



**T.C.
NİĞDE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÖNETİM ORGANİZASYON BİLİM DALI**

**TURİZM İŞLETMELERİ ARASI İLİŞKİLERİN
ÖRGÜTSEL VE HUKUKİ OLARAK
DEĞERLENDİRİLMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

**Hazırlayan
Hayrullah ÇETİN**

2010 – NİĞDE

T.C.
NİĞDE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÖNETİM ORGANİZASYON BİLİM DALI

TURİZM İŞLETMELERİ ARASI İLİŞKİLERİN
ÖRGÜTSEL VE HUKUKİ OLARAK
DEĞERLENDİRİLMESİ

Yüksek Lisans Tezi

Hazırlayan
Hayrullah ÇETİN

Danışman
Yrd. Doç. Dr. Türkay ÖZDEMİR

2010 - NİĞDE

TEZ ONAY SAYFASI

Yrd. Doç. Dr. Türkay ÖZDEMİR danışmanlığında Hayrullah ÇETİN tarafından hazırlanan “Turizm İşletmeleri Arası İlişkilerin Örgütsel ve Hukuki Olarak Değerlendirilmesi ” adlı bu çalışma jürimiz tarafından Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Tarih

JÜRİ:

Danışman : Yrd.Doç.Dr. Türkay ÖZDEMİR

Üye : Doç. Dr. Murat TÜRK

Üye : Yrd. Doç. Dr. Ernur GENÇ

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulu'nun Tarih ve sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Tarih
Doç. Dr. Selen DOĞAN
Enstitü Müdürü

ÖZET

Dünya ekonomisine önemli oranda gelir getirerek olumlu katkıda bulunan turizm sektörünün, bu başarısındaki temel etken olan ve turizm sektörünün yapısını oluşturan işletmelerden Tur Operatörü, Seyahat Acentesi ve Otel İşletmeleri incelenmiştir. Bu araştırmada özellikle üç işletmenin turizm sürecini gerçekleştirirken birbirleri arasında ortaya çıkan örgütsel ve hukuksal ilişkiler araştırılmıştır. Araştırmada, konuyla ilgili kaynak taraması yapılarak çeşitli yazar, kitap, makale, kanun, yönetmelik, tüzük ve AB standartları da incelenerek araştırmaya eklenmiştir. Bu araştırma sonucunda bu üç işletme arasında önemli oranda örgütsel ilişkinin varlığı tespit edilmiş olup hem üç işletme hem müşteriler hem de hukuki açıdan önemli ilişkilere ulaşılmıştır.

Anahtar kelime: Turizm İşletmeleri, Turizm İşletmelerinin Yapısı, Turizm Hukuku, Seyahat Acentesi, Tur Operatörü, Oteller.

ABSTRACT

The main factor in the success of the tourism sector which contributes in a positive way the world's economy; the legal entities of Tour Operator, Travel Agency and Hotels have been examined. In this study, while practicing tourism operation organizational and legal relations between these trio managements have been especially examined. The literature was searched and different authors, books, articles, laws, regulations, statues and EU standards are examined and added.

Key Words: Tourism Administrations, the Structure of Tourism Managements, Tourism and Law, Hotel, Tour Operator, Travel Agency.

ÖNSÖZ

Araştırmanın amacı, turizm sektörünün vazgeçilmezi olan temel işletmelerden Tur Operatörü, Seyahat Acentesi ve Otel işletmelerinin birbirleri arasındaki faaliyet düzenleri incelenerek turistik ürün ve hizmetin üretimi, satışı ve satış sonrası aşamaları ve bu aşamalarda tur operatörü, seyahat acentesi, otel ve müşterilerin birbirlerine olan sorumlulukları, yükümlülükleri ve görevleri hem örgütsel hem de hukuki boyutları incelenmek istenmiştir.

Bu çalışmada yardımlarını esirgemeyen, görüş ve düşünceleriyle şahsıma güç veren kıymetli hocam Yrd. Doç.Dr. Türkay Özdemir'e

Kıymetli eşim ve oğluma,

Hayatımın her safhasında desteklerini esirgemeyen değerli aile fertlerime,

Ve tüm dostlarıma sonsuz şükranlarımı sunarım.

Hayrullah ÇETİN

İÇİNDEKİLER

ÖZET	İV
ABSTRACT.....	V
ÖNSÖZ.....	VI
İÇİNDEKİLER	VII
TABLOLAR LİSTESİ.....	X
ŞEKİLLER LİSTESİ	XI
KISALTMALAR LİSTESİ	XII
GİRİŞ	1
BÖLÜM I.....	5
TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ KURUMLAR VE İŞLETMELER.....	5
1. TURİZM SEKTÖRÜ.....	5
2. TURİZM SEKTÖRÜNÜN YAPISI VE ÖZELLİKLERİ	8
3. TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ KURUMLAR.....	9
3.1 Kültür Ve Turizm Bakanlığı.....	9
3.2 TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği).....	11
3.3 TURSAV (Turizm Seyahat Acentaları Vakfı).....	14
3.4 TÜROB (Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği)	15
3.5 WTO (World Tourism Organization)	16
3.6 IATA (International Air Transport Association)	19
3.7 UFTAA (United Federation Of Travel Agents' Associations)	20
3.8 ASTA (American Society Of Travel Agents).....	21
3.9 IHRA (International Hotel And Restaurant Association)	21
3.10 CLIA (Cruise Lines International Associations)	22
3.11 WATA (World Association Of Travel Agents).....	22
3.12 SKAL (International Association Of Travel and Tourism Professions)	23
3.13 DİĞER ÖRGÜTLER.....	23
4. İŞLETMELER.....	24
4.1 Seyahat Acentesi.....	24
4.1.1 Seyahat Acentesinin Tanımı	24
4.1.2 Seyahat Acentesinin Görevleri.....	27
4.1.3 Seyahat Acenteleri Sınıflandırılması.....	30
4.1.4 Dünya Ve Türkiye'deki Durumu	30
4.1.4.1 Türkiye'deki Seyahat Acenteciliği.....	30
4.1.4.2 Seyahat Acentelerinin Ülke Ekonomisindeki Rolü.....	32
4.2 Tur Operatörü	34
4.2.1 Tur Operatörü Tanımı	35
4.2.2 Fonksiyonları Ve Özellikleri.....	37
4.2.3 Tur Operatörlerinin Sınıflandırılması.....	39
4.2.4 Tur Operatörlüğündeki Gelişmeler	41
4.3 Oteller	42

4.3.1 Tanım.....	43
4.3.2 Otel İşletmelerinin Özellikleri.....	43
4.3.3 Yasal Sınıflandırma	45
4.3.4 Otellerdeki Gelişmeler	51
BÖLÜM II	52
TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ İŞLETMELER ARASI İLİŞKİLER.....	52
1. TURİZMDE DAĞITIM SİSTEMİ	52
1.1 Dağıtım Sistemi	52
1.2 Dağıtım Kanalları Ve Önemi.....	53
1.3 Dağıtım Kanallarındaki Aracılar Ve Dağıtım Sistemindeki Rollerini	58
1.3.1 Tur Operatörü	59
1.3.2 Seyahat Acentesi.....	61
1.3.3 Otel (Konaklama İşletmesi)	61
1.4 Seyahat Acentesi Gerekliliği	62
1.5 Tur Operatörü İhtiyacı	64
2. PAKET TUR	65
2.1 Paket Turların Tarihçesi	65
2.2 Paket Tur Tanımı	66
2.3 Paket Tur Özellikleri.....	67
2.4 Paket Turların Tercih Nedenleri	68
2.4.1 Tüketiciler Açısından.....	68
2.4.2 Tur Operatörleri Açısından	69
2.4.3 Diğer İlgili İşletmeler Açısından.....	70
2.5 Paket Tur Üretim Süreci	70
2.5.1 Üretim Aşamaları	73
2.5.2 Pazarlama Aşamaları	76
2.5.3 Tur Operasyonu (Yönetimi Ve Tüketimi).....	77
2.6 Tur Operatörleri Açısından Paket Tur Programlarının Tercih Nedenleri	78
2.7 Yerel İşletmeler Açısından Paket Turların Yararları	79
2.8 Tur Organizasyonundaki Taraflar.....	80
2.8.1 Müşteriler.....	80
2.8.2 Turizm İşletmeleri.....	81
3. HUKUKİ İLİŞKİLER.....	83
3.1 Tur Operatörü - Konaklama İşletmesi Arasındaki Sözleşme.....	83
3.2 Seyahat Acentesi - Tur Operatörü Arasındaki Sözleşme	84
3.3 Seyahat Acentesi - Konaklama İşletmesi Arasındaki Sözleşme	87
3.4 Seyahat Acentesi - Nihai Tüketici Arasındaki Sözleşme.....	88
3.5 Turizm İşletmeleri İle Anlaşma Şekli	89
BÖLÜM III.....	91
KURUM VE İŞLETMELERİN HUKUKİ SORUMLULUKLARI	91
1. SEYAHAT ACENTALARI VE SEYAHAT ACENTALARI BİRLİĞİ KANUNU	91
1.1 İdari Para Cezaları Ve Belge İptali	93
2. SEYAHAT ACENTALARI YÖNETMELİĞİ	94
2.1 İnceleme, Denetleme, Değerlendirme Ve Belgelendirme.....	95
2.2 Teminata İlişkin Hususlar.....	96
2.3 Teminatın İptallerdeki Durumu Ve İadesi	97
2.4 Seyahat Acentalarının Yükümlülükleri.....	98
3. TURİZM YATIRIM, İŞLETME VE KURULUŞLARININ DENETİMİ HAKKINDA YÖNETMELİK.....	99
3.1 Belgeli Turizm İşletmelerinin Denetiminde Yetkiler Ve Kapsamı.....	99
3.2 Yatırım Ve İşletme Denetimleri	100
3.3 Seyahat Acentaları Birliği'nin Denetimi	101
4. PAKET TUR SÖZLEŞMELERİ UYGULAMA USUL VE ESASLARI HAKKINDA YÖNETMELİK.....	102

4.1 Fiyat Değişiklikleri	103
4.2 Sözleşmenin Devri	104
4.3 Seyahat Acentasının Sözleşmeyi Feshetmesi	104
4.4 Sözleşmede Sorumluluk Ve Sorumsuzluk Kaydı	104
4.5 Tanıtım Broşürü	105
5. AVRUPA BİRLİĞİ PAKET SEYAHAT, PAKET TATİL VE PAKET TUR YÖNETMELİĞİ	106
6. ULUSLARARASI OTEL VE RESTORAN BİRLİĞİ VE SEYAHAT ACENTALARI BİRLİKLERİ EVRENSEL FEDERASYONU TÜZÜĞÜ (IHRA/UFTAA)	112
7. TURİZM İŞLETMELERİNİN BAKANLIKLA, BİRBİRLERİYLE VE MÜŞTERİLERİYLE İLİŞKİLERİ HAKKINDA YÖNETMELİK	117
7.1 Birinci Bölüm - Başlangıç Hükümleri	117
7.2 İkinci Bölüm - Seyahat Acentaları İle Otel İşletmeleri Arasındaki İlişkiler	118
7.3 Üçüncü Bölüm - Otel Sözleşmeleri İle İlgili Özel Kurallar	123
7.4 Dördüncü Bölüm - Otel Müşteri İlişkileri	127
7.5 Beşinci Bölüm - İşletmelerin Bakanlıkla İlişkileri	131
7.6 Altıncı Bölüm - Son Hükümler	132
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	133
KAYNAKÇA	137
EKLER	144
ÖZGEÇMİŞ	166

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Turizm Sektörünün Yapısı.....	57
Tablo 2: Turizm Sektöründe Dağıtım Sistemi ve Aracıların Sistemdeki Yeri	58
Tablo 3: Turizmde Sık Kullanılan Dağıtım Sistemi	60
Tablo 4: Paket Tur Hazırlama Süreci.....	72

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Turizm Endüstrisinin Genel Durumu9

KISALTMALAR LİSTESİ

- AITA: Association of Incentive Travel Operators (Teşvik Turları Operatörleri Birliği)
ABTA: Association of British Travel Agents (Britanya Seyahat Acenteleri Derneği)
AITO: Association of Independent Tour Operators (Bağımsız Tur Operatörleri Birliği)
ARTA: Association of Retail Travel Agents (Perakendeci Seyahat Acenteleri Birliği)
ASTA: Amerikan Society of Travel Agents (Amerikan Gemicilik ve seyahat acentesi)
BM: Birleşmiş Milletler
BYK: Bölge Yönetim Kurulu
CLIA: Cruise Lines International Associations (Uluslararası Kurvaziyer Birliği)
FSATA: Federation of Scandinavian Association of Travel Agents (İskandinav Seyahat Acenteleri Dernekleri Federasyonu)
F1: Formula Bir Yarışları
IACA: International Air Charter Association (Uluslararası Hava Charter Birliği)
IAPCO: International Association of Professional Congress Organizers (Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Derneği)
IATA: International Air Transport Association (Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği)
IATM: International Association of Tour Managers (Uluslararası Tur Yöneticileri Birliği)
IHRA: International Hotel and Restaurant Association (Uluslararası Otelciler ve Restorancılar Birliği)
ICCA: International Congress and Convention Association (Uluslararası Toplantı ve Kongre Birliği)
ICC: Uluslararası Ticaret Meclisi
IRU: Uluslararası Yol Birliği
ISTA: International Sightseeing Tour Association (Uluslararası Günlük Tur Birliği)
IUR: Uluslararası Demiryolları Birliği
IUOTO: International Union of Official Travel Organizations (Uluslararası Resmi Seyahat Örgütleri Birliği)
MPI: Meeting Planners International (Uluslararası Toplantı Planlamacıları Birliği)
RTKUB: Resmi Turizm Kuruluşları Uluslararası Birliği

SATO: South American Travel Organization (Güney Amerika Seyahat Örgütü)
SKAL: International Association of Travel and Tourism Professions (Uluslararası Seyahat ve Turizm İşletmeleri Birliği)
TOD: Turistik Otelciler Derneği
TURPRES: Turizm Yayıncılık Şirketi
TURSER: Servis Sigorta Acenteciliği
TÜROB: Turistik Otelciler İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği
TÜRSAB: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
UFTAA: United Federation of Travel Agents' Associations (Seyahat Acenteleri Birlikleri Birleşik Federasyonu)
WATA: World Association of Travel Agents (Dünya Seyahat Acenteleri Birliği)
WTO: World Tourism Organization (Dünya Turizm Örgütü)
WTOBC: World Tourism Organization Business Council (Dünya Turizm Örgütü İş Konseyi).

GİRİŞ

İnsanoğlu tarih boyunca çeşitli sebeplerle s¼rekli olarak hareket halinde olmuştur. Bu hareketlerine sebep olan etkenler ise; ekonomik, sosyal, dini gereksinimler ve eğence, dinlenme gibi boş zaman değerlendirme etkinlikleri ve benzeri sebeplere dayanmaktadır.

İlk çağlardan bu yana yapılan bu hareketlilik ve taşınmalar son y¼zyıla kadar pek dikkate alınmamıştır. Bunun sebebi hareketlilikte kullanılan y¼ntemlerin basitliği ve sosyal ilişkilerin g¼n¼m¼zdeki gibi karmaşık yapıda olmaması olarak g¼sterilebilir. İlk başta kullanılan taşınma vasıtaları ile g¼n¼m¼z vasıtalarının farklılıkları; bu vasıtaların artık özellikle bu işleri icra eden profesyonel kurum ve işletmeler vasıtasıyla yapılması gibi nedenlerle s¼z konusu aktivite içinde olanlar arası ilişkilerin d¼zenlenmesi kaçınılmaz olmuştur.

Diğer taraftan, İkinci D¼nya savaşından sonra gelişen ve değişen d¼nya d¼zeni ve ortaya çıkan yeni ¼lkeler, kendilerine yakın ve eşdeğerde g¼rd¼đ¼ ¼lkelerle yakın işbirliğine girerken bazıları ise kendilerine zıt g¼rd¼kleri ¼lkelerle aralarındaki sosyo-ekonomik ilişkileri zorlaştıracak şartlar sunmuşlardır. Bu d¼nem sonrası gelişen ekonomik durum, insanlardaki merak duygusunun da etkisiyle yeni yerler keşfetme, yeni ¼lkeler ziyaret etme ve farklı insanlarla tanışma gibi çeşitli amaçlarla insanlar turizm faaliyetlerine başlamışlardır. Zamanla d¼nya genelinde yoğunlaşan bu hareketlenmeler, öncelikle devletleri daha sonrası ise özel girişimcileri yeni ¼nlemler ve yeni hazırlıklarda bulunmaya zorlamış, bunun sonucu olarak da d¼nya genelinde yeni sekt¼rler ortaya çıkmıştır.

D¼nya'da bilinçli ve kademeli olarak gelişen turizm ve seyahat olgusu zamanla yeni kavramları içine alarak b¼y¼mektedir. Özellikle insanların artık hak s¼jesi kişi olarak kabul¼, sosyal ve ekonomik hakların devlete karşı tanınması ve korunması sonucu haftalık, yıllık ¼cretli izin hakları ve bunun gereği gibi kullanılması ihtiyacı da turizmin gelişmesinde etkili olmaktadır. İnanlara tatil ve boş zaman hakkının verilmesiyle turizm faaliyetlerinin daha d¼zenli ve organize yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Bunun

sonucu olarak da turizm ve seyahat ihtiyaçlarını karşılamak üzere çeşitli araçların kullanılması ve nihai hizmet sunanlara ulaşımın kolaylaştırılması kaçınılmaz olmaktadır. Bu araçlara yönelen talepler vasıtasıyla da sektör oldukça büyümekte, ihtiyaçlara göre değişen ve gelişen yeni ve çeşitli işletme türleri ortaya çıkmaktadır.

Daha önceki dönemlerde tek aracı olarak seyahat acentesi mevcut iken; talebin çokluğu ile birlikte az sayıda olan acenteler, taleplere cevap veremez hale gelmiştir. Bu noktadan sonra tur operatörü olarak adlandırılan yani paket tur organize eden, düzenleyen ve toptan olarak bunları üreten işletmeler ortaya çıkmıştır. Sektörün ilk olarak büyüyen ve gelişen acenteleri tur operatörü haline gelerek kar paylarını arttırmışlardır. Yerlerine ise çok sayıda ve geniş bir alanda faaliyet gösteren acenteler yani araçlar kurularak müşterilerin turistik ürün ve hizmet ihtiyaçları giderilmeye çalışılmıştır. Tur operatörü ve acente için durum bu şekilde iken otel işletmelerinde de sınıflandırma ile birlikte otel sayılarında ve kalitesindeki artış da doğal olarak sektörün büyümesine ve gelişmesine katkıda bulunmuştur. İşte bu noktada müşteriler açısından bakıldığında sahip oldukları hak ve sorumluluklar belirsiz hale geldiği düşünülmektedir.

Bu çalışmada; turizm sektöründe yer alan temel işletmelerden olan seyahat acentesi, tur operatörü ve Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca denetlenen yıldızlı otel işletmeleri, bu işletmeler arası örgütsel ve hukuksal ilişkiler değerlendirilmeye çalışılacaktır. Tezin başlığı düşünüldüğünde söz konusu üç grup işletme dışında lokantalar, moteller, tatil köyleri, devre mülk işletmeleri gibi turizm sektöründe çeşitli adlarla anılan birçok işletme türü daha olduğu göz ardı edilemez. Ancak bir yüksek lisans tezi içeriği bakımından konuyu bu işletmelerle sınırlamayı uygun bulmaktayız. Zira bu üç grup işletmenin örgütsel ve hukuki ilişkileri, sektördeki faaliyet kapsamı bakımından en detaylı düzenlemeye muhtaç olanlar olup; turizm aktivitesi içinde faaliyetin oldukça büyük bir kısmı bu üç işletme tarafından yürütülmektedir.

Bu çalışmada, bu konu sınırlaması gözetilerek ve başlığı ile uyumlu olması noktasında üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, turizm sektöründeki kurumlar, dernekler, örgütler, birlikler ve tez konusu olan üç temel işletme; tur operatörü, seyahat acentesi ve otel işletmelerinin tanımı, görevleri, sınıflandırmaları ve tarihsel gelişimleri verilmiştir. Görüldüğü üzere sadece işletmeler değil, söz konusu işletmelerin faaliyetlerini

denetleyen, izleyen ve gerekli izin ve onay gibi yetkilendirmelerde bulunan kamusal
hizmet yürüten kurum ve

kuruluşlar ile mesleki örgütler de çalışmamızda ele alınmış ve sektör içindeki konum ve fonksiyonları ortaya konulmuştur.

İkinci bölümde de; turizmde dağıtım sistemi, dağıtım kanalları, dağıtım kanallarındaki araçlar ve rolleri, paket tur tanımı ve tarihçesi, paket tur üretim süreci, pazarlama ve operasyon süreci, tur organizasyonundaki taraflar, üç işletmenin birbirleriyle hem örgütsel hem de hukuki ilişkileri üzerinde durulmaya çalışılmıştır. Bu çerçevede müşteri ile hizmet sunan işletmeler arası ilişki ağı ortaya konulmuş, işletmelerin bu ağ içindeki fonksiyonları tespit edilmiştir. Yine sözleşmesel ilişkiler de tanımlanma yoluna gidilmiştir.

Üçüncü bölümde ise; işletmeler arası yetki ve sorumlulukların ne şekilde yasal düzenlemelere konu edildiği tespit edilmiştir. Özellikle, Turizm Bakanlığı'nın turizm işletmeleriyle olan ilişkileri, turizm işletmelerinin bakanlıkla, birbirleriyle ve müşterileriyle ilişkileri hakkında yönetmelik, seyahat acentaları kanunu, seyahat acentaları yönetmeliği, paket tur yönetmeliği, turizm işletmelerinin denetimi, uluslararası yönetmelikler ve Avrupa Birliği paket tur yönetmelikleri verilmiştir.

BÖLÜM I

TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ KURUMLAR VE İŞLETMELER

1. TURİZM SEKTÖRÜ

Dünya Turizm Örgütüne göre turizmin tanımı şu şekilde yapılmaktadır; turizm, sürekli kalıya dönüşmemek ve gelir getirici hiçbir uğraşta bulunmamak şartı ile bireylerin geçici bir süre konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümüne denir¹. İngilizce “tour”² ve Latince “tornus”³ kelimelerinden türeyen turizmin bu faaliyetlerine katılan kişilere de turist denir.

Barutçugil 'in yaptığı ve yaygın olarak kullanılan tanıma göre; kazanç sağlama amacına yönelik olmamak ve sürekli yerleşmemek koşuluyla, yabancıların bir yere seyahatleri ve orada konaklamaları sonucunda ortaya çıkan olayların ve ilişkilerin tümüne turizm denir. Yapılan tanımlara daha da kısaltacak olursak turizm, sürekli yaşanan yer dışında tüketici olarak yapılan seyahat ve geçici konaklama olayına turizm denir. Bu sektörün

¹ <http://www.unwto.org/06.07.2009>

² <http://dictionary.cambridge.org/results.asp?searchword=tour&x=30&y=8> / 20.11.2009

³ <http://www.tekirdag.gov.tr/dosyalar/tur.pdf> / 20.11.2009

hareketlilik getirdiği yörelerde yerli ve yabancı turist ile yöre halkının çeşitli ihtiyaçlarını karşılayan bir sektör oluşmaktadır⁴.

Diğer bir tanıma göre turizm tanımı ise, insanların sürekli yaşadıkları yerlerden değişik nedenlerden dolayı seyahat etmeleri ve gittikleri yörelerde geçici bir süre konaklama ve buna eklenen diğer faaliyetlere turizm denir.

Turizmle ilgili faaliyetleri yürüten üretici ve aracı rolündeki işletmelere de turizm işletmeleri denir. Bu işletmelerin tamamının bulunduğu endüstriye de turizm endüstrisi denir.

Öner'e göre ise turizm endüstrisi, turistik hizmet ve ürünleri talep eden turistlerin tüm ihtiyaçlarını karşılayan kişiler, firmalar ve kuruluşların faaliyetlerinin oluşturduğu endüstri çeşididir. Bu faaliyetler bir ürün arzı geliştirerek değişik ürün grupları oluşur ve ürün gruplarına da turizm sektörü denir⁵.

Olalı'nın yaptığı tanıma göre; turizm endüstrisi, kar amacı gütmeyen turizm organizasyonları, pazarlama hizmetleri, konaklama, ulaştırma hizmetleri, yiyecek ve içecek faaliyetleri, perakende satış mağazaları ve diğer çeşit etkinlikler gibi birbirinden farklı hizmet ve faaliyetleri ile bir arada toplanan, koruyucu, uyarıcı ve sürükleyici özelliği olan endüstriye denilmektedir⁶.

Toskay'a göre turizm; insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalardan doğan olaylar ve ilişkiler bütününe denilmektedir⁷.

Turizm faaliyetleri 21.yüzyıl da ortaya çıkmış bir sektör değildir. Bu sektör ve bu hareketin başlangıcı antik çağlara kadar dayanmaktadır. Bu sektörün ilk çıkış noktası seyahatlerle başlamış olup binlerce yıl öncesine dayanır.

⁴ İsmet Barutçugil, **Turizm İşletmeciliği**, İstanbul, Beta Yayıncılık, 1989.

⁵ Çiğdem Öner, **Seyahat Ticareti**, İstanbul, Literatür Yayınları, 1997: 13.

⁶ Hasan Olalı, Meral Korzay, **Otel İşletmeciliği**, İstanbul, Beta Yayınları, 1993: 5.

⁷ Tuncay Toskay, **Turizm Olayına Genel Yaklaşım**, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları, 1978: 33.

Löschburg' göre; turizm ve seyahatin tarihi, avcı ve göçebe toplulukların seferlerinden, antik Roma'daki turistik organizasyonlara, orta çağdaki hac yolculukları ve hacı kabilelerinden, gezgin skolâstik öğrencileri, hokkabazlar ve zanaatçılara, Aydınlanma ve Rönesans dönemindeki eğitim gezilerine kadar uzanmaktadır. Karl Baedeker ve Thomas Cook 21.yüzyıl teknolojisini hayal edemeseler de, coşkulu ve heyecanlı birer seyahat girişimcisi olarak turizmin temelini attılar⁸. Zamanla doğru orantılı olarak ilerleyen ve gelişen bu sektörün en önemli devrelerinde biri endüstri devriminin gerçekleştiği dönemdir. Endüstri devrimiyle farklılaşan toplum yapısı, aynı zamanda toplumun talep ve isteklerini de farklılaştırmıştır. İlk zamanlar sadece ulaşım faaliyetleri turizm hareketi olarak görülürken zamanla ticari ve mesleki taleplerde turizm faaliyeti olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Daha sonraları ise eğlence, dinlenme, spor, sağlık gibi çeşitli taleplerle bu sektörde gelişmiştir.

Prabhu'ya göre bir ülkede turizmin gelişme göstermesi, o ülkenin ekonomisinin ve sosyal statüsünün gelişmesinde en önemli araçtır. Bu yüzden turizmin gelişmesi için, üreticilerin devlet yetkilileri, yerel karşılayıcılarla birlikte çevresel programlar ve olma ihtimaline göre felaketler için plan yapıp birbirleriyle diyalog içerisinde olmalıdırlar⁹.

Cavlek'e göre; huzur, güven ve güvenlik, normal bir turizm merkezinin, yöresinin oluşumunda ve gelişiminde öncelikli koşullardır. Bu koşullarsız bir turizm merkezi için kampanyada düzenlense, en iyi ve kaliteli şartlar da sunulsa, yeni çekicilikler de inşa edilse diğer ülkelerle rekabet edilemez. Turizmin barışa katkısı kendisinden elde edilen yarar kadardır¹⁰.

Bütün bu tanımlardan yola çıkarak, uluslararası havayolu ve seyahat taleplerinin çoğu ve bunun yanındaki konaklamaların bütünü, gelişmiş ülkelerde *seyahat acentesi*¹¹ ve tur operatörü aracılığı ile gerçekleşmektedir. Bu araçlar, görülmeyen turistik merkezlerle

⁸ Winfried Löschburg, **Seyahatin Kültür Tarihi**, Çev. Jasmin Traub, Ankara, Dost Kitabevi, 1998: 8.

⁹ Sridhar Prabhu, **Worldwide Hospitality and Tourism Trends**, Las Vegas, Research Manager (N. America), USA, 1996.

¹⁰ Nevenka Cavlek, "Tour Operators and Destination Safety", **Annals of Tourism Research**, Vol. 29, Issue 2, April 2002: 479.

¹¹ Türk Dil Kurumu'nun Güncel Türkçe Sözlüğü'nde ve 2004 yılında yayınlanan İktisat Terimleri Sözlüğü'ne göre; "acenta" kelimesinin yerine daha çok "acente" kelimesini kullanıldığı için tez içerisinde Türk Dil Kurumu sözlüklerine uymanın daha doğru olacağı düşünülerek "acente" kelimesi kullanılmıştır..

ilgili bilgi toplama, bireysel olarak yapılan seyahat kontratlarının görüşmelerinde yüksek maliyetlerden kaçınarak; eksik bilgileri düzeltip ve sektörün iş maliyetlerini azaltarak bu sektördeki verimliliği arttırlar¹².

Müşteriler (turistler) ise yukarıda bahsedilen ihtiyaçlarını karşılamak için kendilerine uygun olan Turizm Dağıtım sistemini seçerler. Turizm Dağıtım Sistemi, basit bir sınıflandırmayla dolaylı dağıtım sistemi ve doğrudan dağıtım sistemi diye iki çeşittir:

1. Doğrudan dağıtım, müşterinin bizzat kendi başvurusu ile gerçekleşen bir dağıtım sistemidir. Yani müşteri yapacağı turizm faaliyeti ile ilgili olarak bütün detayları kendisi halletmeye çalışır.
2. Dolaylı dağıtım sisteminde ise müşteri yapacağı turizm faaliyetine uygun olan aracı işletmelerden birisini seçerek hem zamandan hem de maliyetten tasarruf eder. Burada bahsi geçen dağıtım kanallarındaki işletmeler, aracılar rolündeki konaklama işletmeleri, tur operatörleri ve seyahat acenteleridir.

2. TURİZM SEKTÖRÜNÜN YAPISI VE ÖZELLİKLERİ

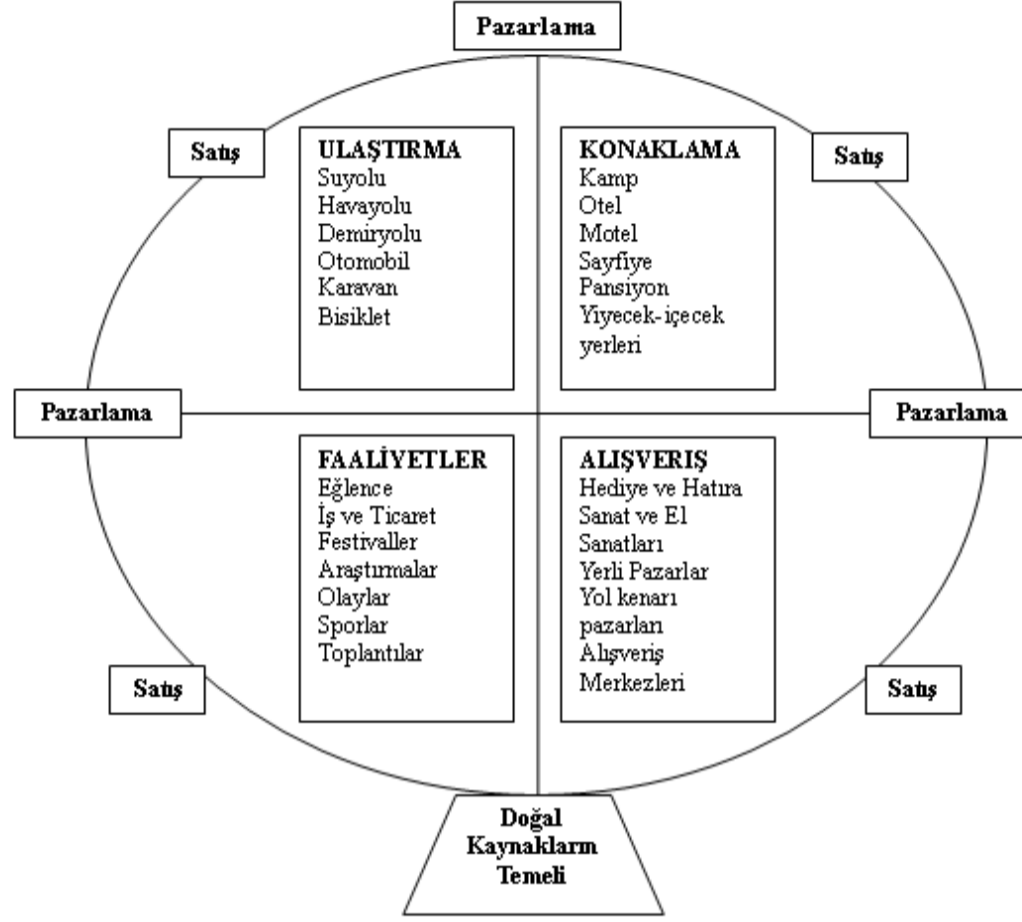
Halis' e göre turizm sektörünün özelliklerinden bazıları şu şekildedir¹³:

1. Turizm endüstrisi, işlevi bakımından diğer endüstri alanlarını harekete geçiren ve onlarla birlikte kendi işletme gelirlerini arttıran bir sektördür.
2. Turizm hareketinin olduğu ülkelerin ekonomisine katkıda bulunur.
3. Ülkeye döviz girdisi sağlar, bu yüzden turizm sektörüne bacasız sanayi denilmektedir.
4. İstihdam oranı ile ülkenin işsizlik oranını düşürür.
5. Farklı toplumların ve farklı kültürlerin kaynaşmasına katkıda bulunur.

¹² Ronald Coase, "The Problem Of Social Cost", **Journal of Law and Economics**, Vol.3, 1960: 1-44.

¹³Muhlis Halis, **Turizm İşletmeleri**, İstanbul, Değişim Yayınları, Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 2. Baskı, 2009:40.

Şekil 1: Turizm Endüstrisinin Genel Durumu



Kaynak: Goeldner, Charles, Bent Ritchie, Robert McIntosh, 2000, *Tourism: Principles Practices, Philosophies*, John Wiley and Sons, Inc. USA.

3. TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ KURUMLAR

3.1 Kültür Ve Turizm Bakanlığı

Bir ülkenin, milletin ve ülke zenginliklerinin yabancı ülkelerde tanıtımını yapacak resmi bir organizasyonun olması gereklidir. Ülkemizde bu organizasyonu sağlayan resmi kuruluş ise Kültür ve Turizm Bakanlığı'dır. Bu bakanlığa bağlı olarak çalışan İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri, sınır kapılarının girişlerinde Turizm büroları ve çeşitli

müdürlükler vardır. Bakanlık, uluslararası bakanlıklar seviyesinde temsil edilen bir birlik olan Dünya Turizm Örgütü'ne de üyedir¹⁴.

Ülkemiz turizm sektörünün en yetkili kurumu olan Kültür ve Turizm Bakanlığı 1963 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı adı altında kurulmuştur. Daha sonraki yıllarda Turizm Bakanlığı olarak ismi değiştirilen bakanlığın son olarak da iki bakanlığın birleştirilmesiyle en son adı Kültür ve Turizm Bakanlığı olarak kalmıştır. Bakanlık'ın amaç ve görevleri ise 2003 yılında değiştirilen 25093 sayılı kanunla belirlenmiştir.

25093 sayılı kanunun yapılma amacı kanunda şu şekilde belirlenmiştir; kültürel değerleri yaşatmak, geliştirmek, yaymak, tanıtmak, değerlendirmek ve benimsetmek, tarihî ve kültürel varlıkların tahribini ve yok edilmesini önlemek, yurdun turizme elverişli bütün imkânlarını ülke ekonomisine olumlu katkı sağlayacak şekilde değerlendirmek, turizmin geliştirilmesi, pazarlanması, teşvik ve desteklenmesi için gerekli önlemleri almak, kültür ve turizm konularıyla ilgili kamu kurum ve kuruluşlarını yönlendirmek ve bu kuruluşlarla işbirliğinde bulunmak, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör ile iletişimi geliştirmek ve işbirliği yapmak üzere Kültür ve Turizm Bakanlığının kurulmasına, teşkilât ve görevlerine ilişkin esasları düzenlemektir.

25093 Sayılı kanuna göre Kültür ve Turizm Bakanlığının görevleri şunlardır:

- a) Millî, manevî, tarihî, kültürel ve turistik değerleri araştırmak, geliştirmek, korumak, yaşatmak, değerlendirmek, yaymak, tanıtmak, benimsetmek ve bu suretle millî bütünlüğünü güçlenmesine ve ekonomik gelişmeye katkıda bulunmak,
- b) Kültür ve turizm konuları ile ilgili kamu kurum ve kuruluşlarını yönlendirmek, bu kuruluşlarla işbirliğinde bulunmak, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör ile iletişimi geliştirmek ve işbirliği yapmak,
- c) Tarihî ve kültürel varlıkları korumak,
- d) Turizmi, millî ekonominin verimli bir sektörü haline getirmek için yurdun turizme elverişli bütün imkânlarını değerlendirmek, geliştirmek ve pazarlamak,

¹⁴ Öner, a.g.e.;77.

e) Kùltür ve turizm alanlarında her türlü yatırım, iletişim ve gelişim potansiyelini yönlendirmek,

f)Kùltür ve turizm yatırımları ile ilgili taşınmazları temin etmek, gerektiğinde kamulaştırmak, bunların etüt, proje ve inşaatını yapmak, yaptırmak,

g) Türkiye'nin turistik varlıklarını her alanda tanıtıcı faaliyetler ile her türlü imkân ve araçlardan faydalanarak kùltür ve turizmle ilgili tanıtma hizmetlerini yürütmek,

h) Kanunlarla verilen diğer görevleri yapmak¹⁵.

3.2 TÛRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği)

TÛRSAB'ın geğmişi 1955 yılında kurulan Türk Seyahat Acentaları Cemiyeti'ne dayanmaktadır. 1972 yılında çıkarılan 1618 sayılı kanun ile kurulan TÛRSAB'a, tüm seyahat acenteleri üye olmak zorundadırlar. Merkezi İstanbul'da olan TÛRSAB'ın amaçları 1618 sayılı kanunun 32. maddesine göre, "seyahat acentacılığı mesleğinin yurt ekonomisi ve turizme uygun surette gelişmesini sağlayıcı tedbirleri almak ve mesleki ahlak ve tesanütü korumak" şeklinde açıklanmıştır. Yine aynı kanunun 34. maddesine göre birliğin temel organları;

- genel kurul,
- yönetim kurulu,
- denetleme kurulu,
- disiplin kuruludur.

Genel kurul her acenteden bir temsilci ile oluşur. Temsilci acente sahibi veya sorumlu müdürü olabilir. Seçimlerde oy çoğunluğu esası geçerlidir. İki yılda bir Kasım ayında toplanır. Ayrıca gerekli hallerde yönetim kurulu ve bakanlık genel kurulun toplanmasını isteyebilir.

¹⁵ RESMİ GAZETE, (29.04.2003 tarihli), "25093 sayılı Kùltür ve Turizm Bakanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun".

Genel Kurul toplantısının yapılabilmesi için üyelerin çoğunluğunun toplantıya katılmaları şarttır. Bu sağlanamaz ise toplantı bir hafta sonraya ertelenir ve bu kez çoğunluk aranmaksızın yapılır.

Toplantı gündem doğrultusunda gerçekleştirilir. Üyelerin 1/20 sinin teklif edeceği konuların da gündeme alınması zorunludur.

Yönetim kurulu genel kurulda seçilen 9 asil ve 9 yedek üyeden oluşur. Bunların en az dördü A Grubu acente temsilcisi olmak zorundadır. Yönetim kurulu başkanı genel kurulda yapılan oylama ile seçilir. Kurul ayda en az iki kez ve gerekli durumlarda başkanın çağrısı ile toplanır.

Denetim kurulu genel kurulda seçilecek 3 asil 3 yedek üyeden oluşur. Görevi Birliğin faaliyetlerini denetlemek üzerine kuruludur. Disiplin kurulu yine genel kurulda seçilen 3 üyeden oluşur ve faaliyetleri Birlik üyelerinin mesleğe ve yasalara aykırı davranışlarını incelemek ve yaptırım uygulamak üzerine kurulmuştur.

Birliğin gelirleri kanununun 35.maddesinde göre şu şekilde sağlanmaktadır.

1. Üyelerin Birliğe kayıt ücreti ve yıllık aidatları,
2. Seyahat acentesi personeli yetiştirmek üzere düzenlenen kurslardan elde edilen gelirler,
3. Bağış ve yardımlardan,
4. Birlikçe onaylanacak belgeler ve verilecek hizmetlerin gelirleri,
5. Yayınlardan, sosyal, kültürel ve eğitim faaliyetlerinden elde edilecek gelirler,
6. Fuar, sergi ve benzeri organizasyonlardan elde edilecek gelirler,
7. Diğer gelirler. Yıllık aidat üye kayıt ücretinin %5'idir.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin, 1618 sayılı Kanun'un 33. Maddesi gereğince görevleri şunlardır:

1. Pazar araştırmaları ve seyahat acentaları konusunda incelemeler yapmak,
2. Haksız rekabetin önlenmesi konusunda önlemler almak,
3. Seyahat acentası personeli yetiştirmek için kurs ve seminerler düzenlemek,
4. Bakanlıkça istendiğinde görüş bildirmek,
5. Uluslararası kuruluşlarda seyahat acentalarını temsil etmek,
6. Seyahat acentacılığı mesleğinin vakar ve haysiyetine uymayan davranışlarından dolayı üyelerine ceza vermek¹⁶.

