağlı olarakta hizmet sektörleri canlanacaktır [179].

Verimlilik ilk bakışta sadece işletmeler için önemli görülse de, sonuçta bireyden toplumun tamamına yayılan hayati bir öneme sahiptir [180].

4.1.3. Konaklama işletmelerinin Verimliliğine

Etki Eden Faktörler:

Günümüzde, bir hizmet sektörü olarak turizm, ülkelerin (özellikle gelişmekte olan) ekonomilerinde vazgeçilmez bir kalem olduğu inkâr edilemez bir gerçektir.

Turizm sektörünün temel üretiminin somut bir mal değil, bir hizmet ürettikleri ve başlıca girdilerinin de işgücü olduğu görülür. Bu tür işletmelerde verimlilik, tamamen işgücünün verimli kullanılmasına bağlıdır [181].

Konaklama işletmelerinde gelişen teknolojidten yararlanılarak, çeşitli makineleşme olayı görülse de; temel eleman olan işgücü öneminden fazla bir şey kaybetmemiştir. Makineleşme ve otomasyon imkânları sınırlı olduğundan, bu tür işletmeler emek-yoğun işletmeler olarak nitelendirilmektedir. Bu sebeple de, konaklama sektörünün verimliliği işgücünün düzenli ve planlı kullanılmasına bağlıdır [182].

Konaklama işletmelerinde verimliliği etkileyen faktörler arasında; arazi, binalar, malzeme ve makina yanında önemli

[179] OKUMUŞ, s.40

[180] OKUMUŞ, s.41

[181] OKUMUŞ, s.49

[182] BARUTÇUGİL, Turizm İşletmeciliği, s.118-119

bir faktörde işgücüdür. Konaklama işletmelerinde arazi ve binaların düzeni ve kullanımı, işletmenin sunduğu hizmet kalitesini temsil eder. Makine ve teçhizatın, konaklama işletmelerinde sınırlı kullanım alanı bulmasına rağmen; kullanılan makineler (mutfak malzemeleri; fırın, soğuk odalar, robotlar vb. ve bilgisayar) önemli ölçüde işgücü ve zaman tasarrufu sağlamaktadır. Konaklama işletmelerinde kullanılan malzeme, hazır ve yarı mamül şekilde, özellikle yiyecek-icecek bölümde zaman ve işçilik tasarrufu sağlamaktadır. Ancak, hazır yiyecekler hiç bir zaman taze olan yiyeceklerin yerini tutmamaktadır [183].

Bir konaklama işletmesi verimliliğine doğrudan etki eden işgücü verimliliği; işletmenin sunduğu hizmetin kalitesini düşürmeden ve müşteri memnuniyetini sağlayarak, en az personel ve en az işgücü maliyeti ile çalışmasıdır. Konaklama işletmelerinde işgücü verimliliğini sağlamak ve artırmak için çalışanların işletme amaçları doğrultusunda işbirliği içinde çalışmaları sağlanmalıdır. Bunun sağlanması için, gerek iş dışında gerekse iş başında gerekli görülen eğitimlerin verilmesi şarttır. İşletmeci eğer işgücünden verimlilik bekliyorsa ilk önce çalışanlara insanca davranmalı ve insan ilişkilerini öğretmelidir [184].

Yukarıda değindiğimiz faktörleri konaklama işletmelerinin verimliliğine etki eden iç faktörler olarak nitelersek, verimliliğe etki eden en önemli dış faktöründe Seyahat acentalarını olduğunu belirtmemiz gerekir.

[183] OKUMUŞ, s.50-61

[184] OKUMUŞ, s.63-64

4.2. Seyahat Acentalarının Konaklama İşletmelerinin Hizmet Arzı Üzerindeki Etkileri

4.2.1. Hizmet Türleri (Çeşitliliği) Bakımından Etkileri:

Bir konaklama işletmesinin kuruluş yeri, sınıfı ve türü belirlenince, işletmede sunulması gereken asgari hizmetler de hemen hemen belirlenmiş olur [185].

Çünkü, dünya standartlarına göre konaklama işletmelerinin sınıfına göre sunması gereken asgari hizmetler belirlenmiştir. Ülkemizde de 28.5.1983 tarih ve 18060 sayılı Resmi Gazete 'de yayınlanarak yürürlüğe giren "Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği"nde konaklama işletmelerinin tür ve sınıflarına göre sunmaları gereken hizmetler belirlenmiştir [186].

Seyahat acentaları konaklama işletmelerinden, dünya standartlarında konfor ve hizmet beklerler. Fakat, genellikle seyahat acentaları konaklama işletmesinin sunacağı hizmet çeşiti ve hizmetin sunumu üzerinde etkili olmaktadır. Bu hizmet birimleri üzerindeki etkileri şu şekilde sıralayabiliriz:

1. Geceleme Birimleri Üzerindeki Etkileri:

- Oda dekarasyonu üzerinde (mobilya türü, mobilyanın yerleşimi, odanın rengi, balkon durumu v.b.) görüş bildirerek kullanım kolaylığı sağlamak,

[185] HACIOĞLU, Turizm Pazarlaması, s.11

[186] Turizm İşletmeleri Nitelikleri, Dünya Gazetesi, 30 Aralık 1991, s.12. Ülkemizdeki konaklama işletmelerinin asgari nitelikleri hakkında bkz.: Turizm Yatırımları ve İşletmeleri...., m.67-133

- Odalardaki asgari kullanım malzemeleri yanında fazladan bulundurulması gereken aletler; televizyon, müzik, telefon, minibar v.b. konusunda öneri ve tavsiyelerde bulunmak,

- Banyo, tuvalet cinsi ve kullanım alışkanlıkları konusunda tavsiyelerde bulunmak (Banyoların duşlu veya küvetli olması, tuvaletlerin alaturga ve alafranga olması) [187].

2. Restaurant, Bar ve Geceleme Birimleri Üzerindeki Etkileri:

- Restaurant ve Barların Kapasitesi: Grup seyahatlerinde zamanlama önemli olduğundan turistlerin tamamı aynı saatte yemek almak isteyecektir. Bu nedenle, işletme yatak kapasitesi ile orantılı restaurant ve bar sandalye ve masa sayısı ve özellikle hizmet edecek yeterli ve kalifiye personel sayısı hakkında görüş ve tavsiyelerini belirtmek.

- Restaurant ve Barların Dekarasyonları: Acenta, müşterisinin eğilimlerine göre dekorasyon; işletme kapasitesine göre birden fazla restaurant ve bar bulunması halinde bunlardan en az birer adetinin tamamen geleneksel usullerde dekorasyonu konusunda tavsiyelerde bulunabilir.

- Yemek ve İçecek Türlerinde Ayrıntı: Değişik yerlere seyahat eden insanların merak ettiği konuların başında, ziyaret edilen yöredeki damak zevki ve yemek çeşitleri gelmektedir. Bu insanlar yeni damak zevklerini tatmak arzusunda olduklarından, konaklama işletmelerinin yöresel yiyecek ve içeceklere önem vermesi ve seyahat acentalarının bu konudaki tavsiyelerine uyması faydalı olacaktır.

- Servis Personelinin Eğitilmiş ve Görgülü Olması:

Gerek servis gerekse diğer bölümlerde iyi yetişmiş insan gücü kullanılması konusundaki tavsiyeler [188].

3. Spor ve Eğlence Birimleri Üzerindeki Etkiler:

Bu konudaki etkiler konaklama işletmesinin türü ve sınıfına göre değişiklik arz edecektir.

- Spor alanları; golf, tenis, squash gibi daha çok bir iki kişi ile oynanabilecek oyunların yanında; voleybol, basketbol ve su sporları imkânları, alet ve öğreticileri. Bu hizmetlerin tamamı bir tesiste bulunabilir veya bazıları farklı olabilir, bu konuda seyahat acentalarının tavsiyeleri gözönünde bulundurulur. Çünkü, hedef kitlenin eğilimleri sadece bir spor üzerinde yoğunlaşabilir.

- Yüzme havuzu; çocuklar ve büyükler için özel bölümler, ayrıca Türk hamamı, sauna ve jimnastik salonları, eğilime göre kapasite belirlenerek hizmete konabilir.

- Kültürel aktiviteler; sinema (yazlık-kışlık), tiyatro (açık ve kapalı salon), toplantı salonları, sergi imkânları ve hedef kitlenin muhtemel ihtiyaçlarına göre benzer tesisler hizmete konulabilir.

- Bütün bu hizmetlerin yanında, dinlenme terasları ve salonları; özel geceler (Türk gecesi, Doğu gecesi), özel günler (genç evliler günü, 20 yıllık evliler günü v.b.) ve benzeri gibi faaliyetlere yer verilmesi, katılanların unutamayacağı özel anların yaşanmasını sağlamak [189].

[188] Turistik Düzenleme, s.55 vdv.

[189] Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri..., m.82 vdv.

4. Alış-Veriş Yerleri: Bu yerlerde turistlerin genel ihtiyaç duyabileceği maddeler yanında; hediyelik ve hatıra eşya satış yerlerinin bulunması gereklidir [190].

Belirtilen bu hizmetlerin, hangilerinin ağırlıklı sunulması konusunda seyahat acentaları birinci derecede söz sahibidir. Çünkü, acentalar müşteri kitlelerini tanıyan ve isteklerini cevaplayacak tecrübe ve görüşe sahiptirler. Her an müşteri ile birlikte ve onun yanında olmak acentalara ve acenta çalışanlarına oldukça önemli tecrübeler kazandırmaktadır. Bu tecrübelerden otel işletmesinin en iyi şekilde yararlanması gerekir [191].

4.2.2. Yan ve Ek Hizmetler Bakımından Etkileri:

Seyahat acentaları aracılığı ile konaklama işletmelerinin oda satışı ve geceleme oranının arttığını belirtmiştik. Bunların artışına paralel olarak konaklama işletmelerinde sunulan yan hizmetlerin satış ve verimliliği de doğal olarak artacaktır [192].