TÜRSAB merkezden yönetimin yanı sıra yerinden yönetim ilkesini benimsediği için Türkiye genelinde faaliyet gösteren acenteler kendi bölgelerinde kendi yöneticilerini seçerler. Görev süreleri iki yıl olan Bölgesel Yürütme Kurulları(BYK), TÜRSAB 'ın yerel meclisleridir. Bütün BYK'ların katıldığı yılda iki kez düzenlenen Genişletilmiş Bölgesel Yürütme Kurulları yapılır. Bu kurul TÜRSAB Meclisi olarak adlandırılır.

TÜRSAB'ın 21'i bulan ve Bölgesel Yürütme Kurulu (BYK) olarak adlandırılan şubelerinin listesi aşağıda verilmiştir.

1. TÜRSAB Merkez
2. TÜRSAB Boğaziçi BYK
3. TÜRSAB İstanbul-Asya BYK
4. TÜRSAB İstanbul - Avrupa BYK
5. TÜRSAB Adana BYK
6. TÜRSAB Antalya BYK
7. TÜRSAB Alanya BYK
8. TÜRSAB Ankara BYK
9. TÜRSAB Eskişehir BYK

¹⁶http://www.tursab.org.tr/content/turkishIhaberler/bsk/O7hab/070c_Yasa.pdf. s.15. / 06.07.2009

10. TÜRSAB Bodrum BYK
11. TÜRSAB GÜNEY MARMARA (Bursa) BYK
12. TÜRSAB Fethiye BYK
13. TÜRSAB İzmir BYK
14. TÜRSAB Karadeniz BYK
15. TÜRSAB Konya BYK
16. TÜRSAB Kuşadası BYK
17. TÜRSAB Marmaris BYK
18. TÜRSAB İç Ege BYK
19. TÜRSAB GAP BYK
20. TÜRSAB Van BYK
21. TÜRSAB Kapadokya BYK

BYK'lar yönetim kurulunca gerekli görülen bölgelerde' asil ve 9 yedek üyeden oluşur. Muhasebe ve personel açısından genel merkeze bağlı, yetkileri temel olarak genel merkezin verdiği görevleri yerine getirmek ve TÜRSAB'ı sorumluluk alanı içerisinde temsil etmek ile sınırlıdır. Özel faaliyetlerde bulunmak için genel merkezden izin almaları gerekir¹⁷.

Gücünü kuruluş yasası, sahip olduğu mali olanaklar ve üyelerinin dinamik yapısı, meslekleri gereği gelişmiş organizasyon yeteneği, konulara farklı açılardan bakabilme kabiliyetlerinden alan Birlik, günümüze değin birçok çalışmada bulunmuş, gerekli hallerde örgüt yapısına yeni unsurlar katmayı becerebilmiştir¹⁸. TÜRSAB, bu çerçevede kanunla kurulmuş bir meslek birliği olma özelliği göstermekte; faaliyeti kamusal faaliyet teşkil etmektedir.

3.3 TURSAB (Turizm Seyahat Acentaları Vakfı)

Vakfın amacı "dayanışma, eğitim, araştırma çalışmaları, teknik destek temini ve benzeri teşebbüslerle Türkiye'deki seyahat acentelerinin gelişmesine, büyümesine ve uluslararası rekabet gücü kazanmasına yardımcı olmak suretiyle ülke turizmine katkıda

¹⁷ <http://www.tursab.org.tr/content/turkish/kurumsal/BYK.asp> / 06.07.2009

¹⁸ <http://www.tursab.org.tr/content/turkish/kurumsal/komite/komite.asp> / 06.07.2009

bulunmak TÜRSAB'ın çalışma ve teşebbüslerine destek temin etmektir." TURSER (Servis Sigorta Acenteliği) ve TURPRES (Turizm Yayıncılık Şirketi) adında iki şirketi aracılığı ile seyahat sigortası ve tanıtım malzemeleri üretimi ile gelir yaratmaya çalışmaktadır. TÜRSAB Güvence Paketi, Vize Sigortası, Kaza Sigortası ve Seyahat Sigortası başta olmak üzere birçok sigorta türü sunmakta ve aracılık etmektedir. Ayrıca F1 yarışları, olimpiyatlar gibi çeşitli uluslararası etkinliklerin bilet satışına aracılık yaparak da gelir elde edilmektedir¹⁹.

3.4 TÜROB (Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği)

TUROB, 1971 yılında Marmara Bölgesi Turistik Otelciler Derneği (T.O.D) adıyla ve 13 kişi ile kurulmuştur. 1983 yılına kadar faaliyet gösteren bu dernek Dernekler Kanunu'nun değişmesi üzerine Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TÜROB) olarak çalışmalarına devam etmektedir.

Derneğin kuruluş amacı; turizmle ilgili konular, sorunlar ve çözümler üzerinde bilimsel ve pratik çalışmalar yapmak, bu yönlü çalışmalara katkıda bulunmak, turizmin ve turistik tesislerin turizmin gereklerine uygun gelişmesini sağlamak, bu doğrultuda üyeleri arasında ve turizmle doğrudan ve dolaylı ilgisi bulunan daire, kurum, kuruluş ve kişilerle irtibatı ve koordinasyonu sağlamak ve üyelerini sektör içinde ve dışında temsil etmektir.

İstanbul'da turizme hizmet veren 5 ve 4 yıldızlı otellerin çoğu bu Birliğe üyedirler. Dernek, üyeleri ile yakın bir ilişkide bulunmakta ve kamu tarafından konaklama sektörünü ilgilendiren mevzuat konusunda genelgeler yayınlayarak üyelerini bilgilendirmektedir. Ayrıca Birlik, üyeler arasında sosyal dayanışmayı sağlamak ve turizm mevzuatı konusunda bilgilendirmek amacıyla aylık yemekli toplantılar düzenlemekte ve geçen dönem içinde Birliğin faaliyetleri ve iştirak ettiği toplantılar konusunda bir haber bülteni yayınlamaktadır. Bunun yanında Birlik, Türkiye Turistik Otelciler Birliği kanun taslağının hazırlanmasında öncülük yapmış olup bu konuda çalışmalarına devam etmektedir.

¹⁹ <http://www.tursav.org.tr> / 06.07.2009

Birlik, üyelerine tanıtma kartı hazırlayarak Ülke ve Uluslararası turizm faaliyetlerinde geçerlilik sağlayan bir hüviyet kartını ilk defa hazırlamıştır ve bu kartlar her iki yılda bir yenilenmektedir.

Turistik tesislerin Birliğe üye olduklarını belli eden özel bir plaket hazırlanmış ve üyelerine giriş kapılarına asılmak üzere dağıtılmıştır.

Birlik, ülkemizde ilk defa konaklama sektöründe en fazla döviz getiren turistik işletmelere özel bir törenle konaklama sektöründe ilk Altın Anahtar Plaketini 1993 yılında vermiştir²⁰.

3.5 WTO (World Tourism Organization)

BM Bakanlar Konseyi kararına göre kuruluşu; Dünya Turizm Örgütü, Resmi Turizm Kuruluşları Uluslararası Birliği(RTKUB)'nin geçirdiği değişiklik sonucu, Hükümetler arası nitelikte bir uluslararası örgüt olarak kurulmuştur.

Merkezi Madrid'te bulunan WTO, Birleşmiş Milletler tarafından turizmin tanıtımı ve geliştirilmesi için görevlendirilmiş, hükümetler arası ve uluslararası alanda öncü bir kuruluştur. Turizm mevzuatına pratik bir kaynak ve turizm politikasını ilgilendiren konulara küresel bir forum olarak hizmet verir. Hükümetler bazında 150 ülkenin tam üyeliği, 7 ülkenin sınırlı üyeliği ve 2 ülkenin gözlemci üyeliği bulunmaktadır. Yerel yönetimlerin, turizm derneklerinin, havayollarının, otel zincirlerinin, tur operatörlerinin de dâhil olduğu özel sektörü temsil eden 350'den fazla bağlı üyesi mevcuttur²¹.

Dünya Turizm Örgütü, 1973 tarihli BM Bakanlar Konseyi kararına göre kuruluş ve amaçları şu şekilde belirlenmiştir; örgüt'ün ana amacı, iktisadi gelişmeye, uluslararası anlayışa, barış, refah, insan temel hak ve hürriyetlerine ırk, cinsiyet, dil ve din ayırımı yapılmaksızın evrensel saygı duyulmasına ve gözetilmesine katkıda bulunmak amacıyla, turizmin teşvik ve geliştirilmesini sağlamaktır. Örgüt, bu amaca ulaşmak için

²⁰ <http://www.turob.org/AboutUs.aspx> / 06.07.2009

²¹ http://www.unwto.org/about_wto7index.php / 06.07.2009

gerekli bütün tedbirleri alacaktır. Örgüt, bu amaca ulaşmada, kalkınma yolundaki ülkelerin turizm alanındaki çıkarlarına özel bir dikkat gösterecektir.

Turizm alanında oynamakla görevlendirildiği ana rolün gereğini yerine getirmek amacıyla Örgüt; Birleşmiş Milletlerin yetkili organlarıyla ve ihtisas kuruluşlarıyla etkili bir işbirliği kuracak ve sürdürecektir. Örgüt, bu amaçla, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ile Programın yürütülmesiyle yükümlü iştirakçi ve uygulayıcı bir kuruluş olarak, işbirliği ilişkileri kurmaya ve anılan Program faaliyetlerine katkıda bulunmaya gayret gösterecektir²².

WTO turizm aracılığıyla iktisadi gelişmeyi ve iş alanı yaratılmasını kültürel mirasın ve çevrenin korunmasını teşvik eder, uluslararası anlayış ve barışa katkıda bulunur. Çalışma programları sürekli revize edilmekle beraber güncel programlar aşağıda verilmiştir.

1. Destinasyon yönetiminde koordinasyon,
2. Turizm hizmetinde rekabetçilik ve ticaret,
3. Kalkınma için işbirliği,
4. Eğitim ve bilgi yönetimi,
5. E-turizm,
6. İletişim ve dokümantasyon,
7. Pazar eğilimleri,
8. Risk değerlendirme ve kriz yönetimi,
9. İstatistik ve ekonomik ölçümler,
10. Sürdürülebilir gelişme²³.

WTO'nun Temel Organları:

Genel Kurul: Örgütün en yüksek organıdır. Her iki yılda bir defa çalışma programı ve bütçeyi onaylamak ve turizm sektörü için hayati önem taşıyan konuları müzakere etmek üzere toplanır. Genel Kurul her dört yılda bir Genel Sekreteri seçer. Asil ve ortak

²² RESMİ GAZETE, (08.10.1973 tarihli)“14679 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı”.

²³ <http://www.unwto.org/aboutwto/how/en/how.php/06.07.2009>

üyeleri temsil eden oy kullanma hakkına sahip delegelerden oluşur. Bağlı üyeler ve diğer uluslararası örgütlerin temsilcileri gözlemci olarak katılırlar.

İcra Konseyi: WTO'nun İcra Kurulu olup örgütün faaliyetlerinden ve bütçenin amaca uygun şekilde kullanılmasından sorumludur. Her yıl iki defa toplanır ve her beş asil üye için bir üye olmak üzere Genel Kurul tarafından seçilen 26 üyeden oluşur. Ortak ve Bağlı Üyeler İcra Konseyi Toplantılarına gözlemci olarak katılırlar.

Bölgesel Komisyonlar: WTO 6 Bölgesel Komisyondan oluşur: Afrika, Amerika Kıtası, Doğu Asya ve Pasifik, Avrupa, Ortadoğu ve Güney Asya. Komisyon en az yılda bir defa toplanır. Her bölge kendi asil ve ortak üyelerinden oluşur. Bağlı üyeler kendi bölgelerine gözlemci olarak katılırlar.

Komiteler: WTO üyelerinden oluşturulan uzman komite üyeleri yönetime ve program içeriğine danışmanlık yaparlar. Bunlar; Program Komitesi, Bütçe ve Finans Komitesi, İstatistik İdare Komitesi, Çevre Komitesi, Kalite Destekleme Komitesi ve Eğitim Network Merkezleridir.

Sekretarya: Genel Sekreterlik 110 kişilik sürekli personeliyle merkez olarak Madrid'de faaliyette bulunmaktadır. Bağlı üyeler WTO'nun Madrid'deki merkezinde bulunan ve İspanya Hükümeti tarafından finanse edilen İcra Sekretaryası tarafından desteklenir. Bağlı üyelerin Danışma Konseyi, Sekretarya'ya programa ilişkin tavsiyeler sunmak üzere yılda bir defa toplanır²⁴.

WTO Üyeliği:

1. Asil üyelik bütün bağımsız devletlere açıktır.
2. Sınırlı üyelik dış ilişkilerinden sorumlu üye kurumu bulunmayan bütün ülke veya ülke topluluklarına açıktır. Sınırlı üyelik, ilgili devletin onayını gerektirir.
3. Bağlı üyelik, doğrudan seyahat ve turizm sektöründe veya ilgili sektörlerde faaliyet gösteren şirketler ve geniş örgütler zincirini kapsar. Bunlar; havayolları, diğer ulaşım şirketleri, otel ve restoranlar, tur operatörleri, perakende seyahat acentaları, bankalar,

²⁴ <http://www.unwto.org/aboutwto/how/en/how.php> / 06.07.2009

yayın grupları; danışmanlık, eğitim ve araştırma enstitüleri, yerel ve bölgesel turizm kuruluşları ve seyahat endüstrisi dernekleridir. Bağlı üyelik, adayın bulunduğu merkezin onayını gerektirir. WTO, hükümet yetkilileri ve sektörün öncüleri arasında müzakere noktasını oluşturan ve işletmeciler sektörüne üyelik olanağı sunan tek hükümetler arası örgüttür. WTO'nun geniş tabanlı Bağlı üyeliği örgütün tüm aktivitelerinde yer alır. Ayrıca Bağlı üyeliğin kendi yıllık toplantıları da vardır ve özellikle çalışma konularında bölgesel seminerler düzenler²⁵.

3.6 IATA (International Air Transport Association)

IATA, Nisan 1945'te Havana, Küba'da kurulmuştur. Uluslararası tarifeli hava taşımacılığı endüstrisi 1945'te olduğundan 100 kat daha fazla genişlemiştir. Kurulduğunda ağırlıklı olarak Avrupa ve Kuzey Amerika'dan 31 ülkeden 57 üyesi olan birliğin günümüzde 140 ülkeden 270'in üstünde üyesi bulunmaktadır. Uçak bileti satışı konusunda çalışan acenteler bu birliğe üye olmak ve koşullarını yerine getirmek zorundadır. Bu üye işletmeler, uluslararası tarifeli uçuşların % 94'ünü gerçekleştirmektedir.

IATA uluslararası hava taşımacılığı sektörünün küresel ticaret organizatörüdür. Müşterileri için seyahat ve taşımacılık işlemlerini basitleştirir. Havayolu maliyetlerinin kontrolüne yardımcı olarak daha ucuz biletler ve taşımacılık maliyetleri sağlarlar. IATA yarattığı koordinasyon ortamı sayesinde bireysel yolcular bir telefon görüşmesi ile rezervasyon yapabilir, tek bir kurdan ödeme yapabilir ve aldıkları bileti birçok ülkedeki birçok havayolunda kullanabilirler.

Birliğin misyonu havayolu şirketlerini temsil etmek, yönlendirmek ve hizmet etmektir. Temsil görevi, havayolu taşımacılığının önündeki engellerin kaldırılması ve hafifletilmesi yönünde etkinlikte bulunma anlamına gelmektedir. Hükümetlerin çeşitli kısıtlayıcı kararlarının sektörün gelişmesini zorlaştırmasını önlemek, hükümete hava taşımacılığının gelişmesinin küresel ekonomiye katkıları konusunda bilgilendirmek temel işlevlerindedir. Hava sahası kullanım ücretleri ve yasaklarının en alt düzeyde

²⁵ <http://www.unwto.org/states/index.php> / 06.07.2009

tutulması için çaba gösterir. İşlemleri basitleştirilerek havayollarını kendi sorunlarını çözebilecek yapıya ulaşımlarına yardımcı olmak, müşteriler için maliyetleri azaltıp ve kolaylıkları arttırmak IATA'nın yönlendirici fonksiyonlarını oluşturur.

Yayımları, eğitim hizmetleri ve danışmanlık hizmetleri yolcuların ve eşyaların tek bir havayolunda ve tek bir ülke içinde yolculuk yapıyor muşçasına rahat gerçekleştirilmesi yönünde işlerliği geliştirmeye yöneliktir. Üyeleri havayolu şirketleri ve havaalanları, seyahat acenteleri ve turizm sektörünün aracı kuruluşları, nakliye şirketleri, sektöre yan hizmetler sunan diğer şirketler olmak üzere dört gruba ayrılmaktadır.

IATA sunduğu çeşitli ürün ve hizmetler ile üyelerine finansman, güvenlik, operasyon, stratejik yönetim ve teknik destek konularında sürekli katkı sağlamaktadır. Hava taşımacılığı konusunda çeşitli yayımlarla da sektöre destek vermektedir.

Uçak Finansmanı, biletleme teknolojisinde son gelişmeler, vize işlemleri gibi birçok konuda yayın yapmaktadır²⁶.

3.7 UFTAA (United Federation Of Travel Agents' Associations)

1966 yılında İtalya'nın Roma şehrinde kurulan Seyahat Acentaları Birlikleri Birleşik Federasyonu'nun amacı, seyahat acentelerinin ve tur operatörlerinin ihtiyaçlarını uluslararası bir federasyonda toplamak ve gidermektir. Bu hedef doğrultusunda ortaya konan çabalar aşağıdaki konuları ele almaktadır.

- Seyahat acenteleri birliklerinin birleştirmek ve güç birliği yaparak üyelerinin çıkarları konusunda girişimlerde bulunmaya cesaretlendirmek,
- Seyahat acentelerinin sorunlarının çeşitli kurumlar bazında anlatmak ve savunmak,
- Tüketicilerin seyahatlerini kolaylaştıracak çabaları desteklemek,

²⁶ <http://www.iata.org/aboutandmission/06.07.2009>

- Üye birlikleri destekleyen bir araştırma ve bilgi merkezi olarak çalışmak ve yeni teknolojiler konusunda bilgiler sunmak,
- Dostane çözümlerin geliştirilemediği ticari çatışma konularında gönüllü olarak hakemlik yaparak adil çözüme ulaşılmasına katkıda bulunmak,
- Bilgi paylaşımı görüş alış verişinde bulunmak üzere çeşitli konularda uluslararası toplantılar düzenlemek.

UFTAA seyahat acentelerinin ve tur operatörlerinin iç ve dış turizm açısından diğer uluslararası organizasyonlarla ilişkilerinde yardımcı olmaktadır. Bu organizasyonlardan bazıları IATA, IHRA(Uluslararası Otelciler ve Restorancılar Birliği), IUR (Uluslararası Demiryolları Birliği), IRU (Uluslararası Yol Birliği) ve ICC (Uluslararası Ticaret Meclisi)'dir. UFTAA ayrıca hem WTO hem de WTOBC (WTO Business Council) üyesidir. UFTAA üyeliği asil ve sınırlı olmak üzere iki kategoriye ayrılmıştır. Sınırlı üyeliğin farkı yönetimde görev alamamak ve kurullarda oy kullanmamaktır²⁷.

3.8 ASTA (American Society Of Travel Agents)

Birlik 1931 yılında Amerika'da Gemicilik ve Turist Acentesi olarak kurulmuştur. Günümüzde 129 ülkede yaklaşık 19.000 üyesi bulunmaktadır. Merkez Alexandria, Virginia'dadır. Kuruluş amacı seyahat acenteleri ve seyahat edenlerin çıkarlarını korumak, düzenlemeler yapmak ve çıkan sorunları çözüme kavuşturmaktır. Üyelerine, pazarlama servisi, ASTA katalogu ve indirimli yararlanılabilecek rezervasyon servisi gibi hizmetleri de vermektedir.

3.9 IHRA (International Hotel And Restaurant Association)

IHRA; 1949 yılında Paris'te kurulmuştur. Üyeleri ise, ulusal ve uluslar arası otel ve restoran birlikleridir. BM tarafından da kabul edilen IHRA'nın 300 bin otel, 8 milyon

²⁷ Osman Eralp Çolakoğlu, Ülker Çolakoğlu, **Seyahat Acentaları Yönetimi**, Ankara, Detay yayıncılık, 1.baskı, 2007: 121.

restoran, 60 milyon çalışanı ile uluslararası ekonomiye yıllık 950 milyar dolar katkıda bulunmaktadır. Otelcilik mesleğinin sorunlarını araştırıp çözüme kavuşturmak, otelcilik ile ilgili kuralları belirlemek (otel-müşteri ilişkileri vb.) ulusal otelcilik birlikleri arasında birlik ve beraberliği sağlamak, oteller ile seyahat acenteleri arasındaki ilişkileri UFTAA vb. kuruluşlarla görüşmek ve karara bağlamak gibi işlevleri bulunmaktadır. Türkiye’de birçok otel IHRA’ya üyedir²⁸.

3.10 CLIA (Cruise Lines International Associations)

Kurvaziyer (büyük gezinti teknesi ile seyahat) endüstrisinin resmi organizasyonudur. 1975 yılında kurulmuştur. Kuzey Amerika’daki yaklaşık 17.000 üye seyahat acentesi ile ortaklaşa çalışmaktadır. Çalışmaları ile meslek birliğinin çok güzel bir örneğini oluşturmaktadır. Eğitim programları, satış çabalarını destekleyici politikaları, yayınları ve araştırmaları ile dikkat çeken bir örgüttür²⁹.

3.11 WATA (World Association Of Travel Agents)

Özellikli tur düzenleyen seyahat acentelerinin 1949 yılında kurduğu bir birliktir. Üyeliği her şehirden bir seyahat acentelerine açıktır ve bir ayrıcalık olarak kullanılmaktadır. Dünyanın değişik noktalarından toplam 50 üyesinin yalnızca ikisi Türkiye’de dir. Üyeliğin acentenin saygınlığı ve iş olanaklarını arttırdığı bilinmektedir.

Üyelerinin % 80’i outgoing (yurtdışına tur düzenleme, turist gönderme) ile ilgilenmekte ve her bir üye işbirliği olanaklarında diğer üyelere öncelik tanımaktadır. Fikir, deneyim ve uzmanlık paylaşımı üst düzeydedir. Üyeleri yıllık toplantıları dışında önemli organizasyonlara toplu katılım göstererek de bir araya gelmektedirler. WATA üyeleri hem birliğin web sitesi hem de diğer acentelerin web sitelerinden ulaşılabilirli elde etmekte, birliğin katalog ve kılavuzlarında yer almakta, düzenli yayınlanan ve turizm sektörünün önde gelen isimlerine gönderilen periyodiklerde duyurulmaktadır. Bağımsız

²⁸İrfan Mısırlı, *Seyahat Acenteciliği ve Tur operatörlüğü*, Ankara, Detay Yayıncılık, 2002: 83.

²⁹ Çolakoğlu, a.g.e. :121.

olarak faaliyetlerini sürdürmek isteyen acenteler için önemli fırsatlar sunan bir birliktir³⁰.

3.12 SKAL (International Association Of Travel and Tourism Professions)

Kuruluşu 1939 yılında gerçekleştirilmiştir. Sloganı “arkadaşlar arasında iş yapmak” şeklinde belirlemiştir. Halen 90 ülkede 500 Skal Club ve 22000 üyesi bulunmaktadır. Turizm sektörünün her kesiminden yönetici konumundaki lider üye olabilirler. Küresel turizmin ve arkadaşlık ilişkilerinin geliştirilmesi iki temel amacıdır. Bu amaçlar doğrultusunda yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası toplantılarda buluşmaktadır. Birliğin bir diğer özelliği Young Skal adında turizm öğrencilerine de açık bir biriminin varlığıdır. Üyelik sürecinde iki üyenin önerisi, yerel ve ulusal birliğin onayı ve uluslararası birliğin kabulü gereklidir. SKAL turizm sektöründe son derece saygın bir örgüttür. Üyeliği seçkin ve geniş bir profesyonel çevre edinme olanağı sunmaktadır³¹.

Yukarıda hakkında bilgi verilen örgütlerin dışında ulusal ve bölgesel bazda faaliyet gösteren birçok birlik mevcuttur. Bunların her biri üye olunmadan da çeşitli konularda yardım alınabilecek ve işbirliği olanakları sunabilecek kuruluşlardır.

3.13 DİĞER ÖRGÜTLER

Yukarıda hakkında bilgi verilen örgütlerin dışında ulusal ve bölgesel olarak faaliyet gösteren birçok birlik mevcuttur. Bunların her biri üye olunmadan da çeşitli konularda yardım alınabilecek ve işbirliği olanakları sunabilecek kuruluşlardır. Bu örgütlerin bazıları aşağıda sıralanmıştır³².

AITO: Association of Independent Tour Operators (Bağımsız Tur Operatörleri Birliği)

³⁰ <http://www.wata.net/06.07.2009>

³¹ <http://www.skal.org/06.07.2009>

³² Çolakoğlu, a.g.e. :124.

İngiltere’de uzman tur operatörlerinin kurduğu bir birliktir. Bu alanda işbirliği geliştirmek amacı ile temas kurulabilecek bir örgüttür. Müşteri tatminini ön planda tutan örgütün üyelerinin uymak zorunda oldukları ticari kurallar metni bulunmaktadır.

SATO: South American Travel Organization (Güney Amerika Seyahat Örgütü)

FSATA: Federation of Scandinavian Association of Travel Agents (İskandinav Seyahat Acenteleri Dernekleri Federasyonu)

ABTA: Association of British Travel Agents (Britanya Seyahat Acentaları Derneği)

IUOTO: International Union of Official Travel Organizations (Uluslararası Resmi Seyahat Örgütleri Birliği)

IAPCO: International Association of Professional Congress Organizers (Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Derneği)

ISTA International Sightseeing Tour Association (Uluslararası Günlük Tur Birliği)

AITA: Association of Incentive Travel Operators (Teşvik Turları Operatörleri Birliği)

ARTA: Association of Retail Travel Agents (Perakendeci Seyahat Acenteleri Birliği)

IACA: International Air Charter Association (Uluslararası Hava Charter Birliği)

IATM: International Association of Tour Managers (Uluslararası Tur Yöneticileri Birliği)

ICCA: International Congress and Convention Association (Uluslararası Toplantı ve Kongre Birliği)

MPI: Meeting Planners International (Uluslararası Toplantı Planlamacıları Birliği)

4. İŞLETMELER

4.1 Seyahat Acentesi

Turizm sektörü içerisinde fonksiyonel olarak önemli görevleri olan Seyahat acentesi için birçok tanım yapılmaktadır. Seyahat acentesinin görevlerinin çeşitliliğinden dolayı farklı tanımlar yapılmıştır. Bunlardan bazıları aşağıdaki kısımda verilmiştir.

4.1.1 Seyahat Acentesinin Tanımı

Seyahat Acentesi, Türk Seyahat Acentaları yönetmeliğinin 3. maddesinde şöyle tanımlanır; seyahat acentaları, turistlere kar amacı ile kara, deniz ve hava nakil

araçlarıyla ulaştırma (transferi dâhil) tarifeli ya da tarifersiz biletlerin satışı, şoförlü veya şoförsüz, damasız ticari amaçla kayıtlı otomobillerini yazılı bir sözleşme ile özel olarak kiralanması, (Rent a car) şoförlü veya şoförsüz kamyonların aynı şartlarla kiralanması (Rent a-truck), şoförlü veya şoförsüz, damasız ticari amaçla kayıtlı otobüslerin yazılı şartlarla kiralanması (Rent a-bus), mürettebatlı veya mürettebatsız deniz tenezzüh araçlarının kiralanması (Rent a yacht), gezi, spor, eğlence ile konaklama tesislerinde ikamet imkanları sağlayan, onlara turizmle ilgili bilgiler veren ve bu konuya ilişkin tüm hizmetleri gören turizm ekonomisine ve genellikle ödemeler dengesine katkıda bulunan ticari kuruluşlardır³³.

Dünya Turizm Teşkilatı (WTO)'ya göre seyahat acentesinin tanımı; "Perakendeci seyahat acentesi halka, seyahatler, konaklama ve ulaştırma hizmetleri hakkında bilgi sunma, belli bir komisyon karşılığında seyahat ve turizm ürünlerini belli fiyatlarla nihai tüketicilere satış yapmak üzere aracılık eden işletmelerdir"³⁴.

Brunner' e göre seyahat acenteleri; çağdaş ekonominin en yeni ve gelişme kabiliyeti olan, gelişmesi devam eden turizm endüstrisinin ürettiği hizmet ürünleri en modern ve gelişmiş yöntemlerle pazarlayan ve satan kuruluşlardır³⁵.

Türk turizm mevzuatında seyahat acenteleri ile ilgili olarak söz konusu iki tanımın ortak özelliklerini şöyle sıralayabiliriz:

- Seyahat acenteleri turistlere kar amacı ile hizmet verirler.
- Kara, deniz ve hava ulaşım araçları ile turistlere ulaşım imkânları sağlarlar.
- Turistlere gereken ve ihtiyaç duydukları bilgileri verirler.
- Turizm ekonomisine ve ödemeler dengesine katkıda bulunurlar.
- Seyahat acenteleri ticari kuruluşlardır³⁶.

³³Necdet Hacıoğlu, **Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü**, Bursa, Uludağ Üniversitesi Basımevi, 3.Baskı, 1995: 25.

³⁴ Hacıoğlu, **a.g.e.** :25.

³⁵ Elizabeth Brunner, **Holiday Making and Holiday Trade**, London, Oxford University Pres,1975: 45.

³⁶ Orhan İçöz, , **Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi**, Ankara, Turhan Kitabevi, 2. Baskı, 1998: 49.

Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu'nun 28.12.2006 tarihinde değiştirilen 1.maddesine göre seyahat acentesinin tanımı şu şekildedir. "Seyahat acentaları, kar amacı ile turistlere turizm ilgili bilgiler vermeye, paket turları ve turları oluşturmaya, turizm amaçlı konaklama, ulaştırma, gezi, spor ve eğlence hizmetlerini görmeye yetkili olanı oluşturduğu ürünü kendi veya diğer seyahat acentaları vasıtası ile pazarlayabilen ticari kuruluşlardır"³⁷.

En basit tanımı ile seyahat acentesi, "ulaşım, konaklama, eğlence, kiralama ve diğer ağırlama hizmetleri sunucuları ve toptancılarının komisyon karşılığında perakendeciliğini yapan aracı kuruluşlardır"³⁸.

Tunçer'in tanımına göre de seyahat acentesi; seyahat ve tatil üreten, ulaştırma, konaklama, eğlence ve diğer turizm işletmelerinin ürünlerini olduğu gibi ya da bu ürünleri birleştirerek düzenlenmiş olarak tketickiye özel tekniklerle ve geliştirilmiş satış yöntemleri ile sunan ve satan ticari kuruluşlardır"³⁹.

Walker'n tanımı ise; seyahat acentesi, tüketicilere seyahat konularından danışmanlık yapan, ulaştırma şirketleri adına kara, deniz, tren ve havayolu biletleri kesen, konaklama işletmeleri adına oda satan, yiyecek-içecek işletmeleri ile oto kiralama işletmeleri adına kiralama ve yer ayırtma yapan ve pazarlayan aracılardır"⁴⁰.

Bu konuda Türk Ticaret Kanunu'nun 116. maddesinde Acente'nin tanımı şu şekildedir; Bir mukaveleye dayanarak muayyen bir yer ve bölge içinde daimi surette ticari bir işletmeyi ilgilendiren akitlerde aracılık etmeyi ve bunları o işletme adına meslek edinen kimseye acente adı verilir"⁴¹.

³⁷ RESMİ GAZETE, (13.01.2007 tarihli), "26402 sayılı Fikir Ve Sanat Eserleri Kanunu, Seyahat Acentaları Ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu İle Turizmi Teşvik Kanunu Ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun".

³⁸ Chuck Y.Gee, Dexter J.L. Choy and James C. Makens, **The Travel Industry**, Westport, The Avı Publishing Company Inc., 1984:142.

³⁹ Tunçer Doğan, **Turizmde Dağıtım Sistemi Ve Türkiye İçin Bir Model nerisi**, Ankara, Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F Yayınları No: 14, 1986: 53.

⁴⁰ John R. Walker, **Introduction To Hospitality**, New Jersey, Prentice Hall, 1996: 40.

⁴¹ RESMİ GAZETE, (29.06.1956 tarihli), "9353 sayılı Türk Ticaret Kanunu", 116. madde.

Öner'e göre acente, belirli bir yerde asıl sahibi adına işletmelere de aracılık eden yetkili kişiye verilen addır. Acente ise, hem asıl hem de kendi adına faaliyet gösteren bir kuruluş veya işletmeye verilen unvandır⁴².

Bütün bu tanımlar doğrultusunda bize göre seyahat acentesinin tanımını maddeler halinde sıralayacak olursak: Seyahat Acentesi;

- İngilizce - Travel Agency, Travel Service, Tours
- Almanca - Reisebüro, Reisedienst olarak kullanılan,
- Kar amacı ile turistlere hizmet veren,
- Turistin istekleri doğrultusunda ulaşım, konaklama, gezi, eğlence, yeme-içme ve bilgi hizmetleri sunan,
- Turizm ekonomisine ve ülke ödemeler dengesine katkıda bulunan,
- Paket tur organize edip onu gerçekleştiren,
- Ulaştırma araçları kiralayan ticari işletmelerdir.

4.1.2 Seyahat Acentesinin Görevleri

Seyahat acentelerinin görevleri müşteri taleplerine ve değişen dünya koşullarına göre değişmektedir. Ancak temel olarak belli başlı görevleri şunlardır⁴³:

- 1- Seyahat hizmetleri, konaklama, tarifeler, hizmet koşulları hakkında bilgi verirler.
- 2- Ulaştırma, konaklama, tur operatörleri gibi işletmelerin hizmetlerini belirli bir ücret karşılığında satışını yaparlar.
- 3- Turizm ve seyahat işletmelerinin ürünlerini pazarlarlar.
- 4- Yabancı seyahat düzenleyicilerine "incoming(karşılama)" hizmeti verirler. Bu hizmet:
 - a) Karşılama ve transfer
 - b) Konaklama
 - c) Rehberlik Hizmetleri
 - d) Gezi ve tur düzenleme

⁴² Öner, **age.** :84-85.

⁴³ Hacıoğlu, **a.g.e.** :27.

e) Günlük turlar düzenleme şeklinde olabilir.

5- Döviz bozma işlemleri yaparlar

6- Seyahat sigortası yaparlar.

4 Eylül 1996 tarih ve 22747 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Seyahat Acentaları Yönetmeliği'nde seyahat acentelerinin görevleri aşağıdaki şekilde sıralanmıştır⁴⁴:

— Tur düzenlemek; bir programa bağlı ya da programsız, yurt içinden yurtdışına, yurtdışından yurt içine veya yurt içinde gerçekleşen, geceleme veya geceleme yapılmadan olarak gezi, spor, eğlence, dini, sağlık, eğitim, kültürel, bilimsel ve mesleki inceleme, teşvik veya destek amaçlı seyahat ve bunun içinde yer alan hizmetleri organize etmek, pazarlamak, gerçekleştirmek.

— Transfer; seyahat acentası tüketicisi olan turist, düzenlenen turun başlangıcında, herhangi bir safhasında veya sonunda, sınır giriş ve çıkış kapıları, marinalar, şehirlerarası veya uluslararası veya uluslararası ulaşım hizmetlerinin sunulduğu otogar, liman, havalimanı gibi yerlerden konaklama yapacağı tesise veya tesisten bu ulaşım hizmetlerinin sunulduğu yerlere veya programın başladığı yerleşim yerlerinden konaklama tesisine veya programın bitiminde tesisten yerleşim yerine bir araçla bir tarife veya münhasıran taşımacı olan işletmelerin tabi oldukları kurallara bağlı olmaksızın taşınmasını sağlamak.

— Rezervasyon; kara, deniz, hava araçlarının tarifeli veya tarifesiz seferleri-ne ilişkin olarak ve her türlü konaklama, yeme-içme ve eğlence işletmelerinde tüketici adına yer ayırtmak, kayıt işlemi yapmak.

— Bilgilendirme; turizmle ilgili ve turizm hareketinin gerektirdiği konularda, turist tabi olduğu döviz, vize, gümrük gibi işlemlere ilişkin bilgi vermek.

— Kongre-konferans organizasyonu; içinde konaklama, transfer ve tur hizmetlerinden en az birinin yer aldığı kongre, konferans, toplantı, fuar, sergi ve benzeri faaliyetleri organize etmek.

⁴⁴ RESMİ GAZETE, (04.09.1996 tarihli), "22747 sayılı Seyahat Acentaları Yönetmeliği".

— Turistik gezi amaçlı münferit taşıma aracı kiralama; ticari olmayan amaçlarla münferiden araç kiralamak isteyen tüketiciye yönelik olarak, kendi mülkiyetinde olan ya da olmadığı halde kiralama yetkisi bulunan, ikiden fazla kişinin seyahat edebileceği araçlar ile içinde konaklama olanağı bulunan araçları doğrudan kiralamak, bu konuda organizasyon yapmak.

— Ulaştırma araçları biletleri satmak; tarifeli ya da tarifersiz olarak tabi oldukları mevzuat ile taşımacılık hizmeti veren ulaştırma araçlarının ve bu araçlara sahip işletmelerin biletlerini satmak.

— Seyahat acentası ürünü satmak; seyahat acentalarının ürettiği hizmetlerin tamamı ya da bir kısmını ürün sahibi seyahat acentası tarafından yetki verilmek kaydıyla satmak.

İçöz'e göre seyahat acentelerinin fonksiyonları ise şunlardır⁴⁵:

1. Turizmi geliştirmek.
2. Turistik mal, hizmetler ile turizm işletmelerinin reklâmını yapmak.
3. Yeni turizm merkezleri ve yöreleri bulmak ve bunları turizm piyasasına sunmak.
4. Turistik mal ve hizmet fiyatlarında farklı alternatifler yaratmak.
5. Turistik mal ve hizmet fiyatlarında indirim sağlamak.
6. Bilgi verme ve danışma görevi.
7. Karşılıklı güven fonksiyonu.

Seyahat acenteleri ayrıca aşağıdaki konularda da faaliyet gösterebilirler:

Turistik enformasyon ve tanıtım malzemeleri satışı; turiste ve seyahat acenteciliği hizmeti satın alanlara yönelik olarak seyahat acenteleri, işyerinde turistik nitelikte kitap, resim, kartpostal, hediyelik eşya, turistin ihtiyaç duyacağı rehber ve form benzeri malzemeleri satabilirler.

⁴⁵ İçöz, a.g.e. :49.

Motorlu veya motorsuz ulaştırma araçları bulundurmak, kiralamak; motorlu veya motorsuz, en fazla iki kişiyi birlikte taşıyabilen araçlar seyahat acentelerince turistlere kiralamak amacıyla bulundurulabilirler.

4.1.3 Seyahat Acenteleri Sınıflandırılması

Seyahat acenteleri,1618 sayılı Seyahat Acentaları Kanunu'nun 3. maddesine göre şu şekilde gruplandırılır:

a) A Grubu Seyahat Acentası: Tüm seyahat acentacılığı hizmetlerini yapar.

b) B Grubu Seyahat Acentası: Kara, deniz ve hava ulaştırma araçlarına ilişkin rezervasyon ve bilet satışı hizmetleri ile A grubu seyahat acentalarının düzenledikleri turların biletlerinin rezervasyonunu ve satışını yapar.

c) C Grubu Seyahat Acentası: Yalnız Türk vatandaşı için yurt içi turları tanıtır, üretir, pazarlar veya satar.

(2) Ayrıca, B ve C grubu seyahat acentaları, kendilerine A grubu seyahat acentalarınca verilen hizmeti yerine getirir ve bu acentaların ürünlerini tanıtır, pazarlar veya satar.

(3) A grubu seyahat acentasının, B veya C grubu seyahat acentasına gerçekleştirmeleri için vereceği görevin bir yazı ya da sözleşme ile belgelenmesi gerekir. Bu görev, A grubu seyahat acentası hizmetine giren bir paket tur veya turun tamamının B veya C grubu seyahat acentasınca düzenlenmesi şeklinde olamaz⁴⁶.

4.1.4 Dünya Ve Türkiye'deki Durumu

4.1.4.1 Türkiye'deki Seyahat Acenteciliği

⁴⁶ RESMİ GAZETE, (28.09.1972 tarihli), "1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu".

Seyahat acentesi küçük bir işletmedir. Seyahat acentesi, turistik ürün ve hizmeti üretenler ile bu ürün ve hizmeti talep eden müşteriler arasındaki aracı rolündeki ticari kuruluşlardır.

Yarcan ve Peköz' e göre, seyahat acenteleri, hizmet üreten kuruluşlarla bir acentelik anlaşmasına bağlı olarak onların nam ve hesabına çalışırlar. Bundan dolayı acentecilik hizmeti süreklidir, hizmetin bir anlaşmaya bağlı olması gerekmektedir⁴⁷.

Seyahat Acentelerinin ülkemizdeki ilk kuruluş ve gelişme sürecini incelendiğinde Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte her alanda olduğu gibi turizm alanında da ilk modern adımlar atılmıştır. Turizm'de ilk adım olarak "Türk Seyahat Cemiyeti" kurulmuş ve bunu takip eden yıllarda NATTA, LE GLOBE, ITA gibi ilk seyahat acenteleri kurulmuştur. Türkiye'den yurtdışına ilk organize tur Hotel d'Angleterre'nin sahibi Mösyö Missiri'nin acentesi tarafından 1860'lı yılların sonlarında düzenlenmiştir. Aynı acente yine aynı dönemde ülkemize gelen organize turist gruplarını İstanbul'da gezdirmiştir⁴⁸.

1923 yılında Türk Seyahat Cemiyeti'nin adı Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu olarak değiştirilmiştir. 1925'te ise Türkiye'nin gerçek anlamda ilk seyahat acentesi NATTA (Milli Türk Seyahat Acenteliği) kurulmuştur⁴⁹.

Ülkemizdeki seyahat acenteleri ilk kurulduğu dönemlerde büyük birkaç şehirde ve bazı turistik çekim merkezlerinde bulunmaktaydı. O nedenle, akla ilk gelen seyahat acentelerinin yabancı turistlere hizmet ettiği fikrinin hâkim olmasıdır. Daha sonraki yıllarda, ülkemizden Batı Avrupa ülkelerine 1970'lerden sonra başlayan işçi göçleri nedeniyle, işçilerin gidiş dönüşlerinde havayollarını kullanmaları ve biletlerini seyahat acentelerinden satın almaları sonucu, Türkiye'de seyahat acenteleri yurtdışında çalışanlara bilet satan birer şirket olarak algılanmıştır. 1985'li yıllardan sonra seyahat acenteleri yurtiçi ve yurtdışı turlar düzenleyip bunları çeşitli basın-yayın organlarında

⁴⁷ Şükrü Yarcan, Metehan Peköz, **Seyahat İşletmeleri**, İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 1997: .6.

⁴⁸ <http://www.tursab.org.tr/content/turkish/kurumsal/tarihce.asp/20.11.2009>

⁴⁹ Öner, **a.g.e.** :89.

duyurmaları, halkın seyahat acentelerini daha yakından tanımalarına olanak sağlamıştır⁵⁰.

Dünya gazetesine göre; ülkemizde faaliyet gösteren acente sayısı 1980’de toplamda 320 idi. 1988 tarihine gelindiğinde bu sayının 804’e çıktığını görmekteyiz⁵¹.

TÜRSAB kaynakları 2009 Şubat ayı verilerine göre ülkemizde faaliyet gösteren seyahat acenteleri sayısı toplamda 5600 ü geçmektedir⁵².

4.1.4.2 Seyahat Acentelerinin Ülke Ekonomisindeki Rolü

Seyahat sektöründe 1990’larda ucuz ve güvenli seyahat, sessiz ve sakin oteller ile ucuz yakıt sayesinde çok büyük ilerlemeler gerçekleşti. Fakat 21.yüzyılda başarılı olmak için sektörün yeni rekabetlerin üstesinden gelmesi gerekmektedir.

Bunlar ise; bio-kimyasal saldırılarda içeren terörist saldırılar, düzensiz ve dalgalı petrol fiyatları, yüksek orandaki uçuş vergileri, havaalanındaki uzun kuyruklar ve ilave güvenlik önlemleri gibi bazı konularla başa çıkması gerekir. Özellikle terör meselesinde; terör bir turizm ülkesini hedef alıp vurursa, seyahat endüstrisi ve turizmin de temel yapısı ve işleyişi bozulur. Örneğin; 11 Eylül saldırılarından sonra Amerika’nın turizm gelirlerindeki ve turist sayılarındaki düşüş, turizm ve terör arasındaki olumsuz etkileşimin en önemli örneğidir⁵³. Terörün olmadığı turizm ülkelerinde ise seyahat acenteleri faaliyetlerini sürdürdükleri ülkenin ekonomisine hem doğrudan hem de dolaylı olarak olumlu yönde katkıda bulunurlar. Ticari kazanç elde etme amacının yanında Mısırlı ve Çolakoğlu’na göre seyahat acentelerinin ülke ekonomisindeki rolleri şunlardır;

- i. Turizmin gelişimini sağlamak: Bütün dünyada olduğu gibi ülkemizde de turizm her yıl gelişmektedir. Turizm faaliyetlerinin türüne bakıldığında paket tur

⁵⁰Hacıoğlu, a.g.e. :29.

⁵¹ Dünya Gazetesi, **Seyahat Acentaları Eki**, 3 Mayıs 1989,.

⁵² <http://www.tursab.org.tr> / 06.07.2009

⁵³ Peter E.Tarlow, “Tourism in the Twenty-First Century”, **The Futurist**, Washington, Sept/Oct. 2002:48.

organizasyonları büyük oran teşkil etmektedir. Bu orana bakıldığında aracı rolündeki acentelerin müşterilerine uygun paket turlar pazarlayarak turizmin gelişmesine katkı sağlamaktadırlar.

- ii. Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine katkıda bulunmak: Turizm ülkelerinin büyük bir kısmının tanıtım ve pazarlama faaliyetleri resmi örgütler ve birimler tarafından yapılmaktadır. Burada seyahat acenteleri da turistik ürün ve hizmetlerin tanıtım ve pazarlamasıyla, faaliyetlerini sürdürdükleri ülkenin tanıtımına ve turizminin pazarlanmasına katkıda bulunurlar.
- iii. Fiyat seçenekleri yaratmak: Pazarlayacakları turistik ürün ve hizmetlerde müşterinin gelir durumlarına uygun farklı alternatifler sunarak turizm faaliyetine daha fazla turistin katılımını sağlarlar.
- iv. Ürün maliyetlerini azaltmak: Turistlerin bireysel olarak hazırlayacakları turizm faaliyetleri acentenin sağladığı faaliyetlere göre daha pahalıya mal olmaktadır. Acenteler, sektörde bulunan aracı ve üretici işletmelerle yaptığı anlaşmalar gereği turistik mal ve hizmetleri büyük oranda ve indirimli satın aldıkları için daha ucuza gelmektedir.
- v. Müşterilere bilgi verme ve danışmanlık: Acente görevlisi, olası müşterisi gördüğü kişi ya da gruba istedikleri konu ve yerle alakalı ücretsiz olarak bilgi verir ve danışmanlık yaparlar. Bu faaliyet acente açısından ileriye dönük yapılan bir yatırımdır⁵⁴.
- vi. Güven fonksiyonu: Müşteri ile acente arasında güvene dayanan bir ilişki vardır. Her iki tarafta bu güveni korumaya çalışırlar. Müşteri talebine göre bütün ayarlamaları yapan acenteye, müşteri henüz bu faaliyetleri almadan ödeme yapar. Bu ayarlamalar ve ödemeler karşılıklı güven duygusunun bir sonucudur. Sonraki yıllarda gelecek taleplere olumlu katkısı vardır⁵⁵.

Yirminci asrın son on yılına girildiğinde dünya genelinde yaklaşık 60.000'i ABD'de olmak üzere 100.000 civarında seyahat acentesi faaliyet göstermektedir. ABD'deki

⁵⁴ Mısırlı, a.g.e. :36.

⁵⁵ Çolakoğlu, a.g.e. :13.

acente sayısının 1970 yılında yalnızca 6.700 olduğu düşünüldüğünde gelişmenin hızı açıkça görülebilir⁵⁶.

4.2 Tur Operatörü

Tur operatörlerinin turizm işletmeleri arasında farklı bir yeri vardır. Toptancı olarak hareket ettiklerinden dolayı geniş çaplı işletmelerdir. Turizm sektörünün çeşitli kollarıyla iş birliği yaparak değişik ürünleri bir araya getiren toptancı işletmelerdir. Ancak ülkemiz turizm mevzuatında bu konu hakkında herhangi bir tanım ve kanun bulunmamaktadır. Dünya genelinde turizmin ülke ekonomisine yaptığı olumlu katkıyı düşünecek olursak turizm ülkeleri ile rekabet içerisinde olmak için kapsamlı bir düzenlemeye ihtiyacımızın olduğu muhakkaktır. Ülkemizde tur operatörü ayrı bir turizm işletmesi olarak değil de sadece A grubu seyahat acentelerinin kapasite ve işlem bakımından en üst düzeyde olanlarına atfedilen bir unvandır.

İçöz'e göre tarihçesine bakacak olursak, Thomas Cook seyahat acentesi örneğindeki gibi seyahat acentecilik faaliyetleri yapılırken zamanla iş hacimlerinde ve çevrelerindeki gelişme ve büyüme sonucunda tur operatörlüğü işlemlerine geçildiği anlaşılmaktadır⁵⁷. Holloway'e göre ise, tur operatörleri toptancıdan ziyade daha çok toplayıcı işletmelerdir. Parçalar halinde turizm işletmelerinde aldığı turistik ürün ve hizmetleri paket tur adı altında birleştirerek turistlere satan kuruluşlardır.

Tur operatörleri; turizm endüstrisi içerisindeki faaliyetleri üreten işletme konumundadır⁵⁸. Seyahat acentesi ile aralarında fark vardır. Kısaca birkaç özelliğinden bahsedecek olursak Tur operatörü üretici, seyahat acentesi ise tüketici konumundadır. Tur operatörü toptancı iken seyahat acentesi ise perakendecidir. Tur operatörünün

⁵⁶ İçöz, a.g.e. : 217'den atfen, Alastair M.Morrison, **Hospitality and Travel Marketing**, New York, Delmar Publishers Inc.,1989: 277

⁵⁷ İçöz, a.g.e. :152.

⁵⁸J. Christopher Holloway, **The Business Tourism**, London, Pitman Publishing, Macdonald and Evans Ltd., 1985:146.

ürettiği turlarda satış riski bulunmakla birlikte seyahat acentesi açısından bu riskten söz edilemez.

4.2.1 Tur Operatörü Tanımı

Tatil amaçlı yer değiştirmeyi sağlamak için gerekli hizmetleri bir araya toplayıp, paket bir ürün halinde halka satan işletmelere tur operatörü denir. Tur operatörleri potansiyel turistler için her çeşit tur düzenleyen turizm işletmeleridir. Değişik hizmetleri organize ederek, esas üretici işletmelerle müşteriler arasında aracılık görevi yaparlar.

Tur Operatörlüğü konusunda Avrupa'da ilk bilimsel çalışma ve araştırmaları yapan Maurice tur operatörlüğünü şöyle tanımlamıştır: "Kar amaçlı olan veya olmayan, ekonomik faaliyeti, götürü paket turlar, seyahatler üretmeye dayanan işletmeler tur operatörüdür"⁵⁹. Hazır seyahat organizatörü tur operatörünün temel fonksiyonu, öncelikle tüketiciler için, pazarlama ve iletişim, üreticiler için ise satış çabaları maliyetlerini azaltmak olmalıdır. Tur operatörü bir seyahat ürünü hazırlamak için çeşitli turistik hizmetleri ve elemanları önceden planlaması ve bulması gereklidir. Tur operatörü böylece, talep oluşmadan önce otel, uçak şirketleri ile rezervasyon kontratları hatta satın almalar yaparak bir risk yüklenmektedir.

Tur Operatörü, hazır paket turun hammaddelerini yatak ve koltukları önceden bulmak stok yapmak zorundadır. Dolayısıyla tur operatörünün amacı bir turistik hizmet ürünü oluşturmak ve üretmektir. Üretilen bu paket turlar, seyahat acenteleri tarafından halka satılmaktadır. Bu durumda Tur operatörü bir toptancı işletme, seyahat acentesi ise perakendeci işletme olmaktadır⁶⁰.

Kozak'a göre tur operatörü, bir seyahat organizasyonuna yönelik tüm unsurları bir araya toplayarak paket ürün oluşturan ve bu ürünün toptan satışını gerçekleştiren üreticilere denilmektedir⁶¹.

⁵⁹ Hacıoğlu, a.g.e. :64'den atfen MAURICE.

⁶⁰ Hacıoğlu, a.g.e. :63.

⁶¹ Nazmi Kozak ve diğerleri, **Genel Turizm**, Ankara, Turhan Kitabevi, 2000: 60.

Dünya Turizm Örgütü (WTO) tur operatörünü şu şekilde tanımlamıştır⁶²:

“Tur Operatörleri talep oluşmadan önce, ulaştırma, konaklama ve diğer turistik hizmetleri birleştirerek gezici (circuit) ve belirli bir turistik merkezde konaklama (sejour) amaçlı seyahatler düzenleyen ve bunları belli bir ücret karşılığında halka sunan işletmelerdir”.

Tur operatörlüğü konusunda yapılan tanımlar bazı farklılıklar göstermektedir. Bazı yazarlar tur toptancısı olan firmaları tur operatörü olarak değerlendirirken, bazıları tur düzenleyen ve organize eden bireylere bu adı vermektedir. Örneğin Michael Coltman’a göre tur operatörleri” 11. yüzyıl genellikle belirli sayıda turist için sınırlı sayıda tur programı hazırlayan bağımsız bir girişimcidir ve operasyon bazında tur toptancısından farklıdır”⁶³. Bu tanımlara göre paket tur satışı yapan toptancıları başlıca üç kategoriye ayırmak mümkündür.

1. Tur toptancıları(tour wholesalers); Bir paket turun havayolu ve yer elemanlarını bir araya getiren ve yer hizmetlerini genellikle diğer aracı işletmelere sözleşme ile devreden işletmelerdir.
2. Tur operatörleri(tour operators); Tur toptancıları, seyahat acenteleri ve havayolu firmaları için yer hizmetleri sağlayan kişilerdir.
3. Toptancı/Operatör(wholesalers/operators); Sadece paket turu oluşturmak ve satmakla ilgili olmayıp aynı zamanda turun yer hizmetlerini de yürüten işletmelerdir⁶⁴.

Swift ve Lumsdon’ a göre, Tur Operatörü ile tur toptancısı arasındaki fark şu şekildedir; tur toptancısı turu planlar, paket hazırlar ve diğer şirkete satar. Tur operatörü ise aynı işi yapmanın yanında hazırlanan ürünü hem halka satabilir hem de aracı konumundaki

⁶² <http://www.world-tourism.org> / 06.07.2009

⁶³ Michael M. Coltman, **Tourism Marketing**, New York, Van Nostrand Reinhold, 1989: 215.

⁶⁴ İçöz, a.g.e. :155.

seyahat acentesine belirli bir komisyon karşılığında verebilmesi aralarındaki en önemli farktır⁶⁵.

4.2.2 Fonksiyonları Ve Özellikleri

Yukarıdaki kısımda verilen tanımlardan da anlaşılacağı üzere; tur operatörleri, ulaşım araçları, yeme-içme hizmetleri gibi temel hizmetlerin yanında transfer, rehberlik hizmeti, sosyal ve kültürel faaliyetleri birleştirerek bir paket tur haline getiren kuruluşlardır. Ürettikleri bu ürünün tanıtımını ve pazarlamasını yaparak aracı kurumlar ile işbirliği içerisinde müşteriye satan işletmelerdir⁶⁶.

Tur Operatörleri temel olarak iki gruba hizmet eder. Bunlardan birincisi; müşteri veya turistlerdir. İkincisi ise, turizm sektöründe hizmet ve ürün üreten işletmelerdir. Bunlar ise, ulaşım hizmetleri, konaklama hizmetleri, yiyecek-içecek hizmetleri, eğlence hizmetleri sunan vb. işletmelere hizmet etme imkânı sunar.

Tur operatörünün başarısı için, hizmet üreticilerinin beklentileri ile turistlerin isteklerinin birleştirip bunları yerine getirmesi gerekir. Tur operatörleri kendileri için faydalı olacak bu dengeyi sağlamak istiyorsa piyasadaki talepleri iyi takip etmesi gerekmektedir⁶⁷.

Tur Operatörü'nün genel olarak fonksiyonları ise şunlardır:

1. Paket tur oluştururken iletişim içerisinde olduğu işletmelerin doluluk ve kapasite oranlarını artırır.
2. Paket tur oluştururken toplu halde aldığı turistik ürün ve hizmetler için ön ödeme yaparak, işletmelere finansman sağlar.
3. Üretici işletmelerin pazarlama ve satış maliyetlerini düşürür.

⁶⁵ M. Les Lumsdon, Jonathan S. Swift, "The role of the tour operator in South America: Argentina, Chile, Paraguay and Uruguay", **International Journal of Tourism Research**, Staffordshire, Vol.1, 1999:429.

⁶⁶ Sait Evliyaoğlu, **Genel Turizm Bilgisi**, Ankara, Gazi Üniversitesi Yayını, 1989: 116.

⁶⁷ Vospitannik, N., Litteljohn, D., Arnot, R., "Environments, tourism and tour operators: 1985-1995 in Central and Eastern Europe", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, Edinburgh, MCB University Press, 1997: 209.

4. Turizm faaliyetlerini kitlesel hale getirir.
5. Müşterilerine uygun çeşitli ve alternatif paket turlar sunar.
6. Yeni turizm pazarları oluşturarak, yeni turizm yörelerinin gelişimini sağlar⁶⁸.
7. Müşterilere ücretsiz olarak bilgi verip tavsiyede bulunur.
8. Tüketicinin paket tura ödeyeceği maliyeti düşürür.
9. Rekabet ortamı yaratarak tüketicinin alacağı ürün ve hizmetin kalitesini artırır⁶⁹.
10. Sadece turizm sezonunda değil tüm sezon boyunca faaliyet gösterirler.
11. Turistik merkezin turistik imajını belirleyerek ülke turizmine katkıda bulunur⁷⁰.
12. Turistik ürün ve hizmeti tüketicilerden gelecek talep beklentisine göre toptan alır, sözleşme yapar ve satış riskini üzerine alır⁷¹.

Tur operatörleri turistik ürünlerin üreticileri ve tüketicileri arasında bir anlamda köprü görevi yerine getirdiği için her iki tarafa da önemli avantajlar sağlar. Hacıoğlu'na göre tur operatörleri tüketicilere şu avantajları sağlar⁷²:

- Rahatlık(bütün seyahat aşamalarının bir işletme tarafından üstlenilmesi ile)
- Güven (konusunda uzman ve tanınmış bir firma ile çalışmak sayesinde)
- Zaman tasarrufu (zaman kayıplarının ve seyahat formalitelerinin en aza indirgenmesi ile)
- Ekonomiklik (bireysel seyahatlere göre aynı hizmetlerden daha düşük fiyata yararlanarak)

⁶⁸ İçöz, a.g.e. :158.

⁶⁹ Burhanettin Zengin, **Turizm İşletmeleri**, İstanbul, Değişim Yayınları, 2009: 67.

⁷⁰ Yarcın, a.g.e. :70.

⁷¹ Yarcın, Peköz, a.g.e. :8.

⁷² Hacıoğlu, a.g.e. :66.

4.2.3 Tur Operatörlerinin Sınıflandırılması

Ülkemizde seyahat işletmelerinin sınıflandırılması Kültür ve Turizm Bakanlığı kanun ve yönetmeliklerinde belirlenmiş olup tur operatörünün sınıflandırılmasına yönelik herhangi bir sınıflandırma bulunmamaktadır. Ülkemizde tur operatörü yerine A grubu seyahat acentesinin yetkileri turizm faaliyetleri açısından genişletilerek farklı bir uygulamaya gidilmiştir. Yasal olarak ülkemizde tur operatörü bulunmamaktadır. Ancak uluslararası faaliyet gösteren bir tur operatörünün ülkemizde faaliyet gösterebilmesi için ülkemiz acenteleri ile aracı acente sözleşmesi yapmaları gerekir.

Bir tur operatörü ya da tur toptancısı potansiyel müşterilere satmak amacı ile bir tur paketini oluşturmak için oteller, ulaşım şirketleri ve diğer turistik mal ve hizmet üreticileri ile karşılıklı anlaşmalar yapar. Tur operatörleri otel yataklarını/odalarını, uçak koltuklarını ve diğer hizmetleri büyük miktarlarda satın alarak ya da bloke ederek bireysel seyahat edenlerden ve seyahat acentelerinden çok daha indirimli fiyatlardan yararlanabilir. Bu indirimler de doğal olarak kendi tüketicilerine yansır.

Charles'a göre uluslararası alanda işletme yapıları bakımından dört çeşit tur operatörü faaliyet göstermektedir⁷³.

- i. Bunlardan birincisi, bağımsız tur operatörleridir. Bu operatörler bireysel ya da çok uluslu şirket şeklinde örgütlenebilir. Bu guruba en belirgin örnek Amerikan Express'dir.
- ii. İkinci kategoride tur operatörü olarak faaliyet gösteren seyahat acenteleri yer alır. Bu acenteler tur paketleri oluşturur ve kendi müşterilerine ya da diğer tur toptancılarına satar.
- iii. Üçüncü kategori diğer bir işletmenin yan faaliyeti olarak faaliyet gösteren tur operatörleridir. Bu işletmeler genelde havayolu şirketlerine aittir ve onlar tarafından çalıştırılır(ABD'nin United Airlines ve Quantas şirketleri bu gurubun en belirgin örneğidir).
- iv. Dördüncü kategoriyi oluşturdukları ürünleri yalnızca kendi üyelerine satan seyahat kulüpleri ve teşvik seyahati işletmeleri oluşturur.

⁷³ Charles J. Motelka, **The Dictionary of Hospitality, Travel and Tourism**, New York, Delmar Publishers, 1990: 153.

İçöz'e göre tur operatörleri, uluslararası alanda seyahat acentelerinde olduğu gibi hukuki bir sınıflandırmaya tabi tutulmamakla birlikte, Avrupa ve Amerika'da aracı seyahat işletmeleri sadece seyahat acenteleri ve tur operatörleri olarak iki şekilde sınıflandırılmaktadır.

Turizm hareketlerinin büyük boyutlarda olması ve farklı turizm çeşitlerinin ortaya çıkması sonucu, tur operatörleri belirli alanlarda, yörelerde ve hizmetlerde uzmanlaşmaya başlamışlardır. Özellikle Avrupa ve Amerika'da faaliyet gösteren tur operatörlerinde bu uzmanlık alanları hızla artmaktadır.

Tur operatörleri uzmanlık ve faaliyet alanlarına göre aşağıdaki şekillerde sınıflandırılabilir⁷⁴:

1. Turizmin amacına, hedefine ve çeşitlerine göre uzmanlaşan tur operatörleri: Kültürel, sportif, dinsel, sosyal turizm, gençlik turizmi alanında uzmanlaşan tur operatörleri.
2. Coğrafi bölgelere göre uzmanlaşan tur operatörleri. Uluslararası boyutta faaliyet gösteren birçok tur operatörü belirli coğrafi bölgeler ve ülkeler konusunda uzmanlaşmıştır. Örneğin, Kuzey Amerika, Akdeniz, Ortadoğu, Uzakdoğu, Afrika gibi bölgesel ya da ülkesel olarak uzmanlaşma.
3. Ulaşım aracı türüne göre uzmanlaşan tur operatörleri; Bazı tur operatörler Kurvaziyer turizmi konusunda, bazıları havayolu ulaşımının temel ulaşım aracı olan turlar konusunda, diğer bazıları ise demiryolu ve karayolu turları konusunda uzmanlaşmıştır.
4. Özel pazarlarda uzmanlaşan tur operatörleri; Dini, etnik, spor grupları ve 3. yaş gurupları üzerinde uzmanlaşan operatörler bu guruba girer.
5. Kitlese pazarlarda uzman tur operatörleri; Guruplar halinde seyahat eden dernekler, birlikler, turizm örgütleri ve seyahat kulüplerine dönük olara çalışırlar
6. Turizmin özel alanları konusunda uzman tur operatörleri; Bazı tur operatörleri özel tatiller konusunda uzmanlaşmıştır. Örneğin, kongre turizmi, yat turizmi, rafting gibi.

⁷⁴ İçöz, a.g.e. :158.

7. Teşvik pazarı konusunda uzman tur operatörleri; Büyük endüstriyel firmaların elemanlarının tatillerini düzenleyen tur operatörleri bu gruba girer.

4.2.4 Tur Operatörlüğündeki Gelişmeler

Tur operatörlüğündeki gelişmeleri incelerken iki alanda incelemek gerekir. Birincisi tur operatörlerinin varlık nedenleri nelerdir? İkincisi ise nasıl büyüme ve gelişme gösterirler?

Tur operatörlerinin varlığının iki temel nedeni vardır. Birincisi, turistik ürün ve hizmet üreten işletmelerin fiyatlarını belirleme, doluluk oranlarını arttırma, satış ve pazarlama maliyetlerini azaltmaktır. İkinci temel neden ise, seyahat acenteleri ve nihai tüketici için turizm merkezlerine yönelik bilgi toplama ve veri elde etme maliyetini azaltmaktır⁷⁵.

Tur Operatörlüğü'nün temeli pazarlama teknik ve koşullarını iyi bilmektir. İşletme yapısı olarak büyük bir sermayeye ihtiyaç yoktur. Tur operatörlüğündeki başarı sermayeden daha çok işletme yönetiminde bulunan yöneticilerin bilgi, beceri ve pazarlama yeteneklerine bağlıdır. Bu sebepten dolayı hem ülkemizde hem de dünyada işletme sayıları sürekli değişkenlik göstermektedir. Zamanla yeni tur operatörleri ortaya çıkmakta ve bazıları da stratejik karar ve uygulamada başarısızlık sonucu ortadan kalkmaktadır.

Hacıoğlu'na göre tur operatörü sayılarında görülen bu hızlı değişimler, piyasa şartlarının çok değişken olduğu ve istikrarsız olduğunu göstermektedir. İşletme sermayeleri büyük olmadığı için birini kapatıp diğerini açmak kolay olmaktadır. Piyasadaki bu hızlı değişkenlik müşterileri de doğal olarak tedirgin etmektedir. Tercih ettiği tur operatörünün paket turu ile tatile çıkan müşteriler tatil başlamadan veya başladıktan sonra terk edilmiş gibi ortada kalmaları söz konusu olmaktadır⁷⁶.

⁷⁵ Pauline J. Sheldon, "The Tour Operator Industry: An Analysis" Hawaii, **Annals of Tourism Research**, Vol.13, 1986: 352-353.

⁷⁶ Hacıoğlu, a.g.e. :68.

Öner'e göre tur operatörlüğündeki diğer bir gelişme türü de tur operatörlerinin rahat çalışabilmeleri için paket tur oluşumunda farklı sektörlerle anlaşmalar yapmak yerine paket tur oluşumunda ihtiyacı olan hangi turistik ürün ve hizmet gerekli ise onu bizzat kendisi üretebilir. Yani konaklama tesisine ihtiyacı için kendisi otel kurabilir. Ulaşım hizmetleri için kendisi de o sektörde bir firma kurabilir. Yani tur operatörüyle, konaklama ve ulaştırma işletmeleri ile kendi bünyesinde toplayıp entegrasyona (bütünleşme) giderse faaliyetlerini rahatlatacaktır⁷⁷.

İçöz'e göre turizm faaliyetlerinin boyutlarının genişlemesi, büyümesi ve farklı turizm çeşitlerinin ortaya çıkması turizm endüstrisi giderek daha karmaşık bir hale gelmektedir. Bunun sonucunda ise tur operatörleri, belirli yörelerde, belirli turizm hizmetlerini, belirli alanları tercih etmeye başlamışlardır. Özellikle Avrupa ve Amerika'da faaliyetlerini sürdüren işletmelerde bu uzmanlık alanları artmaktadır⁷⁸.

Belirli bir ürün ya da alanda uzmanlaşan tur operatörleri diğerleri ile kıyaslandığında küçük ve orta ölçekli işletmelerdir. Müşterilerinin farklı şeyler deneme istekleriyle turizm piyasasındaki ortaya çıkan bu bölünmenin etkisiyle, uzmanlaşmış tur operatörleri de turizm piyasasında hızla büyüyen bir sektör haline gelmişlerdir⁷⁹.

4.3 Oteller

Turizm sektörünün en önemli ve temel işletmelerinde birisi de otel işletmeleridir. Turizm sektöründe uzmanlaşma isteyen işletmelerdir. Günümüzde günübirlik geziler hariç bütün seyahatlerde turistlerin geceleme ihtiyaçları vardır. Turistin kalacağı otelin türü, gezinin türüyle, ekonomik imkânları ve turistin gideceği yerle yakından ilgisi vardır⁸⁰.

⁷⁷ Öner, a.g.e. :105.

⁷⁸ İçöz, a.g.e. :159.

⁷⁹ Susanna Curtin, Graham Busby, "Sustainable Destination Development: The Tour Operator Perspective", Devon UK, *The International Journal Of Tourism Research*, March/April 1999: 139.

⁸⁰ Öner, a.g.e. : 21.

Oteller karşıladıkları ihtiyaçlar bakımından sadece yabancı turistlere değil aynı zamanda da yerli turistlerinde konakladıkları işletmelerdir. Sunduğu imkânlar bakımından sadece konaklama amaçlı olmayıp toplantı, eğlence, spor ve tedavi gibi vb. amaçlarla da konaklama yapılabilir.

4.3.1 Tanım

2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu'na dayanan Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikler Yönetmeliği'nin 60. maddesine göre otelin tanımı şu şekilde yapılmaktadır. Oteller; asıl fonksiyonu müşterilerin geceleme ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında yeme-içme, eğlenme ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri bünyesinde bulunduran en az 10 odalı tesislerdir⁸¹.

Bir diğer tanıma göre de, otel; yapısı, teknik donatımı, konforu ve bakım koşulları gibi maddi, sosyal değeri, 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 işletmedir⁸². Ancak otelcilik bir meslekten çok ticari işletme faaliyet konusudur ve işin sahibi gerçek veya tüzel olsun tacirdir.

Usta'ya göre otel; insanların konaklama, beslenme ve diğer ihtiyaçlarını karşılamayı meslek olarak kabul eden ekonomik ve sosyal işletmelere denir⁸³.

4.3.2 Otel İşletmelerinin Özellikleri

Otel işletmelerinin özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir⁸⁴.

⁸¹ RESMÎ GAZETE, (14.10.1993 tarihli), "21728 sayılı Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikler Yönetmeliği", 60. madde.

⁸² Olalı, Korzay, **a.g.e.** :29.

⁸³ Öcal Usta, **Turizm**, İstanbul, Altın Kitaplar Yayınevi, 1992: 132.

⁸⁴Orhan Batman, **Turizm İşletmeleri**, İstanbul, Değişim Yayınları, Genişletilmiş 2. Baskı, 2009: 94.

- a) Otel İşletmeleri "Zaman" Satar: Otel hizmetini stoklama imkânı yoktur. Dolayısıyla hazırlandığında satılması icap eder. Satılırken de 24 saat üzerinden satışı yapılır. Başka bir deyişle zaman satan işletmelerdir.
- b) Otel İşletmeciliği "İnsan gücüne" Dayanır: Otel hizmet ve faaliyetlerinin yerine getirilmesinde insan gücüne ihtiyaç vardır. Teknolojinin kendi başına iş yürüteceği alan sınırlı olup çoğu alanda personel istihdam edilmelidir. Büyük oranda insan gücüne ihtiyaç vardır.
- c) Otel Hizmetleri Otel Personeli Arasında Yakın İşbirliği ve Karşılıklı Yardımı Gerektirir: Organizasyon yapısı olarak otel işletmesi, çalışanlar arasında yakın işbirliği ve diyalogun olması gereklidir. Sosyal bir işletme olan otel işletmesinin başarısı için bu işbirliği ve diyaloga ihtiyacı vardır.
- d) Otel İşletmeleri Günün 24 Saati Haftanın 7 Günü ve Yılın 365 Günü Sürekli Hizmet Veren İşletmelerdir: Müşterilerinin dinlenmeye, eğlenmeye ve tedaviye ihtiyaç duydukları bir işletmede çalışanların mutlaka beşeri münasebetleri, hal ve hareketlerinin iyi olması gerekir. Bu durumda müşteriler kendini daha rahat hissederler.
- e) Otel İşletmeciliği Dinamiktir: Hizmet üretiminin yapıldığı işletmede, moda, zevk ve teknolojinin de sıkı takibi gerekir. Bu takip de dinamizm gerektirir.
- f) Otel İşletmeciliğinde Risk Faktörü Oldukça Yüksektir: Faaliyetlerini yürüttükleri ülkenin ekonomik, sosyal ve siyasi durumu işletmenin doluluk oranı ile kapasite kullanımını etkilemektedir. İşletme olarak risk faktörü her zaman vardır.
- g) Otel beslenme ihtiyacını karşılayabilmelidir: Düzenli olarak konaklama ihtiyacını karşılayan otel işletmesinin mutlaka küçük ya da büyük bir restoran kısmı olmalı ve müşterinin yeme-içme ihtiyacını karşılayabilmelidir.
- h) Otel işletmesi sosyal ihtiyaç ve taleplere de cevap verir: Otel sadece müşterilerin konakladıkları yerler değil aynı zamanda belirli bir ücret karşılığında müşterilerinin taleplerini yerine getiren hem sosyal hem de ekonomik bir işletmedir.

- i) Hukuki koşullara göre hareket eder: Otel işletmeleri, faaliyet gösterdiği ülkenin hukuki koşullarını yerine getirerek kurallara uyan, kanunlarla disiplin edilmiş iřletmelerdir⁸⁵.

4.3.3 Yasal Sınıflandırma

Oral ve Kurgun'a göre, dünya ülkeleri arasında otel işletmelerindeki standartlaşmaya büyük ölçüde geçilmiştir. Bu standartlaşmada, otel binasının yapısı, binanın özelliği, dekoru, bina içerisindeki araç ve gereçler, hizmetteki kalite standardı, müşterilere sunulan imkânlar, kolaylıklar ve son olarak da işletmecilik anlayışı gibi hususlar değerlendirmede temel etkenlerdir⁸⁶.

Otel işletmelerini sınıflandırırken çeşitli sınıflandırma Őekilleri vardır Bunlardan birisi de yasal olarak sınıflandırmadır. Bu sınıflandırma türü ise sürekli değiştirilerek otellerin değişen dünya standartlarına, gelişmekte olan teknolojiye ve artan istek ve taleplere uygun hale getirilmiştir.

Turizm Yatırım ve Işletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği'ne göre otel işletmeleri ''bir yıldıztlı, iki yıldıztlı,  yıldıztlı, dört yıldıztlı ve beş yıldıztlı olmak üzere 5 ayrı grupta sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmaya göre otellerin görevleri ve özellikleri aşağıdaki Őekildedir⁸⁷.

A) BİR YILDIZLI OTELLER, aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- 1) En az on oda,

⁸⁵ Olalı, Korzay, a.g.e. :27.

⁸⁶ Saime Oral, Kurgun Osman Avşar, **Otel Işletmeciliği ve Otel Işletmelerinde Verimlilik Analizleri**, İzmir, Kanyılmaz Matbaası, 1997: 18.

⁸⁷ RESMİ GAZETE, (21.06.2005 tarihli), "25853 sayılı Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik".

- 2) Sadece yaz sezonu boyunca açık tutulan tesisler hariç olmak üzere girişte rüzgârlık, hava perdesi, döner kapı veya benzeri düzenleme,
- 3) Resepsiyon ve kapasiteye yeterli, rahat oturma imkânının sağlandığı lobiden oluşan kabul holü (Yeterli büyüklükte ayrı bir oturma salonu bulunması durumunda, belirtilen imkânın lobide sağlanması şartı aranmaz.),
- 4) Kahvaltı Ofisi ve kahvaltı salonu, yeterli büyüklükte oturma salonu veya lokanta bulunması durumunda bu mahaller kahvaltı verme amaçlı da kullanılabilir, yazlık tesislerde bu amaçla kullanılan salonun bir kısmı açık olabilir,
- 5) Yönetim odası,
- 6) Müşterinin inceceği veya çıkacağı kat sayısının üçten fazla olması halinde otel kapasitesi ile orantılı müşteri asansörü,
- 7) 06.00–24.00 saatleri arasında büfe hizmeti,
- 8) İlk yardım malzeme ve gereçleri bulunan dolap,
- 9) Odalarda dışarı ile doğrudan bağlantılı telefon hizmeti,
- 10) Oda sayısının en az yüzde yirmi beşine hizmet verebilecek sayıda kıymetli eşya kasası,
- 11) Genel mahaller ve yatak odaları döşemelerini tamamen kaplayan halı, seramik, parke gibi nitelikli malzeme.

B) İKİ YILDIZLI OTELLER; bir yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- 1) İklim koşullarına göre genel mahallerde klima sistemi,
- 2) Yatak katlarında kat hizmetleri için ofis veya dolap,

3) Odalarda saç kurutma makinesi,

4) Odalara içecek hizmeti.

C) ÜÇ YILDIZLI OTELLER; iki yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

1) İklim koşullarına göre odalarda klima sistemi,

2) Yatak sayısının yüzde yirmi beşi oranında oturma imkanı olan, lobiden ayrı düzenlenmiş oturma salonu,

3) İlave bir yönetim odası,

4) Odalarda televizyon,

5) Odaların yüzde ellisinde mini bar ile mevcut yiyecek ve içecek türlerine uygun servis malzemesi bulundurulması,

6)Yüzme havuzu veya ikinci sınıf lokanta veya kafeterya veya kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde en az elli kişilik çok amaçlı salon,

7) Çamaşır yıkama ve ütüleme hizmeti,

8) Rezervasyon işlemlerinin bilgisayarla yapılması,

9) Yirmi dört saat büfe hizmeti.

D) DÖRT YILDIZLI OTELLER; üç yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

1) Kabul holünde telefon kabinleri,

- 2) Müşterilerin ineceği veya çıkacağı kat sayısının ikiden fazla olması halinde otelin kapasitesiyle orantılı, müşteri asansörü,
- 3) Odalarda ve genel mahallerde klima,
- 4) Odalarda; yatak örtüsü, mini bar, kıymetli eşya kasası,
- 5) 06.00–24.00 saatleri arasında oda servisi,
- 6) Kuru temizleme ile terzi hizmeti,
- 7) Her katta kat ofisi düzenlemesi(Ayrık yerleşimler şeklinde düzenlenmiş tesislerde hizmetin aksamaması kaydıyla kat ofisinin her katta bulunması zorunlu değildir.),
- 8) Satış mağazası,
- 9) Çeşitli dillerde; süreli yayın, kitap gibi dokümanların yer aldığı okuma mahalli,
- 10) Kapasitesi yüz kişiden az olmamak kaydıyla, tesis yatak kapasitenin yüzde ellisine hizmet veren birinci sınıf lokanta,
- 11) Sürekli doktor hizmeti ve revir, müşterilerin bu konuda bilgilendirilmesi,
- 12) Yeterli büyüklükte bagaj odası ve bu mahalde emanet hizmeti,
- 13) Servis merdiveni veya asansörü, (ayrık yerleşimler şeklinde düzenlenmiş tesislerde servis merdiveni veya asansörü bulundurulmasına ilişkin esaslar Bakanlıkça belirlenir.)
- 14) Personel sayısının en az yüzde on beş'i oranında konusunda eğitim almış personel,
- 15) İdari personelin konusunda eğitilmiş veya en az beş yıl deneyim sahibi olması,
- 16) Telefon, faks, internet bağlantılı bilgisayar gibi büro hizmetlerine yönelik çalışma ofisi,
- 17) Odalara; mesaj bırakabilme sistemi ya da buna yönelik hizmet verilmesi.
- 18) Ayrıca;

— Kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde en az yüz kişilik çok amaçlı salon ve fuayesi,

— Kapalı yüzme havuzu,

— Açık yüzme havuzu,

— En az yüz kişi kapasiteli kabare, tiyatro, sinema etkinliklerinin yapılabileceği kapalı salon,

— Kişi başına en az 1,2 metrekare alan düşen, en az yüz kişilik konferans salonu, fuayesi, salon ile bağlantılı en az iki çalışma odası, sekreterlik ve simültane (anında) tercüme hizmetleri,

— Kişi başına en az 1,2 metrekare alan düşecek şekilde en az yüz kişilik gece kulübü, diskotek veya benzeri eğlence imkânı veren ayrı bir salon,

— En az kırk metrekare büyüklükte aletli jimnastik, aerobik veya bilardo salonu, alarm sistemi bulunan sauna, Türk hamamı, mini golf, tenis veya voleybol sahası, trambolin, bowling salonu, go-kart pisti, kayak ve deniz sporları, squash salonu veya benzeri imkânlar sağlayan ünitelerden en az üç adedi,

— Pasta ve içki servisi verilen en az yüz kişilik salon,

— Türk mutfağından en az beşer adet sıcak ve soğuk yemekler ile tatlı çeşitlerinin de sunulduğu alakart hizmet verilen ayrı bir lokanta,

— Kafeterya ve snack bar, ünitelerinden en az üç adedi.

E) BEŞ YILDIZLI OTELLER; yerleşme durumu, yapı, tesisat, donatım, dekorasyon ve hizmet standardı olarak üstün özellikler gösteren, dört yıldızlı oteller için aranan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan en az yüz yirmi odalı otellerdir.

1) Müşterilerin ineceği veya çıkacağı kat sayısının birden fazla olması halinde otelin kapasitesiyle orantılı müşteri asansörü,

- 2) Odalarda; çalışma masası, yatak başucunda merkezi aydınlatma düğmesi ve priz, boy aynası,
- 3) Odalarda; bornoz, dış temizlik kiti, tek kullanımlık terlik, dikiş kiti, ayakkabı sileceği, cilası, duş köpüğü, makyaj temizleme pamuğu, kutu kâğıt mendil, şemsiye gibi en az on adet amblemli malzeme,
- 4) Banyolarda; küvet, resepsiyonla bağlantılı telefon, büyüteçli ayna,
- 5) Altı odadan az olmamak üzere oda kapasitesinin asgari yüzde beşi oranında bütün ürünleri içilmeyen oda düzenlemesi,
- 6) Bu maddenin (d) bendinin 18 numaralı alt bendinde belirtilen ünitelerden, ilave olarak en az üç adedi,
- 7) Yirmi dört saat oda servisi,
- 8) Garaj veya üzeri kapalı otopark, bu mahallerde yirmi dört saat görevli personel,
- 9) Odalarda; uydu veya video yayınları ile oda sayısının yüzde onu oranında internet imkânı sağlanması,
- 10) Bay ve bayan kuaförü,
- 11) Satış mağazaları,
- 12) Personel sayısının en az yüzde yirmi beşi oranında konusunda eğitim almış personel,
- 13) Alakart lokanta,
- 14) Resepsiyondan ayrı bir mahalde müşteri ilişkileri, danışmanlık gibi hizmetlerin deneyimli personel tarafından sağlanması,
- 15) Kat koridorlarında resepsiyonla bağlantılı telefon,

Beş yıldızlı otel bünyesinde birden çok konferans salonu bulunması halinde; bu salonlardan en fazla üç adedi, bu maddenin (d) bendinin (18) numaralı alt bendinde belirtilen ünitelerden sayılır.