Çünkü, günümüz konaklama işletmelerinde sunulan yan hizmetlerin, en az oda satışları kadar işletmenin kârlılığı üzerinde önemli olduğunu görmekteyiz. Modern konaklama işletmelerinde müşterilere; restaurantan, bara, oyun salonlarından saunaya kadar çok çeşitli yan hizmetlerin sunumu yapılmakta-

[190] Turizm Yatırım ve İşletmeleri..., m.86

[191] Turizm Yönetim İlke ve Süreli..., s.60

[192] HACIOĞLU, Seyahat Acentalığı, s.112

dır. Seyahat acentasının düzenlediği grup ile gelen müşteriler genellikle tur paketine dahil olmayan bu hizmetlerden kendi istekleri doğrultusunda yararlandıkları taktirde, bu birimlerin kârlılığı çoğu zaman odaların kârlılığını geçebilmektedir [193].

Günümüz paket tur yapımcılığında paket turlara birinci planda geceleme ve sınırlı olarak kahvaltı ve/veya akşam yemeği dahil olmaktadır. Diğer hizmetleri, turistler istekleri doğrultusunda ücretlerini ayrıyeten ödeyerek yararlanmaktadır.

4.2.3. Hizmet Kalitesi Bakımından Etkileri:

Bir konaklama işletmesi ne kadar konforlu ve çeşitli hizmete sahip olursa olsun; bu hizmeti sunacak nitelikte kalifiye personele sahip değilse, tesisin bu konforu ve hizmetleri tesise pek fayda sağlamayacaktır.

Günümüz turistlerinin, çok modern ve konforlu bir tesis-ten çok; sade, temiz ve en önemlisi güler yüzlü ve cana yakın insanların bulunduğu yöre ve tesislere doğru bir eğilim içine girdiklerini görmekteyiz. Çünkü, XXI.yy 'a giren yaşlı dünyamızda, insanların gün geçtikçe daha monoton bir yaşam tarzı içine girmek zorunda kalmaları, insan ilişkilerinin zayıflamasına yol açmıştır. İnsanlar, sıcak ilişki ve dostluklar kurma arzularını çoğunlukla tatillerde tatmin etmektedirler [194].

[193] HACIOĞLU, Seyahat..., s.112-113

[194] ÖZŞAHİN, s.25

Turistlerin bu arzularını çok iyi bilen seyahat acentaları, konaklama işletmelerinde iyi eğitilmiş nitelikli personel istemektedirler. Çünkü, bir hizmet mesela yemek, ne kadar nefis ve damak zevkine hitab ederse etsin, servisi yapan personel beceriksiz ve soğuk bir yüze sahipse bu yemek turistler için hiç bir anlam ifade etmeyecektir [195].

Nitelikli ve işi bilen personel, temiz fakat vasıfsız bir tesisi lüks bir tesis havasına dönüştürebilir. Aynı zamanda beceriksiz ve eğitimsiz bir personel de lüks bir tesisi vasıfsız hale döndürebilir.

Ülkemiz konaklama tesisleri, ucuz maliyetli niteliksiz işgücüne olan eğilimlerini, son yıllarda nitelikli personel istihdamına doğru kaydırmışlardır. Bunun temel sebeplerinin başında; artan yatak kapasitesiyle birlikte rekabet ortamının doğması, seyahat acentalarının aynı nitelikte ki tesisler arasında, kalifiye personel istihdam eden tesisleri tercih etmeleri gelmektedir. Anlaşılacağı üzere, seyahat acentaları işletmedeki hizmet kalitesine direkt etki eden kuruluşlardır.

4.2.4. Seyahat Acentalarının Konaklama İşletmelerinin Verimliliği Üzerindeki Etkileri

Turist asgari konfor yanında, emniyet, huzur ve serbestlik isteyen kimsedir. Günümüzde, kendisine gerekli emniyet ve güvenin sağlanmasıyla, turistler daha ucuz ve güvenli olan kitle turizmini tercih etmeye başlamışlardır. Bu durum da konaklama işletmeleri açısından, seyahat acentalarının önemi-

ni arttırmıştır [196].

Konaklama işletmelerinin verimliliğini etkileyen faktörler arasında; arazi seçimi, binalar, malzeme, makina ve işgücünün yanında; konaklama işletmelerinin pazarlamasını yapan, verimliliğe (kârlılığa) doğrudan etki eden seyahat acentalarıdır [197].

Acentaların konaklama işletme yerinin verimliliği üzerindeki etkilerini bir kaç ölçü (kriter) dikkate alınarak değerlendirmek mümkündür. Biz bu ölçülerde aşağıda açıklananlar üzerinde duracağız.

4.2.4.1. Satış ve Doluluk Oranı Ölçüsü:

Turizm endüstrisinde üretilen turistik ürünlerin satışı diğer ürünlerin satışından farklı özelliklere sahiptir. Turistik ürünler diğer mal ve hizmetlerden farklı olarak değişik kuruluşlarca tamamlanan bir bileşik ürün özelliğine sahiptirler. Turistik ürüne karşı oluşan turistik talep de sosyal ve siyasal değişikliklere karşı duyarlı olup elastikiyet gösterir. Turizm arzının taşınmaz ve stok edilemez nitelikte oluşu, turistik hizmetlerin yerinde tüketilmesini zorunlu kılmaktadır [198].

Konaklama işletmelerinin sunduğu mal ve hizmetler nihai ürün olduğu halde; kullanılmasıyla biten ürünler değildir

[196] Tunay AKOĞLU, Turizm Olay ve Ekonomisine Toplu Bakış, İstanbul 1979, s.17

[197] OKUMUŞ, s.49

[198] HACIOĞLU, Turizm Pazarlaması, s.10-11, Bu konuda ek bilgi için bkz.: ÖNER, s.35-39

[199]. Konaklama işletmelerinde satışa sunulan oda her gün için 24 saat süresince satışa sunulmuştur. O 24 saat için satılmayan odayı başka bir güne aktarmak mümkün değildir [200].

Seyahat acentalarının bir görevinde, konaklama işletmeleri satışlarını artırmak için; turistler yönünde talep oluşturmak ve turistlerin gerçekten arzu ettiği mal ve hizmetleri sunmaktır [201].

Günümüz turizm sektöründe, satışları etkileyen bir çok faktör vardır. Bunlar, turistlerin ekonomik durumu, boş zamanları, tabiat şartları, sosyo-kültürel şartlar, sosyo-ekonomik etkenler v.b. gibi. Bütün bu şartları bir araya getirerek bir grup insanın seyahat etmesinde en etkin rolü seyahat acentaları sağlayacaktır [202].

Bir konaklama işletmesinin satışı arttıkça buna paralel olarak doluluk oranı ve verimliliğide artış gösterecektir [203].

Konaklama işletmelerinde doluluk oranı hesaplamalarında çeşitli kriterler kullanılmaktadır. Bunlar; oda kriteri, yatak kriteri ve gelir kriteridir. Oda kriteriyle doluluk oranı hesaplamasında satılan oda sayısı esas kabul edilir:

$$\text{Oda Doluluk Oranı} = \frac{\text{Satılan Oda Sayısı} \times 100}{\text{Toplam Oda Sayısı}}$$

[199] HACIOĞLU, Turizm Pazarlaması, s.11

[200] ŞENER, s.14

[201] USAL, s.49

[202] USAL, s.43-44

[203] ŞENER, s.15

Bu kriter, genellikle yanıltıcı sonuçlar verebilmektedir. Çünkü, çoğu zaman çift yataklı odalarda tek kişi veya ilave yatakla üç kişi kalabilmektedir. Bu nedenle yatak kriteri ile doluluk oranı hesabı daha sağlıklı sonuç verebilmektedir.

$$\text{Yatak Doluluk Oranı} = \frac{\text{Satılan Yatak Sayısı} \times 100}{\text{Toplam Yatak Sayısı}}$$

Gelir kriteri, tüm yatak satışlarından elde edilmesi gereken bedelle; gerçekleşen değer arasındaki orandır. Pazarlıklı ve iskontolu satışlardan doğabilecek sakıncaları ortadan kaldırır. Genellikle yan hizmetleri az olan veya olmayan kısa süreli konaklamaların gerçekleştiği şehir otelleri için uygundur [204]:

$$\text{Gelir Doluluk Oranı} = \frac{\text{Gerçekleşen Gelir} \times 100}{\text{Toplam Elde Edilebilecek Gelir}}$$

Konaklama kapasitesinin artması sonucunda ortaya çıkan satış sorununu çözebilmek için, konaklama işletmelerinin seyahat acentalarına verilen komisyonları artırarak onları kendi tesislerine müşteri getirmeye ikna etmeye çalıştıklarını görmekteyiz [205].

Özellikle, ülkemiz konaklama sektörünün son yıllarda karşılaştığı bu mesele Türk Turizmini olumsuz etkilemektedir.

[204] Enis Erdem ECE, Turizmde Konaklama İşletmeciliği, Antalya, s.52-55

[205] HACIOĞLU, Seyahat Acentalığı, s.150

Çünkü, Türk Seyahat Acentalarının (özellikle Tur Düzenleyiciler) tam gelişmemiş ve milletlerarası rekabet seviyesine ulaşamamış olması sektörümüzü olumsuz etkilemektedir. Konaklama işletmelerimizin; örgütlenme eksiklikleri ve yerli acentalarımızın yeterli potansiyele ulaşamamış olmalarından dolayı, içinde buldukları zor durumu, iyi değerlendiren yabancı seyahat acentaları, ucuz fiyatlarla konaklama işletmeleriyle anlaşmakta; bunuda tur fiyatlarına yansıtılmamaktadırlar. Böylece tüketici pahalı tur satın almakta, üretici ise ucuz fiyatla satış yapmaktadır. Yabancı acentalar bu şekilde çok büyük kârlar yaparak hem sektörün, hem de ülke ekonomisinin zarara uğratmasına sebep olmaktadır. Bu durumu kanun koyucu tarafından incelenip gerekli teşvik ve tedbirler alınarak, ülke işletmeleri ve sektörün can damarı olan acentalara, milletlerarası rekabet seviyelerine ulaşmalarına, gerek maddi ve gerekse manevi destek sağlamalıdır [206].