4.3.4 Otellerdeki Gelişmeler

Değişen ve gelişen dünya şartlarında her geçen gün gelişen teknoloji ve hayat şartları her alanı etkilediği gibi turizmde de değişikliklere yol açmıştır. Otelcilik anlayışı da bu değişiklikten nasibini almıştır.

Tarihteki ilk konaklama tesisleri olan han ve kervansarayların yerini bugün mimarisi, hizmet çeşitleri ve sunduğu imkânlarla modern bir yapı olan otel işletmeciliği almıştır⁸⁸.

Öner'e göre Türkiye'de otel işletmeciliğinin gelişmesine katkıda bulunan kurumlar; Turizm Bankası ile Emekli Sandığıdır. Bu iki kurum Türkiye' de örnek konaklama tesisi yapmışlar ve özel müteşebbisler için birer öncü konumundaki kurumlardır. Ülkemizde 1985 sonrası zincir oteller ile marka otellerin işletmeleri ülkemizde hizmete açılmıştır⁸⁹.

Tarihteki bu büyüme ve gelişmeyi, Kültür ve Turizm Bakanlığı 2008 yılı Turizm İstatistikleri Bültenine göre; 1966 yılında ülkemizin sunabildiği konaklama kapasitesi 16.151 yatak iken, 4 yıl sonra 1970 de bu kapasite 28.354 olmuştur. 5 yıl sonra bu sayı 44.957'ye, 1983'te ise 65.934 e ulaşmıştır. İşletme belgeli ve belediye tesislerini de göz önüne aldığımızda bu kapasite oranı 1 milyonun üzerine çıkmaktadır⁹⁰.

⁸⁸ Orhan Mesut Sezgin, **Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı**, Ankara, Detay Yayıncılık, 2001: 85.

⁸⁹ Öner, **a.g.e.** :23.

⁹⁰ Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri Bülteni, Ankara, 2008.

BÖLÜM II

TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ İŞLETMELER ARASI İLİŞKİLER

1. TURİZMDE DAĞITIM SİSTEMİ

1.1 Dağıtım Sistemi

Wahab'a göre dağıtım; bir ürünün tercih edilebilir hale getirilmesidir. Turizmde dağıtım kanalları ise, turizmde hizmet ve ürün üretenler ile tüketenleri birbirine bağlayan bağa denir⁹¹.

Zengin'e göre pazarlama biliminde, bir ürünün doğru yer ve zamanda üretim merkezlerinden alınıp tüketicilere ulaştırılmasına dağıtım denir. Dağıtım bizzat ürünü üreten işletmeler yapabileceği gibi, çoğu zaman da dağıtım işlerinde aracı işletmelerin kullanılmasına tercih edilir. Turistik ürünlerin yalnızca üretildikleri yerde tüketilebilmesi, burada mal ve hizmete doğru tüketicinin bir yöneliminin varlığını

⁹¹ Salah Wahab, L.J. Crampon, L.M. Rothfield, Tourism Marketing, London, **Tourism International Pres**, 1977: 96.

doğrulmaktadır. Turizm sektöründe üretici ile tüketiciler arasında bir köprü görevi gören aracı işletmelerin yer aldıkları sisteme dağıtım kanalı denir⁹².

Buhalis'e göre dağıtımın; turizm işletmelerinin maliyetlerini düşürme, ürün çeşitlendirmesi, ürün yönetimi, ilişki yönetimi ve pazarlamadaki gelişmelere doğrudan katkısı vardır⁹³.

Tekeli'ye göre dağıtım kanalları ise, alıcı ya da kullanıcı işletmeye mal ya da hizmet sunma görevini yüklenmiş olan bağımsız örgütler için kullanılan bir terimdir. Turizm işletmeciliğinde ise bazı yazarlar dağıtım ağları tanımının daha geçerli olduğunu söylemektedirler. Zira turizm çevresinde bulunan bağımsız örgütler arasında pek sıhhatli bir örgütlenmeye dayanmayan işbirlikleri ve bir dizi kontrat anlaşmaları yapılmaktadır. Nitekim ülkemiz turizmde de yoğun biçimde izlenen tur operatörleri ile seyahat acenteleri ya da konaklama birimleri arasındaki anlaşmazlıklar ve hukuk dışı işlemlerin oluşmasının başlıca nedeni budur⁹⁴.

Dağıtım kanallarındaki başlıca turizm işletmeleri; oteller, tur operatörleri, seyahat acenteleridir. Dağıtım kanallarında bulunan bu turizm işletmelerinin birbirinden farklı görevleri bulunmaktadır. Turizm işletmelerinin dağıtım kanallarındaki önemini detaylı olarak aşağıdaki bölümde inceleyeceğiz.

1.2 Dağıtım Kanalları Ve Önemi

Turistik mal ve hizmet üreten işletmeler, işlerinde ne kadar başarılı olurlarsa ürettikleri ürün ve hizmetlerin pazarlanması da o kadar başarılı olacaktır. Ancak bu noktada pazarlamada kullanılacak dağıtım kanalları büyük önem arz etmektedir. Çünkü elinizdeki ürünü iyi tanımak ve o ürüne uygun dağıtım kanalları seçmek turizmde başarılı olmak için şarttır.

⁹² Zengin, a.g.e. :72.

⁹³ Dimitrios Buhalis, "Distribution Channels In The Changing Travel Industry", London, **The International Journal Of Tourism Research**, Sep/Oct 2000: 357.

⁹⁴ Hasan Tekeli, **Turizm Pazarlaması ve Planlaması**, Ankara, Detay Yayıncılık, 2001: 51.

Hacıoğlu'na göre turizm işletmelerinin üretimden sonra en önemli faaliyetleri, ürün veya hizmetlerin pazarlanmasıdır. Üretici rolündeki turizm işletmeleri, işletmelerin mal ve hizmetleri tüketicilere nasıl ulaştıracaklarını önceden belirlemeleri gerekir. Bu belirlemeyle ürünlerin ve hizmetlerin piyasaya çıkması ve piyasada nasıl satılacağı kimler tarafından satılacağını üreticiler tayin eder⁹⁵.

Turistik ürüne ulaşmak isteyen bir müşterinin, talebine uygun olarak herhangi bir dağıtım kanalını seçmesi beklenir. Bu seçimi etkileyen faktörlerden bazıları ise; müşterinin zamanı, ekonomik durumu ve çevresindeki kişilerdir.

Gilbert'e göre turistik ürünlerin dağıtımı, müşteri ihtiyaçlarından ve teknolojik gelişmelerden etkilenmiştir. Gelişen teknoloji, turistik ürün ve hizmetleri aracısız olarak doğrudan müşteriye satılabilir hale getirmiştir. Buna rağmen İngiltere ve Amerika'da tur operatörlerini ve seyahat acentelerini kullanarak seyahate çıkmak bir gelenek haline gelmiştir. Yıllarca bu işletmelerden yararlanan bu aileler dahi teknolojik gelişmelerden etkilenmektedir.

Avrupa'daki tüketiciler ise tatillerini, rezervasyonlarını ve uçuşlarını doğrudan dağıtım kanalını kullanarak yapmaktadırlar. Almanya'da paket turların % 40'ı, İngiltere'de ise % 22'si doğrudan dağıtım kanalı aracılığı ile müşterilere satılmıştır. Bu sonuçlar, aracı işletmenin aradan çıkartıldığının göstergesidir. Burada önemli olan mesele şudur, alışlagelen gelenekler tüketicilerin davranışlarının değişmesine engel olmaktadır⁹⁶.

Karen'e göre yapılan araştırmalarda; değişik turizm çeşitleri ve turistler, farklı dağıtım kanallarına ve dağıtım kanallarında farklı yapıları ortaya çıkarmaktadır⁹⁷.

Buhalis' e göre turizmde dağıtım kanallarının üç fonksiyonu vardır⁹⁸:

⁹⁵ Hacıoğlu, a.g.e. :146.

⁹⁶ D. C. Gilbert, "European Tourism Product Purchase Methods and Systems" Guildford, **The Service Industries Journal**, Vol:10, October 1990: 664-665.

⁹⁷ A. Smith Karen, "Distribution channels for events: Supply and demand-side perspectives", **Journal of Vacation Marketing**, (October)2007: 321-338.

⁹⁸ Dimitrios Buhalis, Eric Laws, "**Tourism Distribution Channels: Practices, Issues and Transformations**", London, Tourism Continuum, 2001: 7-32.

1.Bilgi kaynağı olması.

2.Turistik ürün ve hizmetlerin bir dizi halinde birleştirilip paket halinde sunulması.

3.Müşterilere, kimler aracılığıyla rezervasyon ve ödeme yapılacağını öğretir.

Andreas ve Chad'a göre eserler incelendiğinde, halka ve kişiye özel turizm organizasyonlarında ne çeşit pazarlama ve dağıtım tekniklerinin geliştirileceği hususunda detaylı bilgi alınmamaktadır. Mevcut geleneksel modeller ve anlayışlar, stratejik pazarlama tekniklerini sağlar fakat bir turizm merkezinin pazarlanmasında başvurulacak yöntemle ilgili olarak herhangi bir akademik analiz bulunmamaktadır. Bu pazarlama teknikleri ise; müşteri, rekabet ve ticaret odaklı yaklaşımlar olmalıdır⁹⁹.

Turistik hizmet ve ürünlerine ulaşmak isteyen bir kişi ya doğrudan ya da dolaylı olarak turizm işletmeleriyle iletişime geçer. Doğrudan iletişim; müşterinin aracısız olarak turizm işletmesi ile bizzat kendisinin iletişime geçerek turistik ürüne ya da hizmete ulaşma çabasıdır. Dolaylı iletişim de ise müşteri turistik ürün ya da hizmete ulaşmak için araçlar kullanır. Kendisi detaylarla ilgilenmek istemez, bunu kendi adına bir aracının yapmasını talep eder.

Yukarıda bahsettiğimiz dağıtım sistemindeki araçların rollerini ve dağıtım sistemlerinin detayını Tablo 3'de daha net göreceğiz.

Dağıtım sisteminde ihtiyacımız olan sistemler, tek aşamalı veya dolaysız sistem (doğrudan) olarak açıklanan sistemlerdir. Bu sistemde turistik mal ve hizmet üreticileri ile turistik tüketici olan turistler karşı karşıyadır. Yani yüz yüze satış esas olup üretici ile tüketici arasında aracının olmadığı sistem olarak adlandırılır.

Dağıtım kanallarında olan diğer sistemler ise iki, üç ve dört aşamalı dağıtım sistemleridir ki bunlara dolaylı dağıtım sistemleri de denir. İki aşamalı dağıtım sistemi, turistik üretici ile tüketici arasında genellikle perakendeci seyahat acentelerinin girdiği sistemlere denir.

⁹⁹ Andreas, M.Riege, Chad, Perry, "National Marketing Strategies in International Travel and Tourism"**European Journal Of Marketing**, Bradford, Vol.34, 2000: 1290.

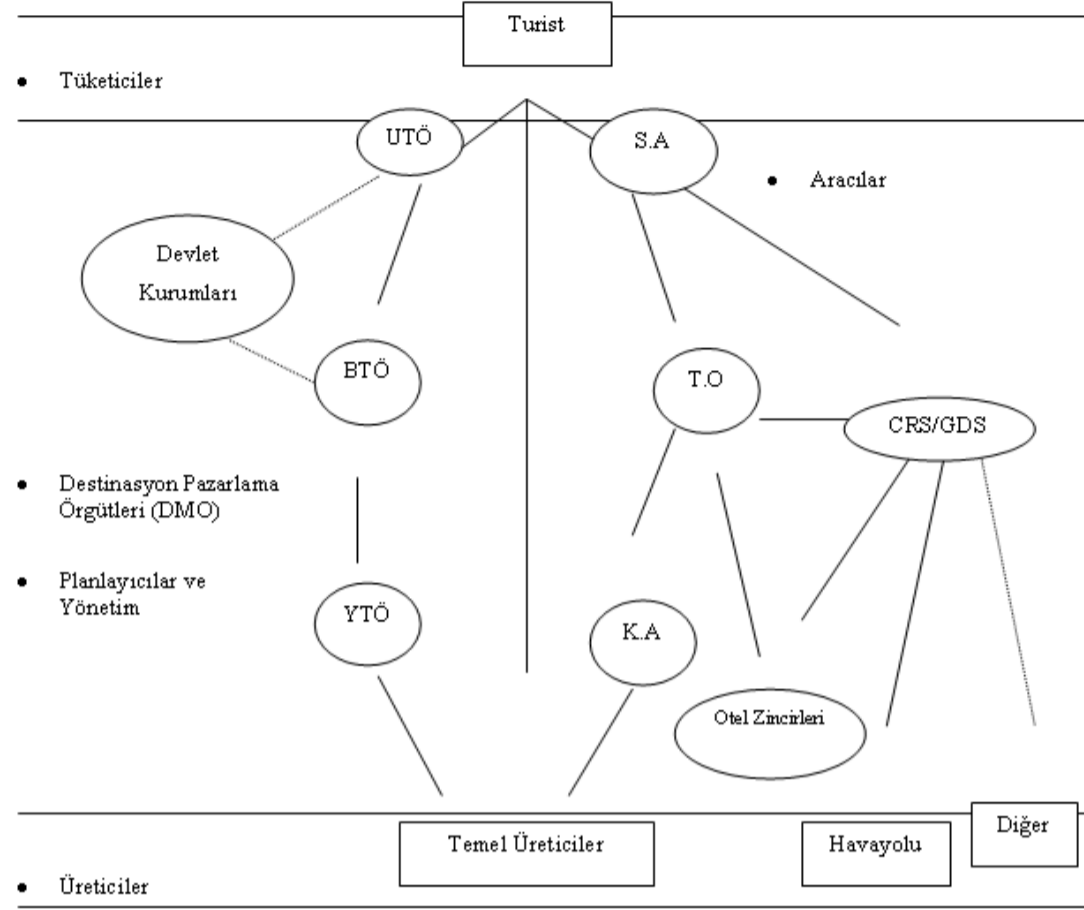
Üç aşamalı dağıtım sisteminde turistik üreticiler ile tüketiciler arasında sırasıyla tur operatörü veya tu toptancısı ile perakendeci seyahat acentesinin girdiği dağıtım sistemidir.

Seyahat sektöründe dört aşamalı dağıtım sistemi, üretici ile tüketici arasında en çok aracının bulunduğu sistemdir. Bu sistemde; turistik mal ve hizmet üreten işletmeler ile turistik tüketici olan turistin arasında, sırasıyla tur operatörü veya tur toptancısı, perakendeci seyahat acentesi ve özel tur düzenleyicilerin girdiği sistemdir¹⁰⁰.

Yukarıda sayılan dört sisteminde kendine özgü avantajları ve dezavantajları vardır. Bu sistemlerden en çok tercih edilenleri genellikle bir, iki ve üç aşamalı sistemlerdir. Şekilde görüldüğü üzere turizm dağıtım sisteminde her turizm işletmesinin, turizm dağıtım sisteminde önemli rolü vardır.

¹⁰⁰ Zengin, a.g.e. :75.

Tablo 1: Turizm Sektörünün Yapısı



- UTÖ : Ulusal Turizm Örgütü BTÖ : Bölgesel Turizm Örgütü
 YTÖ : Yere1 Turizm Örgütü S.A : Seyahat Acentası
 T.O : Tur Operatörü K.A : Karşılایıcı Acenta
 CRS : Merkezi Rezervasyon Sistemi GDS : Global Dağıtım Kanalları

Kaynak: Werthner, H, ve Klein, S. (1997) *Information Technology and Tourism: A Challenging Relation*. Springer Verlag Vienna.

Dağıtım; pazarlama biliminde, bir mal ya da hizmetin üretildiği yerden tüketildiği yere götürülmesi için gerekli olan çabalar olarak kabul edilir. Turizmde dağıtım kanalı ise dolaylı ya da doğrudan üretilen ürün ve hizmetlerin potansiyel turistlere ulaştırılması, bilgilendirilmesi ve rezervasyon ve satış işlemlerinin yapılması gibi detayları vardır. Turizm ürününün çeşitli olması sebebiyle dağıtım kanallarında daha fazla aracıya ihtiyaç vardır. İşte bu kanalların etkili olabilmesi için iki çeşit dağıtım yapılabilir.

Birincisi doğrudan dağıtım olup aracı kullanmadan müşteriyle birebir muhatap olma şeklindedir. İkincisi ise dolaylı dağıtım olup aracı işletmelerden olan tur operatörü, seyahat acentesi vasıtasıyla müşteriye ulaşma şeklindedir.

1.3 Dağıtım Kanallarındaki Araçlar Ve Dağıtım Sistemindeki Rollerini

Tablo 2: Turizm Sektöründe Dağıtım Sistemi ve Araçların Sistemdeki Yeri

Turizm Ürün (Turizm Arzı) Araçları	Bölgesel Araçlar		Dağıtım Kanalları		Turizm Talebi
Ulaşım Konaklama Yeme-içme Yerel Ulaşım Alışveriş Eğlence Gezi Banka Sağlık Hizmeti Spor Kabul ve karşılama Rekreasyon Diğer	Bölgesel Seyahat Acentaları	Rezervasyon	Seyahat Acentaları Seyahat Organizatörleri Ulaşım İşletmeleri Tur Operatörleri Rezervasyon hizmetleri Yurt Dışı Tanıtım Büroları	K i r a l a m a B i l g i	TURİST
		Kiralama			

Kaynak: İçöz, Orhan (1998) Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi, Ankara, Turhan Kitabevi.

1.3.1 Tur Operatörü

Dağıtım kanalında işlevsel olarak tur operatörleri büyük öneme sahiptir. Bunlar, sektördeki görevleri bakımından müşteriye en uygun paket tur seçeneklerini oluşturan üretici işletmelerdir.

Seyahat sektörünün toptancıları olarak tanınan tur operatörleri; konaklama ve diğer turizm işletmelerini pazarlanabilir bir ürün yaratabilmek için gerekli olan hammaddeler olarak kabul ederler. Bu ürünün yanına; ulaştırma, transferler, bölgesel turlar, sigorta ve turistik aktivitelerle çekicilikleri de katarak hem kendi turistik ürün paketlerini hem de müşteri taleplerine uygun turistik ürünü oluştururlar¹⁰¹.

Tur operatörleri, esas üretici turizm işletmelerinden temin ettikleri hizmetleri bir paket tur haline getirip tüketiciye ulaştırırlar. Burada tur operatörü kendisi bir dağıtım kanalı seçmek zorundadır¹⁰². Bir tur operatörü dağıtım kanalını seçerken piyasanın ekonomik durumunu mutlaka dikkate alarak hareket etmelidir. Piyasa ekonomisi rahat mı yoksa değil mi? Bu şartları gözeterik hareket eden bir tur operatörü kendi finansal yapısını da ona göre şekillendirir. Tur operatörlerinin rezervasyon sözleşmelerini büyük oranda yaptıkları için fiyat olarak daha uygun halde turistik ürün almakta ve uygun fiyata da ürün (paket tur) oluşturmaktadırlar. Tur operatörlerinin ürün oluşturma süreleri sezon öncesi 10–18 ay arasında değişkenlik gösterir. Bu süre içerisinde ulaştırma ve konaklama işletmeleriyle anlaşma ve rezervasyon işlemleri ile geçer. Hazırladığı ürünü (paket tur) dağıtım kanallarından kendine uygun olanı seçerek piyasaya süren tur operatörü için en etkili yol perakendeci diye tabir edilen seyahat acenteleridir. Tur operatörleri belirli bir komisyon karşılığında seyahat acentesi ile anlaşma ve sözleşme yaparak pazarlamaya başlar.

Öner'e göre tur operatörleri dağıtım yapmadan önce şu üç hususa dikkat etmelidir¹⁰³:

¹⁰¹ İçöz, a.g.e. :32.

¹⁰² Hacıoğlu, a.g.e. :147.

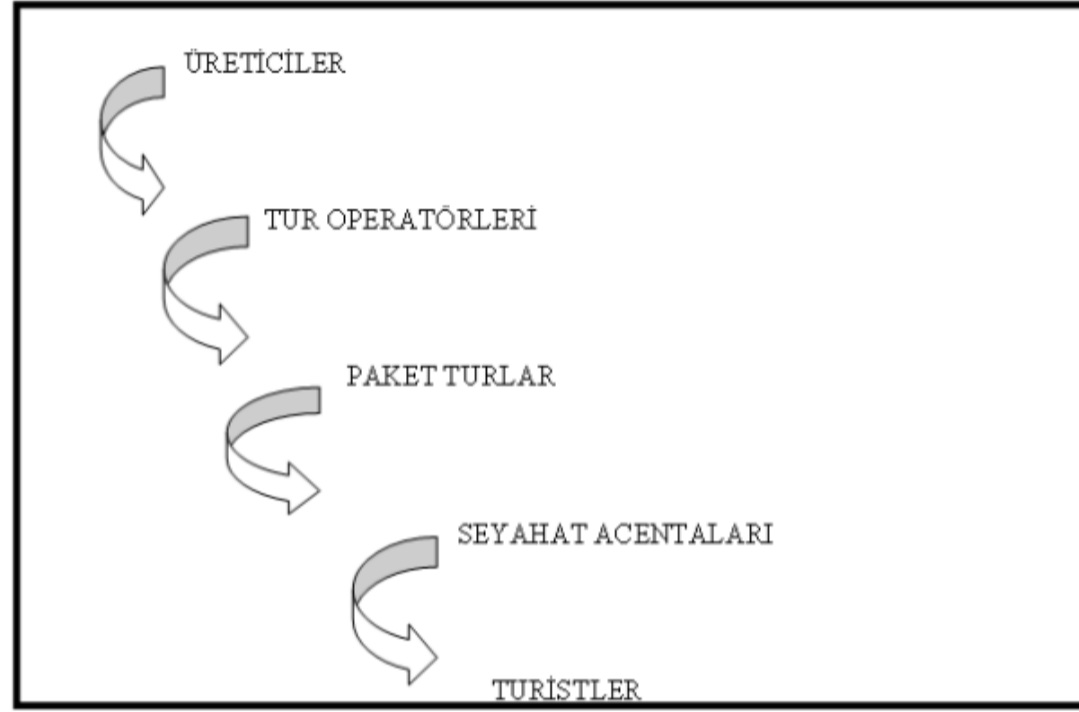
¹⁰³ Öner, a.g.e. :123.

1.Maliyet: Bazı tur operatörleri ürünlerini bizzat kendisi satmak isteyip araçlara bağlı kalmak istemez. Ancak bu konuda tur operatörünün kuracağı satış ağının maliyeti ön plana çıkmaktadır. Burada maliyetlerini belirleyip ya araçlarla ya da kendisi ürün satışını gerçekleştirebilir.

2.Kontrol: Tur operatörünün kurmaya karar verdiği dağıtım kanalının kontrolü de önemlidir. Ürünlerinin piyasadaki talebini ve uygunluğunun tespiti için tur operatörünün kontrol etmesi gereklidir. Kendi kuracağı sistemde bu kontrol mekanizmasını rahatça kurabilir. Ancak perakendeci seyahat acentesi için bu söz konusu değildir. Bunun için seyahat acentesi elemanını kendi elemanları ile birlikte eğitime tabi tutmalıdır.

3.Servis Kalite Standardı: Ürün pazarlamadaki başarı ancak servis kalitesi ile gerçekleşir. Bunun için tur operatörünün, ürünlerini satacak acenteleri seçerken kendi kalite politikasına uygun olan acentelere öncelik tanınmalıdır.

Tablo 3: Turizmde Sık Kullanılan Dağıtım Sistemi



Kaynak: Zengin, Burhanettin (2009) Turizm İşletmeleri, İstanbul, Değişim Yayınları.

1.3.2 Seyahat Acentesi

Turizm endüstrisinde perakendecilik görevini yapmakta olan seyahat acenteleri, turistik ürünün hazırlanmasından sonraki aşama olan pazarlama kısmında etkin rol oynamaktadırlar. Seyahat acentelerinin dağıtım kanalındaki yeri, konaklama işletmeleri, ulaştırma işletmeleri(karayolu, havayolu, denizyolu ve demiryolu işletmeleri) ve tur operatörleri için büyük önem taşımaktadır. Seyahat acentelerinin faaliyetleri çok geniş olmasından dolayı varlıkları ya da yoklukları aynı anda birçok işletmeyi doğrudan ilgilendirmektedir. Dağıtım kanalı olarak doğrudan müşteri (turist) ile iletişim içerisinde olan aynı zamanda turistik ürünün pazarlanmasını bizzat gerçekleştiren işletmedir. Acentelerin her sattığı üründen aldığı komisyon oranı, o acentenin işlem büyüklüğüne göre değişkenlik gösterir. Yani seyahat acentesinin müşteri oranı ne kadar büyükse komisyon oranı o kadar büyük ve yüksek olur.

Kozak'a göre, seyahatin gerçekleştirildiği, ona uygun ve tatmin edici yapan önemli bir araçtır. Seyahat acentesi hem tur operatörüne hem de müşterisine karşı sorumludur. Bundan dolayıdır ki dağıtım zincirinde önemli bir halkadır. Tur operatörü nam ve hesabına iş gördüğü için turların gerçekleşmesinden sorumludur. Büyük bir tur operatörünün bir şubesi olarak görev yaparlar. Acenteler, iş kapasiteleri olarak hem tur operatörleri hem de buldukları yörenin turizm faaliyetlerine uygun ürün ve hizmet oluştururlar¹⁰⁴.

1.3.3 Otel (Konaklama İşletmesi)

Dağıtım kanalındaki temel işletmelerdendir. Turizm işletmelerinin çoğu ile doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkisi vardır. Bir tur operatörü paket tur hazırlarken, seyahat acentesi ise hazırlanan paket turun pazarlanması ve gerçekleşmesi aşamasında oteller ve otelleri temsilen kurulan otel temsilcilikleri ile iletişime geçerler.

Otellerin bir araya gelerek otel temsilciliklerini kurma sebebi ise; konaklama işletmelerinin satışlarını arttırmak ve rezervasyon hizmet ağını genişletmektir. Bu

¹⁰⁴ Kozak, a.g.e. :10.

sistemlere ortak olan birçok otel üye olmakta ve bu sistemden gelen rezervasyonlar için belirli oranlarda komisyon ödenmektedir. Bunun yanı sıra birçok otelin bir araya gelerek oluşturdukları konsorsiyumlar ve tanınmış otel zincirlerinin oluşturdukları merkezi rezervasyon ve satış sistemleri bulunmaktadır¹⁰⁵.

Otel işletmeleri açısından bakıldığında çok çeşitli taleplerle karşılaşılır. Tur operatörünün doğrudan iletişimi, seyahat acentesinin hem doğrudan hem de dolaylı olarak iletişimi ile rezervasyon ve konaklama faaliyetlerini yürütürler. Bunun yanında da otellerin kurdukları otel temsilcilik bürolarına ve otellere de müşterinin (turistin) şahsen başvurusu ile de rezervasyon ve konaklama faaliyetleri yapılmaktadır.

1.4 Seyahat Acentesi Gerekliği

Herhangi bir işletmeye bağlı kalmaksızın seyahat eden müşterilerin yanında bu durumun aksine bağlantılı hareket eden müşteriler de vardır. Bu müşteriler için bazı gerekçeler şunlardır¹⁰⁶:

- i. Rahatlık ve konfor: İnsanlar tek başlarına seyahate çıkmak istedikleri zaman birçok formalite ile karşı karşıya kalırlar. Zamanı kısıtlı olan müşteriler için bir uçakta ya da otelde rezervasyon yapmak, pasaport işlemleri ile uğraşmak, otokiralama işlemleri ile uğraşmak, kendi başlarına tur programları hazırlamak oldukça zor ve zaman alıcı faaliyetlerdir. Seyahat acentesini tercih ederek bu işleri sizin yerinize takip edecek ve düzenleyecek bir aracı işletme tercih edilmiş olur.
- ii. Maliyet Avantajı: Seyahatin maliyeti, insanların seyahat acenteleri tarafından düzenlenen paket turlara katılmalarının başlıca nedenlerinde birisidir. Tur düzenleyicileri toptan olarak rezervasyon yaparken ve hizmet sözleşmeleri düzenlerken indirimli ve toptan fiyatlardan yararlanırlar.
- iii. Reklâm ve Tanıtım: Seyahat acenteleri ve ulaştırma işletmeleri, reklâmın müşteri üzerindeki etkisini düşünerek düzenledikleri rehberli turları ve paket

¹⁰⁵ Mısırlı, a.g.e. :28.

¹⁰⁶ İçöz, a.g.e. :55.

turları “en iyi seyahat şekli” olarak tanıtırlar ve bu konuda yoğun reklâm yaparlar.

- iv. Güven ve İç huzuru: Seyahat eden müşterilerin seyahatlerini yaparken bazen can sıkıcı ve hoş olmayan sürprizlerle karşılaşır. Müşteriler seyahat acentesini seçerek hem bu olumsuz sürprizleri yok ederler hem de bu sıkıntılarla uğraşacak bir sorumlunun varlığını bilir. Bunun yanında seyahat acentelerinin düzenlediği rehberli turlarda, bagajın kişilerle birlikte yerine ulaşması sorumluluğunu ilgili yöneticiler taşımaktadır.
- v. Bilgi Kaynağı: Seyahat ürünü genelde bilinmeyen bir denklem gibidir. Seyahat acentesinin temel tercih sebeplerinden biridir. Müşteriye her konuda bilgi veren bu işletmeler müşteriler için önemli bir bilgi kaynağıdır. Bu nedenle paket turlarla yapılan seyahatler hakkında tüketicilere ayrıntılı bilgiler vermek gerekir.
- vi. Tavsiye ve Alternatif ve Öneri: Özellikle gideceği yer veya satın alacağı ürün ya da seyahat hakkında kararsız olan müşterilerine yardımcı olması yönünden seyahat acentesine büyük görevler düşmektedir. Bir müşteri için ilk önce, bir ürünün fiyatı ve kalitesi söz konusudur. Seyahat acentesi satış personeli bu iki beklentiyi göz önüne alarak müşterisine inandırıcı ve tatmin olacağı bir seçimi tavsiye ederek alternatifler hazırlar ve seçimine yardımcı olurlar.
- vii. Bilinmeyenden Korkma: Macera tutkunları hariç yeni yerleri tanımak ve öğrenmek için gezen kişilerde o yöreye uyum sorunu yaşamaktadırlar. Yörenin dili, yabancılara karşı tutumları, gelenekleri, dini vb. hassasiyetlerde problem yaşanmaması için seyahat acentelerinin deneyimli rehberlerinin yardımlarıyla yapılan turları tercih ederler.
- viii. Arkadaşlık Kurma: Yeni arkadaşlar ve sosyal çevre edinmek isteyen kişiler tarafından özellikle gruplar halinde seyahat edilen turlara katılırlar¹⁰⁷.

¹⁰⁷ Çolakoğlu, a.g.e. :15.

1.5 Tur Operatörü İhtiyacı

Hacıoğlu'na göre tur operatörleri, hizmet işletmeleri ile müşterilerin daha kolay bir şekilde karşılaşmalarına yardımcı olan turizm işletmeleridir. Tüketicilere sağladığı avantajları ise¹⁰⁸;

- Rahatlık (bütün seyahat aşamalarının sorumluluğunun bir işletme tarafında üstlenilmesi ile)
- Güven (alanında uzman ve tanınmış bir firma ile çalışmak sayesinde)
- Zaman tasarrufu (zaman kayıplarının ve seyahat formalitelerinin en aza indirgenmesi ile)
- Ekonomiklik (bireysel seyahatlere göre grup seyahatleriyle aynı hizmetlerden daha düşük fiyata yararlanarak)

İçöz'e göre tur operatörlerinin üreticilere sağladığı yararlar ise¹⁰⁹;

- Tur operatörleri büyük oranlarda ve blok satın alma ve rezervasyon yaptığı için hizmet işletmelerinin doluluk oranlarını arttırlar.
- Tur operatörleri önceden satın aldığı hizmetler için, hizmet satın aldığı hizmet üretici işletmelere ön ödeme yaparak finansal (mali) kaynak sağlar.
- Tur operatörlerinin yüksek miktarda alım yapması bunun yanında ise rezervasyon yapması ilgili işletmelerin tur operatörlerine olan bağımlılığı artırır.
- Seyahat acenteleri, tur operatörlerinden aldıkları paket turların müşterilere satışından komisyon alırlar.

¹⁰⁸ Hacıoğlu, a.g.e. :66.

¹⁰⁹ İçöz, a.g.e. :158.

2. PAKET TUR

Aynı anda birden fazla turistik ürün ve hizmetin bir araya getirilmesiyle ortaya çıkan paket turun aynı zamanda paket tatil gibi isimleri de vardır. Paket tur teriminin ortaya çıkışı ise tarihte 17. yüzyıla kadar dayansa da gerçek anlamda son asırdır yapılmaktadır.

John ve Gregory'e göre paket tur hakkında çoğu kimsenin, yorgun ve bitmekte olan bir ürün haline geldiğini speküle etmesine rağmen bunun aksini ispatlayacak birkaç istatistikî bilgi verelim. 1996'da Amerika'yı ziyaret eden 14,3 milyon deniz aşırı ülke turistlerinin %34'ü ücretli ve ön ödemeli bir paket tur ile gelmişlerdir. Bunun yanında Avrupa'dakiler dâhil bütün Alman seyahat sektörünün %24'ü paket turu tercih etmiştir¹¹⁰.

2.1 Paket Turların Tarihçesi

İçöz'e göre seyahat kavramı çok eski bir kavram olmasına rağmen paket tur kavramı oldukça yeni bir kavramdır. Paket turun geçmişi Büyük Tur (Grand Tour)' kadar uzanmaktadır. O dönemde seyahat etmek hem yorucu hem de tehlikeli idi. Bu turu organize edecek ne bir tur operatörü ne de turist rehberi bulunmaktaydı.

19.yüzyılda yaşanan gelişmelerden demiryollarının inşası ve genişlemesi ile birlikte otellerin de yapılmaya başlanması turistlere seyahat etme konusunda cesaret vermiştir.

Bugünkü anlamıyla ilk paket turlar da 1841 yılından itibaren İngiltere'de Thomas Cook tarafından düzenlenmeye ve satılmaya başlamıştır. İlk paket tur; içerik olarak 571 turistin katıldığı, demiryolları ile seyahat ettirilen ve İngiltere'nin Leicester kentine yapılan bir seyahattir.

Paket turlardaki önemli gelişmelerden birisi de buharlı gemilerle turların düzenlenmeye başlamasıyla bu turlar yaygın ve tanınır hale gelmiştir. Bu gelişmeleri takip eden Cook

¹¹⁰ John, C. Crotts., Gregory B. Turner, "Determinants of Intra-Firm Trust in Buyer-Seller Relationships in The International Travel Trade", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, Bradford, Vol.1, 1999: 116.

ve acentesi de sundukları hizmetleri geliştirerek önce Avrupa'ya sonra Hindistan ve Mısır'a ve daha sonra da Amerika içerisinde rehberli geziler düzenlemiştir.

20. yüzyılın ilk yarısında ise, ulaşım maliyetlerinin yüksekliği, insanların yer değiştirmede sınırlandırılması, konaklama sektöründeki yetersizlikler paket tur organizasyonunun gelişip büyümesini engellemiştir.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra her alanda peş peşe gerçekleşen gelişmeler, paket tur organizasyonunu kolaylaştırıp cazip hale getirmiştir. Tur operatörlerinin büyüüp çoğaldığı dönem bu dönemdir. Tur operatörlerinin de pazarlama çalışmalarıyla paket turlara olan talepler de artmıştır. Her geçen yıl paket tur, çeşitlilik kazanmıştır. Bu da tur operatörlerinin belirli bir paket tur çeşidinde uzmanlaşmasına sebep olmuştur.

Paket turdaki bu gelişmelere rağmen yakın tarihte bazı ülkelerde, devletin turizm sektörü üzerinde kontrol gücü vardır. Özellikle Rusya ve Çin'e yapılacak paket turlarda, turistlerin devletin resmi seyahat acentelerine müracaat etmesi gerekmektedir¹¹¹. Tarihte bu kadar dalgalanma yaşayan paket turlar, düzenlenmesinde bütün turizm işletmelerine ve temel olarak da müşterisine çok cazip avantajlar sunmaktadır. Bu avantajları aşağıdaki bölümde inceleyeceğiz.

2.2 Paket Tur Tanımı

Paket tur; İngilizce “package tour, package holiday, inclusive tour”, Fransızca “ voyage a forfait” kelimelerinin dilimize uyarlanmasıyla oluşturulmuş bir seyahat terimidir¹¹².

Yarcan ve Peköz'e göre, paket tatil; turistik ürün girdilerinin maliyetinin toplam fiyat içindeki payının tüketici tarafından bilinmediği ve tur operatörü tarafından oluşturulan ulaşım, konaklama ve yan hizmetlerin bir bütün olarak sunulduğu turistik ürüne denir¹¹³.

¹¹¹ Mısırlı, a.g.e. :165.

¹¹² Zengin, a.g.e. :77.

¹¹³ Yarcan, Peköz, a.g.e. :23.

Mısırlı'ya göre ise; tur operatörleri veya tur toptancıları tarafından belirli bir bölgeye yönelik olarak, gidiş-dönüş tarihleri, konaklama, ulaşım, yiyecek-içecek, gezi ve eğlence yerleri ve fiyatı önceden belirlenmiş turizm ve seyahat ürününe paket tur denir¹¹⁴.

2.3 Paket Tur Özellikleri

David ve Jui'ye göre paket tur; çok sayıda bileşeni olan karışık bir üründür. Bu ürünün özellikleri; turizmde sezonluk oluşu, soyutluğu, bölünebilir olması, değişkenliği, anında üretilen ve tüketilen bir ürün olmasıdır¹¹⁵.

Tatilin paket olarak satın alınması hem kolay hem de avantajlıdır. Bir paket tur için ödenecek olan fiyat, paket turu oluşturan turistik ürün ve hizmetlerin ayrı ayrı satın alınmasından daha uygun fiyata gelmektedir.

Paket turun ana özelliği bir tur operatörü veya tur toptancısı tarafından üretilmesidir. Toptancı olarak iş yapan bu işletmeler, paket turu oluştururken havayollarından koltuk, otellerden yatak satın alır. Satın aldığı bu turistik hizmetleri bu hizmetleri belirli bir dağıtım sistemiyle doğrudan ya da perakendeci bir seyahat acentesi aracılığıyla müşterilere satar¹¹⁶.

Paket tur tüketiciye sabit bir fiyattan satılır. Bir kaç değişik fiyattan oluşan paket turun satış fiyatı üzerinde üretici işletme gerekli fiyat düzenlemesini yapma imkânına sahiptir. Paket turlar, normal bireysel seyahatlere göre %10 daha ucuzdur. Sebebi ise, paket turu hazırlayan toptancı işletmelerin toplu olarak rezervasyon ve alım yaparak ürün maliyetini aşağı çekmektedirler. Bu indirim de müşteriye yansıtıldığı için, paket turları tercih eden müşteri sayısı gün geçtikçe artmaktadır. ABD'de yapılan araştırmalarda

¹¹⁴ Mısırlı, a.g.e. :164.

¹¹⁵ David Bowie, Jui Chi.Chang, " Tourist satisfaction: A view from a mixed international guided package tour", *Journal Of Vacation Marketing*, Vol.11, October 2005: 302.

¹¹⁶ Yarcan, Peköz, a.g.e. :23.

deniz aşırı seyahatlere katılan Amerikalıların % 40'ı bir paket tur satın almaktadır. Bu oran iç turizmde daha yüksek olmaktadır.

Hazırlanışı bakımından paket tur genelde iki şekilde hazırlanır. İçerdikleri hizmet açısından¹¹⁷:

a) Basit-normal paket turlar: (Sadece konaklama ve gidiş-dönüş bir ulaştırma hizmetini içerir).

b) Karmaşık-kapsamlı paket turlar: (Konaklama ve ulaştırmanın yanında yeme-içme, eğlence, animasyon, şehir turları, yöresel gezileri, rehberlik hizmetlerini içerir).

Tüketiciler açısından, paket tur ürünleri arasında bir seçme imkânı ortaya çıkmıştır. Bir paket turun seçiminde aşağıdaki özellikler rol oynar:

- Seyahatin kalış süresi
- Gidilecek yer sayısı
- Yurtdışı seyahat olması

Diğer taraftan paket tura olan tüketici talebi:

- Kişi başına düşen gelire
- Turun fiyatına
- Günlük aktivite sayısına göre değişmektedir.

2.4 Paket Turların Tercih Nedenleri

2.4.1 Tüketiciler Açısından

Paket turların müşteriler için tercih nedenleri vardır. Bu tercih nedenlerinden birisi, paket turun sorumlu ve yetkili acente ya da bir aracının kontrolünde gerçekleşmesi müşterilere güven duygusu vermektedir. Diğer bir neden ise, seyahat işletmeleri çok sayıda paket tur satışı yaptığı için turistik ürünlerini satın aldıkları işletmelerden turistik

¹¹⁷ Hacıoğlu, a.g.e. :72.

ürünün maliyetini daha düşük halde almaktadırlar. Bu nedenden dolayı düzenledikleri veya sattıkları turistik ürünlerin satış fiyatı, aynı hizmetin turist tarafından acenteden satın almasından daha uygun fiyata gelmesi turistler için bir tercih sebebidir. Bir başka tercihe göre de, paket tur ile bir turistin tatili boyunca ihtiyaç duyacağı bütün ürün ve hizmetlerin sorumlu ve yetkili aracı işletme tarafından yerine getirilmesi müşteriler için bir kolaylık sağlamaktadır. Bu ihtiyaçların yanı sıra tur boyunca karşılaşılabilecek her türlü problem ve gelişmede tur sorumlunun bulunması yani muhatap birisinin olması önemlidir. Diğer sebep ise, paket turu oluşturan işletmenin toptancı rolünde olması nedeniyle müşteri talep ve isteklerine uygun, çeşitli olarak da zengin paket turları hazırlaması müşteriler için bir tercih sebebidir. Daha da önemlisi, müşterilere turistik yerlerle ilgili detaylı bilgi vermeleridir.

Paket turların profesyonel turist rehberleri eşliğinde hazırlanması ve gerçekleşmesi önemli sebeplerden biridir. Bunun yanında paket turlarda müşterilerin tura başladıkları yerde turun bitirilmesiyle müşterilere geri dönüş imkânının sunulması önemli bir sebeptir. Paket tur oluşturulurken her hizmetin ve ayrıntının fiyatı önceden belirlenir ve fiyata dâhil olanlar açıklanır. Fiyata dâhil olmayan hizmetler ise müşterilere bildirilir. Başka bir tercih sebebi ise, turistlere değişik yerleri gezdirme ve görme imkânı sunması en önemli tercih sebeplerinden biridir¹¹⁸.

2.4.2 Tur Operatörleri Açısından

1. Düşük fiyat elde etmesi (büyük oranda yer ayırıp).
2. Tur bedellerinin peşin ödenmesi sonucu, ön finansman sağlaması.
- 3- Reklam konusunda ulaştırma ve konaklama tesislerinin desteğini alması.
- 4- Bir katalog yardımıyla birden fazla paket tur satışı.

¹¹⁸ Mısırlı, a.g.e. :166.

5. Paket tur düzenleme gerekçesiyle, ulaştırma ve konaklama işletmeleriyle entegrasyon imkanları, ayrıcalıklar kazanılması¹¹⁹.

2.4.3 Diğer İlgili İşletmeler Açısından

- 1- Seyahat Acentelerine satışlarından yarar sağlar.
- 2- Konaklama işletmeleri ve Havayolu işletmelerinin (yatak-koltuk) doluluk oranlarını arttırır.
- 3- Tüm işletmelere yeni potansiyel pazarlar yaratır.
4. Ülkelerin ve işletmelerin ücretsiz-dolaylı tanıtımına katkı sağlar.
- 5- Ülkeye yönelik turizm akımlarının artmasına neden olur.
- 6- İşletmelerin verimliliklerini arttırır.
- 7- Ülkeler için belirli alanlarda istihdam yaratır.
- 8- Tüketicilerin kolayca ve birden fazla seyahate çıkmalarını teşvik eder¹²⁰.

2.5 Paket Tur Üretim Süreci

Bir paket tur birçok insanın ortak çalışması sonucu ortaya çıkmaktadır. Paket tur aynı anda bir ve birden fazla turizm faaliyetlerini içerdii için üretim süreci de ona göre uzun ya da kısa olmaktadır.

Paket tur üretim süreci; pazar araştırmasını, hizmet sektöründe kalite ve standartlaşmayı sağlamada hizmet sağlayıcılarla görüşmeleri, pazarlama ve reklam faaliyetleri, her şey dahil paket turların seyahat acenteleri aracılığıyla satışı, tur yönetimi ve turistik

¹¹⁹ Hacıoğlu, a.g.e. :73

¹²⁰ Hacıoğlu, a.g.e. :73-74.

merkezin incelenmesi, müşteriler tarafından anketörler vasıtasıyla yapılan performans değerlendirmesi ve müşteri tatmini gibi unsurları içeren karışık bir süreçtir¹²¹.

Bir paket tur, tüketicilerin seyahatlerinin başlangıcından bitimine kadar olan tüm hizmetleri kapsayabilir. Dolayısıyla bir paket tur çok değişik hammaddelerin (turistik hizmetlerin) bir araya getirilmesi ile oluşmaktadır; koltuk + yatak + yemek + eğlence + alışveriş v.b. gibi hizmetler. Bu kadar değişik hizmetlerin bir araya getirilmesi uzun süre almaktadır. Tur operatörleri seyahatin başlangıcından 18 ay önce paket tur üretim işlemlerine başlar. Bir paket turun hazırlanması ve gerçekleşmesi, üç aşamadan oluşmaktadır. Bunlar; üretim, pazarlama, yönetim ve tüketim aşamalarıdır¹²². Bu aşamaların her birini tablo ile birlikte özetleyip anlatacağız.

¹²¹ Succurro, Marianna., "An Economic Analysis of Contracts Signed Between Tour Operators and Travel Agents, **Springer Science and Business Media**, 2006: 200.

¹²² Hacıoğlu, a.g.e. :86.

Tablo 4: Paket Tur Hazırlama Süreci

<u>TUR HAZIRLAMA</u>	<u>TUR PAZARLAMASI</u>	<u>TUR OPERASYONU</u>
<ul style="list-style-type: none"> – Pazar araştırması – Eski tur progr. İncelenmesi – Yeni çekim merkezleri ve hizmetler – Yerel hizmetler paketi – Tur ayrıntılarının hesaplanması – Ulaşım Bağlantıları – Fiyatlandırma – Broşür Hazırlığı – Müşteri rezervasyon sistemi – Perakendeciler ile bağlantılar 	<ul style="list-style-type: none"> – Broşür dağıtımı – Kitle yayın ve reklâm – Kişisel satış – Muhasebe İşlemleri – Rezervasyonlar – Son dakika satışları – Topancı bağlantıları 	<ul style="list-style-type: none"> – Tur Temsilcilerinin görevlendirilmesi – Rezervasyonların gözden geçirilmesi – Operasyon çizelgelerinin hazırlanması – Tur operasyonu – Hizmet işletmelerine ödemeler – Müşteri ilişkileri – Geri besleme bilgileri

Kaynak: Yarcan, Şükrü. Peköz, Metehan (1997), Seyahat İşletmeleri, İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.

2.5.1 Üretim Aşaması

Bir paket tur üretiminin ilk işlemini planlama aşaması oluşturur. Faaliyetlerin başlangıcında yapılacak olan pazar araştırması, tur operatörüne piyasada hangi tur çeşidinin tutulduğunun tespiti için zaman kazandırır. Turistik yerleri, tahmini tur tarihlerini ve tahmini tur süresini belirledikten sonraki safha ulaştırma ve konaklama işletmeleri ile anlaşma yapmaktır. Bu anlaşmalar tur için ayrıntılı bir tur programı oluşturulmasına olanak sağlar¹²³.

Tur operatörü üretimine karar verdiği paket tur için önceden bir planlama yapar. Planlama, paket tur hareket tarihinden 18 ay önce başlar. Planlamada aşamaları yukarıdaki şekle göre aşağıdaki hazırlık aşamalarından oluşur¹²⁴:

a) Piyasa Araştırması: Kar amacıyla kurulan bir işletme olan tur operatörü, belirli bir turistik yöreye yönelik paket tur düzenlemeye karar vermeden önce, piyasa şartlarına uygun hareket etmelidir. Üretilecek paket tur için bir talep olup olmayacağı eğer talep varsa, tüketicilerin alım güçlerinin ne kadar olduğu araştırılır. Bu araştırmalardan sonra, paket tur piyasasında bir fiyat araştırması yapılır. Kullanılacak ulaşım araçlarında ve kalınacak konaklama tesisinde yeteri kadar arz kapasitesi araştırılır. Gidilecek yörenin altyapı olarak turizme uygunluğu araştırılır. Bütün bu araştırmalardan sonra piyasadaki benzer paket turları ve rakipleri de dikkate alınarak ürün hazırlanır.

Paket tur üretiminde piyasa araştırmasındaki temel amaç, hedef kitlenin yani potansiyel müşterilerin gerçek istek ve taleplerine cevap verebilmek olmalıdır. Piyasa araştırması yapmak, tur operatörü için hem kazançlı hem de külfetli bir aşamadır.

b) Müşteri Analizleri: Piyasa araştırmasının devamı niteliğindedir. Sunulacak paket turun hedef kitlesinin, ülkenin coğrafi bölgeleri dikkate alınarak bir pazar tahmini yapılır. Hedeflenen müşteri kitlesi hakkında bilgi toplanırken, hedef kitleyle ilgili kısa ve uzun vadede planlama yapılır. Müşteri davranışları, ilgileri, istekleri hakkında çeşitli

¹²³ Gökdeniz Ayhan, *Seyahat İşletmelerinde Turistik Ürün Üretimi ve Dağıtımı*, Ankara, Turizm Yıllığı 1991, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Yayını, , 1992: 19-39.

¹²⁴ Hacıoğlu, a.g.e. :86.

analizler ve değerlendirmeler yapılır. Yapılan bu analizlerin amacı, belirlenen bu gruplara dayanarak, gelecekteki yeni müşteri tiplerini önceden tahmin etmektir. Analizler iki grupta toplanabilir. Bu analizlerden birincisi sosyo-ekonomik analizlerdir. Bu analiz çeşidinde müşterilerin, ekonomik durumları, satın alma güçleri, ücret ve gelirleri, aile yapısı, sosyal statüleri v.b. özellikleri incelenir. Bu araştırma ile müşterilerin sosyo-ekonomik durumları incelenir. Paket tura katılımda, eğitim durumu ve ekonomik durumun paket tur seçiminde etkisi vardır. Bu analizlerden ikincisi ise; sosyo-psikolojik analizlerdir. Bu analizlerin amacı insanların gerçekten ne aradıklarını, ne istediklerini tahmin etmektir.

c) Daha Önce Düzenlenen Turların Analizi: Bir tur operatörü üretime başlamadan önce, geçmiş yıllarda hazırlanan ve gerçekleştirilen tur programlarını analiz etmelidir. Bu analiz piyasadaki paket tur trafiğinin sayısını belirlemek, paket tur talebini ölçmek, rakip ürünleri, benzer ürünleri saptamak ve ürünün verimliliğini tahmin etmek amacıyla yapılır.

d) Gidilecek Bölgenin Seçimi: Bir tur operatörü turistik bir merkeze yönelik tur hazırlamadan önce kendisine ait bazı kıstasları dikkate alır. Bu kıstaslardan ilki ve en önemlisi bu merkezin kendisi için karlı olup olmadığıdır. Tur operatörleri, tur planlaması yaparken piyasadaki en popüler, en çok istenen ve aranan yerleri, merkezleri tercih etmelidir. Yapılacak olan seyahatin ve paket turun sadece o işletmeye ait olması ve değer taşınması planlamaya olumlu katkı yapar. Gidilecek yer seçiminde; turistik merkezin fiyatları, yöre halkının yabancıya bakışı, kültürel özelliklerini de diğer etkenler olarak gösterebiliriz.

e) Ulaştırma Aracının Seçimi: Paket turların üretimini etkileyen önemli faktörlerden birisi de, kullanılacak ulaştırma araçlarının türüdür. Gidilecek yöre seçiminde etken olan bu faktör, fiyatları da büyük oranda etkiler. Paket turlar, kullanılan ulaştırma aracına göre kendi içinde sınıflandırılır. Tur operatörleri, seçtikleri turistik merkezinin uzaklığına ve müşteri tipine göre hava, kara, demir ve denizyolu ulaştırma araçlarından birini seçip, ilgili ulaştırma işletmeleriyle koltuk satın alma görüşmelerine başlar. Böylece paket turun ilk hammaddesi ortaya çıkmış olur.

f) Konaklama Hizmetlerinin Seçimi: Paket turu oluşturan temel hizmetlerden birisi de konaklama hizmetidir. Tur operatörleri, genellikle tatil köylerini ve otelleri paket tur hammadresi olarak kullanırlar. Son yıllarda farklı bir uygulama yapan İngiliz veya Alman tur operatörleri, konaklama tesisi olarak pansiyon kullanmaktadırlar.

Tur operatörleri konaklama tesisi seçiminde çok titiz davranmaları gerekir. Tesisin çeşidi, konumu ve hizmet kalitesi paket tur üretimini etkileyen faktörlerdir. Tur operatörleri kendi marka imajına uygun hizmet veren işletmeleri tercih ederler. Konaklama işletmeleri de sadece konaklama hizmeti değil bunun yanında müşterilerinin yeme-içme, eğlence gibi ihtiyaçlarını karşıladıkları oranlarda tercih edilirler.

Konaklama işletmeleri sadece oda satışı değil, paket turlar için genelde oda + kahvaltı + bir öğün yemek olan yarım pansiyon satışını gerçekleştirmektedirler. Tur operatörleri ise, uzun süreli tatiller, için tatil köyleri yanında, konaklama, yeme-içme, eğlence, sportif faaliyetler ve animasyon hizmetleri sunan Club-Hotel'leri tercih etmeye başlamışlardır. Böylece, müşteri bir otelde kalıp tatil köyü havasını yaşamaktadır.

g) Varış Yeri Hizmetlerinin Seçimi: Bir ülkede üretilen paket turların tüketimi farklı bir ülkede gerçekleştirilecek ise; tur operatörü, o ülkede hizmet veren, kendi kalite anlayışına uygun yerel bir seyahat acentesi ile sözleşme yaparak, ürünün en iyi şekilde tüketilmesine yardımcı olunması isteyebilir. Böylece yerel acente aracı işletme pozisyonunda olur ve ülkesindeki tüm hizmetlerden sorumlu olur.

h) Tur Programının Belirlenmesi: Tüketicinin temel ihtiyaçları belirlenip bu ihtiyaçları karşılayacak işletmelerin de belirlenmesiyle paket tur oluşturulmuş olur. Belirlenen bu hizmetlerin bir turiste olan maliyeti hesaplanır. Tur boyunca takip edilecek güzergâhlar ile turun işleyişinden sorumlu kişiler belirlenir. Tur için gerekli bağlantılar, rezervasyonlar gerçekleştirilir. Paket turun müşteriye ulaşması için gerekli tanıtım ve iletişim araçları belirlenir.

ı) Karşılama Hizmetlerinin Seçimi: Turun gerçekleştirileceği yörede, grubun karşılama hizmetlerinin o yörede faaliyet gösteren yerel bir seyahat acente ile anlaşma yaparak yürütülür¹²⁵.

Yukarıdaki maddelere bakıldığında paket tur üretiminde çok fazla detayın olduğu görülmektedir. İşte bu yüzden paket tur üretimindeki yüksek oranda titizlik, ürünü düzenlemeyi ve standartlaştırmayı zorlaştırmaktadır. Ürünün standartlaştırılmaması, ürün kalitesini tahmin edilemez hale getirmektedir¹²⁶.

2.5.2 Pazarlama Aşaması

Victor'a göre paket tur üretim sürecinin eksiksiz tamamlanmasından sonra fiyatlandırma yapılır ve sadece turun pazarlama kısmı geriye bırakılır. Tur operatörünün tur hakkında seyahat acentesine bilgi vermesi ve acentenin da bu bilgiye müşterilerine aktarması gerekmektedir. Bilgi akışının sayesinde değiştirilecek ya da çıkartılacak detaylar dikkate alınır. Eğer seyahat acentesinin bu talebi dikkate alınmazsa turun pazarlama aşaması dikkate alınmamış olur¹²⁷. Pazarlama aşamasını oluşturan en önemli aşama pazarlama stratejisi ve planının yapılmasıdır.

Pazarlama stratejisi ve planında ürünler için bir pazarlama stratejisi belirli bir plan dâhilinde seçilmeli ve geliştirilmelidir. Bu stratejiyi seçerken; pazarın durumu, ürünlerin çeşitliliği, satıcı-aracı sayısı, dağıtım kanallarının durumu, reklâm araçları ve halkla ilişkiler kampanyası detaylı olarak belirlenmelidir¹²⁸.

Tur operatörünün pazarlama aşamasında izleyeceği yol ve yöntemler şunlardır:

¹²⁵ İçöz, a.g.e. :186.

¹²⁶ David, a.g.e. :307

¹²⁷ Victor, T.C Middleton, **Marketing in Travel and Tourism**, Oxford Butterworth Heinmann Inc., 1994: 297-298.

¹²⁸ Kozak, a.g.e. :63.

Paket Turun ve Broşürün Ortaya Çıkışı ve Dağıtımı: Paket turun içeriğini oluşturan öğeler bir araya getirildikten ve satın alımlar yapıldıktan sonra paket tur ürünü ortaya çıkmaya başlar. Paket tur bir broşür haline getirildiğinde ise ürün formatına kavuşur. Paket tur satışında broşür en önemli araçtır. Broşür aynı zamanda tur operatörü ile alıcı arasındaki bir köprüdür. Broşürün en önemli özelliği ise tüketicilere ürün hakkında detaylı, tanıtıcı ve doğru bilgi vermesidir. Broşürün müşteri üzerinde uyandıracığı etkiyi düşünerek çekici bir şekilde hazırlanmalıdır. Broşür dağıtımı ise en etkili pazarlama çeşitlerinden biridir. Seyahat acenteleri aracılığıyla yapılan dağıtım ise bunun en etkili yollarında biridir¹²⁹.

Kitle Yayın Araçları: Tur operatörleri kitle yayın araçları aracılığıyla da reklam ve tanıtım yaparlar. Bunlar; TV, gazete ilan ve reklâmları, tatil TV kanalları, internet gibi. Bunun yanında ise, bireysel satış, posta, telefon, banka ve market broşürleri ve tanıtım toplantıları da ilave edilebilir¹³⁰.

Rezervasyonlar: Paket turun satışı rezervasyon talepleri ile başlar. Bu durumda acente veya tur operatörü müşteriye voucher verir. Bu belge bir otelin yatağının önceden satın alınması karşılığında acente tarafından müşteriye verilen bir akit belgesidir. Müşteri bu belge ile otele gider ve belgeyi otele vererek voucher'da belirlenmiş sürelerde, belirlenmiş standartta, belirlenmiş kişinin, belirli koşullarda bedel ödemediği yararlanmasını mümkün kılar.

2.5.3 Tur Operasyonu (Yönetimi Ve Tüketimi)

Paket turun üretilip satışa sunulmasından itibaren başlayan her türlü işlemleri içeren bir aşamadır. Paket tur yönetiminde herkesin uyumu ve gayreti, işletmelerin kar paylarını etkilemektedir. Bu aşamadaki faaliyetler ise şu şekildedir¹³¹:

¹²⁹ Yarcan, Peköz, a.g.e. :35.

¹³⁰ Kozak, a.g.e. :66.

¹³¹ Hacıoğlu, a.g.e. :94-96.

- a) Yapılan tur programlarının kontrolü, turun zamanlama takviminin hazırlanması, rezervasyon kontrol sisteminin hazırlığı, ödeme şartlarının belirlenmesi, ihtiyaç duyulacak resmi evrakların hazırlanması gibi faaliyetleri kapsamaktadır.
- b) Satışı yapılan rezervasyonları inceleyerek kayıt etmek, kesin satışı yapılanların listelerini oluşturmak, kesin listelerin ise aracı işletmelere ulaştırılması gerekmektedir.
- c) Kesin satışı yapılan turların muhasebe işlemlerinin kayıt edilmesi, varsa ön ödemelerin takibi, turun bitişinden sonra aracı işletmelere gerekli ödemelerin yapılması.
- d) Satışı yapılan tur hakkında müşterilere ek bilgi ve dokümanlar iletmek, satış sonrası kalite standardı açısından anket yapılması, biten turlar hakkında detaylı inceleme ve değerlendirme yapma gibi faaliyetleri içerir.

2.6 Tur Operatörleri Açısından Paket Tur Programlarının Tercih

Nedenleri

Bir tur operatörünün herhangi bir turizm merkezine bağlılığı çok hassastır, kırılığandır. Ne zaman o merkezin turizm çekiciliği azalırsa ve kar oranı düşerse, tur operatörleri bağlı oldukları turizm merkezlerini değiştirirler¹³². Hareket kabiliyeti bu kadar esnek olan tur operatörlerinin paket turların yapılma nedenleri şunlardır:

- Turistik ürün ve hizmet üreten işletmelerden toplu olarak yapılan alımlardan dolayı maliyetin düşmesi ve müşterinin de bu fiyatı kolayca kabul etmesi.
- Tur operatörlerinin, tüketiciye sunduğu paket tur ücreti turdan önce ön ödeme yapması işletmeye sağladığı ekonomik rahatlama.
- Yapılacak paket turun reklâmı için paket turda yer alan işletmelerden reklâm ve tanıtma faaliyetleri için destek alınması.
- Hazırlanan katalog ve broşürler yardımıyla çok sayıda paket tur satışı.

¹³² Susana, Graham, a.g.e. :138.

- Paket turlar aracılığı ile ulaştırma ve konaklama işletmeleriyle bütünleşme ya da işbirliği olanaklarının ve ayrıcalıkların kazanılması¹³³.

2.7 Yerel İşletmeler Açısından Paket Turların Yararları

İçöz'e göre; tur operatörleri gibi paket tur düzenlenen bölgedeki hizmet işletmeleri de paket turların aşağıdaki avantajlarından yararlanmak ister. Bu avantajlar ise¹³⁴;

- Seyahat acenteleri tur satışlarından komisyon alarak kazanç sağlar. Tur Operatörü ile komisyon üzerine anlaşma yapan acenteler sattığı tur başına belirledikleri oranda komisyon alırlar.
- Paket turlar konaklama ve havayolu işletmelerinin doluluk oranlarını artırır. Tur Operatörleri hazırladıkları paket turlar için hem konaklama hem de ulaşım şirketleri ile anlaşmalarla koltuk ve oda ayırarak bu işletmelerin doluluk oranlarını artırırlar.
- Turizm sektöründeki bütün işletmelere yeni potansiyel pazarlar yaratır. Gelişen ve büyüyen bir sektör olan turizm sektörü, turizm işletmelerinin de aracılığı ile dünya üzerinde yeni yerler keşfederek yeni pazarlar dolayısıyla da anlaşmalı şirketlere yeni fırsatlar sunarlar.
- Ülkelerin ve bölgelerin dolaylı olarak tanıtımını sağlar. Turizm işletmeleri, işlerinin gelişmesi ve ilerlemesi için tanıtım yaparlar. Turizm faaliyetlerine katılan ülkelerin de doğal olarak tanıtımını yapmaktadır.
- Bir bölgeye yönelik turist akımının artmasına neden olur. Turizm işletmeleri yeni oluşturacakları pazarlar ile turistlerin dikkatlerini farklı yöne çekerek dünya üzerindeki taleplerin yön değiştirmesine sebep olabilirler.
- İşletmelerin etkinlik ve verimliliklerini artırır. Turizm faaliyetlerinin gelişmesinin neticesi olarak iş hacimleri artar bununla birlikte ise etkinlikleri artış gösterir.

¹³³ Hacıoğlu, a.g.e. :73.

¹³⁴ İçöz, a.g.e. :170.

•Özellikle bir hizmet ürünü olduğu için paket turlar önemli ölçüde istihdam olanağı yaratır.

2.8 Tur Organizasyonundaki Taraflar

Kozak'a göre; günümüzde teknoloji ile doğru orantılı olarak gelişen turizmde yalnızca ulaşım ve konaklama seçeneklerindeki çeşitlenme dahi seyahat konusundaki kararları bugüne kadar olduğundan çok daha karmaşık bir hale getirmektedir. Bu nedenle seyahat acentelerinin gelecekte şimdikinden daha fazla müşterisi olabilir. Bu durum ise tur operatörlerinin seyahat acentelerinin organize ettiği turlarda diğer kişi ve işletmelerle kuracakları karmaşık ilişkilerin ele alınmasını gerektirir¹³⁵.

2.8.1 Müşteriler

Turu organize eden işletme ile müşteriler arasındaki ilişkiler son derece önemlidir. Karşılıklı olarak birbirlerinin talep ve beklentilerin iyi anlaşılması gerekmektedir. Tur planlayıcısı, müşteri talep ve beklentilerini bildiği takdirde müşterisine uygun turlar sunar. Bu durumdaki bir müşteri, turun kendi taleplerini karşılayacağı beklentisindedir. Müşteri, verilen hizmetin broşürdeki tanımlara ya da turu öğrendiği diğer kaynakla uyumlu olmasını ister. Başarılı bir tur operatörü, müşterilerinin beklentilerinin hangi ve ne çeşit reklâm ve tanıtım kaynakları aracılığıyla şekillendiğini bilir. Müşterilerin beklentisi, arkadaş çevresi ya da ailesinden aldığı bilgilerle, reklâm ve tanıtım araçlarının etkisiyle biçimlendirilmiş olabilir. Farklı bir tanıtım aracı olan seyahat acentesi kanalıyla ise turlar broşürle, sözlü olarak veya yazılı anlaşma biçiminde müşterilere anlatılır. Eğer herhangi bir sebeple tur programı yanlış sunulduysa büyük olasılıkla müşteri tatmin olmayacaktır. Paket tur geri iadesi olmayan bir ürün olduğundan bu müşteri açısından kaybedilmiş bir zaman olacaktır. Bu nedenlerle seyahat acentesi, müşterisine turu önceden tanıttığı biçimde sunmak zorundadır. Müşteri aynı zamanda turu satın aldığı günle turun gerçekleşeceği gün arasında fiyat farkı

¹³⁵ Kozak, a.g.e. :38.

olmamasını bekler. Bazen acenteler, tur kapasitesini yeteri kadar dolduramadığından; işletme açısından doğacak zararı tur fiyatında artışa giderek azaltmak isterler. Müşterilerin turdan algıladığı değer tura ödediği parayı karşılamalıdır. Müşteri katılacağı turda güvenliğinin de sağlanacağı beklentisindedir. Tur esnasında başına gelebilecek olumsuz olaylara karşı kendisini muhafaza eden yetkilinin varlığı müşteri açısından güven ve tercih sebebidir.

2.8.2 Turizm İşletmeleri

Seyahat acentesinin paket turun gerçekleşmesi esnasında birlikte hareket ettiği işletmelerdir. Bu işletmeler; konaklama, yiyecek-içecek, ulaşım şirketleri ile günlük gezi ve faaliyetler organize eden şirketlerden oluşur. Bu şirketler için gruplarla çalışmak bireysel müşterilerle çalışmaktan daha avantajlıdır. Bundan kısa zaman öncesine kadar oteller ve seyahat acenteleri arasındaki ilişki pek güçlü değildi. Çoğu otel, acentelere sunduğu hizmetlerde özenli değildi ve acenteler da kendilerine karşı yapılan bu kayıtsız ilgisiz tavırdan şikâyetçiydiler. Uzun telefon görüşmeleri, rezervasyonun yapıldığı otellerin iyi çıkmaması, ödemelerin gecikmesi şikâyetlerin yalnızca birkaçıydı. Ama bugün bu ilişki değişmektedir. Artık seyahat daha karmaşık bir hale geldi, eskiyle kıyaslandığında otel sayısının artması rekabeti de arttırdı. Giderek daha çok sayıda tatilci seyahat planlarını ve rezervasyonlarını yaptırmak üzere seyahat acentelerine başvuruyor. Otelcilerin de acentelerin ideal bir satış ekibi olduğunu anlaması eski anlayışın değişmesi sağlamıştır. Böylece seyahat acenteleri ile otelciler, aralarındaki rekabetle ilgili olarak yapılacak işbirliğinin avantajlarının bilincine vararak aralarındaki iş bağlantılarını sağlamlaştırmaya özen göstermektedirler. Gelişen bu durum işletmeler arasındaki uzun zamandır devam eden sorun ve anlaşmazlıkların şimdi karlı bir ortaklıkla yer değiştirmesine neden olmuştur.

Seyahat acentesinin müşterilerini tatmin etmek için kurdukları ilişkilerde otellerden beklentileri, otellerin temiz ve güvenli olmasıdır. Grup otele giriş yaptığında rezerve edilen odaların hazır olması beklenir. Ayrıca otel broşüründe yer alan bilgilerle otelin uygun özellikleri taşınması da temel bir beklentidir. Bunun yanında grubun, şehir içi ve

özen yerleri gezisi esnasında o bölgeye hâkim profesyonel bir turist rehberinin tura katılımı da acente aracılığıyla gerçekleşir.

Ulaştırma şirketleriyle ilgili olarak, ayrıtılan koltuk sayılarında bir eksiğin olmaması, “iyi hizmet” tanımına uygun rahat ve güvenli bir yolculuğun sağlanması ve yol boyunca misafirlere yol boyunca ikramlar sunulması beklenir.

Grubun alışveriş ihtiyacını giderecek ve aynı zamanda dinlenmesini de sağlayacak etkinliklerin de gruba bildirilmesi zorunludur. Alışveriş için gidilen işletmelerde gruba dinlenme imkânı sunulur. Bunun yanında yöresel yiyecek ve içecekler takdim edilerek farklı sürprizler yapılabilir.

Yiyecek işletmelerinin ise uygun fiyatla sağlıklı ve temiz yemek servisi sunması beklenir. Müşterilere verilecek olan yemeğin kalitesi ve çeşidi, acenteyi zor durumda bırakacak şekilde olmamalıdır.

Bütün turizm işletmelerinin ortak biçimde çalıştıkları bu sektörde, seyahat acentelerinden en önemli beklentileri ise ödemelere ilişkindir. İşletmeci, acentenin yapılmış olan anlaşmaya uymasını bekler. Fatura bedellerinin zamanında ödenmesi ve iptal süreleri aşıldıktan sonra yapılan iptal bedellerinin ödenmesi turizm işletmelerinin öncelikle sıkıntı duyduğu konulardır.

Tur organizasyonunda başarının anahtarı, seyahat acentesi ile turizm işletmecilerinin bağımsız yapılarını anlamaktır. Aynı zamanda onlar arasında mükemmel bir ilişki geliştirmenin tüm yaşamsal yöntemlerini keşfetmektir. Fakat tur organizasyonunun asıl odak noktasının müşteriler olduğu gözden kaçmamalıdır. Müşteri hizmetleri iyi olmadıkça devamlılık sağlanamaz. Bu başarısızlığın göstergesi olacaktır. Bu nedenle seyahat acenteleri asıl ortaklarının müşteriler olduğu bilinciyle turların tasarımını yapmalıdırlar. Müşteri en iyi reklâm aracıdır. Paket turu oluşturan turizm işletmelerinin koordinasyondaki başarıları onlara sonraki dönemlerde daha fazla rezervasyon olarak geri dönüşüm yapacaktır. Her alanda olduğu gibi turizmde de yarını düşünerek bugünden planlı bir yol izlenmelidir.

3. HUKUKİ İLİŞKİLER

3.1 Tur Operatörü - Konaklama İşletmesi Arasındaki Sözleşme

Her yıl turizm sezonunun başında seyahat işletmeleri konaklama işletmeleri ile hukuki geçerliliği olan bir sözleşme yaparlar. Kontratın ilk paragrafında anlaşmayı yapan tarafların resmi unvanları ve kontratın imzalanış tarihi bulunur. Aşağıdaki bölümde kontratın içeriği ana başlıklar halinde şu şekilde sıralanabilir:

1- Süresi: Kontratın geçerli olduğu zaman dilimi ve bu zaman diliminde alınacak olan oda, kahvaltı ve yemek fiyatları, uygulanacak servis ve vergi yüzdeleri, uygulama esnasında fiyatları değişebileceği durumlar olarak bütün ücretli faaliyetlerin detaylı fiyat listesi.

2- Ödeme birimi: Alınacak olan hizmetler için ödemelerin hangi tarihteki kur üzerinden hangi para birimi ile yapılacağı belirtilmelidir.

3- Rezervasyon ve değiştirme tarihi: Sözleşme dâhilinde yapılacak rezervasyonların hangi tarihte işleme koyulacağı ve rezervasyonların belirli bir tarihe kadar değiştirme süreleri belirtilir.

4- Rezervasyon iptali: Önceden yapılan rezervasyonun iptali halinde uygulanacak hükümler belirtilir.

5- Ön ödeme: Rezervasyon yapılırken ya da rezervasyonun gerçekleşmesi esnasında işletmeye ödenecek depozitonun miktarı ve ne zaman ödeneceği.

6- Ödemenin gecikmesi durumunda uygulanacak cezai koşullar.

7- İsim listesi: Grup müşterilerin isim listesi ve oda dağılımını gösteren listenin otele en geç hangi tarihte gönderileceği belirtilir.

8- Faaliyetler: Toplantı, ziyafet, resepsiyon, brunch ve diğer faaliyetler için bir talep olacaksa otel idaresine bildirileceği tarih.

9- Mücbir sebepler: Otel idaresinin iradesi dışında kalan durumlarda (savaş, grev, salgın hastalık v.b.) rezerve edilen yerlerin kaybı halinde otel idaresinin sorumluluk taşıyıp taşımayacağı.

10- İhbarlar ve yetki: Otel idaresince acenteye, acente tarafından otele yapılacak ihbarların ne şekilde ve nerelere yapılacağı belirtilmiştir. Yetki bölümünde ise anlaşmanın geçerlilik kazanabilmesi için yerine getirilmesi gereken şartlar ve çıkabilecek her türlü hukuki ihtilafta yetkili mahkeme ve icra dairelerinin isimleri yer alır¹³⁶.

3.2 Seyahat Acentesi - Tur Operatörü Arasındaki Sözleşme

Ünsever'e göre; karşılayıcı acente olarak faaliyet gösteren seyahat acentelerinin en önemli sözleşmesi, yabancı tur operatörleri ile yapılan sözleşmelerdir. Yurtdışında faaliyet gösteren bir tur operatörü veya tur toptancısı ile yapılacak olan bu sözleşmeler büyük önem taşımaktadır. Bu sözleşmelerde tarafların uyacakları kurallar, yetki ve sorumluluklarını belirleyen ve sözleşmedeki işletmelerin turun gerçekleştirilmesi esnasında yardımcı olan bilgiler yer alır. Tur operatörleri büyük oranda anlaşma ve rezervasyon yaptıkları için riskleri çoktur. Bu risklerin yanında bir de ürünün gerçekleştirilmesi esnasında karşılaşılabilecek sıkıntıları ortadan kaldıracak hem düzenleyici hem de aracı işletmenin kendi aralarında yapmaları gereken sözleşmelerdir.

Tur operatörünün göndereceği müşterilerin transferi, bilgilendirilmeleri sorunları ile ilgilenilmesi, yerel tur ve diğer organizasyonların düzenlenmesi ile ilgili konuları içeren sözleşmeler özellikle yoğun dönemlerde hizmetlerin aksamadan yürütülmesi bakımından büyük önem taşır. Çünkü yapılan harcamaların ve ödemelerin karşılığının zamanında alınamaması seyahat acenteleri için önemli maddi sorunlar oluşturur. Diğer taraftan, ulaşımın genellikle uçakla yapılması nedeniyle tur operatörleri de önemli yatırımlara ve risklere girmektedir. Ayrıca Avrupalı tüketicinin korunması, tur operatörlerinin müşterilerine karşı çeşitli teminatları vermeleri ile sağlanmaktadır. Bu

¹³⁶ Hacıoğlu, a.g.e. :113.

nedenle, tur operatörleri ile karşılayıcı acente faaliyeti için sözleşme yapacak olan seyahat acentesinin öncelikle aşağıdaki iki önemli konunun araştırılması gerekir¹³⁷.

1. Tur operatörünün ülkesindeki tur operatörü ve paket turlara ilişkin düzenlemeler:

Tur operatörünün ülkesindeki düzenlemeleri bilmek, karşılayıcı seyahat acentesi açısından çok önemlidir. Örneğin; tur operatörünün herhangi bir şirket gibi kurulduğu ve faaliyet gösterdiği ülkelerde, operatörün ortadan kaybolması ya da sözde iflası, tur operatörlüğü faaliyetlerinin ciddi denetim ve güvencelere bağlandığı ülkelere göre farklılık gösterir. Örneğin, İngiltere de tur operatörleri ülke dışına düzenledikleri programlarda götürecekleri yolcu sayısına bağlı bir teminatı İngiliz Sivil Havacılık Kurumuna ödemek zorundadır. Bu teminat, İngiliz müşterilerin geri dönüş ve tatillerini tamamlamaları için bir güvence olarak tutulur. Bu nedenle İngiltere'deki tur operatörlerinin faaliyetleri bu kurum tarafından sürekli olarak denetlenir. Tur operatörünün herhangi bir nedenle faaliyetine son vermesi durumunda herhangi bir ülkede bulunan müşterilerin tatillerinin kalan bölümü ve geri dönüşlerine ilişkin transfer işlemleri bu söz konusu kurum tarafından karşılanır.

2. Tur operatörlüğü işletmesinin sahibi şirketin ve ortaklarının ekonomik durumu:

Seyahat acentesinin, tur operatörünün yapısını bilmesi durumunda, sözleşmeyi yapıp yapmama kararını vermesi daha kolay olur ve tur operatörü için yapılacak işlere ilişkin kefalet alma ya da kefil bulma olanağı var ise hangi ortağın kişisel kefaletinin daha güvenli olacağı da belirlenebilir. Seyahat acentesi ile tur operatörü arasında düzenlenecek olan sözleşmelerde yer alması gereken konular genellikle aşağıdaki gibidir;

Taraflar: Sözleşmeye taraf olan her iki kuruluşun da kendi ülkelerinin hukuklarına göre taşıdıkları doğru ve tam isim ve bağlı oldukları birlik ya da odaların isimleri.

Sözleşmenin konusu: Yerel acentenin üstleneceği bütün işler ayrıntılı olarak yazılmalıdır.

¹³⁷İlker Ünsever, **Seyahat Acentesi için Hukuk; Sözleşmeler**, İstanbul, TÜRSAB Yayınları, May Ofset, 1995: 79.

Sözleşmenin süresi: Sözleşme süresi başlangıç ve bitiş tarihleri itibarı ile ay, yıl, gün olarak belirtilmelidir.

Bedel: Sözleşmede üstelenilen parasal yükümlülüklerin ayrıntılı olarak belirtilmesi gereklidir. Ayrıca bu bedellerin nasıl hesaplanacağı da anlaşılır şekilde belirtilmelidir.

Reklâmasyon: Yurt dışı ile bağlantılı çalışan yerel acenteler açısından en önemli sorunlardan birisi de müşterilerin kendi ülkelerindeki tüketici haklarına dayanarak bazı hizmetlerden şikâyetçi olmaları ya da yeteri kadar tatmin olmamalarıdır. Çünkü müşteri ile sözleşmeyi doğrudan tur operatörü yapmaktadır ve tüketici eksik gördüğü hizmetin bedelini tur operatöründen talep etmekte, operatör de bu bedeli acenteye yüklemektedir. Bu durum bazı operatörler tarafından olumsuz reklam amacı ile kullanılmaktadır. Bu durumları önlemek için tüketici taleplerinin sözleşmede belirli esaslara bağlanması gerekir.

Haberleşme: Yerel acentelerle tur operatörlerinin yapacağı sözleşmelerde, yapılacak olan yazışmaların hangi yöntemlerle ve hangi sürelerde yapılması gerektiği belirtilmelidir(yolcu transferleri, rezervasyonlar, listeler vb).

Tebliğat adresi: Tur operatörleri ile ortaya çıkabilecek uyuşmazlıkta zaman kazanılması açısından, tur operatörünün Türkiye’de bir adres göstermesi ve tebligatların bu adrese yapılması için adreslerin sözleşme metinlerinde yer alması gereklidir.

Anlaşmazlık durumu(Tahkim): Seyahat acentelerinin yabancı tur operatörleri ile yaptıkları sözleşmelerde en önemli sorunlardan biri de, herhangi bir anlaşmazlık durumunda uzlaşma merciinin neresi olacağı ya da anlaşmazlığın çözümü konusunda hangi kurumun hakemlik yapacağıdır. Bu nedenle, sözleşmelerden kaynaklanan uyuşmazlıklar için tahkim şartı konulması, yabancı ülkedeki tur operatörü için de, kendi ülkesinde sıkça kullanılan bir yöntem olması nedeni ile güven sağlayıcı bir uygulamadır¹³⁸.

¹³⁸ İçöz, a.g.e. :79.

3.3 Seyahat Acentesi - Konaklama İşletmesi Arasındaki Sözleşme

Seyahat acentesi ile her çeşit konaklama işletmeleri arasındaki ilişkileri düzenleyen sözleşmelerdir. Bu iki işletme ilişkileri açısından, seyahat acentesinin rezervasyon talebi, konaklama işletmesinin rezervasyon onayı ya da reddi gibi her türlü yazılı evrakın geliş ve gidişi hukuki olarak sözleşme yerine geçmektedir.

Seyahat acenteleri ile konaklama işletmelerinin birbirleri arasındaki ve müşterilerle olan ilişkilerin düzenlenmesi konusunda yasal mevzuat; 2634 sayılı Turizmi Teşvik Yasası'na bağlı olarak, 27 Mart 1983 tarihinde 17996 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan "Turizm İşletmelerinin Bakanlık, Birbirleri ve Müşterilerle İlişkileri Hakkındaki Yönetmelik" adı ile anılan yönetmelikte, yeniden bir düzenleme yapılarak 21 Temmuz 2001 tarih ve 24469 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

Bu yönetmelik; UFTAA (Dünya Seyahat Acenteleri Birlikleri Federasyonu) ile IHRA (Uluslararası Otelciler Birliği) arasında yapılmış bulunan C.Hot 70 isimli anlaşmanın çok az değiştirilmiş şekli olarak düzenlenmiş olan ve kısaca ilişkiler yönetmeliği olarak adlandırılmıştır¹³⁹. Bu kanunla ilgili daha detaylı bilgi üçüncü bölümde verilecektir.