Her şeye rağmen konaklama işletmeleri, mal ve hizmetlerini pazarlayacak olan seyahat acentalarını titizlikle belirlemeli ve hizmet kalitelerini ve fiyatlarından ödün vermeme-lidir [207].

[206] Behiye ŞALK, Seyahat Acentaları ile Konaklama İşletmeleri Arasındaki İlişkiler, BTİOYO, Balıkesir, 1988, s.51-60

[207] Asuman ÖNER, Türk Turizm Pazarlamasında Devletin Önemi, BTİOYO, Balıkesir, s.11-13

4.2.4.2. Konaklama Süresi ve Hizmet Süresi Ölçüsü

Turistik ürünler, genellikle müşteriye hizmet şeklinde sunulur. Turistik ürünlerin depolanması mümkün olmadığından, üretildiği anda tüketilmesi zorunludur. Üretildiği anda tüketilmeyen turistik ürünler, yeniden değerlendirilmesi mümkün değildir. Çünkü, bunun için geçen zamanı geri getirmek gerekir ki bu mümkün değildir. Kısaca turizmde asıl satılan zamandır [208].

Bir konaklama işletmesinin amacı, kullandığı üretim faktörleri ile üreteceği mal ve hizmet miktarı arasında optimal bir ilişki kurmaktır. Söz konusu optimal denge, konaklama işletmeleri ile seyahat acentasının verimli çalışmalarına bağlıdır [209]. Aktif ve verimli bir seyahat acentası birlikte çalıştığı konaklama işletmesinin hizmet süresi ve geceleme oranını, sahip olduğu müşteri potansiyeli sayesinde artıracaktır [210].

Seyahat acentaları, konaklama işletmesi tarafından sunulan hizmetler ile konaklama işletmesinin bulunduğu yöreye olan talepleri çok iyi analiz etmeli; satış ve pazarlama stratejilerini yaptığı talep analizine göre belirlemek yoluna gitmelidir [211].

[208] HACIOĞLU, Turizm Pazarlaması, s.14

[209] HACIOĞLU, Turizm Pazarlaması, s.15

[210] HACIOĞLU, Turizm Pazarlaması, s.150

[211] HACIOĞLU, Turizm Pazarlaması, s.31. Talep Analizi: Tur Düzenleyici seyahat acentası tarafından paket turlar hazırlanırken, paket turr içine dahil olan ülke, yöre ve tesise olan ve/veya olabilecek talepleri göz önünde bulundurarak; bu sonuca göre paket tur kapasitesini oluşturmaktır.

Turizm de konaklama süresi, konaklama işletmelerinin verimliliği ile doğrudan ilişkisi olan bir durumdur. Konaklama süreleri iki şekilde belirlenmektedir; Birincisi, Kısa süreli konaklama dediğimiz; genellikle hafta sonlarında yapılan veya başka bir yere giderken yol üzerindeki yerlerde yapılan konaklamalardır. İkincisi ise, yıllık tatiller, sağlık, dini ibadetler, iş v.b. gibi nedenlerle yapılan belli bir yerde 4 günden fazla kalmayı gerektiren konaklamalardır [212].

Bu konaklama türlerinden ikinci, genellikle seyahat acentası aracılığı ile 7-14-21 günlük paket seyahatler şeklinde gerçekleşmektedir. Bu durum, zaten stoklama imkanı bulunmayan turistik ürünlerdeki kaybı azaltmaktadır [213].

Bu durumu bir örnekle açıklamaya çalışalım:

Elemanlarımız :

Aktaş Otel : Tam yıl faaliyette bulunan bir şehir oteli
Modena Otel : Tatil yöresinde sezonluk çalışan bir otel,

olsun. Mevsimlik çalışan oteller genellikle 90-150 gün çalışmakla birlikte, ülkemiz tabiat şartları ve seyahat acentalarının etkileri göz önüne alındığında bu süre 180 güne çıkmaktadır.

Veriler :

Aktaş Otel : 50 oda , 120 yatak,

Modena Otel : 50 oda , 120 yatak kapasiteli

[212] AKTAŞ, s.7. BARUTÇUGİL, Turizm İşletmeciliği, s.21

[213] BARUTÇUGİL, Turizm İşletmeciliği, s.127

Aktaş oteli Seyahat acentaları aracılığı ile satış faaliyetinde bulunmamakta, sadece doğrudan gelen müşterilere satış yapmaktadır. Ortalama satışı günlük 25 oda ve 60 yataktır.

Bu tesis bir yılda; 9000 oda satışı veya 21600 yatak satışı gerçekleştirmektedir. Bu durumda tesisin yıllık doluluk oranı şu şekilde olacaktır:

$$\text{Yıllık Ortalama Doluluk Oranı} = \frac{\text{Müşteri Sayısı} \times 100}{\text{Yatak Sayısı} \times \text{Gün}}$$

$$\text{Yıllık Ortalama Doluluk Oranı} = \frac{21600 \times 100}{120 \times 360} = \% 50$$

Burada seyahat acentaları aracılığı ile satış yapmayan ve tam yıl çalışan bir tesisin yıllık doluluk oranının % 50 'de kaldığını gördük. Aynı oranı mevsimlik çalışan fakat seyahat acentaları aracılığı ile satış yapan aynı şartlardaki bir diğer tesise uyguladığımızda; seyahat acentalarının kendisine ayrılan kontenjanı tam değerlendirmesi halinde, bu tesisin bir sezonda günlük 45 oda ve 110 yatak satışı gerçekleştirdiğini görüyoruz. Bu durumda bir sezonda (ortalama 150 gün) 6750 oda ve 16500 yatak satışı gerçekleşecektir. Buna göre,

$$\text{Sezonluk Doluluk Oranı} = \frac{16500 \times 100}{120 \times 150} = \% 91.6$$

Görüldüğü gibi anket çalışmamıza katılan iki tesisten şehir oteli olan Mersin Aktaş Oteli, doğrudan satışla bir yılda ortalama % 50 doluluk sağlarken; Alanya Modena Otel seyahat acentaları aracılığı ile satış yapmakta ve doluluk oranı hemen hemen % 100 'e varmaktadır.

Her iki tesisi gelir kriterine göre karşılaştıralım (ücretler sembolik olarak verilmiştir):

Aktaş otelinin yatak ücreti 1000 TL olsun, yıllık yatak satışının 21600 olduğunu belirtmiştik. Bu durumda:

$$\text{Gelir Doluluk Oranı} = \frac{\text{Gerçekleşen Gelir} \times 100}{\text{Toplam Sağlanabilir Gelir}}$$

$$\text{Gelir Doluluk Oranı} = \frac{21600000 \times 100}{43200000} = \% 51.06$$

Modena Otelin yatak ücreti 1000 TL ve yıllık (sezonluk) oda satışının 16500 olduğunu belirtmiştik. Bu durumda:

$$\text{Gelir Doluluk Oranı} = \frac{16500000 \times 100}{18000000} = \% 91.6$$

Görüldüğü gibi acentalarla çalışan tesis, hem oda doluluğunda, hem de gelir ölçüsünde yüksek bir oran sağlamış olmaktadır. Öte yandan doluluk oranı, yan hizmet canlılığıda sağlamaktadır [214].

4.2.4.3. Seyahat Acentalarının Bireysel Satışlara Göre Konaklama İşletmelerinin Verimliliğine Etkileri:

Seyahat acentaları, turizm arz ve talebi arasındaki ilişkiyi kuran işletmelerdir. Son elli yıl içinde turizm sektöründe görülen hızlı gelişmeler, seyahat acentalarını turizm olayının vazgeçilmez bir elemanı durumuna sokmuştur. Günümüz milletlerarası turizm hareketlerine katılan turistlerin % 50 'si, bilet almak ve konaklama rezervasyonu ve benzeri durumlar için bir seyahat acentasına müracat etmektedir. Öte yandan, milletlerarası turizm hacminin % 75 'i seyahat acentaları tarafından gerçekleştirilmektedir [215].

Yukarıda belirtilen oranlar gözönüne alındığında seyahat acentalarının turizm olayı içinde ne derece söz sahibi ve etkili olduğunu görürüz. Çünkü, seyahat acentaları potansiyel müşteriler olan turistlerle direkt irtibat kuran ilk işletmelerdir. Bunların buldukları konum, konaklama işletmeleri için çok büyük önem arz etmektedir [216].

Seyahat acentaları ister bireysel ister grup rezervasyonu yapsınlar, turistleri yönlendirici bir etkiye sahip olduklarından konaklama işletmelerinin satışlarında söz sahibidirlere [217].

Seyahat acentaları ile çalışan konaklama işletmelerinde doluluk oranı arttığından, tesiste kullanıma sunulmuş olan yan hizmetlerin satışları da artacaktır. Seyahat acentaları

[215] OLALI, Turizm Dersleri, s.197

[216] HACIOĞLU, Seyahat Acentalığı, s.28

[217] HACIOĞLU, Seyahat Acentalığı, s.57

aracılığı ile satış, doğrudan bireysel satışlara göre en az % 10 ve daha fazla oranlarda ucuz olabilmektedir. Fakat, doğrudan satışlarda günlük belli bir oranı sağlama garantisi yoktur. Öte yandan, seyahat acentaları tesisi belli bir süre belli bir oranda doldurma garantisi sağlamaktadır [218].

Bu durumda doğrudan satışlardan daha verimli olmaktadır. Çünkü, konaklayan müşteri sayısı arttıkça işletmede sunulan yan hizmetlerin satışı da o oranda artmaktadır. Bu husus anketimize katılan konaklama işletmelerince de aynı doğrultuda doğrulanmıştır.

[218] HACIOĞLU, Seyahat Acentalığı, s.72-73

V. BÖLÜM

SEYAHAT ACENTALARININ KONAKLAMA İŞLETMELERİ UZERİNDEKİ ETKİLERİNİ ÖLÇME ANKETİ VE ANKET SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

5.1. Anket Hakkında Genel Bilgiler

5.1.1. Anketin Amacı:

Günümüz turizm sektörünün iki temel elemanı olan seyahat acentaları ile konaklama işletmelerinin ilişkilerinde ortaya çıkan sorunlar ve birbirlerine olan etkileri, arzuları ve beklentilerini işletmelerin kendilerinden öğrenerek, ilişkilerin seyrine daha gerçekçi bir yaklaşımda bulunabilmek anket çalışmamızın temel hedefi olmuştur.

5.1.2. Anketin Konusu ve Kapsamı:

Anketimizde, seyahat acentaları konaklama işletmelerinin hizmet arzı ve verimliliğine etkilerinin ölçülmesi yanında; bu ilişkilerin hukuki yönü de incelenmiştir.

Anket çalışmamız, turizm sahasının iki ayrı sektörüne yönelik birer tesbit ve inceleme olarak gerçekleştirilmiştir. Birinci anket uygulaması seyahat acentalarına yönelik, ikincisi ise konaklama işletmelerine yönelik olarak hazırlanıp uygulanmıştır.

Örnekleme usulu ile seçilen 10 adet "A" grubu seyahat acentası, 10 adet "A Geçici" seyahat acentası, 5 adet "B" grubu seyahat acentası ve 5 adet "C" grubu seyahat acentasına anket formu gönderilmiştir. Bu seyahat acentalarından anketi-

mize; 5 adet "A" grubu, 3 adet "A Geçici", 5 adet "B" grubu ve 3 adet de "C" grubu acenta katılmıştır (Ek-3). Yine örnekleme usulu ile seçilen 7 adet beş yıldızlı, 6 adet dört yıldızlı, 6 adet üç yıldızlı, 6 adet iki yıldızlı ve 3 adet tek yıldızlı otel ve 2 adet de birinci sınıf tatil köyüne anket formları gönderilmiştir. Bu konaklama işletmelerimizden; 3 adet beş yıldızlı, 3 adet dört yıldızlı, 3 adet üç yıldızlı, 4 adet iki yıldızlı ve 2 adet tek yıldızlı otel ve 2 adet de birinci sınıf tatil köyü anketimize iştirak etmiştir (Ek-4).

5.2. Anket Bulgularının Değerlendirilmesi

5.2.1. Seyahat Acentalarına Yönelik Anket Sorularının Değerlendirilmesi:

1. Seyahat Acentaları Hakkında Genel Bilgiler:

Ankete katılan seyahat acentalarının % 31.25 'i "A" grubu, % 18.75 'i "A Geçici", % 31.25 'i "B" grubu ve % 18.75 'de "C" grubu seyahat acentasıdır. Ankete katılan seyahat acentalarının tamamı özel işletme niteliğinde olup % 75 'i Anonim Şirket, % 25 'de Limited Şirkettir.

Ankete katılan seyahat acentalarımıza yabancı tur düzenleyici acenta temsilcileri olup olmadığı sorulduğunda; katılan acentaların tamamının temsilciliği bulunduğunu gördük. Bu durum da bize ülkemizde tur düzenleyici acentaların yetersiz ve milletlerarası rekabet gücüne ulaşamadıklarını anlıyoruz. Çünkü, acentalarımızın tamamının yabancı acenta temsilciliklerinin bulunması, kendilerinin direkt olarak yurtdışından turist getiremedikleri yani yurtdışında büroları ve diğer

tanıtıcı faaliyetleri bulunmadığı anlamına gelmektedir.

ii. Seyahat Acentalarının Faaliyetlerine Dair Bilgiler:

Acentalarımıza, temsilcisi olduğumuz acentaya hangi hizmetleri veriyorsunuz diye sorulduğunda; acentalarımızın tamamının konaklama, karşılama ve transfer, rehberlik hizmetleri, gezi ve tur düzenleme konusunda hem fikir olmuşlardır. Bu hizmetlerin yanında, ankete katılan acentalarımızın % 25 'inin, kongre ve seminer hizmetleride verdikleri görülmüştür.

Ankete katılan acentalar hemen hemen her tür ve sınıftan konaklama işletmeleriyle çalıştıklarını belirtmelerine rağmen, konaklama işletmesi seçiminin en başında gelen kriter, acentalarımızın % 75 'inin katılımıyla, paket turda satılan özelliklerdeki tesislerin öncelik kazandığı, bunun yanı sıra, işletmenin bulunduğu yöreye göre (% 40), müşteri taleplerine göre (% 35) belirlendiği görülmüştür.

Acentalarımıza, çalışmakta olduğunuz konaklama işletmelerinde değişmesini istediğimiz nitelikler nelerdir, diye sorulunca:

- Personel niteliğinin yükseltilmesi (% 90),
- Müşteri eğilimlerine göre hizmet çeşitlendirilmesine gidilmesi (% 60),
- Türk mutfağına önem verilmesi (% 45), öncelik kazanan unsurlar olmuştur.

Acentalarımıza, konaklama işletmeleriyle ilişkilerinizde hangi kurallara uydukları sorulduğunda, çoğunlukla yabancı acenta adına sözleşme yaptıklarından dolayı:

- % 90 düzeyinde, milletlerarası sözleşme kurallarına,
- % 60 düzeyinde ise, hem milletlerarası hem de ülkemizdeki kanun ve yönetmeliklerin gözönüne alındığı, belirtilmiştir.

iii. İlişkilerde Ortaya Çıkan Güçlükler:

Acentalarımız, konaklama işletmeleriyle ilişkilerinde ortaya çıkan güçlükleri önem sırasına göre şu şekilde belirtmişlerdir:

- Acentalarımızın tamamına yakını, konaklama işletmelerinin çifte rezervasyon (overbooking) yaptıklarını,
- Konaklama işletmelerinin, seyahat acentaları müşterilerine gereken itinaı göstermedikleri, acentalarımızın %65'i tarafından belirtilmiştir,
- Ayrıca acentalarımız % 40'da, konaklama işletmelerinin korsan seyahat acentaları ile işbirliği yaptıklarını belirtmişlerdir.

Acentalarımıza, ilgili kamu kurum ve kuruluşlarından kaynaklanan güçlükler sorulduğunda:

- Acentalarımızın tamamına yakını, kanun ve yönetmeliklerin hızla değişen sektöre ayak uyduramaması ve Bakanlığın sektörle gerekli diyalogu korumaması, olmuştur.

Acentalarımıza bir özeleştiri şeklinde kendilerinden kaynaklanan sorunları sorduğumuzda:

- Acentalarımızın % 90 'ı mali yükümlülüklerini zamanında yerine getirmediklerini belirtmişlerdir.
- Ayrıca, konumları itibarı ile haksız rekabete yol açtıklarını yani yatak arzı fazlalığından yararlanarak konaklama işletmeleri arasında bir rekabet ortamı oluşturarak, düşük

fiyatla rezervasyon yapmaları ve anlaşılabilir doluluk oranlarını sağlamamaları. Bu durum genellikle şu şekilde olmaktadır; sezon öncesinde bir konaklama işletmesinde belirli bir oranda rezervasyon yaptıran acenta sezon başladığı zaman yatak arzından kaynaklanan bir fiyat indirimi, tesislerini satamayan işletmelerde ortaya çıkmaktadır. Bu durumda acenta önceki anlaştığı tesise bir kısım müşteriyi göndermeyerek, aynı nitelikte fakat fazla yatak arzından dolayı fiyat indirimine giden tesise götürmektedir.

Acentalarımıza, Türk turizminde öncü rolü oynayan bir statüde bulunmanız açısından konaklama işletmeleriyle seyahat acentaları ilişkileri sizce nasıl olmalıdır, diye sorduğumuzda:

- Seyahat acentalarımızın temel beklentisi; "Türkiye Konaklama İşletmeleri Birliği ve Kanunu" nun acilen hazırlanıp, acentaların ve Bakanlığın muhatap olabileceği ilişkilerin tek elden düzenleneceği ve tüm konaklama işletmelerini temsil yetkisine sahip bir kuruluşun derhal hayata geçirilmesi gerekliliği üzerinde durmuşlardır.

5.2.2. Konaklama İşletmelerine Yönelik Anket

Sorularının Değerlendirilmesi:

1. Konaklama İşletmeleri Hakkında Genel Bilgiler:

Ankete katılan konaklama işletmelerimizin % 87 'si otel, % 13 'ü ise birinci sınıf tatil köyüdür. Ankete katılan konaklama işletmelerimizin tamamı özel işletme niteliğinde Anonim Şirkettir.

Konaklama işletmelerimizin tamamına yakını (%90), yabancı temsilciliği bulunan bir seyahat acentası ile çalışmaktadır.

Konaklama işletmelerimizin % 75 'inde ücretli bir yönetici % 75 'inde ise hem ücretli bir yönetici hem de işletme sahibi bulunmaktadır.

ii. Konaklama işletmelerinin Faaliyetlerine Dair Bilgiler:

Konaklama işletmelerimize satışlarını hangi yollarla yaptıklarını sorduğumuzda:

- Acentalar aracılığı ile satışın % 75 oranında, doğrudan bireysel satışların ise % 25 oranında olduğu görülmüştür.

- Bireysel satışların şehir otellerinde, seyahat acentaları aracılığı ile satışlarında tatil yörelerindeki tesislerde yoğunlaştığı görülmüştür.