Seyahat acentesi ile konaklama işletmesi arasında yapılacak olan sözleşmede aşağıdaki maddelerin bulunması gerekmektedir.

- Her iki işlemin de ticari olarak resmiyette geçen unvan ve isimleri,
- Sözleşmenin hangi tarihler arası geçerli olduğu,
- Kaç odanın hangi özellikleriyle birlikte rezervasyonunun yapıldığı,
- Karşılıklı olarak iki işletmenin rezervasyonun gerçekleşmesine yakın odaların ve dağılımının hangi tarihe kadar bildirileceği,
- Acente tarafından herhangi bir iptal durumunda, hangi durumlarda otelin zararını karşılayacağı,

¹³⁹Mısırlı, a.g.e. :68.

- Konaklama işletmesi rezervasyonlarının tam pansiyon mu, yarım pansiyon mu ya da oda-kahvaltı mı olarak yapılacağı ve acentenin sorumlu olduğu ve olmadığı harcamaların belirlenmesi,
- Rezervasyon türüne ve tarihine göre uygulanacak fiyatların belirlenmesi,
- Acentenin otele yapacağı geri ödemenin tarihi,
- Faturalar düzenlenirken otele giriş günündeki Merkez Bankası döviz kurları esas alınarak işlem yapılması,
- Anlaşmazlıklar durumunda yetkili olan mahkemelerin belirtilmesi,
- Sözleşme maddelerinin belirlenip karşılıklı olarak imzalanıp onaylı suretlerinin verilmesi.

3.4 Seyahat Acentesi - Nihai Tüketici Arasındaki Sözleşme

8 Eylül 1995 tarihinde yürürlüğe giren 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki kanunun yürürlüğe girmesinden sonra, tüketiciler ile seyahat acentelerinin yaptıkları sözleşmelerde, sözleşmede yer almayan konular bu kanuna göre algılanacağı ve sözleşmede yer almış olsalar dahi, yasadaki kurallar doğrultusunda değerlendirilmektedir. Tüketici hakları kanunu hükümleri doğrultusunda bir sözleşme hazırlayabilmek için aşağıda sıralanan hususlar göz önünde bulundurulmalıdır¹⁴⁰.

- Nihai tüketicilerle yazılı bir belgeye ya da delile dayanan bir sözleşme imzalatılmalıdır. Bu sözleşme bir rezervasyon fişi veya voucher'ın arka yüzüne yazılmış basılı maddeler şeklinde olabilir.
- Dağıtılan broşürlerde yer alan bilgilerle, ilan ya da reklâmlarda belirtilen hususlar, gerçeği yansıtmalıdır.
- Taksitli satışlarda karşılaşılabilecek risklere karşın önlem alınmalıdır.

¹⁴⁰ Ünsever, a.g.e. :98.

- Hizmetleri satın alınan aracı işletmelerin güvenilir olmasına dikkat edilmelidir.
- Sunulan ve pazarlanan hizmetlerin fiyatları da belirtilmelidir.
- Tüketiciyi aldatıcı ya da yanıltıcı ilan ve reklâm yapılmamalıdır. Bu reklâmlar ve ilanlar Reklâm Kurulu tarafından denetlenmekte ve gerektiğinde cezalandırılmaktadır.
- Rafting, trekking, sportif turizm gibi yeni gelişmeye başlayan bazı turizm türlerine katılacak tüketicilerden, doğabilecek tehlikelere karşı önlem olmak üzere, bu riskten haberdar olduklarına ve bilerek katıldıklarına dair yazılı bir belge alınmalıdır.
- Tüketiciyi Koruma Kanunu'ndan kaynaklanan cezalara itiraz süresi 7 gündür. İtiraz sonuçlanıncaya kadar ceza tahsil edilmez¹⁴¹.

3.5 Turizm İşletmeleri İle Anlaşma Şekli

Her yıl bir dizi tur belli bir fiyatla satışa sunulur. Yeni geliştirilen bir tur bir ortaklığın başlatılmasının sonucu yani ürünüdür. Tekrar turlarının sunulması için eski ortaklığın sürdürülmesi veya yeniden kurulması gerekir. Özel bazı tur taleplerinin karşılanması için bazı yeni ortaklıkların kurulması gerekebilir. İşte bu ortaklıkların oluşmasını sağlayıp ilişkileri başlatan tur organizatörüdür.

Bir seyahat acentesinde tur planlamacısına yaptırılmış temel bir araştırma bulunur. Bu durumda operasyon müdürü, özel tur talepleriyle fiyat görüşmeleri için görevlendirilebilir. Tur işinin her bir aşamasını kimin ya da kimlerin üstleneceğinin belirlenmesi organizasyonel yapıya ya da çalışanların bireysel özelliklerine halıdır. Bu nedenle araştırmayı ve program planlamacısını yöneten bir elemana tur plancısı unvanı verilir. Operasyon müdürü unvanı ise fiyatlandırma ve görüşmelerde kullanılır. İş unvanlarının kullanımı genel çerçevesiyle esnek biçimde yorumlanmalıdır. Örneğin iş/işletme sahibi burada tanımlanan tüm faaliyetleri üstlenmiş olabilir. Bu durumda bir

¹⁴¹ RESMÎ GAZETE, (08.09.1995 tarihli), “4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunu”.

işletmeciyle ilişki kurmak bir telefon araması kadar basit olabilir. Varış yeri pazarlama organizasyonları (destination marketing organizations/dmo) en azından seyahat acentelerine tur planlamada yardımcı olmak amacıyla tasarlanmış pazarlama bilgisine sahiptirler. Bu organizasyonların görevlileri acentenin bürosuna pazarlama görüşmesi ne giderler. Bu görüşmeler bir fuar vb. etkinlikle gerçekleşebilir. Bu organizasyonlar bir coğrafi alanı ya da bir coğrafi alandaki bir grup üyeyi temsil ederler. Buradaki turizm işletmelerinin adı, telefonu, adresi gibi geniş bir araştırma bilgisini ellerinde bulundurlar.

İşletmeciler seyahat acentelerine turu planlaması için gereken tüm bilgiyi vermelidirler. Bu oldukça basit gibi görünüyor oysa uzun süreli ve zengin aktiviteli turları düşündüğümüzde, hiç de öyle olmadığı açıkça görülmektedir. Örneğın 7 gece 8 günlük bir turu düşünelim. Her gece farklı yerde konaklama, bunun paralelinde öğünlerin farklı restoranlarda alınması, farklı etkinlikler ve alışveriş merkezleri, şehir gezileri vb. olması gerekecektir. Çok sayıda seçenekler arasında yapılacak tercihler basit ama zaman alıcıdır. Seyahat acentesinin yaptığı her tercih işleminin yazılı olarak teyit edilmemesi halinde, süreç çok karmaşıklaşır ve birçok hatalar yapılır. Bu kadar bilgi bir defada bilebilmek için oldukça fazladır. Tekrar turlarında, geçmiş bir deneyim olduğundan tahmin ve tercihler daha kolaydır. Yeni turlarda ise seyahat acentesinin işletmecilerin seçimini yapmak için daha detaylı bilgiye gereksinim duymaktadır¹⁴².

¹⁴² Kozak, a.g.e. :45.

BÖLÜM III

KURUM VE İŞLETMELERİN HUKUKİ SORUMLULUKLARI

1. SEYAHAT ACENTALARI VE SEYAHAT ACENTALARI BİRLİĞİ KANUNU

28.09.1972 yılında Resmi Gazetede yayınlanan 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu'nda en son 2006 ve 2008 yıllarında değişiklik yapılmıştır.

Kanunun 28.12.2006 tarihinde değişikliğe uğrayan 10.maddesine göre Seyahat Acentelerinin Yükümlülükleri şunlardır:

- a) Turlarda veya sadece tek bir otelde konaklamayı ve konaklanacak otele ulaşımı içerenler hariç olmak üzere paket turlarda; paket tur veya tur başına kırk beş kişiye kadar en az bir rehber bulundurmak; tek araç kapasitesi kırk beş kişiyi aşan araçlarda bir rehber bulundurmak; turistlere, rehberler dışında herhangi bir kimse vasıtasıyla Türkiye'nin tarihi, doğası, kültürü ve turizmi ile ilgili rehberlik faaliyeti niteliğinde bilgi vermemek.
- b) Müşteriyi aldatıcı, kamu güvenini sarsıcı ve ülke turizmini baltalayıcı davranışlarda bulunmamak.

c) Sunulan tüm hizmetlere ilişkin detaylı program ve bilgiler ile paket tur programının hangi sigorta şirketi tarafından sigortalandığını gösteren sözleşmenin bir nüshasını tüketiciye vermek.

ç) Diğer seyahat acentaları ile birlikte müteselsilen¹⁴³ sorumlu olarak düzenleyecekleri faaliyetlere ve aracılık hizmetlerine ilişkin yükümlülüklerini yerine getirmek.

d) Şubeleri de dahil olmak üzere adres değişikliklerini değişiklik yapılmadan en az on gün önce Bakanlığa bildirmek.

e) Müşterileri ile biletlerini satacakları ulaştırma müesseselerine sunacakları hizmetler ve sigorta limiti kapsamındaki yükümlülükler hariç olmak üzere tüm seyahat acentacılığı işlemlerinden doğacak yükümlülüklerini yerine getirmek, karşılığı olmak ve bu yükümlülüklerin yerine getirilmemesi halinde Bakanlıkça paraya çevrilerek ilgililere ödeme yapılmak üzere seyahat acentasının grubuna göre asgari beş bin Yeni Türk Lirası azami otuz bin Yeni Türk Lirası arasında Bakanlıkça belirlenecek teminatı, 4734 sayılı Kamu İhale Kanununun 34 üncü maddesinde belirtilen değerler üzerinden vermek ve teminatın eksilmesi halinde, otuz gün içerisinde tamamlamak.

f) Tur programındaki yerlerde yönetmelikte belirtilen kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları tarafından hazırlanan tanıtıcı materyallerin müşterilere sunulmasını, bu kuruluşların talebi halinde sağlamak.

Bakanlıkça gerekli görülen hallerde bu maddenin (e) bendinde belirtilen teminatın alt ve üst limitleri, geçmiş yıllar için 213 sayılı Vergi Usul Kanununun mükerrer 298'inci maddesi uyarınca tespit ve ilan edilen yeniden değerlendirme oranında artırılarak uygulanabilir.

Seyahat acentaları ve şubelerine, teminatlara, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının tanıtımlarına, personel, işyeri, turist taşıma araçları, transfer elemanlarının nitelikleri ile (a) bendindeki hususlara ilişkin usul ve esaslar Bakanlıkça hazırlanacak yönetmelikle belirlenir.

¹⁴³ Türk Dil Kurumu'nun Geniş Türkçe Sözlüğü'ne göre anlamı "zincirleme olarak" geçmektedir:

1.1 İdari Para Cezaları Ve Belge İptali

Son olarak 31.07.2008 tarihinde değiştirilen 27.maddeye göre;

Bu Kanun ve ilgili mevzuatta belirlenen esaslara uymayan seyahat acentalarına Bakanlıkça aşağıda belirtilen cezalar uygulanır.

a) İdarî para cezaları ve bu cezaların uygulanacağı durumlar aşağıda belirtilmiştir:

1 - Bu Kanunun 10 uncu maddesinin birinci fıkrasının (a) veya (f) bendinin ihlali halinde bin beş yüz Yeni Türk Lirası.

2 - Bu Kanunun; 7, 17, 19 veya 21 inci maddelerinden birinin veya 10 uncu maddesinin birinci fıkrasının (c), (ç) veya (d) bentlerinden birinin ihlalinin tespiti halinde bin Yeni Türk Lirası.

3 - Bu Kanunda belirtilen veya Bakanlıkça istenilen bilgi ve belgelerin süresi içerisinde verilmemesi veya yanıltıcı bilgi veya belge verilmesi halinde iki bin Yeni Türk Lirası.

4 - Bu maddede belirtilen fiiller dışında, bu Kanun hükümlerine uymayan seyahat acentaları, durumu düzeltmeleri veya bir daha mevzuata aykırı davranmamaları konusunda Bakanlıkça uyarılır. Uyarıya rağmen otuz gün içerisinde gerekli düzeltmelerin yapılmaması veya bir yıl içerisinde uyarıyı gerektiren aynı veya başka fiil veya fiillerin tespiti halinde bin Yeni Türk Lirası.

b) Seyahat acentası işletmesi belgesi aşağıdaki hallerde iptal edilir:

1 - Bu Kanunun 12'nci maddesi hükümleri uyarınca zorunlu sigortanın yaptırılmaması.

2 - Seyahat acentasının belge almaya esas niteliklerini kaybettiğinin veya bu Kanunda yer almayan faaliyetlerde bulunduğunun tespiti.

3 - Bu Kanunun 10 uncu maddesinin (b) veya (e) bendini ihlal eden bir fiilin tespiti.

Bu madde uyarınca işletme belgesi iptal olunan seyahat acentalarının isimleri veya iltibasa yol açacak bir isim hiçbir seyahat acentasına yeniden verilemez. Birlikçe geçici ve uzun süreli üyelikten çıkarma cezası verilen seyahat acentalarının belgeleri, fiilleri bu maddenin (b) bendi uyarınca bir cezayı gerektirmiyorsa, geçici men süresince iptal edilir.

Kanunun, 26.12.2006 tarihinde değiştirilen 30.maddesine göre;

Bakanlıktan belge almaksızın bu Kanun uyarınca seyahat acentalarının yapabileceği faaliyetlerde bulunanlar hakkında, 29 uncu maddede belirtilen idarî soruşturmada ayrı olarak, üç aydan altı aya kadar hapis ve bin güne kadar adli para cezasına hükmolunur.

Bakanlıktan belge almaksızın rehberlik faaliyetinde bulunanlar hakkında, bin güne kadar adli para cezasına hükmolunur.

Seyahat acentaları ve anlaşmalı rehberlerin müşterilerine verdikleri hizmetler sırasında, müşteri ile yapılan sözleşmede açıkça taahhüt edilen ve verilen hizmetle doğrudan ilgili olanlar hariç olmak üzere ve müşterinin bilgisi dışında, müşterilerin yaptıkları alışveriş veya müşterilerin sözleşmede belirtilenler dışında belli bir işletmeye gönderilmeleri karşılığında herhangi bir menfaat temin etmeleri halinde, seyahat acentalarının ve rehberlerin belgeleri Bakanlıkça iptal edilir ve bunlar beş yıl süreyle seyahat acentacılığı veya rehberlik yapamaz¹⁴⁴.

2. SEYAHAT ACENTALARI YÖNETMELİĞİ

05.10.2007 tarihinde Resmi Gazete’de yayınlanan ve yürürlüğe giren 26664 nolu seyahat acentaları yönetmeliğine göre bu yönetmeliğin amacı; seyahat acentalarına ilişkin seyahat acentalarının ve şubelerinin kuruluş ve çalışma esaslarını, hizmetlerinin kapsamını ve niteliklerini, seyahat acentası sahibinin, personelinin ve işyerinin

¹⁴⁴ RESMÎ GAZETE, (28.09.1972 tarihli), “1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu”.

niteliklerini, teminatlarını, kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları tarafından hazırlanan tanıtım amaçlı yazılı veya görsel materyali, turist taşıma araçlarının, transfer elemanlarının ve transfer araçlarının niteliklerine ilişkin usul ve esasları düzenlemektir.

Yönetmeliğin 2.maddesine göre ise bu yönetmelik, seyahat acentalarını kapsar.

2.1 İnceleme, Denetleme, Değerlendirme Ve Belgelendirme

Yönetmeliğin 15.maddesine göre; TÜRSAB, kendisine yapılan başvuruya ilişkin belgeler tamamlandıktan sonra, ibraz edilen belgeler üzerinde inceleme ve değerlendirme yapar.

Yönetmeliğin 16.maddesine göre; TÜRSAB, bildirilen adreste seyahat acentası işyerinin 17'nci maddede belirtilen nitelikleri haiz olup olmadığı, personele ilişkin kayıtların tutulup tutulmadığı hususlarında denetleme ve değerlendirme yapar.

Yönetmeliğin 18. ve 19.maddesine göre; TÜRSAB, başvuru sonucuna ilişkin görüşünü Bakanlığa ve başvuru sahibine yazılı olarak bildirir. Uygun görülmeyen başvuruların gerekçesi belirtilir. Uygun görülen başvurular için inceleme ve değerlendirme formu, ticaret sicil tasdiknamesi, kuruluş teminatı ve taahhütnameler Bakanlığa gönderilen yazıya eklenir.

TÜRSAB tarafından başvurunun reddi hâlinde başvuru sahibi tebliğ tarihinden itibaren on gün içinde Bakanlığa itiraz edebilir. İtiraz, Bakanlıkça karara bağlanır. Bakanlıkça gerekli görülmesi hâlinde, bildirilen adreste işyerinin 17'nci maddede belirtilen nitelikleri haiz olup olmadığı ve personele ilişkin kayıtların tutulup tutulmadığı hususlarında denetim yapılır.

2.2 Teminata İlişkin Hususlar

Yönetmeliğin 29. ve 30. maddelerine göre;

1) Seyahat acentaları ve şubeleri, müşterileri ile biletlerini satacakları ulaştırma müesseselerine sunacakları hizmetler ve sigorta limiti kapsamındaki yükümlülükler hariç olmak üzere tüm seyahat acentalığı işlemlerinden doğacak yükümlülüklerini yerine getirmek, karşılığı olmak ve bu yükümlülüklerin yerine getirilmemesi hâlinde Bakanlıkça paraya çevrilerek ilgililere ödeme yapılmak üzere seyahat acentasının grubuna göre 30 uncu maddede belirtilen miktarda teminatı, 4.1.2002 tarihli ve 4734 sayılı Kamu İhale Kanununun 34 üncü maddesinde belirtilen değerler üzerinden vermek ve teminatın eksilmesi hâlinde, otuz gün içinde tamamlamak zorundadır.

(2) Teminat, teminat mektubu olarak verilecekse, kesin ve süresiz teminat mektubunda; acenta unvanı ve ticaret unvanı bulunur ve aslı Bakanlığa verilir.

(3) Teminat mektupları dışındaki teminatlar, Bakanlık Merkez Muhasebe Birimine veya il veya ilçelerde genel bütçeli dairelere ait muhasebe birimleri vasıtasıyla Bakanlık Merkez Muhasebe Birimine yatırılır.

(4) Teminatlara ilişkin olarak, Kanun ve bu Yönetmelikte hüküm bulunmayan hâllerde 4734 sayılı Kanun ve ilgili mevzuat uygulanır.

(5) Seyahat acentasının başvuru talebinin, Bakanlıkça uygun görülmediği durumlarda teminat Bakanlıkça iade edilir.

Teminat miktarı olarak da:

Seyahat acentası gruplarına göre yatırılacak olan teminat miktarları aşağıda belirtilmiştir.

a) A grubu seyahat acentası için yedi bin Yeni Türk Lirası,

b) B grubu seyahat acentası için altı bin Yeni Türk Lirası,

c) C grubu seyahat acentası için beş bin Yeni Türk Lirası.

(2) Her bir şube için birinci fıkrada belirtilen miktarların % 25'i alınır.

(3) Bakanlıkça gerekli görülen hâllerde teminat miktarları, geçmiş yıllar için 4.1.1961 tarihli ve 213 sayılı Vergi Usul Kanununun mükerrer 298 inci maddesi uyarınca tespit ve ilan edilen yeniden değerlendirme oranında artırılarak uygulanabilir.

2.3 Teminatın İptallerdeki Durumu Ve İadesi

Yönetmeliğin 31, 32 ve 33. maddelerine göre;

Seyahat acentası işletme belgesinin, Bakanlık tarafından iptali veya ilgilinin başvurusu veya iflas gibi nedenlerle geri alınması hâlinde, işletme belgesinin iptal veya geri alınma tarihinden itibaren kuruluş teminatı bir yıl süreyle Bakanlıkça Kanunda belirtilen amaçlar için tutulur. Mahsubu gerektiren bir durum yoksa bir yılın sonunda iade edilir.

Kanunun 10 uncu maddesinin (e) bendi kapsamındaki acenta borçlarından dolayı, acentadan alacaklı olan gerçek veya tüzel kişilerin, alacağının acentanın kuruluş teminatından karşılanmasının ilgili icra dairesi tarafından istenilmesi hâlinde, Bakanlık bu tutarı, emrindeki teminattan öder ve durumu ilgili seyahat acentasına bildirir. Kuruluş teminatı, yükümlülükler dışında başka bir alacak dolayısıyla temlik, terhin ve haciz edilemez.

Grup değişikliğinde; iki grup arasında iadesi gereken kuruluş teminatı farkı varsa, fark bir yıl süreyle Bakanlıkça alıkonulur, mahsubu gerektiren bir durum yoksa bir yılın bitiminde kuruluş teminatı farkı iade edilir. Her ne suretle olursa olsun teminat eksikliği hâlinde eksik kalan miktar Bakanlık bildiriminden itibaren otuz gün içinde acenta tarafından tamamlanır.

2.4 Seyahat Acentalarının Yükümlülükleri

Yönetmeliğin 40.maddesine göre; Paket tur ve turlarda seyahat acentası yetkilisinin aşağıdaki belgeleri bulundurması zorunludur.

- 1) Seyahat acentası işletme belgesinin TÜRSAB tarafından onaylanmış sureti,
- 2) Paket tur veya tura katılan müşterilerin listesi,
- 3) TÜRSAB araç plakası,
- 4) Araç, seyahat acentası tarafından kiralanmış ise sözleşme sureti,
- 5) Başlangıç noktasının da belirtildiği paket tur veya tur programı,
- 6) Paket tur zorunlu sigorta poliçe sertifikası sureti.

Zorunlu sigorta için ise yönetmeliğin 44.maddesinde;

(1) Seyahat acentası, paket turlarda zorunlu sigorta yaptırmak ve paket tur zorunlu sigorta poliçesi sertifikası ile 23.2.1995 tarihli ve 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ve 13.6.2003 tarihli ve 25137 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Paket Tur Sözleşmeleri Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin 5 inci maddesinde yer alan zorunlu şartları da içerir mahiyetteki paket tur sözleşmesinin bir örneğini paket tur başlamadan önce müşteriye vermekle yükümlüdür.

(2) Sözleşme ve sertifikaların seyahat acentasında kalan suretinde müşteriye bir örneğinin teslim edildiğini içeren imzalı beyanı alınır. Müşteri, paket turu başkalarının yararlanması için satın almışsa, acenta birinci fıkrada belirtilen belgeleri vermekle yükümlüdür¹⁴⁵.

¹⁴⁵ RESMÎ GAZETE, (05.10.2007 tarihli), “26664 sayılı Seyahat Acentaları Yönetmeliği”.

3. TURİZM YATIRIM, İŞLETME VE KURULUŞLARININ DENETİMİ HAKKINDA YÖNETMELİK

19.04.1983 tarihinde Resmi gazetede yayınlanan 18023 numaralı yönetmeliğin amacı; 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanununa tabi belgeli turizm yatırım ve işletmeleri ile 1618 sayılı Kanuna göre kurulmuş Türkiye Seyahat Acentaları Birliğinin denetimine ve denetleme elemanlarının niteliklerine, atanmalarına, çalışmalarına ve yetkilerine ait esasların tespitini yapmaktır.

Aynı yönetmeliğin 2.maddesine göre ise bu yönetmeliğin kapsamı insan ve çevre sağlığı ile can ve mal güvenliği de dahil olmak üzere belgeli turizm yatırım ve işletmelerinin, belgeye esas olan vasıflarının, tarifelerinin, temizlik, intizam, servis, idare ve işletme tarzları ile diğer hususların ve Türkiye Seyahat Acentaları Birliğinin denetlenmesine, denetleme elemanlarının niteliklerine, atanmalarına ve yetkilerine ait hükümleri kapsamaktadır.

Yönetmeliğin 3.maddesine göre bu yönetmeliğin yasal dayanağı; 2634 sayılı Kanunun 37'nci maddesinin (A) fıkrasının 3 üncü bendi ile 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanununun 24 üncü maddesi uyarınca düzenlenmiştir.

3.1 Belgeli Turizm İşletmelerinin Denetiminde Yetkiler Ve Kapsamı

Yönetmeliğin 18.maddesine göre, belgeli turizm işletmelerinde temizlik, intizam, servis, fiyat, idare ve işletme, belge almaya esas olan vasıflarla, personel niteliklerinin tespit ve denetimi yetkisi Bakanlığa aittir. Sağlık ve çevre kirliliği ile ilgili denetimler, görevli kamu kurum ve kuruluşlarının tabip ve sağlık elemanlarınca yapılır. İlgili mercilerin bu konularda yapacakları denetimlerin raporlarından bir nüshası Bakanlığa gönderilir.

Yönetmeliğin 20.maddesine göre ise bu denetimin kapsamı, bu yönetmelik uyarınca yapılacak denetimlerde yatırımın belgeye esas projeye uygunluğu, yatırımda kullanılan malzeme, eleman, tesisat, teçhizat, mefruşat, dekorasyon ve hizmet standardının niteliği

ve sınıfı ile uyumu, yatırım ve işletmelerin " Turizm yatırım ve işletmeleri nitelikleri yönetmeliği" ne uygunluğu araştırılır.

3.2 Yatırım Ve İşletme Denetimleri

Yönetmeliğin 21.maddesinde belgeli turizm yatırımlarının denetiminde;

- 1-Yatırımın belgeye esas projeye uygunluğu,
- 2- Malzeme, yapı elemanları, tesisat, teçhizat, mefruşat ve dekorasyonun sınıfı ile uyumu,
- 3- Yatırımın öngörülen zamanlaması ile belgede belirtilen süre incelenir.

Yönetmeliğin 22.maddesinde ise belgeli işletmelerin veya işletme belgesi talebinin değerlendirilmesine esas olacak denetimde;

1. Tamamlanan yatırımın, yatırım belgesine esas projeye veya doğrudan işletme belgesi talebinde, dosyasındaki projeye uygunluğu,
2. Tesisin dış ve iç mekânları ile malzeme, teçhizat, tesisat, mefruşat ve dekorasyonunun sınıfı ile uyumu korunup korunmadığı,
3. Belge almaya esas vasıfların devam edip etmediği,
4. İşletme belgesi verilmesinde esas alınan veya alınacak olan nitelikleri belirleyen Yönetmelik hükümlerine uyum,
5. Mahallerin amaçlarına uygun kullanımlarının devamı,
6. İşletmenin, belgede belirtilen sahip ve/veya işletmecisinin mülkiyet ve/veya yönetiminin devamı,
7. Personelin niteliğinin sınıfına ve mevzuata uygunluğu,

8. Yabancı personelin nitelik ve izinlerinin ilgili Yönetmeliğe uyumu,
9. Tasdikli fiyat tarifelerinin uygulanması ve yönetmelik uyarınca teşhiri,
10. İşletmenin uluslararası turizm talebine yönelik çalışmaları ve doğrudan veya dolaylı olarak sağlanan döviz miktarı,
11. Yeme ve içme servisi yapılan tesislerde, yiyeceğin miktar, kalite ve takdiminin sınıfı ile uyumu,
12. Genel temizlik ve hizmet standardının sınıfı ile uyumu,
13. İşletmeye özel olarak tahsis edilen yatırım ve işletme mallarının amaca uygun değerlendirilmesi,
14. İşyerinin başka bir amaçla kullanılıp kullanılmadığı,
15. İnsan ve çevre sağlığı ile mal ve can güvenliğinin sağlanmasına, müşterinin haklarının korunmasına yönelik tedbirler incelenir.

3.3 Seyahat Acentaları Birliği'nin Denetimi

Yönetmeliğin 23.maddesinde Seyahat Acentaları Birliği'nin denetiminde esas olan maddeler şunlardır;

1. Birlik organlarının toplanma düzenleri,
2. Birliğe ait belge, defter ve hesapların mevzuata uygunluğu,
3. Birlik gelir ve giderlerinin toplanma ve sarf uygulamaları,
4. Birliğin çalışmaları hakkında Bakanlığa sunulan raporda yer alan hususların gerçekleşmesi,

5. "1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu" ile "Seyahat Acentaları Birliği Yönetmeliği"nin Seyahat Acentaları Birliğine vermiş olduğu görevlerin gerçekteştirilmesi gibi hususlarda denetleme gerçekteřtirilir¹⁴⁶.

4. PAKET TUR SÖZLEŞMELERİ UYGULAMA USUL VE ESASLARI HAKKINDA YÖNETMELİK

23.2.1995 tarihli ve 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanununun 31'nci ve bu Kanuna 4822 sayılı Kanunla eklenen 6/C maddelerine dayanılarak hazırlanan ve 14.06.2003 tarihinde yürürlüğe giren yönetmeliğin 4.maddesine göre paket tur sözleşmesi; ulaştırma, konaklama ve bunlara yardımcı sayılmayan diğer turistik hizmetlerin en az ikisinin birlikte, her şeyin dâhil olduğu fiyatla satılan veya satış taahhüdü yapılan ve hizmeti 24 saatten uzun bir süreyi kapsayan veya gecelik konaklamayı içeren sözleşmelere denir.

Yönetmeliğin 5.maddesine göre, Paket tur başlamadan önce, paket tur sözleşmesinin yazılı olarak yapılması ve bu sözleşmenin bir nüshasının tüketiciye verilmesi zorunludur. Sözleşmede ise;

- 1) Sözleşme taraflarının, isim, unvan, açık adres, telefon ve varsa diğer erişim bilgileri,
- 2) Hareket, dönüş tarihi ve saatleri ile kesintiler dahil paket turun süresi,
- 3) Paket tur sırasındaki duraklama yerleri ve nakil bağlantıları dahil turun güzergahı, ulaşım araçlarının cinsi, konaklama yeri ve sınıfı, bunların süreleri, yemek öğün sayısı, varsa rehber ve ücreti ile paket tura dahil diğer hizmetlere ilişkin bilgiler,
- 4) Paket tur öncesi ve paket tur sırasındaki fesih koşulları,

¹⁴⁶ RESMİ GAZETE, (19.04.1983 tarihli), "18023 sayılı Turizm Yatırım, İşletme ve Kuruluşlarının Denetimi Hakkında Yönetmelik".

- e) Seyahat acentasının kusuru veya sözleşmeye kısmen ya da tamamen uymaması hallerinde ödeyeceği tazminat ile ödenmiş olan paranın iadesine ilişkin bir taahhüt,
- 5) Mücbir sebep sayılan haller ve bu hallerde tarafların hak ve sorumlulukları,
- 6) Paket turun Türk Lirası olarak vergiler dahil fiyatı ve ödeme şekli,
- 7) Vadeye göre faiz ile birlikte ödenecek Türk Lirası olarak toplam satış fiyatı,
- 8) Faiz miktarı, faizin hesaplandığı yıllık oran ve sözleşmede belirtilen faiz oranının yüzde otuz fazlasını geçmemek üzere gecikme faizi oranı,
- 9) Peşinat tutarı,
- 10) Ödeme planı,
- 11) Borçlunun temerrüde düşmesinin hukuki sonuçları da içeren maddeler yer alır.

4.1 Fiyat Değişiklikleri

Yönetmeliğin 6.maddesine göre; sözleşmede öngörülen fiyat ve koşullar değiştirilemez. Ancak, liman ve havaalanına iniş vergileri gibi harç, vergi ve ücretler ile döviz kurlarından kaynaklanan fiyat değişikliklerine bu hüküm uygulanmaz.

Seyahat acentası, paket turdan önce, yukarıda verilen nedenlerle meydana gelen fiyat artışını tüketiciye derhal bildirir. Bu durumda tüketici herhangi bir tazminat ödemediği takdirde sözleşmeden dönme hakkını kullanır ya da değişiklikleri ve fiyat üzerindeki etkisini açıkça belirten ek sözleşmeyi kabul eder.

Tüketici, sözleşmeden döndüğü takdirde; seyahat acentasının kendisine ikame bir paket tur sunabilmesi halinde eşdeğerde bir başka paket tur alma ya da sözleşme kapsamında ödemiş olduğu tüm bedeli 10 gün içinde geri alarak sözleşmeden dönme haklarından birini kullanabilir.

4.2 Sözleşmenin Devri

Yönetmeliğin 7.maddesine göre; Tüketici, paket tura devam etmesinin mümkün olmaması durumunda, hareketten en az 7 gün önce seyahat acentasına niyetini bildirerek rezervasyonunu, paket tur açısından geçerli tüm koşulları yerine getiren bir üçüncü kişiye devredebilir. Bu durumda, paket turu devreden ve devralan, sözleşmeye taraf seyahat acentasına karşı, bakiye tutarın ve söz konusu devirden doğan tüm ilave masrafların ödenmesinden müteselsilen sorumludurlar.

4.3 Seyahat Acentasının Sözleşmeyi Feshetmesi

Yönetmeliğin 8.maddesine göre; seyahat acentasının sözleşmeyi feshetmesi halinde tüketici uğradığı zarar oranında tazminat hakkına sahip olur. Ayrıca, seyahat acentası, tüketicinin o güne kadar yaptığı tüm ödemeleri ve tüketiciyi borç altına sokan tüm belgeleri 10 gün içinde tüketiciye iade eder.

Sözleşmenin feshi, kayıt edilen tüketici sayısının, paket turun düzenlenmesi için gerekli olan sayıya ulaşmaması ve bu durumun bir fesih sebebi olduğunun sözleşmede yer alması ya da seyahat acentası gerekli tüm özeni göstermiş olmasına rağmen, mücbir sebeplerden kaynaklanması halinde tüketicinin tazmin hakkı doğmaz.

4.4 Sözleşmede Sorumluluk Ve Sorumsuzluk Kaydı

Yönetmeliğin 9.maddesine göre; Sözleşmeye taraf seyahat acentası sözleşmeden doğan yükümlülüklerin gereği gibi ifa edilmemesinden dolayı sorumludur. Ancak sözleşmenin hiç ya da gereği gibi ifa edilmemesi tüketicinin kusuruna veya mücbir bir sebebe dayanıyorsa, seyahat acentası sorumlu tutulamaz.

Paket tur sırasında, seyahat acentasının sözleşmenin esaslı unsurunu oluşturan hizmetlerden bir veya birkaçını sağlamaması ya da sağlamayacağını anlaşıldığı durumda; seyahat acentası, paket turun devam etmesi için tüketiciye ilave maliyet

getirmeyen eşdeğerde alternatif düzenlemeler yapar ve sözleşmede yer alan hizmetler ile sunulan hizmetler arasındaki farkı tazmin eder.

Söz konusu düzenlemeleri yapmak mümkün değilse, ya da bunlar haklı nedenlerle tüketici tarafından kabul edilmez ise; seyahat acentası tüketicinin hareket yerine veya kabul edeceği herhangi bir dönüş noktasına geri dönmesi için eşdeğerde ulaşım imkânı sağlar. Tüketicinin yaptığı tüm ödemeleri 10 gün içinde iade eder ve gerekli hallerde tüketicinin zararını tazmin eder.

Yönetmeliğin 10.maddesine göre, sözleşme metninde veya müstakil herhangi bir belgede tüketicinin bu Yönetmelikte yer alan haklarını kullanmaktan feragat ettiğine dair veya seyahat acentasının bu Yönetmelikten kaynaklanan yükümlülüklerini sınırlayan veya ortadan kaldıran kayıtlar geçersizdir

Yönetmeliğin 11.maddesine göre; tüketici, sözleşmenin hiç ya da gereği gibi ifa edilmemesi halini, hizmetin ifa edilmesi gerektiği ya da ifa edildiği tarihten itibaren 30 gün içerisinde ilgili hizmet sağlayıcısına ve seyahat acentasına bildirmek zorundadır.

4.5 Tanıtım Broşürü

Yönetmeliğin 12.maddesine göre; Seyahat acentası, paket tur hakkında bilgi isteyen tüketiciye tanıtım amaçlı bir broşür vermek zorundadır. Broşürün içerdiği hususlar, seyahat acentası için bağlayıcıdır. Söz konusu özelliklerde yapılacak değişiklikler ancak broşürde açıkça belirtilmek ve sözleşme akdedilmeden önce tüketiciye bildirilmek şartıyla, sözleşme akdedildikten sonra ise tarafların açık mutabakatı ile değiştirilebilir.

Bu broşürde olması gereken bilgiler ise şunlardır:

- 1) Vergiler dahil fiyat ve ödeme koşulları,
- 2) Gidilecek yer ve ulaşım biçimi,
- 3) Kalınacak yerin özellikleri,

4) Yemek ve gezi planı,

5) Paket tur programı,

6) Uluslararası seyahatlerde pasaport ve vize koşulları,

7) Seyahat acentasının, paket tura katılacak tüketici sayısının yeterli olmadığı durumda paket turun iptalini tüketiciye bildireceği en son tarih, gösterilir.

Bu broşürdeki bilgilere ek olarak seyahat acentası tüketiciye sözleşme akdedilmeden önce yazılı olarak aşağıdaki hususları içeren konularda bilgi verir:

1) Seyahat acentasının yerel temsilcisinin adı, adresi ve telefon numarası ile bunların bulunmaması halinde tüketicinin zor durumda kaldığında başvurabileceği yerel irtibat noktasının adı, adresi ve telefon numarası,

2) Varsa ara durakların zamanı, yeri ve ulaştırma bağlantıları ile yolcu tarafından kullanılacak ulaşım aracının özellikleri,

3) Reşit olmayan kişilerin yurt dışına yolculuğu veya yurt dışında kalmaları halinde, tüketici veya tüketicinin kaldığı yerle doğrudan teması sağlayacak bilgiler,

4) Tüketici tarafından iptal masraflarını ya da kaza veya hastalık halinde ülkesine geri gönderilme de dahil olmak üzere yardım masraflarını teminat altına alacak, isteğe bağlı bir sigorta sözleşmesi yapılmasıyla ilgili bilgiler¹⁴⁷.

¹⁴⁷ RESMİ GAZETE, (19.04.1983 tarihli), "18023 sayılı Turizm Yatırım, İşletme ve Kuruluşlarının Denetimi Hakkında Yönetmelik".

5. AVRUPA BİRLİĞİ PAKET SEYAHAT, PAKET TATİL VE PAKET TUR YÖNETMELİĞİ

Yönetmelik 3. maddesi düzenlemesi ile yükümlülükler şöylece tespit edilmiştir.

Organizatör ya da perakendeci tarafından tüketiciye sunulan paket turun fiyatı ve diğer tüm şartların bulunduğu sözleşmede uygulanacak bütün tanımlayıcı unsurlar yanıltıcı bilgi içermemelidir.

Tüketiciye bir broşür verildiğinde bu broşür, paket turun fiyatı ve diğer konulardaki bilgileri doğru, eksiksiz ve kapsayıcı olarak vermelidir,

- a) Gidilecek yer ve kullanılacak araçlar, gidilecek yerin karakteristik özellikleri ve kullanılan ulaşım tipi,
- b) Konaklama tipi, yeri, sınıfı ya da kategorisi, başlıca özellikleri, üye devletin yasalarına göre verilmiş turizm belgesi ve işletme onayı,
- c) Yemek planı,
- d) Seyahatin programı,
- e) Üye devlet ya da devletlerin vatandaşları için gerekli olan pasaport ve vize ihtiyaçları ile seyahat ve konaklamada gerekli sağlık formaliteleri hakkında genel bilgiler,
- f) Peşin olarak ödenecek miktar ya da yüzdesi ile geri kalan bakiyenin ödeneceği sürece ilişkin ödeme programı,
- g) Paket turun gerçekleşmesi için gerekli minimum kişi sayısı ve iptal durumunda paket tur başlamadan en geç ne kadar zaman içinde tüketicinin iptal konusunda bilgilendirileceği,

Broşürün içinde anlatılan unsurların tümü, organizatör ya da perakendeciye aşağıdaki durumlar dışında bağlar:

Sözleşme imzalanmadan önce tüketici ile görüşülerek ve bu değişikliklerin tüketici ile anlaşarak yapıldığı sözleşmede ifade edilen değişiklikler,

Sözleşmenin tarafları arasında sonradan yapılan bir anlaşma ile yapılan değişiklikler,

Yönetmelik 4.maddesi de ayrıntılı düzenleme getirmektedir. Bu düzenlemeler ise:

1.a. Organizatör veya perakendeci, tüketiciye sözleşme imzalanmadan önce yazılı ya da diğer uygun bir formatta üye devlet ya da devletlerin vatandaşlarına uygulanan vize ve pasaport işlemlerinin gerektirdiği unsurlar, bunların gerektirdiği süreler ile konaklama ve seyahat esnasında gereken sağlık formaliteleri konusunda bilgi sağlamalıdır.

b. Organizatör veya perakendeci, tüketiciye yazılı ya da uygun bir formatta seyahatten önce aşağıdaki bilgileri sağlamalıdır:

ba. Ulaşım sırasındaki aktarmalar ve molalar ile yine ulaşım sırasında tüketicinin işgal edeceği yer, kabin, gemi kamarası, tren kompartımanı gibi yerler hakkında,

bb. Organizatörün veya perakendecinin bölge temsilcisinin ismi, adres ve telefon numaraları ya da bu yapılamıyorsa herhangi bir zor durumda arayabileceği yerel acentanın adres ve telefon bilgileri hakkında,

Yerel acenta ve temsilcilerin olmadığı durumda ise acil telefon numaraları ya da kendisini organizatör ya da perakendeciye ulaştırabilecek diğer kontak adres ve telefonları hakkında,

bc. Yurtdışında konaklama ya da seyahat küçük yaşta bireyleri kapsıyorsa konaklama yerindeki çocuk bölümünün sorumlusu ile ya da doğrudan çocukla temas kurabilmesi hakkında,

bd. Bir kaza ya da hastalık nedeniyle seyahatin iptal edilmesi durumunda, tüketicinin yapması gereken çeşitli harcamalar ve geri dönüş maliyetini kapsayan tercihli bir sigorta poliçesi hakkında,

2. Üye devletler sözleşmelerle ilgili olarak aşağıdaki prensipleri uygulamaya koyacaklardır.

a)Paket turun türüne bağlı olarak sözleşme asgari olarak ekte belirtilen hususları içermelidir.

b)Sözleşmenin bütün şartları yazılı ya da tüketici tarafından anlaşılabilir ve kapsayıcı olarak diğer sözleşme imzalanmadan önce tüketiciye aktarılmalıdır, tüketiciye bu şartların bir kopyası verilmelidir.

c)Last minute (son dakika) sözleşmelerindeki ya da rezervasyonlarındaki gecikmeler (b) şıkkındaki şartları ortadan kaldırmamalıdır.