- Seyahat acentaları ile ağırlıklı çalışan işletmelerin doluluk oranları % 90 'lara çıkmakta iken, bireysel satışların yoğunlaştığı işletmelerde % 60 civarında kalmaktadır.

Konaklama işletmelerine, seyahat acentaları ile çalışmaya başladıktan sonra, faaliyetlerinde ne gibi değişiklikler olduğu sorulduğunda:

- Konaklama işletmelerimizin tamamı, seyahat acentalarının; doluluk oranlarına, istihdam edilen personel sayısına ve niteliğine, hizmet süresine ve işletme kârlılığına olumlu etkide bulunduğunu belirtmişlerdir.

Konaklama işletmelerimize, satış geliştirme çalışmalarını yapıp yapmadıklarını sorduğumuzda:

- Konaklama işletmelerimiz satış geliştirme çalışmalarını

nın sınırlı kaldığını; bu durumun genel ve/veya bölgesel birleşimlerle tesis tanıtımından çok, yöre tanıtımına ağırlık veren bir şekilde yürütülmesi gerekliliğini belirtmişlerdir. Çünkü, işletme bazında yapılan satış geliştirme çalışmaları, otel zincirleri dışında kalan işletmeler için hem maliyetli hem de sonuç getirmeyen bir çalışma olmaktadır. Özellikle, hedef müşteri kitlesinin ülke dışında olduğu düşünülürse, durumun zorluğu daha kolay anlaşılabilir. Bu noktada seyahat acentalarının önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Şöyle ki, seyahat acentaları büroları sayesinde müşteri potansiyeline kolayca ulaşmakta ve pazarladıkları tesisin ve yörenin tanıtımını çok daha az maliyetle ve azami fayda ile gerçekleştirmektedirler.

Konaklama işletmelerimize, sundukları hizmetlerin nicelik ve niteliğini neye göre belirlediklerini sorduğumuzda:

- Genel eğilimin; seyahat acentaları ile görüşerek müşteri eğilimlerini dikkate almak suretiyle mevcut hizmetlerin değiştirilmesi ve/veya devamı konusunda karar aldıkları olmuştur. Ayrıca geçmiş tecrübelerinde bu hususta etkili olduğunu belirtmişlerdir.

Konaklama işletmelerimize, iş yaptığınız acentaların sunulan hizmetlere, iyileştirme ve yenileme yönünde katkısı oldu mu? şeklindeki sorumuza:

- Konaklama işletmelerimizin bu konuda hedef müşterilerin eğilimlerinin dikkate alındığı ve etkili olduğunu belirtmişlerdir.

iii. İlişkilerde Ortaya Çıkan Güçlükler:

Konaklama işletmelerine, ilişkilerde seyahat acentalarından kaynaklanan sorunları sorduğumuzda:

- Konaklama işletmelerimizin tamamına yakını, seyahat acentalarının mali yükümlülüklerini zamanında yerine getirmedikleri konusunda birleşmişlerdir.

- Diğer bir hususda, anlaşılan doluluk oranlarını sağlamaları; rezervasyon yapmalarına rağmen müşterilerin tesise gelmemesi (No-Show) ve haksız rekabete yol açmaları, acentalardan kaynaklanan diğer sorunlar olarak ortaya çıkmıştır.

Konaklama işletmelerinden özeleştiri yapmalarını ve kendilerinden kaynaklanan sorunları belirtmelerini istediğimizde:

- Konaklama işletmelerimiz vaad ettikleri hizmetleri yerine getirmediklerini (% 80) ve çifte rezervasyon (overbooking) yaptıklarını belirtmişlerdir (% 50).

İlgili kamu kurum ve kuruluşlarından kaynaklanan sorunları ise şu şekilde dile getirmişlerdir:

- Bakanlıkla sektör arasında diyalog yetersizliği; kanun ve yönetmeliklerin günün gelişen şartlarına uyum sağlayamaması.

Konaklama işletmelerine Türk turizminin en önemli sorununun ne olduğu sorulduğunda:

- Türk seyahat acentalarının ve özellikle tur düzenleyici acentaların yeterince gelişme gösteremediği, hem kendilerinin hem de acentaların yabancı tur düzenleyici acentaların insafına kaldıkları,

- Türkiye Konaklama İşletmeleri Birlik ve Kanununun henüz

oluşturulmamış olduğunu ve sektördeki bir çok sorunun buna bağlı olarak ortaya çıkan çok başlılıktan ileri geldiği konusunda hem fikir olmuşlardır.

Görüldüğü gibi, hem seyahat acentalarımız hem de konaklama işletmelerimizin temel sorunu; yabancı tur düzenleyici Seyahat acentalarının Türk turizmi üzerindeki hakimiyetleridir. Ayrıca, Konaklama İşletmeleri Birlik ve Kanununun oluşmasından doğan çok seslilik ve yerli Seyahat acentalarının milletlerarası rekabet seviyesine ulaşamamış olmaları ve Bakanlığın sektörde gerekli koordinasyon görevini yapmaması; Türk turizminin en büyük sorunları olarak, sektör elemanları belirlenmiştir.

SONUÇ

insanlık tarihi kadar eski olan Turizm olayı; insanlığın merak duygusu ile başlamış, ticaret ve dini amaçlarla gelişerek, günümüz insanlığının vazgeçilmez bir tutkusu olmuştur.

Modern turizm olayının başlangıcı olan 1841 'den itibaren, turizm sektörünün iki temel elemanı olan seyahat acentaları ile konaklama işletmeleri arasında vazgeçilemez bir ilişki ve etkileşme başlamıştır.

1964 yılından sonra Dünya'mızda hakim olmaya başlayan barış ortamı, turizm olayına yeni bir boyut kazandırmıştır. Aynı zamanda, insanların refah düzeylerinde meydana gelen gelişmeler ve ücretli yıllık izinler, turizme katılmaları artıran önemli bir etken olmuştur. Ayrıca, bu dönemde havayolu taşımacılığında görülen hızlı gelişmeler, turizm olayında ortaya çıkan hizmet çeşitliliği ve özellikle dar gelirli insan-

ların seyahat olayına katılmasını kolaylaştıran kitle turizm hareketleri, turizm olayının gelişme seyrini etkileyen en önemli faktörler olmuştur.

Turizm olayında meydana gelen bu hızlı gelişme, sektör elemanları olan seyahat acentaları ve konaklama işletmeleri ilişkilerini de düzenleme gereğini doğurmuştur. 1960 'lı yıllarda Dünya Otelcilik Birliği ve Seyahat Acentaları Dünya Birlikleri Federasyonu arasında milletlerarası düzeyde bir sözleşme yapılarak, Acenta-işletme ilişkileri belirli kurallara bağlanmıştır. Aynı sözleşme doğrultusunda ülkemizde de Seyahat Acentaları Konaklama İşletmeleri ilişkileri 23.3.1983 tarihinde "Turizm İşletmelerinin Bakanlık, Birbirleri ve Müşterileriyle ilgili ilişkileri Hakkında Yöneltilmeler" hükümleri ile düzenleme altına alınıyordu.

Seyahat acentaları, ülkemizde 1972 tarihinde yayınlanan 1618 sayılı kanunda alınan kararlar çerçevesinde, türleri, sınıfları ve görevleri belirtilmiştir. 1618 sayılı kanundaki ve Ticaret Kanunundaki "acenta" kavramları arasında çeşitli çelişkiler bulunmakla birlikte, uygulamada pek sorun görülmemektedir. Ülkemizdeki acentalar arasında teknik anlamda bir fark olmasada faaliyet alanlarında, farklılıklar görülmektedir. Ülkemizde ki "A" ve "C" grubu acentalar "Tur Düzenleme" faaliyetlerinde görülmekte, "B" grubu acentalar ise Ticaret Kanunumuzdaki hükümlerde uygun olarak aracılık faaliyetlerini sürdürmektedir.

Günümüz turizm sektöründe; seyahat acentalarının, konaklama işletmelerinin; kuruluş safhasından, organizasyona, hizmet sunumu ve personel seçiminden verimliliğine kadar bir çok

konuda etkili olduğu tartışma götürmez bir gerçektir.

Bu noktada, sektörün iki temel elemanı olan, Seyahat acentaları ile konaklama işletmelerinin ilişkilerini karşılıklı ticari menfaatler çerçevesinde düzenlemeleri gereklidir. İlgili kamu kurum ve kuruluşları ile mesleki birliklerin, ilişkilerdeki koordinasyonu sağlamaları ve sorunları en aza indirilmesi çalışmalarını, Acenta-işletme diyalogları çerçevesinde görüşerek, ilişkileri en verimli seviyeye çıkarmak için gayreti sarfetmeleri gerekir.

Seyahat acentası - konaklama işletmesi - ilgili Bakanlık üçgeni içinde düzenlenecek ilişkiler en ileri ve en verimli seviyesine ulaşacaktır. Ülkemiz turizm sektöründe yeni olması ve Türk turizminin geleceği açısından turizm sektörünün elemanlarının mümkün olduğu kadar dayanışma ve koordinasyon içinde çalışmaları gerekmektedir. Ülkemiz tabiat şartları elverdiği için sezonluk turizm yerine tüm yılı kapsayacak bir turizm faaliyetine; Bakanlığın seyahat acentalarının desteklemeleri ve böylece milletlerarası rekabet gücüne ulaşacak seyahat acentalarımız, konaklama işletmelerimizin hizmet sürelerini dolayısıyla da turizm sezonunu uzatacaktır.

Turizm gelirleri günümüz ülke ekonomilerinin vazgeçemeyecekleri bir kaynaktır. Özellikle, ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkelerin "Dış Ödemeler Dengesinde" hayati bir öneme sahiptir. Ülkemiz bazında; 1992 yılı itibarıyla, 200 bin işletme belgeli yatak kapasitesi ve yaklaşık olarak da bir o kadar da yatırım belgeli yatak kapasitemiz mevcuttur. Ülkemiz bazında bu aşamada mevcut yatak kapasitesinin değerlendirilmesi ve bundan sonra konaklama işletme belgesinin sınırlı sayıda

ve ihtiyaç türüne göre verilmelidir. Çünkü, ülkemiz için mevcut yatak kapasitesinin iyi değerlendirilmesi ve pazarlanması gereği önem kazanmıştır. Öte yandan, son yıllarda ülke turizmi üzerinde görülen yabancı seyahat acentası hakimiyeti; ülke seyahat acentalarına yeterince gelişmemediğinin bir göstergesidir.

Bu noktada da, ilgili Bakanlık ve sektör elemanlarının temel dileği ve desteği ülke seyahat acentalarının, milletlerarası rekabet seviyesine ulaşmalarının sağlanmasına yönelik olmalıdır.

Sonuç olarak, gerek teorik ve gerekse uygulama bölümünde görüldüğü gibi:

- Yabancı seyahat acentalarının ülke turizmi üzerindeki hakimiyetleri kırılmalıdır,
- Seyahat acentalarımızın, milletlerarası rekabet seviyesine ulaşmaları için gerekli çabanın sarfedilmesi,
- Bakanlığın sektördeki etkinliği ve yol göstericiliği sağlanması,
- Yeni yatak arzı yerine mevcut yatak kapasitesinin daha uzun süreli kullanımı için çareler aranması,
- Acilen "Konaklama İşletmeleri ve Konaklama İşletmeleri Birliği" Kanununun hayata geçirilmesi; ülkemiz turizm sektörü ve turizm gelirlerine oldukça ihtiyacı olan ülke ekonomisi için, acilen halledilmesi gereken meseleler olarak karşımıza çıkmıştır.

Genç Türkiye Cumhuriyeti ve Genç Turizm Sektörü bu meseleleri acilen çözecek ve Dünya Turizmi içerisinde hak ettiği yeri alacağına şüphemiz yoktur.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

KİTAPLAR

- AKOĞLU Tunay : Turizm Olay ve Ekonomisine Toplu Bakış, Türkiye Turizm ve Otomobil Kurum Yay., İstanbul, 1979.
- AKTAŞ Ahmet : Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi, Antalya, 1989.
- AKTAŞ Sıtkı : Seyahat Acentalarında Personel Sorunları, BTİOYO, Balıkesir, 1987.
- American Hotel and Motel Assaciation : Hotel and Motel Management and Operation, 1979.
- ATASOY Ömer Adil : Türk Hukukunda Seyahat Acentalarının Hukuki Niteliği ve Seyahat Acentalığı Hizmetleri, Kayseri, 1988.
- BARUTÇUGİL İsmet Sabit : Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri, Beta Yay., İstanbul, 1986.
- BARUTÇUGİL İsmet Sabit : Turizm İşletmeciliği, Beta Yay., İstanbul, 1989.

- BURKART A.J., MEDLIK S. : Tourism; Past, Present and Future
New York, 1989.
- Başbakanlık Basın Yayın
Genel Müdürlüğü : Türkiye 1983 Devlet Yıllığı,
Ankara, 1983.
- CELAYİR M. Arif : Seyahat Acentalarının Turizm Sek-
törüne Katkısı ve Kredilendiril-
mesi, Turizm Bankası Yay., Ankara,
1983.
- ÇETİNER Ertuğrul : Konaklama Yöntemi Muhasebesi,
Ankara, 1989.
- DEMİR Nazif : Konaklama Tesisleri Muhasebesi,
Akdeniz Üniversitesi TIOYO Yay.2,
Antalya, 1990.
- Devlet Planlama Teşkilatı : 1980 Yılı Programı, Ankara, Mart
1980.
- ECE Enis Erdem : Turizmde Konaklama İşletmeciliği,
Antalya, t.y.
- ERALP Ziya : Genel Turizm, Kül. ve Tur. Bak.
Yay., Ankara, 1982.
- ERALP Ziya : Genel Turizm, Ankara Üniversitesi
Basın-Yayın Y.O. Yay., Ankara,
1989.
- EVLİYAOĞLU Sait : Genel Turizm Bilgileri, Ankara,
1989.

- EVLIYAOĞLU Sait : Türkiye Turizm Coğrafyası,
Ankara, 1988.
- GENÇYİĞİT Tâlha Arif : Seyahat Acentaları ile Otel
İşletmeleri Arasındaki İlişkiler,
BTİOYO, Balıkesir, 1986.
- GÖKSAN Ergun : Turizmoloji, Uğur Ofset, İzmir,
1978.
- GÜREL Mehmet, GÜREL Gülol : Resepsiyon Muhasebe, Emel
Matbaası, Ankara, 1991.
- GÜREL Mehmet, GÜREL Gülol : Servis Bar, Flas Matbaası,
İstanbul, 1986.
- GÜRDAL Mehmet : Turizm Ulaştırması, Adım Yay.,
II.B., Ankara, 1990.
- HACIOĞLU Necdet : Seyahat Acentalığı ve Tur
Operatörlüğü, Uludağ Üniversitesi
Basımevi, Bursa, 1989.
- HACIOĞLU Necdet : Turizm Pazarlaması, Uludağ
Üniversitesi Basımevi, Bursa,
1989.
- KAHRAMAN Nüzhet : Turizmde Yatırım Projeleri,
Çağlayan Kitabevi, İstanbul,
1986.
- KALKAN Orhan : Turizm Mevzuatımız, DSİ Basımevi,
Ankara, 1989.

Kültür ve Turizm Bakanlığı: Konaklama Endüstrisine Giriş,
Ankara, 1983.

Kültür ve Turizm Bakanlığı: Otel İşletmeciliği, Ankara, 1983.

Kültür ve Turizm Bakanlığı: Otel Yönetimi Seminerleri
(Konuşma Metinleri) Ankara, 1984.

Kültür ve Turizm Bakanlığı: Seyahat ve Turizm Pazarlama
Teknikleri, Ankara, 1987.

Kültür ve Turizm Bakanlığı: Turistik Düzenleme, Ankara, 1983.

Kültür ve Turizm Bakanlığı: Turistik İstasyonlarda Animasyon,
Ankara, 1983.

Kültür ve Turizm Bakanlığı: Turizm Pazarlaması, Ankara, 1983.

Kültür ve Turizm Bakanlığı: Tur Yönetim İlke ve Süreçleri,
Ankara, 1983

McINTOSH Robert,

GOELDNER Charles : Tourism; Principles, Practices,
Philosophies, New York, 1990.

McINTOSH Robert,

GUPTA Shashikant : Tourism; Principles, Practices,
Philosophies, New York, 1980.

MET Lütfi Ömer

: Ağırlama Hizmet İşletmelerinde
Yönetim ve Yöneticilik, İnci
Ofset, Balıkesir, 1989.

MUCUK İsmet

: Modern İşletmecilik, Der. Yay.,
İstanbul, 1987.

- OLALI Hasan, KORZAY Meral : Otel İşletmeciliği, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yay., 214, İstanbul, 1989.
- OLALI Hasan : Turizm Politikası ve Planlaması, İ.Ü. İşlet. Fak. Yay., 228, İstanbul, 1990.
- OLALI Hasan : Turizm Dersleri, İstiklal Matbaası, İzmir, 1984.
- OKUMUŞ Fevzi : Otel İşletmeleri Yönetiminde Motivasyon-Verimlilik İlişkisi ve Nevşehir Yöresinde Bir Anket Uygulaması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, 1992.
- ÖNER Asuman : Türk Turizminin Pazarlanmasında Devletin Önemi (Etkinliği), BTİOYO, Balıkesir, t.y.
- ÖZGUÇ Nazmiye : Turizm Coğrafyası, İ.Ü. Edebiyat Fak. Yay. 3203, İstanbul, 1984.
- ÖZŞAHİN Artun : Günümüz Seyahat Acenteliğinin Temel Sorunları ve Çözüm Yolları, BTİOYO, Balıkesir, 1986.
- ÖZTAŞ Kadir : Türkiye 'de Turizmin Tarihsel Gelişimi, E.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Seminer Çalışması, Kayseri, 1989.

- SARAÇ Salih : Konaklama Muhasebesi, Adım Yay.,
Ankara, 1989.
- SEZGİN Orhan Mesut,
ACAR Yıldırım : Turizm; Tanıtım-Pazarlama-
Ekonomi, Baştem Yay., Ankara,
1991.
- ŞAHİN Adem : İktisadi Kalkınmadaki Önemi
Bakımından Türkiye 'de Turizm
Sektöründeki Gelişmelerin
Değerlendirilmesi, TOBB Yay. No,
Genel: 149 Ar-Ge 61, Ankara,
1990.
- ŞALK Behiye : Seyahat Acentası ile Konaklama
İşletmeleri Arasındaki İlişkiler,
BTİOYO, Balıkesir, 1988.
- ŞENER Burhan : Modern Otel İşletmelerinde
Yönetim ve Organizasyon, Ankara,
1990.
- USAL Alparslan : Turizm Pazarlaması, Kan Yay.,
İzmir, 1984.
- TEKİN Abdullah,
KARAOSMANOĞULU Filiz : Turizm Hareketleri İçinde Seyahat
Acentaları, Adım Yay., Ankara,
1991.