3. Tüketici, paket tura katılmaktan alıkonulduğu durumda, rezervasyonunu bu isteğini paket turu başlangıcından önce organizatör perakendeciye önceden bildirmek kaydıyla, sözleşmedeki bütün şartları kabul eden bir başka kişiye devredebilir. Paket turu devralan ise, sözleşmede belirtilen bakiye ve transfer gibi ek maliyetlere karşı ortak olarak sorumludur.

4.a. Sözleşmede belirtilen fiyat, sözleşmede aksi belirtilmedikçe aşağıya veya yukarıya çekilemez; sözleşmede belirtilecek değişikliklerde ancak aşağıdaki alanlarda, nedenleri ve hangi hesaba dayanıldığı açıklanarak yapılabilir.

- Yakıt dahil ulaştırma maliyetlerinde,
- Havaalanı ya da limanlarda alanlarında alınan ülkeye giriş-çıkış vergileri, gümrük vergileri ve çeşitli hizmetlerin ücretleri gibi alanlarda,
- Pakette uygulanan döviz kurları alanında.

b. Paket turun başlangıcından önceki 20 gün boyunca sözleşmede belirtilen fiyat arttırılmaz.

5. Organizatör, paket turun başlangıç tarihinden önce, fiyat gibi sözleşmenin temel konularında değişiklik yapmak zorunda kalırsa aşağıdaki kararlardan birini alabilmesi için tüketiciyi mümkün olduğu kadar önceden haberdar etmek zorundadır.

- Ya sözleşmeden herhangi bir ceza ödemedi çekilir,
- Ya da fiyat üzerindeki yapılacak değişikliği gösteren özel bir maddenin sözleşmeye eklenmesini kabul eder.

Tüketici, organizatör ya da perakendeciye kararını mümkün olan en kısa sürede bildirmelidir.

6. Tüketici, 5.paragraftaki şartlardan dolayı ya da kendi hatası olmayan diğeri bir nedenle sözleşmeden çekilme kararı alırsa, ya da organizatör paket turu tur başlangıcından önce iptal ederse tüketici bu durumda şu haklara sahip olur.

a) Ya organizatör ya da perakendeci aynı kalitede veya daha yüksek kalitede bir başka paket tura sahipse, diğeri yerine o paketi alır. Aslının yerine ikame edilecek paket tur daha düşük kalitedeyse, organizatör fiyat farkını tüketiciye ödemek zorundadır.

b) Ya da mümkün olan en kısa sürede, sözleşmede belirtilen ödediği paranın tümünü geri alır. Bu durumda üye devletin yasalarının gerektirdiği şekilde bazı istisnai durumlar haricinde tüketici, organizatör ya da perakendeciden tazminat almaya hak kazanır. Belirtilen istisnai durumlar şunlardır:

ba. Sözleşmede, paket turun gerçekleşmesi için gereken kişi sayısının sağlanamamasından dolayı iptal gerçekleşmiş ve tüketici durumdan sözleşmede belirtilen süreden önce haberdar edilmiş ise,

bb. Ya da over booking (fazla rezervasyon) haricinde iptal, önceden görünmesi imkansız ve önlenemez doğal bir afet ya da olay neticesinde alınan tüm önlem ve icraatlara rağmen gerekmiş ise.

7. Paket turun başladığı andan itibaren, sözleşmede belirtilen ürün ve hizmetlerin önemli bir kısmının sağlanmadığı ya da organizatörün taahhüt ettiği hizmetlerin önemli bir kısmını sağlayamayacağını anladığı durumda; organizatör paket turun devamı için uygun alternatif düzenlemeler yapacak ve bundan dolayı tüketiciye fazladan bir maliyet yüklemeyecektir. Bu durumda organizatör teklif edilen servislerle, tedarik edilen hizmetler arasındaki farktan dolayı da uygun bir tazminat ödeyecektir. Bu düzenlemeleri yapmak mümkün değilse ya da tüketici bu alternatif değişiklikleri makul

nedenlerle kabul etmez ise organizatör tarafından bir maliyet yüklemeyen tüketici paket turun başladığı yere veya tüketicinin kabul ettiği başka dönüş noktasına dönmesini sağlayacak ve uygun olduğu durumlarda tüketiciye tazminat ödeyecektir.

Yine yönetmelik 5.maddesinde üye devletlere şöyle yükümlülükler getiriyor:

1. Üye devletler, organizatörün ya da perakendecinin tüketiciye karşı yükümlülüklerini, bu yükümlülükler, doğrudan kendileri ya da diğer hizmet sunucuları tarafından sunulması gereken hizmetler olsa da uygun bir şekilde yerine getirilmesi için gerekli adımları atar. Ancak atılan bu adımlar organizatörün ya da perakendecinin diğer hizmet sunucularına karşı yasal haklarını talep etmesine karşı bir engelleme getirmez.

2. Üye devletler, sözleşmenin eksik ya da yanlış uygulanması sonucu, tüketicinin gördüğü zarardan organizatör ya da perakendeciyi sorumlu tutacak adımlar atacaklar, ancak bu sorumluluk, tüketicinin uğradığı zarar organizatör ya da perakendecinin ya da diğer hizmet sunucularının uygulamalarından kaynaklanmadıkça, onların olmayacaktır. Sorumluluğu organizatör, perakendeci ya da diğer hizmet sunucularına atfedilmeyecek zararlar şunlardır;

Tüketiciden kaynaklanan zararlar,

Sözleşmede adı geçmeyen üçüncü bir tarafın icraatından kaynaklanan ve önceden görülmesi ve önlenmesi imkansız olan zararlar,

Madde 4'ün 6.paragrafın (bb) alt paragrafında şekliyle doğal afetler ya da organizatör, perakendeci ya da hizmet sunucunun öngörüp önlenmesi mümkün olmayanlar olaylar,

Yukarıdaki ikinci ve üçüncü şıklardaki durumlarda, organizatör ya da perakendeci zor duruma düşmüş tüketiciye zaman geçirmeden gerekli yardımı yapacaklardır.

Üye devletler, Paketteki yerine getirilmeyen ya da eksik yerine getirilen hizmetler konusunda, sözleşmedeki tazminat haklarının sınırlandırılmasına, bu hizmetlerle ilgili uluslararası toplantılarda alınan kararlar doğrultusunda olanak tanıyabilirler. Paket turla ilgili hizmetler esnasında gerçekleşen kişisel yaralanmalar haricindeki zararların tazmini

ile ilgili olarak, üye devletler sözleşmeye bu tazminatın sınırlandırılması olanağı tanıyabilirler. Ancak bu sınırlama makul bir şekilde yapılabilir.

4. Tüketici sözleşmedeki hizmetlerin yerine getirilmediği kanısına varır varmaz bulunduğu yerdeki hizmet sunucusuna ve organizatör ya da perakendeciye yazılı ya da diğer uygun bir formatta mümkün olan ilk fırsatta bu görüşünü bildirmelidir.

Bu yükümlülük sözleşmede açık olarak belirtilmelidir¹⁴⁸.

Yönetmelikte teminata ilişkin 7.madde de ise;

“Sözleşmedeki organizatör ya da perakendeci taraf, iflası halinde tüketicinin geri dönüşünü ve ödediği parayı geri almasını garanti edecek teminatların bulunduğuna ilişkin yeterli delil sunmalıdır” ifadelerine yer verilmektedir.

6. ULUSLARARASI OTEL VE RESTORAN BİRLİĞİ VE SEYAHAT ACENTALARI BİRLİKLERİ EVRENSEL FEDERASYONU TÜZÜĞÜ (IHRA/UFTAA)

Bu metin, 1979 IHA/UFTAA Konvansiyonunun yerini alan ve yıllardır otelciler ve seyahat acentaları arasındaki ilişkileri düzenleyen, aynı temel prensipleri belirleyen 3.7.1991 tarihinde imzalanmış olan IHA/UFTAA Otelci-Seyahat Acentası İlişkileri Hakkında Meslek Tüzüğü'nün yerini almıştır.

Mevcut birçok ulusal konvansiyon ve anlaşmalar eski IHA/UFTAA konvansiyonu ve yukarıda belirtilen meslek tüzüğü'nün koşullarını yansıtmaktadır.

Tüzüğü'nün 7.maddesine göre otel sözleşmesinin tanımı şu şekildedir; otelcinin bir seyahat acentasıyla yaptığı ve bu seyahat acentasının müşterileri olan birey ya da gruplara belirlenmiş bir fiyattan otel hizmetleri sağlamayı kabul ettiği bir anlaşmadır.

Tüzüğü'nün 16.maddesine göre, otel sözleşmesindeki iptaller ve genel kurallar şunlardır;

¹⁴⁸ Necip Boz, **Turizm Hukuku**, Ankara, Seçkin Yayınları, 2002: 263.

a. Kısmi veya tümünden iptallere ilişkin şartlar ve süre limitleri ile geç iptal hallerinde söz konusu olacak tazminat miktarları confirmasyon (doğrulama) esnasında belirlenerek üzerinde anlaşılacaktır. Otel işletmecisi söz konusu süre için iptal politikasını net bir şekilde tanımlayacaktır.

Müşteri bu iptal politikası konusunda bilgilendirilecektir.

b. İptaller yazılı ve tarihli olarak yapılacaktır. (İadeli taahhütlü mektup, teyitli teleks, faks, e-mail. . . ile).

Bir iptal, sözlü bir iletişimin tarihi itibarıyla geçerli olacağından, yazılı iptal, açık şekilde ve bu iletişimi kaynak olarak gösterecektir. Otelciden alınan ve sözlü bir iletişimi kaynak gösteren herhangi bir yazılı belge, seyahat acentasını başka yazılı confirmasyon (doğrulama) temin etmekten muaf kılacaktır.

Mümkünse otel tarafından iptal referans numaraları verilmeli ve bunlar seyahat acentası tarafından muhafaza edilerek yazılı bir iptale mahal bırakılmamalıdır.

Tüzüğün 17.maddesine göre otel sözleşmelerinde Grupların iptali şu şekildedir;

A) İptal Zaman Limitleri:

Aksine anlaşma bulunmayan durumlarda, seyahat acentası aşağıdaki durumlarda tazminat ödemek durumunda kalmaksızın grup rezervasyonunu iptal edebilir.

1. Grubun tümüne ait rezervasyon (% 100) yarış tarihinden 30 gün öncesine kadar iptal edilebilir.

2. Grubun %50'sine kadar olan bölümü, yarış tarihinden en az 21 gün öncesine kadar iptal edilebilir.

3. Grubun %25'ine kadar olan bölümü, yarış tarihinden 14 gün öncesine kadar iptal edilebilir.

B) İptal Tazminatı:

1. Yukarıda belirtilen zaman limitleri dışında yapılan iptallerde otelci aşağıda belirtilen tazminatlara hak kazanır:

- a. Önceden belirlenmiş olan bir tazminat,
 - b. Böyle bir anlaşmanın bulunmaması durumunda, her müşteri için bir gecelik ücretten az olmamak üzere, rezerve edilen hizmetlerin parasal tutarının 2/3'ü,
 - c. Varış tarihinden önceki üç gün içerisinde yapılacak iptallerde rezerve edilen hizmetlerin parasal tutarının 3/4'ü,
2. Eğer otelci odaları satarak zararını ortadan kaldırırsa, tazminata hak kazanmaz. Otelcinin odaları yeniden satmadığını kanıtlaması istenilebilir.

C) Otelci Tarafından Odaların Geri İstenilmesi:

1. Toplam oda kapasitesinin %30'unu aşan grup rezervasyonlarında otel işletmecisi yarış tarihinden 60 ila 30 gün önce seyahat acentasının garantilemediği odaların tümünü ya da bir bölümünü kullanmak istediğini yazılı olarak bildirir.
2. Otelci seyahat acentası tarafından garanti edilen odaların hiçbirini satamaz.
3. Seyahat acentası rezerve edilen odaları garanti ederse 17. maddenin a(1) hükmünden yararlanamaz.

Tüzüğün 18.maddesine göre otel sözleşmesinde bireysel müşterilerin iptali şu şekildedir.

A) İptal Zaman Limitleri

Aksine anlaşma bulunmaması durumunda seyahat acentasının iptallerdeki zaman limitleriyle ilgili uyması gereken koşullar aşağıda belirtilmektedir:

1. Turist Tipi Otellerde:

—Düşük sezonda yarış tarihinden 14 gün öncesine kadar,

—Yüksek sezonda yarış tarihinden 30 gün öncesine kadar.

2. Diğer tüm otellerde otel tarafından uygulanan iptal kurallarına göre, yarış gününden önceki gün 18.00'den önce olmak üzere otelin doğrudan gelen müşterileri için uyguladığı iptal süresinde.

B. İptalde Tazminat:

Aksine anlaşma olmayan durumlarda, yukarıda belirtilen zaman limitleri dışında bildirilen iptallerde otelci aşağıda belirtilen tazminatlara hak kazanır:

1. Turist Tipi Otelleri İçin:

a. Düşük ya da yüksek sezonda yapılacak bir ya da iki gecelik konaklamalar için sipariş edilen hizmetlerin bir gecelik parasal tutarı kadar,

b. Düşük sezonda üç gece ya da daha uzun gecelemler için sipariş edilen hizmetlerin bir gecelik parasal tutarı kadar,

c. Yüksek sezonda üç gece veya daha uzun konaklamalar için sipariş edilen hizmetlerin üç gecelik tutarı kadar.

2. Diğer tüm oteller için kalış süresi ne olursa olsun sipariş edilen hizmetlerin bir gecelik parasal tutarı kadar.

Madde 26. Mücbir Sebep (Force Majeure)

Otel sözleşmesinin taraflarından herhangi biri bir mücbir hale bağlı olarak üzerine düşen yükümlülükleri gerçekleştirmeyi olanaksız görürse, yani önceden öngörülme- yen ve karşı konulamayan ve kendi kontrolünü aşan bir durumla karşı karşıya ise, tazminat ödeme yükümlülüğü olmaksızın sözleşmedeki yükümlülüklerinden kurtulur.

Otel işletmecisi veya seyahat acentası mücbir nedenden ötürü yükümlülüklerini yerine getiremiyor ise, potansiyel zararları sınırlayabilmek amacıyla bütün olanaklarını kullanarak diğer tarafı derhal bilgilendirecektir.

Madde 28. Çifte Rezervasyondan Kaçınma

Seyahat acentası tarafından aynı kişi ya da grupla ilgili olarak farklı otellerden eşzamanlı olarak rezervasyon talep edilmiş olsa bile, seyahat acentası, bu tüzükte belirtilen zaman limitleri dahilinde, ileride tutmak istemeyeceğine karar vereceklerini iptal etmek niyetiyle birden fazla otel sözleşmesini sonuçlandırmaktan kaçınacaktır.

Böyle bir durumda otel işletmecisi, söz konusu rezervasyonu tek taraflı olarak iptal edebilir ve rezervasyon ücretini geri ödememe hakkına sahiptir.

Bir dizi grup rezervasyonunun söz konusu olduğu hallerde bu rezervasyonların tümü iptal edilebilir.

Madde 29. Anlaşmazlıkların Dostane Çözümü

Mücbir nedeni de içeren herhangi bir konuda görüş ayrılığı söz konusu ise sözleşmenin tarafları dostane çözümler aramalıdır. Böyle bir çözüme ulaşılmaması durumunda taraflardan herhangi biri durumu IHRA/UFTAA Ortak Komitesine götürebilir.

Madde 30. Anlaşmazlıkların Çözümü

a. Bir otel işletmecisi veya seyahat acentası arasında gerçekleştirilen sözleşmelerden doğabilecek herhangi bir uluslararası anlaşmazlığı uzlaşma ve tahkim için IHRA/UFTAA Ortak Komitesine götürülebilir.

b. Her iki tarafında anlaşmazlıklarını IHRA/UFTAA Tahkim Kuruluna götürme konusunda hemfikir olmaları durumunda en çok şikayetçi olan taraf kendi uluslararası organizasyonuna tahkim için başvuruda bulunacak ve bütün gerekli dokümanları gönderecektir.

c. Tahkim prosedürü bu belgeye ek olarak verilen bölümde "Tahkim Kuralları" olarak anılmaktadır.¹⁴⁹

¹⁴⁹ Ihra/Uftaa Otelci-Seyahat Acentesi İlişkileri Hakkında Meslek Tüzüğü, 03.07.1991.

7. TURİZM İŞLETMELERİNİN BAKANLIKLA, BİRBİRLERİYLE VE MÜŞTERİLERİYLE İLİŞKİLERİ HAKKINDA YÖNETMELİK

7.1 Birinci Bölüm - Başlangıç Hükümleri

AMAÇ:

Madde 1- Bu yönetmeliğin amacı turizm işletmesi belgesi sahiplerinin birbirleriyle, müşterileriyle ve Bakanlıkla karşılıklı ilişkileri ile hak ve yükümlülüklerini uluslararası kurallar doğrultusunda düzenleyerek, bu ilişkilerden doğacak anlaşmazlıkları asgariye indirmektir.

KAPSAM:

Madde 2- Bu yönetmelik 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 Turizm Bakanlığı ile ilişkilerine ait hükümleri kapsar.

YASAL DAYANAK :

Madde 3- Bu Yönetmelik 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nun 37 nci maddesinin (c) fıkrasının 1 nolu bendi uyarınca düzenlenmiştir.

TANIMLAR :

Madde 4- Bu Yönetmelikte yer alan

- a. "Bakanlık" Turizm Bakanlığını,
- b. "Turizm işletmeleri" Türk veya yabancı uyruklu gerçek veya tüzel kişilerce birlikte veya ayrı ayrı gerçekleştirilen ve turizm sektöründe faaliyet gösteren ticari işletmeleri,
- c. "Otel işletmeleri" Bakanlıkça belgelendirilmiş asli ve yardımcı konaklama tesisleri,
- d. "Otelci" asli ve yardımcı konaklama tesisi işletmelerini,

e. "Seyahat acentası" turistlere ulaştırma, konaklama, gezi, spor ve eğlence imkanları sağlayan, onlara turizmle ilgili bilgiler veren, bu konuya ilişkin tüm hizmetleri gören ticari kuruluşları,

f. "Rezervasyon" Turizm işletmelerinde isim belirterek yer ayırma ve kayıt işlemini,

g. "Grup" aynı rezervasyondan yararlanan acenta ve otel işletmeleri tarafından bir bütün olarak kabul edilen, en az 11 kişiden oluşan müşteri topluluğunu, ifade eder.

7.2 İkinci Bölüm - Seyahat Acentaları İle Otel İşletmeleri Arasındaki İlişkiler

SÖZLEŞMELER

BİRİNCİ KISIM

Otel sözleşmeleri :

Madde 5- Acenta ile otel arasında yapılacak otel sözleşmelerinde akit serbestîsi esastır. Böyle bir özel sözleşme olmaması halinde veya özel sözleşmede yer verilmeyen tüm konularda bu Yönetmelik hükümleri uygulanır.

Otel sözleşme türleri :

Madde 6- Acenta ile otel işletmeleri arasında üç çeşit otel sözleşmesi düzenlenebilir.

a. Bireysel olarak seyahat eden (münferit) müşterilerle ilgili sözleşmeler,

b. Grup olarak seyahat eden müşterilerle ilgili sözleşmeler,

c. Belirli bir sürenin üzerindeki rezervasyonlar için yapılacak (kontenjan) tahsis sözleşmeleri

İKİNCİ KISIM

OTEL SÖZLEŞMELERİ İLE İLGİLİ KURALLAR

Otel sözleşmesinin meydana gelmesi:

Madde 7- Bir otel sözleşmesinin oluşması acentadan otelciye yapılacak rezervasyon talebi ile başlar.

Rezervasyon talebinin yazılı olması gerekir. Sözlü talepler, en geç bir hafta içinde otelciye ulaşacak şekilde yazılı olarak (mektup, telgraf, teleks v.b) teyid edilir.

Otel sözleşmelerinin kapsamı:

Madde 8- Otel sözleşmelerinde aşağıdaki hususlar belirtilebilir.

-Taraflar

-Rezervasyon süresi (başlama, sona erme, kesintiler)

-Rezervasyonların süre içindeki dağılımı,(odalara ilişkin ayrıntılar)

-Rezervasyon süresi içindeki (tam, yarı, ölü) sezon fiyatları)

-Özel durumlar (indirimli fiyatlar, ücretsiz hizmetler)

-Mali koşullar, hesabın kapatılması, haber verme süresi, verilebilecek güvence türü)

-Rezervasyonların iptaline ilişkin haber verme süreleri, sonuçları ve mali sorumlulukları,

-Sözleşmenin uygulama aşamalarına (zamanlamasına) ilişkin ayrıntılar,

-Sözleşmenin yürürlüğe konabileceğini bildirmek için son tarih,

-Kesin rezervasyonların dağılımı,

-Yerleşme listelerini göndermek için son tarih,

-Ayrılan yerlerin tutulmaması halinde seyahat acentasına ödenecek tazminat,

-Otelcilik kusuru veya sözleşmeye kısmen ya da tamamen uymaması halinde ödeyeceği tazminat,

-Ödeme yöntemleri,

-Konukları eşdeğerdeki bir otele aktarma olasılığı,

-Mücbir haller ve bu hallerde tarafların hak ve sorumlulukları,

-Sözleşmenin iptali ile ilgili ayrıntılar.

Otelcinin

kabulü:

Madde 9- Otel sözleşmesi otelcinin kabulü ile tamamlanır.

Kabul, otelci tarafından 3 gün içinde yazılı olarak (mektup, telgraf veya teleks) belirtilmelidir. Kabulde acentanın talep ettiği hizmetlerin bedeli de yazılır.

Otelcinin isteyeceği ön ödemenin miktarı ismarlanan hizmetlerin (oda, kahvaltı, yemekler V.S) sezonda 3 gecelik, sezon dışında 1 gecelik fiyatına eşittir.

Ön ödeme:

Madde 10- Otelcinin rezervasyon talebinin kabulü için bir ön ödeme (Teminat akçesi, kapora veya teminat mektubu) talep etmesi halinde, otel sözleşmesi ancak bu ödemenin yapılmasıyla veya bu ödemeyi kanıtlayan belenin ibrazından sonra yürürlüğe girer. Otelci ön ödeme olarak gönderilen parayı aldığı en geç 24 saat içinde bildirir.

Otelciye yapılacak ödeme:

Madde 11- Sözleşmede belirtilen hizmetler için otelci tarafından seyahat acentasına bildirilen fiyatlar hiçbir şekilde otele doğrudan başvuran müşteriler için tarifede belirtilen fiyatlardan yüksek olamaz. Faturanın seyahat acentasınca ya da doğrudan doğruya yolcu tarafından ödenmesi bu kuralı değiştiremez.

Fiyat değişiklikleri :

Madde 12- Otelcinin otel sözleşmesi ile mutabık kılınmış fiyatlara uyması gereklidir. Fiyatların değişmesi halinde yeni fiyatların uygulamaya konması için 30 günlük bir uyarılama süresi bırakılacaktır. Ancak, bu fiyat değişiklikleri, teyit edilmiş rezervasyonlar için uygulanmaz.

Acentaların, otel işletmeleriyle yapacakları otel sözleşmelerinde döviz cinsinden fiyat belirlenebilir. Anlaşma süresi içinde bu fiyatın Türk Lirası karşılığı tasdikli tarifeyi aşması, tarife üstü fiyat uygulaması kabul edilmez.

Acentanın Yükümlülüğü :

Madde 13- Seyahat acentası yalnız otele gönderdiği rezervasyon belgesinde belirttiği hizmetlerin bedelini ödemekle yükümlüdür.

Faturanın ödenmesi :

Madde 14- Ödemenin bizzat müşteri tarafından yapılacağı konusunda anlaşmaya varılan durumlar dışında, fatura, otel sözleşmesini yapan acenta tarafından ödenir.

Faturalar sözleşme ile belirlenen zaman sınırları içinde, ya da böyle bir hüküm yoksa faturanın alınmasından itibaren 30 gün içinde ödenir. Bu süreden sonra borç miktarı için aylık % 10 faiz ve ana borcun % 5'i oranında tahsil masrafı tahakkuk ettirilir.

Uzun süreli konaklamalarda otelci acentadan sürenin sonunu beklemeden verilmiş olan hizmetlerin tutarını kısım kısım talep edebilir.

Acentanın rezervasyon yaptığı, fakat ödemenin doğrudan müşteri tarafından yapıldığı durumlarda otelci kredi kartı kabul edip etmemekte serbesttir.

Acentaya komisyon ödenmesi :

Madde 15- Belirli bir sürenin üzerindeki rezervasyonlar için yapılan sözleşmeler dışında, diğer otel sözleşmeleri ile ilgili olarak otelci acentaya verdiği hizmetler (odayemek) bedellerinin belli bir oranında komisyon öder. Otelci komisyonu yalnız sözleşmeye taraf olan seyahat acentasına öder.

Komisyon oranı :

Madde 16- Seyahat acentasına ödenecek komisyonun oranı ika tarafın kabulü ile belirlenir. Aksin anlaşma olmayan durumlarda, komisyon, vergi ve servis ücreti hariç faturanın %10'udur.

Süre uzatımı :

Madde 17- Müşterinin otelcinin muvafakatiyle otelde kalış süresinin uzatılması veya otelde kaldığı sırada ileriki bir tarih için yeni bir rezervasyon yaptırması hallerinde de otelcinin acentaya komisyon ödemesi esastır.

Müşterinin aynı seyahat sırasında otel içinde yer değiştirmesi veya aradaki süre 30 günden az olmak koşuluyla otelde aralıklı olarak kalması durumları süre uzatılması kabul edilecektir.

Müşterinin uzatmaları dahil 60 günden fazla otelde kalması halinde 60 günü aşan süren için acentaya komisyon ödenmez.

Faturanın müşteri tarafından ödenmesi :

Madde 18- Faturanın doğrudan müşteri tarafından ödenmesi durumunda, otelci fatura toplamı üzerinden seyahat acentasının komisyonunu belirler ve müşterinin ayrılışından itibaren 30 gün içinde acentaya öder. Bu süreden sonra borç miktarı için aylık %10 faiz ve ana borcun %5'i oranında tahsil masrafı tahakkuk ettirilir.

ÜÇÜNCÜ KISIM

OTELCİ VE ACENTANIN KARŞILIKLI YÜKÜMLÜLÜKLERİ

Hizmette eşitlik:

Madde 19- Otelcinin bir seyahat acentasının müşterisi olarak seyahat eden kişilere (ister bireysel ister grup halinde olsunlar) otel sözleşmesi uyarınca vereceği hizmetler, aynı koşullar altında kendi müşterilerine sağladığı hizmetlerle aynı kalitede olacaktır.

Madde 20- Otelci ayrıtılan yerleri, geliş günü saat 14,00'den ayrılış günü saat 12,00' ye kadar müşterinin kullanımına açık tutacaktır.

Otelcinin genel yükümlülüğü :

Madde 21- Usulüne uygun olarak yapılmış ve teyit edilmiş bir rezervasyonla ill olarak otelci sözleşme ile yükümlendiği hususları yerine getirmek zorundadır. Bunları yerine getirmeyen otelci acentanın bu nedenle uğradığı gerçek zararı tazmin etmekle yükümlüdür.

Ancak otelci rezervasyon kabulü sırasında bilinmeyen bir durumun ortaya çıkması ve en az üç hafta önceden acentaya bildirilmesi koşuluyla müşterileri yakın çevredeki eşit veya daha iyi nitelikli başka bir otele yerleştirebilir. Bu durumda fiyat farkları otel tarafından ödenir.

Otelci hiçbir şekilde acenta müşterisini kendi müşterisi haline getirecek yöntemlere başvuramaz.

Mücbir sebepler:

Madde 22- Taraflardan birinin öngörüleli ve engellenmesi irade dışında olan zorlayıcı sebeplerle otel sözleşmesindeki yükümlülüklerini yerine getirmesi imkansız hale gelirse bundan dolayı herhangi bir tazminat ödemez.

Bilgi verme

Madde 23- Otelci acentaya otelin yeri, sınıfı, servislerinin niteliği konusunda doğrudan ve eksiksiz bilgi vermek zorundadır.

Acenta otelcinin verdiği bilgileri doğru ve eksiksiz olarak müşterilerine yansıtır.

Karşılıklı yükümlülük:

Madde 24- Otel ve acenta müşterileri nezdinde birbirlerinin ticari itibarını zedeleyecek ve servislerin niteliği hakkında şüphe uyandıracak herhangi bir ifadeden kaçınmak zorundadırlar.

Acenta ve otel arasında herhangi bir otel anlaşması mevcut değilken taraflardan biri böyle bir anlaşma varmışçasına ilan ve reklam yapamaz, duyuruda bulunamaz.

Gerek seyahat acentası gerekse otelci sözleşmede belirtilen fiyatı müşterilere ve 3. Kişilere bildiremez.

DÖRDÜNCÜ KISIM

İPTALLER

İptalin şekli:

Madde 25- Otel sözleşmesinin tümüyle veya kısmen iptali yazılı olarak yapılmalı ve tarih konmalıdır.

Acenta tarafından veya telefonla yapılan tüm iptaller yazılı olarak teyid edilmelidir.

İptalde tazminat :

Madde 26- Sözleşmelerin kısmen veya tamamen iptallerinin şekil, süre ve şartları ile sonuçları ve ödenmesi gerekecek tazminat hakkında aksine anlaşma olmayan haller için Yönetmeliğin Üçüncü bölümü hükümleri uygulanır.

7.3 Üçüncü Bölüm - Otel Sözleşmeleri İle İlgili Özel Kurallar

BİRİNCİ KISIM

MÜNFERİT MÜŞTERİLER İLE İLGİLİ SÖZLEŞMELER

Tanım:

Madde 27- Münferit (bireysel) müşteri sözleşmeleri, aynı otel hizmetlerinden yararlanan

1 ile 10 yolcu için yapılan sözleşmelerdir. Esas alınacak müşteri sayısı rezervasyon fişinde yazılan rakamdır.

İptal süreleri:

Madde 28- Taraflar arasında aksine bir anlaşma yoksa rezervasyonlar aşağıda belirtilen süreler içinde iptal edilebilir.

a. Konaklama talebinin yoğun olduğu yer ve dönemlerde 24 saatten az olmamak koşuluyla otelin doğrudan gelen müşterilerine uyguladığı iptal süresi içinde

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

Yukarıda belirtilen sürelerde yapılan iptallerde otelin tazminat talep hakkı doğar.

Tazminat miktarı :

Madde 29- Rezervasyonun 28. maddede belirlenen sürelerle aykırı olarak iptali halinde veya iptal bildirilmeden müşterinin otele gelmemesi halinde her müşteri için istenecek tazminat genelde en az bir gecelik kalış için istenen hizmetlerin (oda-yemekler) yüksek sezonda ise 3 gecelik kalış için istenen hizmetlerin parasal karşılığıdır.

Geç gelme, rezervasyon süresinin bitiminden önce otelden ayrılma veya ısmarlanan hizmetleri kısmen veya tamamen kullanmaması halinde bu durumun otelcinin hatasından kaynaklanmaması koşuluyla otelcinin uğradığı gerçek zarar seyahat acentası tarafından tazmin edilir.

Acentanın yapmış olduğu ön ödemenin fatura toplamını karşılamadığı durumlarda otelci aradaki farkı doğrudan müşteriden talep eder.

Bu hallerde otelcinin kendi müşterilerine uyguladığı kurallar acenta müşterisine de uygulanabilir.

Tazminatın geç ödenmesi halinde bu süreden sonra borç miktarı için aylık %10 faiz ve ana borcun %5'i oranında tahsil masrafı tahakkuk ettirilir.

Acentanın uygulayabileceği fiyat:

Madde 30- Acenta müşterisine hiçbir şekilde otelin kendisine üzerinden komisyon ödediği fiyatlardan daha yüksek bir fiyat fatura edemez, ancak rezervasyon masrafları müşteriye ayrıca fatura edilebilir.

İKİNCİ KISIM

GRUP MÜŞTERİLERLE İLGİLİ OTEL SÖZLEŞMELERİ

Rezervasyonun bağlayıcılığı:

MADDE 31: Grup müşterilerle ilgili hizmetlerin tek bir rezervasyon belgesi ile talep edilmesi ve otelci tarafından bir arada teyit edilmesi gerekmektedir. Grup müşterilerinin sayısında daha sonra bir azalma olsa bile esas alınacak müşteri sayısı rezervasyonda gösterilmiş olmalıdır.

Yerleşme düzeni:

Madde 32- Acenta grubun geliş tarihinden en az 14 gün önce müşterilerin odalara dağılımını (yerleşme düzeni) gösteren listeyi otele gönderir. Bu yükümlülüğü yerine getirmeyen acenta bunun doğuracağı sonuçlardan sorumludur. Ancak otelcide oda listelerinin eline geçmediği konusunda acentayı haberdar eder.

Ödeme zamanı:

Madde 33- Acenta ile otel arasındaki sözleşmede ödeme koşulları hakkında bir hüküm bulunmaması halinde gruba ilgili ödemenin % 50'si grubun girişinden 30 gün önce, kalan ise grubun ayrılışından önce ödenir.

Ücretsiz konaklama:

Madde 34- Seyahat acentasının kadrosunda görevli ve en az 15 kişilik bir müşteri grubuna eşlik eden acenta temsilcilerine (ulak, rehber, şoför, grubun başkanı v.b.) grubun kaldığı koşullarla bir kişilik ücretsiz konaklama verilebilir. Otelci ilave her 20 kişi için bir temsilcinin daha ücretsiz hizmetlerden yararlanmasını sağlayabilir.

İptallerde süre:

Madde 35- En az ihbar süresi iptalin grubun s% 50'sini aşması halinde, giriş tarihinden 21 gün, grubun %50'sinden az olması halinde ise 14 gün öncedir. Bu sürelerden sonra yapılan iptallerde otelin tazminat talep hakkı doğar.

Tazminat miktarı:

Madde 36- Rezervasyonu iptal edilen her bir müşteri ile ilgili tazminat otel

sözleşmesinde ayrı bir miktar tespit edilmemiş ise, sözleşmede yer alan koşullar ve özel fiyat üzerinden ısmarlanmış olan hizmetlerin üçte ikisidir.

Yararlanılmayan hizmetler:

Madde 37- Bildirimsiz geç varış, alınmayan yemekler, yararlanılmayan hizmetler değerlerinin üçte ikisi oranında bir tazminata hak kazandırır.

Grubun otele gelmemesi:

Madde 38- Rezervasyonu iptal edilmeyen müşteri grubunun otele gelmemesi durumunda münferit müşteri sözleşmeleri için bu yönetmelikte belirlenen hükümler uygulanır.

Otelcinin yükümlülüğünü yerine getirmemesi:

Madde 39- Yükümlülüklerini yerine getirmeyen ya da eş değerde hizmet sağlayamayan otelci acentaya tazminat ödemek zorundadır. Tazminat miktarı acentanın gerçek zararından fazla, , sözleşmede yer alan koşullar ve özel fiyat üzerinden ısmarlanmış olan hizmetlerin üçte ikisinden az olamaz.

Tazminatın ödenmesi:

Madde 40- Tazminat ödemeleri karşı tarafın talep tarihinden itibaren 30 gün içinde yapılır. Bu süreden sonra yapılacak ödemelere aylık %10 faiz ve ana borcun %5'ı oranında tahsil masrafı tahakkuk ettirilir.

ÜÇÜNCÜ KISIM

BELİRLİ BİR SÜRENİN ÜZERİNDEKİ REZERVASYONLAR İÇİN YAPILACAK SÖZLEŞMELER

Tahsis (Kontenjan) sözleşmesi:

Madde 41- Kontenjan sözleşmesi, özel organizasyonlar için birbiri ardından düzenli olarak gelecek gruplar veya münferit müşterilerle ilgili olarak gelecek gruplar veya münferit müşterilerle ilgili olarak ya da odaların belirli bir dönem tahsisini gerektiren hallerde düzenlenir.

Tahsis esasları:
Madde 42- Tahsisle ilgili rezervasyon yapılırken otel sözleşmelerine 8 inci maddede belirtilen hususların açık ve detaylı biçimde yazılması esastır.

Tahsiste iptal:
Madde 43- Bu tür tahsislerin iptali durumunda haber vermek için genellikle aşağıdaki süreler tanınır.
Münferit müşteriler için 30 gün,
Gruplarda tam iptal için 60 gün
Grubun %50'sini aşan iptallerde 45 gün,
Grubun %50'sinden 11 kişiye kadar iptal için 30 gün,
Gruptaki 10 müşteriden az iptaller için 7 gün.

7.4 Dördüncü Bölüm - Otel Müşteri İlişkileri

Rezervasyon:
Madde 44- Bir müşteri tarafından veya onun adına bildirilen bir istek üzerine otelci istenilen konaklama için gerekli rezervasyonu yapmayı kabul edince sözleşme oluşmuş sayılır. Bu durumda otelci ve müşteri mevcut yasa, tüzük ve yönetmeliklere ve otel kurallarına uymayı taahhüt etmiş olurlar. Şu kadarki otelci, müşterinin gerekli otel kurallarını bilmesi için tedbir alır.

Kabulün yazılı olması:
Madde 45- Yazılı rezervasyon taleplerinde otelcinin yazılı kabulü esastır. Kabulle ilgili teyit, rezervasyon talebinin otele ulaşmasından itibaren en geç üç gün içinde ve istenilen bilgiler ve fiyatları da içerecek şekilde müşteriye bildirilir.

Güvence parası:
Madde 46- Rezervasyon yapılırken işletmeci belirli bir güvence parası isteyebilir. Müşteri anlaşılan tarihte odaları teslim almaz veya kararından cayarsa otelci, uğranılan zararın azami miktarını aşmayacak bir tazminatı müşteriden talep edebilir.

Müşterinin hakları:
Madde 47- Sözleşme üzerine müşteri otelde kendisine ayrılan yere yerleşme ve kabul edilen süre içinde kendisine ait bölümdeki olanakları kullanma, bunlardan tam olarak yararlanma ve ayrıca otelin diğer normal hizmetlerinden yararlanabilme hakkı kazanır.

Müşterinin sorumlulukları:
Madde 48- Rezervasyonun yalnız bir müşteri adına yapılmış olmasına rağmen, çeşitli kişileri kapsamı durumunda ödeme rezervasyon fişinde adı belirtilen kişi tarafından yapılır.

Fiyat uygulaması:
Madde 49- Müşterinin konaklamayı, yemekleri, otel tarafından sağlanan diğer olanak veya hizmetleri fiyatlarını sormadan kabul etmesi halinde yürürlükteki Bakanlıkça tasdikli fiyatlar uygulanır.
Müşteriye sağlanan (bilet, sekreter, mihmandar temini, araç kiralamak gibi) özem hizmetlerin ücretleri hesaba ayrıca ilave edilir.

Ek ücret:
Madde 50- Müşterilerin odalarında yemek pişirmelerine izin verilmez. Otel tarafından sağlanan içki ve yiyeceklerin müşteri tarafından otele ettirilerek tüketilmesine izin için otelci ek bir ücret talep edebilir. Apart oteller ve pansiyonlarda bu madde hükmü uygulanmaz.

Müşterinin genel sorumluluğu :
Madde 51- Müşteri kendisi berberindekiler veya konukları ya da sorumluluğu altındaki kişiler tarafından otele verilecek hasar ve zararlardan tam sorumludur.

Müşterinin beraberindeki hayvanlar :
Madde 52- Otelcinin açık izni olmadıkça müşteri otele hayvan getiremez. İzin halinde, hayvanlar ortak mekanlara özellikle yemek salonlarına sokulmaz. Hayvanların yol açacağı tüm zararlardan müşteri sorumludur. Otele getirilen hayvanlar için ücret alınır.

İyi niyet kurallarına aykırı davranış:
Madde 53- Otel yönetimi iyi niyet kurallarına uymayan müşteri ile yapılan sözleşmeyi

derhal sona erdirebilir. Müşterinin ciddi bir suç işlemesi veya bulaşıcı bir hastalığının görülesi hallerinde otelci sözleşmeye son verir.

Otele geliş, otelden ayrılış :

Madde 54- Otelin koşulları genellikle bir gün ya da bir gece için belirtilir. Müşteri otele geliş gününün fiyatını tam olarak öder. Ayrılış günü için ödeme yapmaz. Aksine bir şart konmamışsa, ayrılan yerler ayrılış günü saat 12,00'ye kadar müşterinin kullanımına açık tutulur.