- TOSKAY Tunca : Turizm; Turizm Olayına Genel Yaklaşım, Der. Yay., III. B., İstanbul, 1989.
- TUNCER Doğan : Turizmde Dağıtım Sistemi ve Türkiye için Bir Model Önerisi, H.Ü. İİBF Yay. 14, Ankara, 1986.
- Turizm Bakanlığı : Gelişen Turizm, Ankara, Ağustos 1990.
- Turizm Bakanlığı : Turizm Mevzuatı, Ankara, 1990.
- Türkiye Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü : T.C. Devlet Teşkilatı Rehberi, A.Ü. Basımevi, Ankara, 1968.
- TURA Dilek : Seyahat Acentalarında ve Tur Operatörlerinde Pazarlama Anlayışı, BTİOYO, Balıkesir, 1987.
- WITT F. Stephan, MOUTINHO Luis : Tourism, Marketing and Management Handbook, New York, 1980.
- YERLİ Ferahi : Paket Tur Yapımcılığı ve Seyahat Acentalarının Sorunları, BTİOYO, Balıkesir, 1985.
- YÜCESOY Cevat : Turizm Otel İşletmeleri ve Muhasebesi, Çağlayan Kitabevi, İstanbul, 1967.

MAKALELER

- AKTAŞ Mehmet Sait : "Turizm Sektöründe Yatak-Acenta Dengesinin Önemi", Turizm Dünyası, Yıl 3, Sa. 19, Nisan 1991.
- Ekonomi ve Turizm Dergisi : "Başarılı Seyahat Acentaları Ödüllendirildi", Yıl 4, Sa. 36-39, Ağustos 1989
- Dünya Gazetesi : "Turizm İşletmeleri Nitelikleri", 30 Aralık 1991
- HATİPOĞLU Saruhan : "Tesisler için İşletme Sözleşmeleri" , Turizm Dünyası, Yıl 3, Sa. 30/I, Mart 1992
- İSTANBULLU Füsun : "Seyahat Acentalarımız Yetersiz ve Dağınık", Ekonomi ve Turizm Dergisi, Yıl 3, Sa. 26, Haziran 1988.
- Meydan Louresse : "Türkiye' de Turizmin Gelişimi", c.9
- TEKİN Abdullah : "Seyahat Acentalarının Sorunları" Turizm Dünyası, Yıl 2, Sa.15, Aralık 1990.

TEKİN Abdullah

: "Kervansaraylar ve Turizm",
Yıl 3, Sa.20, Mayıs 1991.

İLGİLİ KANUN, TUZUK ve YÖNETMELİKLER

- : Seyahat Acentaları ve Seyahat
Acentaları Birliği Kanunu, Resmi
Gazete, 12.9.1972, No 1618.
- : Seyahat Acentaları Birliği
Yönetmeliği, Resmi Gazete,
15.6.1973, No 14565.
- : Seyahat Acentaları Yönetmeliği,
Resmi Gazete, 27.9.1975,
No 15369.
- : Turizmi Teşvik Kanunu,
Resmi Gazete, 12.3.1982, No 2634.
- : Turizm Yatırım ve İşletmeleri
Nitelikleri Yönetmeliği, Resmi
Gazete, 28.5.1983, No 18060
- : Turizm İşletmelerinin Bakanlık,
Birbirleriyle ve Müşterileri ile
İlişkileri Hakkında Yönetmelik,
Resmi Gazete, 23.3.1983,
No 17996.
- : Turizm, Resmi Gazete, 31.10.1989,
Mükerrer Sayı.

EK 1

T.C.

ERCIYES UNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Seyahat Acentalarının Konaklama İşletmelerinin

Hizmet Arzı ve Verimliliğini

Araştırma Anket Formu

Amaç:

Türkiye 'de Seyahat Acentaları - Konaklama işletmeleri ilişkilerine, yardım edecek ve hem işletmelerin hem de ülke ekonomisinin gelişmesine daha önemli ölçüde katkıda bulunacak bir ilişkiler sistemi oluşturulması çalışmasına, işletme yöneticilerinin katkılarının sağlanması.

Not:

Bu araştırmadan elde edilecek bilgiler araştırmamıza esas teşkil edecektir. Firma ve şahıs isimlerinden kesinlikle söz edilmeyecektir.

Anketör

Kadir ÖZTAŞ

ANKET FORMU

(Seyahat Acentaları için)

1. Seyahat Acentasının :

1.1. Ticaret Ünvanı :.....

1.2. İşletmeye Açıldığı Tarih :

1.3. Türü ve Sınıfı :

1.4. Anketi Dolduranın :

1.4.1. Ünvanı :

1.4.2. Adı ve Soyadı (Yazılmayabilir) :

.....

1.5. İşletme Şekli :

1.5.1. Anonim Şirket()

1.5.2. Limited Şirket()

1.5.3. Komandit Şirket()

1.5.4. Adi Şirket()

1.6. İşletme Faaliyetine Dair Bilgiler :

1.6.1. Yıllık Tahmini Döviz Getirisi

1.6.2. Yurtdışına Tur Düzenliyorsa

Döviz Olarak Miktarı.....

1.7. Yabancı Acenta Temsilciliği Var mı? :

1.7.1. Hayır (Lütfen Diğer Soruya Geçiniz).....()

1.7.2. Evet (Lütfen Çalışma Şeklinizi Belirtiniz).....()

1.7.2.1. Yüzde Usulü Komisyonla()

1.7.2.2. Ortak Olarak()

1.7.2.3. Temsilci Sıfatıyla Komisyon Alıyor.....()

1.7.2.4. Diğer (Lütfen Belirtiniz).....

.....

2. Yabancı Seyahat Acentası Temsilciliğiniz Varsa Bunlara Hangi Hizmetleri Sunuyorsunuz (Birden Çok Seçenek İşaretlenebilir)

- 2.1. Karşılama ve Transfer()
2.2. Konaklama()
2.3. Rehberlik Hizmetleri()
2.4. Gezi ve Tur Düzenleme()
2.5. Günlük Turlar Düzenleme()
2.6. Diğer (Lütfen Belirtiniz) :
.....

3. Çalıştığınız Konaklama İşletmesi/İşletmeleri:

- 3.1. Sadece Belirli Niteliklere Sahip Olan İşletmeler
(Spor, Dini, İş, Kongre v.s.)()
3.2. Her Sınıf ve Türden İşletmelerle()
3.3. Sahil Otelleri()
3.4. Diğer (Lütfen Belirtiniz).....
.....

4. Çalışacağınız Konaklama İşletmesini Hangi Kriterlere Göre Belirliyorsunuz (Birden Çok Seçenek İşaretlenebilir) :

- 4.1. Konaklama İşletmesinin Bulunduğu Yöreye Göre.....()
4.2. Konaklama İşletmesinin Türü ve Sınıfına Göre.....()
4.3. Hizmet Sürelerine Göre.....()
4.4. Akit Şartlarına Uymalarına Göre.....()
4.5. Diğer (Lütfen Belirtiniz).....
.....

5. Çalıştığınız Konaklama İşletmelerinde Değişmesini İsteddiğiniz Nitelikler :

- 5.1. Personel Niteliğinin Geliştirilmesi.....()
- 5.2. Ekstra Hizmetlerin Geliştirilmesi ve Yeni Ekstra Hizmetlerin Sunulması()
- 5.3. Müşterilere Hizmetin Azami Düzeye Ulaşması.....()
- 5.4. Diğer (Lütfen Belirtiniz).....
-

6. Konaklama İşletmeleri ile İlişkilerinizde Hangi Kurallara Uyuyorsunuz :

- 6.1. Uluslararası Seyahat Acenta ve Birlikleri Yönetmeliklerine()
- 6.2. Uluslararası Otel İşletmeleri Birlikleri Yönetmeliklerine()
- 6.3. İlgili Kanun ve Yönetmeliklere()
- 6.4. Mahalli Mesleki Birlik Yönetmeliklerine.....()
- 6.5. Diğer (Lütfen Belirtiniz)
.....

7. Konaklama İşletmeleri ile İlişkilerde (Satış ve Rezervasyonlarda) Ortaya Çıkan Güçlükler Nelerdir :

7.1. Konaklama İşletmelerinden Kaynaklananlar :

- 7.1.1. Çifte Rezervasyon (Overbooking) Yapmaları.....()
- 7.1.2. Hizmet Akitlerine Uymamaları()
- 7.1.3. Müşterilere Gerekli İtinayı Göstermemeleri.....()
- 7.1.4. Anlaşılabilir Fiyatlara Uymamaları.....()
- 7.1.5. Diğer (Lütfen Belirtiniz)
.....

7.2. İlgili Kamu Kurum ve Kuruluşlarından Kaynaklananlar :

- 7.2.1. Turizm Bakanlığının Zamanında Fiyatları Açıklamaması()
- 7.2.2. Fiyatların Dolar Olarak Belirlenmesi()
- 7.2.3. Diyalog Yetersizliği()
- 7.2.4. Kanun ve Yönetmeliklerin Yetersizliği.....()
- 7.2.5. Diğer (Lütfen Belirtiniz)
.....

7.3. Seyahat Acentalarından Kaynaklananlar :

- 7.3.1. Rezervasyonları Zamanında Teyid Etmemeleri.....()
- 7.3.2. Rezervasyonları Zamansız iptal Etmeleri.....()
- 7.3.3. Mali Yükümlülüklerini Zamanında Yerine Getirmemeleri.....()
- 7.3.4. Konumları itibariyle Haksız Rekabete Yol Açmaları.....()
- 7.3.5. Anlaşılan Doluluk Oranlarını Sağlamamaları.....()
- 7.3.6. Diğer (Lütfen Belirtiniz)
.....

8. Yukarıdaki Bilgilere Ek Olarak, Türk Turizmde Öncü Rolü Oynayan Bir Statüde Bulunmanız Açısından; Konaklama işletmeleriyle Seyahat Acentaları ilişkileri Sizce Hangi Kriterlerde Olmalıdır (Lütfen Düşüncelerinizi Belirtiniz).

.....
.....
.....
.....
.....

ANKET FORMU

(Konaklama işletmeleri için)

1. Konaklama işletmesinin:

- 1.1. Ticaret Ünvanı :.....
- 1.2. İşletmeye Açıldığı Tarih :
- 1.3. Türü ve Sınıfı :
- 1.4. Oda Sayısı :.....
- 1.5. Yatak Sayısı :.....
- 1.6. Anketi Dolduran Kişinin :
- 1.6.1. Ünvanı :
- 1.6.2. Adı ve Soyadı (Yazılmayabilir) :
-

2. Birlikte Çalışmakta Olduğu Seyahat Acentasının :

- 2.1. Ticaret Ünvanı
- 2.2. Türü.....
- 2.3. Yabancı Seyahat Acentaları ile ilişkisi :
- 2.3.1. Türkiye Temsilcisi.....()
- 2.3.2. ilişkisi Yok.....()
- 2.3.3. Yerli Tur Operatörü ile Çalışıyor.....()
- 2.3.4. Hem Yerli Hem de Yabancı Tur Operatörü ile.....()

3. Konaklama işletmesine Dair Bilgiler :

- 3.1. İşletmenin Sahiplik Açısından Durumu :
- 3.1.1. Özel işletme.....()

3.1.2. Ortaklı (Belirtiniz):

3.1.2.1. Anonim Şirket.....()

3.1.2.2. Kollektif Şirket()

3.1.2.3. Komandit Şirket()

3.1.2.4. Limited Şirket()

3.1.2.5. Adi Şirket()

3.1.3. Kamu İşletmesi.....()

3.2. İşletme Yöneticisinin Durumu :

3.2.1. İşletme Sahibi()

3.2.2. Ücretli Yönetici()

3.2.3. Her ikisi Birden Mevcut()

3.3. İşletmenin Türü :

3.3.1. Şehir Oteli()

3.3.2. Sahil Oteli()

3.3.3. Dağ - Kış Sporları Oteli()

3.3.4. Termal Oteller()

3.3.5. Komple Tatil Beldeleri()

4. İşletmenin Satış Yöntemlerine Dair Bilgiler :

4.1. İşletme Satışlarını Hangi Yollarla Yapmaktadır :

4.1.1. Bireysel Satışlar.....()

4.1.2. Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri
Aracılığı ile.....()

4.1.3. Her ikisi Birden (Cevabınız Buysa, % Oranları)....
.....

4.2. Seyahat Acentası ile Çalışıyorsanız

Acentanızın Niteliği :

4.2.1. Yerli Tur Operatörü()

4.2.2. Yerli Seyahat Acentası.....()

4.2.3. Yerli Temsilci ile Birlikte

Yabancı Tur Operatörü()

4.3. Seyahat Acentası ile Çalışmaya

Başladığınız Yıl (Lütfen Yazınız).....

4.4. Seyahat Acentaları ile Çalışmaya Başlamadan 2 Yıl

Önceki Doluluk Oranı (Lütfen Yazınız)

4.5. Seyahat Acentaları ile Çalışmaya Başladıktan Sonraki

Yılların Doluluk Oranı

4.6. Seyahat Acentaları ile Çalışmaya Başladıktan Sonra

İşletme Faaliyetlerinde Ne Gibi Değişiklikler Olmuştur

(Birden Fazla Seçenek İşaretlenebilir)

4.6.1. İşletme Daha Yüksek Oranda Dolulukla

Çalışmaya Başladı()

4.6.2. Yeni Ekstra Hizmetler Oluşturdu()

4.6.3. Ekstra Hizmetlerin Kârlılığını Arttırdı()

4.6.4. İstihdam Edilen Personel Sayısı Arttı.....()

4.6.5. Personelin Niteliğini Değiştirdi()

4.6.6. İşletmenin Hizmet Süresi Uzunlaştı()

4.6.7. İşletmenin Genel Kârlılığını Arttırdı()

4.6.8. Diğer Değişiklikler (Lütfen Belirtiniz).....

.....

.....

5. Pazarlama Faaliyetlerine Dair Bilgiler :

5.1. Satış Geliştirme Çalışmaları Yapıyormusunuz ?

5.1.1. Evet (Diğer Soruya Geçiniz).....()

5.1.2. Hayır (Sebepleri Sizce Nelerdir).....()

5.1.2.1. Müşteri Potansiyeli Yeterli.....()

5.1.2.2. İşletme Hacmi Yetersiz.....()

5.1.2.3. Satış Geliştirme Faaliyetleri Masraflı.....()

5.1.2.4. Bilgi ve Tecrübe Yetersiz.....()

5.1.2.5. Personelin Niteliği Yetersiz.....()

5.2. Satış Geliştirme Çalışmalarını Hangi Kriterlere Göre
Yapıyorsunuz:

5.2.1. Muhtemel Müşteri Sayısı.....()

5.2.2. Muhtemel Müsterrilerin Satınalma Gücüne.....()

5.2.3. Müşterilerin Coğrafi Dağılımına Göre.....()

5.2.4. Müşteri Arzu ve İsteklerine Göre.....()

5.2.5. Müşterilerin Satınalma Alışkanlıklarına.....()

5.2.6. Rakip İşletmelerin Stratejilerine Göre.....()

5.2.7. Diğer (Lütfen Belirtiniz).....

.....

5.3. İşletmenizin Sunduğu Hizmetlerin Niteliğini (Kalitesi
ve Türünü) Neye Göre Belirliyorsunuz :

5.3.1. Hedef Müşteri Kitlesine Göre.....()

5.3.2. Piyasa Araştırmalarından Hareketle.....()

5.3.3. Geçmişteki Tecrübelerine Dayanarak.....()

5.3.4. Rakip İşletmelere Göre.....()

5.3.5. Uzman Aracı Kuruluşlara Danışarak()

5.3.6. Seyahat Acentaları ile Görüşerek.....()

5.3.7. Diğer (Lütfen Belirtiniz).....

.....

5.4. Sunulan Hizmetleri iyileştirme ve Yenileme

Çalışmalarına, İş Yaptığınız Seyahat Acentasının
Katkısı Oldumu ?

5.4.1. Hayır (Diğer Soruya Geçiniz).....()

5.4.2. Evet (Nelerdir, Lütfen Belirtiniz).....

.....

6. Seyahat Acentaları ile İlişkilerde (Satış ve Rezervasyonlarda) Ortaya Çıkan Güçlükler Nelerdir :

6.1. Seyahat Acentalarından Kaynaklananlar :

- 6.1.1. Opsiyon Sürelerine Uymamaları.....()
- 6.1.2. Rezervasyonları Zamanında Konfirme Etmemeleri..()
- 6.1.3. Mali Yükümlülüklerini Zamanında Yerine Getirmemeleri.....()
- 6.1.4. Konumları İtibariyle Haksız Rekabete Yol Açmaları.....()
- 6.1.5. Anlaşılan Doluluk Oranlarını Sağlamamaları.....()
- 6.1.6. Diğer (Lütfen Belirtiniz)

6.2. Konaklama İşletmelerinden Kaynaklananlar :

- 6.2.1. Çifte Rezervasyon (Overbooking) Yapmaları.....()
- 6.2.2. Vaad Edilen Hizmetleri Vermemeleri.....()
- 6.2.3. Diğer (Lütfen Belirtiniz)

6.3. İlgili Kamu Kurum ve Kuruluşlarından Kaynaklananlar :

- 6.3.1. Turizm Bakanlığının Zamanında Fiyatları Açıklamaması
- 6.3.2. Fiyatların Dolar Olarak Belirlenmesi
- 6.3.3. Diyalog Yetersizliği
- 6.3.4. Kanun ve Yönetmeliklerin Yetersizliği.....
- 6.3.5. Diğer (Lütfen Belirtiniz)

7. Yukarıdaki Bilgilere Ek Olarak Belirtmek İstedığınız Dilek ve Temenniler.....

.....

.....

EK 3 : ANKETE KATILAN SEYAHAT ACENTALARI LISTESİ

1. Nartur/Bursa	"A" Grubu
2. Pandora/Bursa	"A" Grubu
3. Magic Valley/Ürgüp	"A" Grubu
4. Roman Tur/Alanya	"A" Grubu
5. Sun Tur/İstanbul	"A" Grubu
6. Peri Bacaları/Nevşehir	"A" Geçici
7. Set Tur/Avanos	"A" Geçici
8. Ten Tur/İstanbul	"A" Geçici
9. Haybil Tur/Göreme	"B" Grubu
10. Can Tur/Bursa	"B" Grubu
11. Gör Tur/Ürgüp	"B" Grubu
12. Anı Tur/Ankara	"B" Grubu
13. Catoni/Mersin	"B" Grubu
14. Şen Tur/Mersin	"C" Grubu
15. Tour Tur/Alanya	"C" Grubu
16. Mavi Tur/Antalya	"C" Grubu

EK 4 : ANKETE KATILAN KONAKLAMA İŞLETMELERİ LİSTESİ

1. Saray Regency Otel/Side	5 Yıldızlı
2. Hotel Letonia/Fethiye	5 Yıldızlı
3. Hilton/Mersin	5 Yıldızlı
4. Arina Otel/Manavgat	4 Yıldızlı
5. Panorama Otel/Alanya	4 Yıldızlı
6. Konak Otel/Alanya	4 Yıldızlı
7. Pehlivan Otel/Alanya	3 Yıldızlı
8. Taksim Otel/İstanbul	3 Yıldızlı
9. Aktaş Otel/Mersin	3 Yıldızlı
10. Modena Otel/Alanya	2 Yıldızlı
11. Konfor Otel/Kayseri	2 Yıldızlı
12. Çapari Otel/Kayseri	2 Yıldızlı
13. Hosta Otel/Mersin	2 Yıldızlı
14. Savran Otel/Mersin	Tek Yıldızlı
15. Evren Otel/Mersin	Tek Yıldızlı
16. Clup Seven Seas/Side	I.Sınıf Tatil Köyü
17. Clup Sera/Alanya	I.Sınıf Tatil Köyü

Y. G.
Yükseköğretim Kurulu
Dokümantasyon Merkezi