Otelci müşterinin uyması gereken kuralları yatak odaları ve genel kullanım alanlarına asacağı duyurularla belirtir.

Otele gelişte özel haller:

Madde 55- Otele geliş gününün sabahında odalar girmek isteyen müşteriler için odalar boş tutulmuşsa o gecenin ücreti de istenebilir.

Oda ve yemek ücretleri (Pansiyon):

Madde 56- Tam pansiyon ücretleri oda kahvaltısı ve iki yemek fiyatlarını kapsayan özel bir tarifedir. Yarım pansiyon ücretleri, oda kahvaltısı ve bir yemek fiyatlarını kapsayan bir tarifedir. Müşterinin otele varıştan sonra alacağı ilk yemek pansiyon anlaşmasını başlatır.

Müşteriler tam veya yarım pansiyon ücretlerine tabi oldukları zaman otelde yenilmeyen yemekler için fiyattan indirim yapmayabilir.

Yemekler:

Madde 57- Aksi belirtilmemiş ise yemekler sözünden kahvaltısı, öğle yemeği ve akşam yemeği anlaşılır. Tüm yemekler belirtilen saatlerde ve belirtilen yerlerde yenir. Belirtilen yer ve zaman dışındaki yemek talepleri için ilave ücret istenebilir.

Müşterinin eşyasına karşı sorumluluk :

Madde 58- Otelci müşterinin eşyasının yok olmasından bozulmasından çalınmasından sorumludur.

Şu kadarki otelci veya hizmetlilerine yüklenebilecek bir kusur ispat olunmadıkça bu sorumluluk Borçlar Kanunu hükümleri ile sınırlıdır.

Değerli eşya:
Madde 59- Otelci müşterinin değerli eşyasını saklamak üzere almış veya almaktan kaçınmışsa sorumluluğu sınırsızdır.

Para, mücevher, kıymetli evrak v.b. değerli şeyler saklamak üzere otelciye bırakılmamışsa, otelci ancak kendisinin veya hizmetlilerinin kusurluluğu durumunda sorumlu olur.

Sorumluluğun sona ermesi:
Madde 60- Müşteri zararını öğrenir öğrenmez otelciye bildirmezse talep hakkı kaybolur. Otelcinin sorumluluğu üzerine almadığını, sorumluluğu kabul etmeyeceğini veya 58 ve 59 uncu maddeler aksine bir koşula bağlandığını bildirmesi sorumluluğunu kaldırmaz.

Madde 61- Otelci müşterinin otelin garaj veya parkına koyduğu otomobil v.b. vasıtasının hasar görmesinden kendi veya personelinin kusur veya ihmali koşulu ile sorumludur.

Hesabın ödenmesi :
Madde 62- Faturaların müşteriye sunulması üzerine ödenmesi gerekir. Ödeme ulusal para ya da o günkü kur üzerinden hesaplanacak dövizle yapılır. Banka çekleri ya da seyahat acentalarından alınmış kuponlar ancak tam bir güvenceye sahip iseler kabul edilirler.

Otelin çek ya da kuponları kabul etme zorunluluğu yoktur. b Otelci faturasını ödemeyen müşterinin eşyasını alıkoymak hakkına sahiptir. Müşteri borcunu en geç 30 gün içinde tam olarak ödemediği takdirde otelci alıkoyduğu eşyayı satabilir.

Alıkoyma hakkı (Hapis hakkı):
MADDE 63: Otelci faturasını ödemeyen müşterinin eşyasını alıkoymak hakkına sahiptir. Müşteri borcunu en geç 30 gün içinde tam olarak ödemediği takdirde otelci alıkoyduğu eşyayı satabilir.

Otelde bulunan kayıp eşya:
Madde 64- Otelde bulunan kayıp eşya tel yönetimine teslim edilmelidir.

Ölüm durumu:
Madde 65- Müşterinin otelde ölmesi durumunda varisler veya müşteri adına hareket etmeye yetkili kılınmış kişiler müşterinin ölümü nedeniyle uğranılan zararı ve eğer gerekiyorsa odanın yeniden döşenmesi veya dezenfekte edilmesi ve yatak takımının yenilenmesi gibi giderleri karşılamak zorundadır.

7.5 Beşinci Bölüm - İşletmelerin Bakanlıkla İlişkileri

Bakanlığın teşvik ve himayesi:
Madde 66- Turizm yatırımı ve turizm işletmesi belgesi sahipleri Bakanlığın teşvik ve himayesi altındadırlar.

Bakanlık turizm yatırımlarının süreleri içinde gerçekleştirilmesi ve işletmelerin beklenen hizmeti sağlayabilmeleri amacıyla belge sahiplerinin diğer kamu kuruluşları nezdindeki sorunlarının prensipler düzeyinde çözümü konusunda irişimde bulunur.

Bakanlığın teknik yardımı:
Madde 67- Bakanlığın merkez, yurtiçi ve yurt dışı teşkilatı, turizm yatırım ve işletmelerinin geliştirilmesi, yönlendirilmesi için ilgililere gerekli istişare, bilgi ve teknik yardım ile dış pazarlama çalışmalarında gerekebilecek işbirliği ve koordinasyonu sağlar.

Dış pazarlama çabaları:
Madde 68- Bakanlık yurtiçinde ve yurtdışında uygulamak üzere hazırlayacağı turizm pazarlama programları (tanıtıcı yayınlar, film video kasetleri hazırlamak, reklam program ve stratejisinin hazırlanması, yabancı acenta, taşıyıcı ve yazar daveti, kongre, fuar ve sergilere iştirak v.b.)üzerinde turizm işletmelerinin mesleki örgütleri ile istişare edebilir. Turizm işletmeleri Bakanlığın bahse konu pazarlama çalışmalarının verimlilik ve etkinliğinin arttırılmasına yardımcı olmak amacıyla düzenlenecek müşterek pazarlama amaçlı (Yabancı yazar, taşıyıcı, acenta gibi) misafir ağırlamalarında işletmenin sağlayacağı hizmetlerin fiyatlarında indirim yapabilirler.

Eğitim alışmaları:
Madde 69- Bakanlık kurslar açarak burslar sağlayarak, seminerler, konferanslar düzenleyerek, turizm işletmeleri personelinin görgü, bilgi ve mesleki yeteneklerinin geliştirilmesini sağlar. Turizm işletmeleri Bakanlığın anılan eğitim programlarına, ğretim görevlisi sağlayarak staj için ğrenci kabul ederek, eğitim araç ve gereç temininde yardımcı olarak katkıda bulunabilirler.

Bakanlığın hakemliği:
Madde 70- Bakanlık turizm işletmelerin birbiriyle ve müşterileriyle ilişkilerinden doğacak sorun ve anlaşmazlıkların çözüm ve giderilmesinde sektörde örf ve adetlerin belirlenmesini sağlayacak biçimde danışman ve hakem rolü oynar.

Bilgi verme:
Madde 71- Belgeli işletmeler Bakanlıkça istenen her türlü bilgi ve verileri Bakanlığa bildirmekle ykmldrlers.

7.6 Altıncı Bölüm - Son Hükümler

Yürürlük:

Madde 72- Bu Yönetmelik yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

Yürütme:

Madde 73- Bu yönetmelik hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür. ¹⁵⁰

¹⁵⁰ RESMİ GAZETE, (23.03.1983 tarihli), “17996 sayılı Turizm İşletmelerinin Bakanlıkla, Birbirleriyle ve Müşterileriyle İlişkileri Hakkında Yönetmelik”.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Turizm sektörü, ülkelerarası turizm hareketliliği ve gelir durumlarına göre hızla gelişen bir sektördür. Ülke olarak dünya turizm sıralamasındaki yükselişimiz devam etse de bu büyük turizm payından yeteri kadar faydalanılmamaktadır. Sektör olarak turizm karmaşık bir yapıya sahiptir. Bunun sebebi ise, turistik ürün ve hizmeti oluştururken işletmelerin birbirine bağlı birçok aracı rolündeki turizm işletmeleriyle birlikte faaliyet göstermeleridir.

Turizm işletmeleri faaliyetleri birbirlerinin tamamlayıcısı ve devamı niteliğinde olduğu için müşteri odaklı bir yönetim anlayışının bütün işletmelerde aynı ve eşgüdümlü bir şekilde sağlanması ve sunulması gerekmektedir. Bu sebeple turizm işletmelerinin kalite ve hizmet sunmada birlikte hareket etmeleri ve aynı hedefe dönük farklı işletmeler olmalarına rağmen tek bir işletme organizasyonu içindeymiş gibi faaliyet sürdürmeleri esastır.

Çalışmamızda tespit ettiğimiz üzere, turizm sektöründe hem doğrudan hem de dolaylı olarak işletmeler arasında sıkı ve doğru bir işbirliğinin olması gerekmektedir. Turistik ürün ve hizmeti sağlamak için yapılan yatırımlar çok önem arz etmekte olup yatırım kadar bu yatırımların kapasite ve kullanımlarını arttıracak pazarlama yöntemleri de doğru tercih edilmelidir. Daha da aşağı inildiğinde, turistik ürün ve hizmetin dağıtım ve hangi dağıtım kanalları aracılığıyla yapılacağına karar verilmelidir.

Ele aldığımız söz konusu işletmeler arası ilişkiler konularında kaynak taraması ve örnek olaylar incelenerek yapılan bu çalışmamız sonucunda; pazarlama ve dağıtım kanalları noktasında, araştırmaya konu olan bu üç turizm işletmesinin de kendilerine özgü rollerinin bulunduğunu görmekteyiz. Hizmet kalitesinde standardı yakalayan bir otel işletmesi daima tur operatörleri ve seyahat acenteleri tarafından ve dolayısı ile müşteri tarafından tercih edilecektir.

Tur operatörleri ise kendi namına ve hesabına bir yüklenici gibi turistik ürün ve hizmetleri oluşturduğu için mutlak surette titiz ve sorumluluğunun bilincinde hareket etmelidir. Tur operatörü için hazırlayacağı paket turlarda ve sözleşme ilişkisine gireceği işletmelerde öncelikli olarak kalite ve imajını zedelemeyecek kendi kalite ve imajını müşterilere hissettirecek bir anlayış içerisinde olmalıdırlar.

Seyahat acenteleri ise her ne kadar kendi ad ve hesaplarına değil de bir otel, tatil köyü veya bir tur operatörü nam ve hesabına hareketle ticari faaliyeti sürdürmekte ise de; kendisinin bir ticari işletme olduğunu ve kendi ticari faaliyeti için basiretli tacir özenini göstermesi gereğini unutmaması gerekir. Turizm pazarında belirli bir konuma sahip olan seyahat acentesi, toptancı rolündeki tur operatörlerine paket tur veya diğer turistik ürün ve hizmetleri pazarlamada aracılık ederken çok temkinli olmalıdır.

Turizm sektörünün yapısı ve işleyişi bunun yanında, turizm sektöründe aktif olarak rol oynayan kurum, kuruluş ve özellikle sektörde en önemli işlevi gören üç turizm işletmesi görev ve sorumlulukları ile ortaya konulmuş durum tespitinde bulunulmuştur. Burada varılan sonuç odur ki, sektörün işleyişinde yeterli kontrol, denetim mekanizması ve bunu gerçekleştirecek yeterli kurum, kuruluş ve dernek gibi yapılar mevcuttur. Hatta uluslar arası kontrol ve denetime açık olan sektörün işleyişinde her türlü sorunla ilgilenen bir makam bulunmaktadır.

Tanımlanan kurum, kuruluş ve işletmelerin turistik ürün ve hizmet oluştururken birbirleriyle arasındaki örgütsel ilişkilere yer verilmiştir. Araştırmanın devamında ise turizm sektöründeki kurumlar, kuruluşlar, seyahat acentesi, tur operatörü, otel ve müşterilerin turistik ürün ve hizmet hazırlama, operasyonu ve operasyon sonrası olmak üzere üç aşamada birbirlerine karşı olan sorumlulukları, yükümlülükleri ve hakları anlatılmıştır. Araştırmada, turistik ürün ve hizmet üretiminin ne kadar karmaşık bir yapıya sahip olduğu sonucuna varılmış; her bir ilişkinin ayrı sözleşmesel temeli olduğu, sözleşme hazırlığı ve akdi sırasında tarafların özenli davranması gereği sonuçlarına varılmıştır. Bu yapı içerisinde müşteri tatmininin sözleşmesel ilişkilerle birbirine sınıksız bağlı durumda bulunan tur operatörü, seyahat acentesi ve otel işletmeleri açısından ne kadar hayati önem taşıdığı anlaşılmaktadır. Müşteri memnuniyetini oluşturmayan işletmelerin rekabet içerisindeki turizm sektöründe fazla tutunamayacağı

bunun sonucunda ise hem ülke içerisinde hem de uluslararası düzeyde ülkemiz için olumsuz tanıtım ve imaja sebep olacağı anlaşılmaktadır.

Mevcut kanun, tüzük, yönetmelik ve AB paket tur yönetmeliği incelendiğinde tamamen müşteri mağduriyetini gidermeye yönelik olduğu bunun yanında ise turizm ülkesinin de menfaatlerini koruyan, olumsuz imaj ve tanıtımını engelleyecek yaptırımların varlığı tespit edilmiştir.

Bakanlık ile turizm işletmelerinin birbirleriyle ilişkileri ile ilgili bir yönetmelikle düzenlemeye gidildiği görülmektedir. Ülkemiz turizm mevzuatına bakıldığında ise, yapıldığı ilk yıldan bugüne kadar gelişen ve değişen dünya koşullarına göre sürekli olarak yenilendiği, ilaveler yapıldığı ve geliştirildiği görülmektedir. Ancak yine de eksiklikler devam etmektedir. Bu eksikliklerin en önemlisi de; ülkemiz turizm mevzuatında turizm işletmeleri içerisinde temel işletmelerden biri olan tur operatörü ile ilgili herhangi bir kanuni düzenleme bulunmaması olarak göze çarpmaktadır. A sınıfı acente ve bu acenteye yüklenen işlevler içinde eriyip giden tur operatörleri ve işlevleri ayrı bir yasal düzenleme ile ele alınmayı gerektirecek ölçüde önemi haiz bir meseledir. Acentelikten öte yüklenicilik işlevi göz ardı edilmeksizin tur operatörlerinin ele alınması kaçınılmazdır.

Paket tur yönetimi ve tüketiminde yetkili olan seyahat acentesi ve turist rehberlerinin kontrollerinin de daha düzenli ve ciddi olarak yapılması, sistemin doğru ve özenli işletilmesi için kaçınılmazdır. Yine paket tur uygulamasında zorunlu hale getirilen seyahat sigortasının mevcut seyahat acentelerine seyahat sigortası acentacılığı yetki ve unvanının tanınması ile çok daha kolaylaştırılabileceği gözlenmektedir. Müstakil sigorta şirketlerinin turizm işletmelerine seyahat sigortası pazarlamak konusunda acentelik vermesi özendirilmelidir. Böylece seyahat acenteciliği faaliyetlerinde birlik ve uyum olacağı düşünülmektedir. Tüketici lehine getirilen bu seyahat sigortası benzeri sigorta türlerinin turizm işletmeleri bakımından da üçüncü kişi mali mesuliyet sigortası şeklinde yapılması zorunluluk olarak getirilmese dahi yaygınlaşması için teşvik edilmelidir.

Diğer taraftan tur operatörü, seyahat acentesi ve otel işletmesi olarak faaliyet gösteren işletmelerin hem buldukları ülke içerisinde hem de uluslararası düzeyde haklarını

savunan, bu işletmeler adına sorumluluk üstlenen ciddi dernek ve kuruluşların olduğu görülmektedir. Üyelerine çeşitli imkân ve olanaklar sunan bu kuruluşların ülke turizmini olumlu yönde etkileyecek, ülke turizminin önündeki engelleri kaldırma adına önemli kararlar aldığı görülmektedir.

Sektörde faaliyette bulunan işletmelerin hem kendi aralarında hem de müşterilerle yaptıkları sözleşmelere de yer verilerek bu sözleşmelerde her iki tarafında uymaları gereken genel kabul gören şartlara, tarafların sorumluluklarına, sözleşmenin geçersiz kalacağı durumlar ve sözleşmeye aykırılıktaki ceza ve iptal süreçlerine de değinilmiştir. Burada, turizm sektöründe hukuksal çerçeveye uyum gerekliliği, uymama halinde ciddi yaptırımlarla karşılaşılabilceği, hatta uymamanın işletmelerin sonunu dahi getirebileceği hususları tespit edilmiştir.

Turizm işletmeleri arası ilişkiler ve müşteri ilişkilerinin turizm sektörüne olan etkisi gözetilerek diğer işletmelerin yönetim anlayışından farklı olarak mutlak surette müşteri odaklı bir yönetim anlayışının benimsenmesi, turizmde otomasyon oranının düşük oranda olmasından dolayı turizm çalışanlarının eğitilmiş olması ve mutlak surette motivasyonlarının yüksek tutulması önemlidir.

Turizm işletmelerinin hem kendi aralarında hem de müşteri ile ilişkilerinde yazılı sözleşmelerle ilişkiyi belgelendirmeleri, mücbir sebep ve beklenmeyen haller haricinde mutlak surette sözleşmeye riayet etmeleri, sözleşmeye aykırılıkların işletmelere olduğu kadar ulusal turizm sektörüne güven ve sektörün geleceği açısından da vazgeçilmez önemi haiz olduğu unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

Andreas, M.Riege., Chad Perry. (2000), "National Marketing Strategies in International Travel and Tourism" **European Journal Of Marketing**, Bradford, Vol.34.

Ayhan, Gökdeniz (1992), **Seyahat İşletmelerinde Turistik Ürün Üretimi ve Dağıtımı, Turizm Yıllığı 1991**, Ankara, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Yayını.

Barutçugil, İsmet (1989), **Turizm İşletmeciliği**, İstanbul, Beta Yayıncılık.

Batman, Orhan (2009), **Turizm İşletmeleri**, İstanbul, Değişim Yayınları, , Genişletilmiş 2. Baskı.

Boz, Necip (2002), **Turizm Hukuku**, Ankara, Seçkin Yayınları.

Buhalis, Dimitrios ve Laws, Eric (2001), **Tourism Distribution Channels: Practices, Issues and Transformations**, London, Tourism Continuum.

Buhalis, Dimitrios (Sep/Oct 2000), "Distribution Channels In The Changing Travel Industry", **The International Journal Of Tourism Research**.

Cavlek, Nevenka (2002), "Tour Operators and Destination Safety", **Annals of Tourism Research**, Vol.29, Issue:2.

Charles J. Motelka (1990), **The Dictionary of Hospitality, Travel and Tourism**, New York, Delmar Publishers.

Chuck Y.Gee, Dexter J.L. Choy And James C. Makens (1984), **The Travel Industry**, Westport, The Avı Publishing Company Inc.

Coase, Ronald (1960), "The Problem Of Social Cost", **Journal of Law and Economics**, Vol.3.

Curtin, Susana ve Busby, Graham (March/April 1999), "Sustainable Destination Development: The Tour Operator Perspective", **The International Journal Of Tourism Research**, UK.

Çolakoğlu Osman, Eralp Ülker (2007) **Seyahat Acentaları Yönetimi**, Ankara, Detay yayıncılık.

David, Bowie ve Jui, Chi Chang. (October 2005), "Tourist satisfaction: A view from a Mixed International Guided Package Tour", **Journal Of Vacation Marketing**, Vol.11.

Doğan Tunçer (1986) "Turizmde Dağıtım Sistemi Ve Türkiye İçin Bir Model Önerisi", Ankara, **Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F Yayınları**.

Dünya Gazetesi (3 Mayıs 1989), **Seyahat Acentaları Eki**.

Brunner, Elizabeth (1975) **Holiday Making and Holiday Trade**, London, Oxford University Press.

Evliyaoğlu, Sait (1989) **Genel Turizm Bilgisi**, Ankara, Gazi Üniversitesi Yayını.

Goeldner, Charles, Bent Ritchie ve Robert McIntosh (2000) **Tourism: Principles Practices, Philosophies**, USA, John Wiley and Sons Inc.

Gilbert, D.C. (October 10 1990) "European Tourism Product Purchase Methods and Systems", **The Service Industries Journal**, Vol.10.

Hacıoğlu Necdet (1995) **Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü**, Bursa, Uludağ Üniversitesi Basımevi.

Halis, Muhlis (2009) **Turizm İşletmeleri**, İstanbul, Değişim Yayınları.

Holloway, J. Christopher (1985), **The Business Tourism**, London, Pitman Publishing, , Macdonald and Evans Ltd.

Ihra/Uftaa (03.07.1991), **Otelci-Seyahat Acentesi İlişkileri Hakkında Meslek Tüzüğü**.

İçöz, Orhan (1998) **Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi**, Ankara, Turhan Kitabevi.

John R. Walker (1996), **Introduction To Hospitality**, New Jersey, Prentice Hall.

John, C. Crotts., Gregory, B. Turner (1999), "Determinants of Intra-Firm Trust in Buyer-Seller Relationships in The International Travel Trade", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, Bradford, Vol.11.

Karen, A. Smith (October,2007), "Distribution channels for events: Supply and demand-side perspectives", **Journal of Vacation Marketing**, Vol:13.

Kozak, Sabah (1999), **Seyahat Acentalarında Tur Düzenleme**, Eskişehir, Eskişehir Meslek Yüksekokulu Yayınları.

Kozak, Nazmi (2000), **Genel Turizm**, Ankara, Turhan Kitabevi.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2008), **Turizm İstatistikleri Bülteni**, Ankara.

Löschburg, Winfried (1998), **Seyahatin Kültür Tarihi**, Çev. Jasmin Traub, Ankara, Dost Kitabevi.

Lumsdon M. Les ve Swift, Jonathan S. (1999), "The role of the tour operator in South America: Argentina, Chile, Paraguay and Uruguay", **International Journal of Tourism Research**, Staffordshire, Vol.1.

Mısırlı İrfan (2002), **Seyahat Acentacılığı ve Tur operatörlüğü**, Ankara, Detay Yayıncılık.

Coltman, Michael M. (1989), **Tourism Marketing**, New York, Van Nostrand Reinhold.

Olalı, Hasan, Korzay Meral (1993), **Otel İşletmeciliği**, İstanbul, Beta Yayınları.

Olalı, Hasan ve Korzay, Meral (1989,) **Otel İşletmeciliği**, İstanbul, **İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını No:14**.

Öner, Çiğdem (1997), **Seyahat Ticareti**, İstanbul, Literatür Yayınları.

Pauline J. Sheldon (1986), "The Tour Operator Industry An Analysis", **Annals of Tourism Research**, Hawaii, Vol.13.

Prabhu, Sridhar (1996), **Worldwide Hospitality and Tourism Trends**, Research Manager (N. America), Las Vegas, USA.

Saime Oral, Kurgun Osman Avşar (1997), **Otel İşletmeciliği ve Otel İşletmelerinde Verimlilik Analizleri**, İzmir, Kanyılmaz Matbaası.

Sezgin, Orhan M. (2001), **Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı**, Ankara, Detay Yayıncılık.

Succurro, Marianna (2006), "An Economic Analysis of Contracts Signed Between Tour Operators and Travel Agents", **Springer Science and Business Media**.

Tarlow, Peter E. (Sept/Oct. 2002), "Tourism in the Twenty-First Century", **The Futurist**, Washington.

Tekeli, Hasan (2001), **Turizm Pazarlaması ve Planlaması**, Ankara, Detay Yayıncılık.

Toskay, Tuncay (1978), **Turizm Olayına Genel Yaklaşım**, İstanbul.

Usta, Öcal (1992), **Turizm**, İstanbul, Altın Kitaplar Yayınevi.

Ünsever, İlker (1995), **Seyahat Acentası için Hukuk**, İstanbul, TÜRSAB Yayınları, May Ofset.

Victor, T.C Middleton (1994), **Marketing in Travel and Tourism**, Oxford, Butterworth Heinmann Inc.

Vospitannik, N., Litteljohn, D., Arnot,R. (1997), "Environments, tourism and tour operators: 1985-1995 in Central and Eastern Europe", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, , Edinburgh, MCB University Press.

Wahab, Salah, Crampon, L.J., Rothfield, L.M. (1997) **Tourism Marketing**, London Tourism International Press.

Werthner, H, ve Klein, S. (1997) **Information Technology and Tourism: A Challenging Relation**. Springer Verlag, Vienna.

Yarcan, Şükrü, Peköz, Metehan (1997) **Seyahat İşletmeleri**, İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.

Yarcan, Şükrü (1995) **Turizm Endüstrisinin Yapısı**, İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi Matbaası.

Zengin, Burhanettin (2009) **Turizm İşletmeleri**, İstanbul, Değişim Yayınları.

RESMÎ GAZETE, (29.04.2003 tarihli), “25093 sayılı Kültür ve Turizm Bakanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun”.

RESMÎ GAZETE, (08.10.1973 tarihli)“14679 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı”.

RESMÎ GAZETE, (13.01.2007 tarihli), “26402 sayılı Fikir Ve Sanat Eserleri Kanunu, Seyahat Acentaları Ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu İle Turizmi Teşvik Kanunu Ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun”.

RESMÎ GAZETE, (28.09.1972 tarihli), “1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu”.

RESMÎ GAZETE, (14.10.1993 tarihli), “21728 sayılı Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikler Yönetmeliği”.

RESMÎ GAZETE, (21.06.2005 tarihli), “25853 sayılı Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik”.

RESMÎ GAZETE, (08.09.1995 tarihli), “4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunu”.

RESMÎ GAZETE, (05.10.2007 tarihli), “26664 sayılı Seyahat Acentaları Yönetmeliği”.

RESMÎ GAZETE, (19.04.1983 tarihli), “18023 sayılı Turizm Yatırım, İşletme ve Kuruluşlarının Denetimi Hakkında Yönetmelik”.

RESMÎ GAZETE, (14.06.2003 tarihli), “25137 sayılı Paket Tur Sözleşmeleri Uygulama Usul Ve Esasları Hakkında Yönetmelik”.

RESMÎ GAZETE, (29.06.1956 tarihli), “9353 sayılı Türk Ticaret Kanunu”.

RESMÎ GAZETE, (04.09.1996 tarihli), “22747 sayılı Seyahat Acentaları Yönetmeliği”.

RESMÎ GAZETE, (23.03.1983 tarihli), “17996 sayılı Turizm İşletmelerinin Bakanlıkla, Birbirleriyle ve Müşterileriyle İlişkileri Hakkında Yönetmelik”.

İNTERNET ADRESLERİ

1. <http://www.unwto.org> / ERİŞİM TARİHİ: 06.07.2009
2. <http://www.tursab.org.tr> / ERİŞİM TARİHİ: 06.07.2009, 20.11.2009
3. <http://www.tursab.org.tr/content/turkish/home/TURSAV.asp> / ERİŞİM TARİHİ: 06.07.2009
4. <http://www.turob.org> / ERİŞİM TARİHİ: 06.07.2009
5. www.iata.org / ERİŞİM TARİHİ: 06.07.2009
6. <http://www.wata.net> / ERİŞİM TARİHİ: 06.07.2009
7. <http://www.skal.org> / ERİŞİM TARİHİ: 06.07.2009
8. <http://www.tekirdag.gov.tr> / ERİŞİM TARİHİ: 20.11.2009
9. <http://dictionary.cambridge.org> / ERİŞİM TARİHİ: 20.11.2009.

EKLER

EK-1 OTEL-ACENTE SÖZLEŞMESİ ÖRNEĞİ

.....oteli ileseyahat acentesi aralarında
aşağıdaki koşullarla anlaşmaya varmışlardır.
Bu anlaşma metninde”Acente,”Otel” olarak anılacaktır.

1. Otel,tarihinden itibarentarihine kadar acenteyeoda kontenjan ayırmayı taahhüt eder.
2. Acente, kendisine ayrılan oda kontenjanı ile ilgili son durumu, müşterinin otele giriş yapacağı tarihtengün önce belirler. Kesin rezervasyonlar için acente “voucher” belgesi düzenler ve isim listesi ile birlikte otele gönderir.
3. Otelgün önceden bildirmek şartıyla, oda kontenjan sayısında ortaya çıkacak azalmaları ve kontenjan fazlası talep durumunda, oda durumunun olması şartıyla kabul eder.
4. Acente, yukarıda belirtilen süre içinde doğabilecek iptallerden dolayı otelin “no show” talebini karşılamayı taahhüt eder.
5. Müşteriler otele (H/B) olarak kalacaktır. Ekstra harcamalar müşterilerden alınır.
6. Otel, konfirme ettiği rezervasyonlara uymak zorunda olup, “short” a düştüğü ve bu durumda acente müşterisi zarar gördüğü takdirde doğabilecek olan zararları tazmin etmekle yükümlüdür.
7. Acente – otel arasında-.....tarihleri arasında aşağıdaki fiyatlar uygulanacaktır:

Tek kişilik oda +kahvaltı.....
İki kişilik oda+kahvaltı.....
Üç kişilik oda+kahvaltı.....

8. Acente, müşterisinin otelden ayrılmasını izleyen 15 gün içerisinde, voucher ile birlikte sunulan konaklama giderlerinin ödemeyi kabul eder.
9. Faturalar müşterinin otele giriş günü kuru üzerinden Merkez Bankası kurlarına göre düzenlenir.
10. Anlaşma metninde fiyatlar net olup, yürürlükte bulunan tüm vergi ve harçlar bu fiyata eklenir.
11. Anlaşmazlık durumunda.....mahkemeleri yetkilidir.
12. Bu sözleşme 12 maddeden ibaret olup, her iki tarafça okunularak anlaşılmış vetarihinde imzalanarak kabul ve taahhüt olunmuştur.

Acente Adına

Otel Adına

EK 2: ACENTE - MÜŞTERİ ARASINDA OTEL REZERVASYONUNA İLİŞKİN MESAFELİ SÖZLEŞME ÖRNEĞİ

1) TARAFLAR

Bir yandan acente sıfatıyla.....adresinde faaliyet gösteren.....ile diğer yandan ikamet adresini..... olarak bildiren müşteri arasında bu sözleşme düzenlenmiştir. Sözleşmenin bundan sonraki bölümlerinde taraflar acente-müşteri olarak anılacaktır.

2) KONU

Hakları acenteye ait olan www.....internet adresinden müşterinin elektronik ortamda sözleşme koşullarını kabul ettiği biçimde mesafeli satış sözleşmesi yapılmasıyla acentenin aracılık ettiği.....adresindeki konaklama tesisinde sorumlulukları acenteye ait olmak üzere rezervasyon işlemlerinin gerçekleştirilmesidir.

3) ACENTENİN SORUMLULUĞU

— Acente Tüketici Yasası başta olmak üzere tüm yasalara riayetle ve bilhassa turizm sektöründeki her tür çalışma izni, acentelik faaliyeti yürütme yetkisine ilişkin hakları taşımak zorundadır.

— Acente müşteriye vaat ettiği her tür taşıma, konaklama, yiyecek — içecek ve diğer reklam, bilgi, tanıtımdan bizzat sorumludur. Bu bağlamda taşıma ile ilgili faaliyetlerinde müşterileri taşıyacak araçların internet sitesinde belirtildiği şekilde zaman, yer, nitelik olarak temin ve hazır edilmesinde bizzat sorumlu bulunmaktadır. Bu sorumluluğa uyulmaması halinde yasal mücbir sebepler hariç olmak üzere müşterinin tüm maddi ve manevi zararları acente tarafından karşılanacaktır.

— Tesis ile acente arasında yapılan sözleşmede yer almadığı halde müşteriye yapılan bilgilendirme, yayın, reklamda yer alan hususların sorumluluğu acenteye ait bulunmaktadır.

4) GENEL HÜKÜMLER

-Müşteri acentenin www..... adresindeki tura ve tesise ait temel nitelikler, özellikler, fiyat, ödeme şekli gibi tüm bilgileri edindiğini ve bu bilgilerle tamamen donandıktan sonra elektronik ortamda onay vermek suretiyle sözleşme koşullarını inceleyip kabul ettiğini ve sözleşmenin tarafı olduğunu elektronik ortamda tüm sözleşme koşullarını imzalamış bulunduğunu kabul ve beyan etmiştir. Aynı biçimde rezervasyonda ismi geçen müşterilerde rezervasyonu yaptıran müşterinin onayıyla bu sözleşme koşullarını kabul ettiklerini beyan etmiş sayılmışlardır. Onay yapan müşteri, adına rezervasyon yaptırdığı kişilere yönelik herhangi bir bedel veya tazminat ödenmesi durumunda bunun garantörü olduğunu ve her türlü ödemede bizzat sorumlu olduğunu kabul ve taahhüt etmiştir.

— Müşteri satın aldığı tur ve rezervasyona ilişkin ödemeyi kredi kartı, nakit, havale vs. yollardan birisi ile yaparken gününde herhangi bir nedenle ödemenin aksamaması halinde rezervasyon kaydı kendiliğinden iptal edilmiş olacaktır. Hizmetin satın alınmasından sonra kredi kartının iptali yahut herhangi bir nedenle taksitlerden birisinin gününde ödenmemesi halinde bakiye bedelinin tamamı muaccel hale gelecektir. Taksitli alımlarda kredi kartının iptal edilmeyeceğini kredi kartındaki herhangi bir sorunun gününden önce başka bir kredi kartı ile giderileceğini ödemelerden ve taksit tahsilâtlarından dolayı herhangi bir itirazda bulunulmayacağını müşteri kabul etmiştir. Gününde ödenmeyen her bir taksit için aylık yüzde 10 oranında akdi temerrüt faizi ödeneceğini ve bunun için herhangi bir ihtara gerek bulunmadığını müşteri kabul etmiştir.

— Yasal mücbir sebepler dışında idari nedenler, olumsuz hava koşulları ve beklenmeyen hal durumlarında tesisin rezervasyonu iptal etme yetkisi bulunup bunu basın yayın yoluyla da yapmak hakkı bulunmaktadır.

— Acente kendisinden direkt yada dolaylı olarak kaynaklanan sorunlarda müşterinin mağduriyetini derhal tazmin edecektir.

— Acente bu sözleşmeden kaynaklanan hak ve sorumluluklarını başka bir şirkete devredemeyecektir.

— Acente internet üzerinden sanal post uygulamasıyla yapılan satışların bedellerinin direkt olarak tesise geçişini garanti etmiştir.

— Acentenin uygulamalarından kaynaklanan herhangi bir zarar doğması halinde sorumluluğu bizzat kendisine ait olup tesisin hiçbir sorumluluğu olmadığını müşteri kabul etmiştir.

5) CAYMA

Müşteri sözleşmeyi onayladığı tarihten itibaren 3 gün içerisinde sözleşmeden cayma hakkına sahiptir. Cayma acenteye yazılı bildirim ile gerçekleşir. Cayma hakkını kullanması halinde müşteri acenteye fatura aslını iade etmek zorundadır. Gününden sonra yapılan cayma geçerli değildir. Gününden sonra yapılmak istenin iptallerde müşteri herhangi bir bedel talep etme hakkı bulunmadığını kabul etmiştir. Cayma hakkı rezervasyonun yapıldığı günden 7 gün öncesine kadar kullanılabilir.

6) SON HÜKÜMLER

Elektronik ortamda düzenlenen ve taraflarca kabul edilip onaylanan bu sözleşmeden kaynaklanan sorunlarda..... mahkemeleri yetkilidir./...../.....

ACENTE

MÜŞTERİ

EK 3: KONTENJAN SÖZLEŞMESİ ÖRNEĞİ

1) TARAFLAR

Bir tarafta tesis sahibi sıfatıyla (sözleşme de bundan sonra kısaca..... olarak anılacaktır) ile diğer yanda acente sıfatıyla..... şirketi (sözleşmede bundan sonra kısaca acente olarak anılacaktır) bu sözleşmenin taraflarıdır.otelinin tebligata elverişli resmi adresi.....; acentenin tebligata elverişli resmi adresidır.

2) KONU

Süresi ve koşulları sözleşme içeriğinde belirtildiği şekilde tesis de acente tarafından satışı yapılmak üzere belirli sayıda odanın..... tarafından ayrılmasıdır.

3) SÜRE

Bu sözleşme..... tarihinde yürürlüğe girecek ve..... tarihinde hiçbir ihtara gerek olmaksızın kendiliğinden sona erecektir.

4) ODA DAĞILIMI

.....acenteye adet standart oda
.....adet suit oda
.....adet Oda
.....olmak üzere toplam oda ayıracaktır.

Acente kendisi için ayrılan odaların satışlarını satışın gerçekleştiği gün tüm ayrıntılarıylaoteline yazılı olarak bildirip yazılı onayını alacaktır. Konaklama gününden 3 gün öncesine kadar acente tarafından rezervasyon ile ilgili bilgi gelmemesi halinde acenteye ayrılan odaların satışı konusunda..... serbest olacaktır.

5) FİYAT-ÖDEME- FATURALANDIRMA

Otel tarafından belirlenen ve acenteye satışı yapılmak üzere bildirilen oda fiyatları üzerinden %20 oranında komisyon.....tarafından acenteye ödenecektir. Fiyatlara KDV dahildir. Belirlenen fiyatın altında ve.....otelinin kabulüyle satışın gerçekleşmesi halinde komisyon bedeli düşük bedel üzerinden yapılan satış miktarına göre belirlenecektir. Acente tarafından satışı yapılan odaların bedelleri satış tarihinden sonra 7 gün içerisinde ödenecek, komisyon ödemesi de aynı tarih de fatura karşılığı acenteye gerçekleştirilecektir.

6) REKLAM- KATALOG ve ULAŞIM KATKISI

Acente her bir sezon için katalog bastırarak ve bu katalogda.....oteline.... sayıda tam sayfa ayıracaktır.....katalog masraflarına katkı mahiyetinde olmak üzere.....TL bedeli acenteye fatura karşılığı ödeyecektir.

Acente kendi adına gazetelerde yayınlanan tüm reklamlar da.....oteline yer verecektir.....oteli için ayrılan yer diğer tesislere ayrılan yer ile orantılı olacaktır. Acentenin yapmış bulunduğu reklamlara katkı karşılığı bağlamında sözleşme süresi içerisinde..... sayıda oda acente temsilcilerinin kullanımı maksadıyla bedelsiz olarak tahsis edilecektir..... acenteye ulaşım katkı payı olarak asgari..... konaklamalarda.....TL ödeyecektir.

7) GİZLİLİK

Tarafların birbiriyle ilgili öğrenmiş buldukları mali, ticari, teknik, müşteri-piyasa bilgileri gizli sayılacak ve diğer yanın rızası olmaksızın ifşa edilmeyecektir. Yasal zorunluluk ve kamu düzeninin gerektirdiği bilgi açıklamaları müstesnadır. Bu hükme uyulmaması diğer yan için sözleşmenin haklı nedenle feshi sebebi sayılacaktır.

8) HARÇ – VERGİ - RESİMLERDEN SORUMLULUK

Bu sözleşmenin düzenlenmesi ve yürütülmesiyle ilgili her türlü harç, vergi ve resimlerden taraflar % 50 esasına göre yükümlüdür.

9) FESİH

Taraflardan herhangi bir birisinin sözleşme koşullarını ihlal etmesi halinde bu ihlalin düzeltilmesi için diğer yanca yazılı ihbarda bulunulacaktır. İhtarın tebliğinden itibaren 3 günlük süre içerisinde ihlalin giderilmemesi ya da diğer yanın ihtarından vazgeçmemesi halinde haklı nedene dayanarak sözleşme feshedilebilecektir.

10) MÜCBİR SEBEPLER

Borçlar Kanununun ön gördüğü nedenler ile savaş, yangın, sel, deprem, sıkıyönetim gibi nedenlerle sözleşmenin yürütülmesinin imkânsız hale gelmesi durumunda mücbir sebebin devam ettiği sürece sözleşme hükümleri askıda kalacak mücbir sebebin ortadan kalkmasından sonra yürürlük devam edecektir. Mücbir sebep süresinde geçen süre sözleşme süresine ilave edilmeyecektir.

11) TEBLİGAT ve UYUŞMAZLIKLAR

Tarafların sözleşmenin 1. maddesinde belirtmiş buldukları adresler yasal geçerli tebligat adresleridir. Bu adrese yapılacak bildirimler karşı yanca teslim alınıp alınmadığına bakılmaksızın geçerli sayılacaktır. Adres değişiklikleri diğer yanca yazılı olarak bildirilecektir. Taraflar arasında uyuşmazlık çıkması halindemahkemeleri ve icra daireleri yetkilidir.

12) DİĞER HÜKÜMLER

12.1- Fiyatlar HB üzerinden hesaplanacaktır.

12.2-acente temsilcisine bir kişiye mahsus olmak üzere lojmanda yada tesiste bedelsiz oda veya yemek tahsis edecektir.

12.3-.....bu sözleşme hükümleriyle girmiş olduğu fiyat uygulamalarını başkaca acentelerle yapacağı anlaşmalarda da gözetecektir.

12.4- Bu sözleşme hükümlerinin değiştirilmesi ya da ek hükümler kararlaştırılması halinde her tür değişiklik ve düzeltme yazılı olarak yapılacaktır.

12.5- Taraflar bu sözleşme ile üstlendikleri yükümlülükleri başkaca bir kişi veya kuruluşa devredemeyeceklerdir.

12.6-.....tarafından yapılacak fiyat değişiklikleri faks-e-posta-telefon yollarıyla acenteye bildirildiği günden itibaren geçerli olacaktır.

12.7-Acente tarafından otele yapılacak ödemeler.....bankasınınşubesinin.....nolu hesabı üzerinden gerçekleştirilecektir. Gününde yapılmayan ödemeler için aylık % 5 oranında gecikme faizi ödenecektir.

12.8- Acente rezervasyonlarını gerçekleştireceği kişilerin isim-soy isim- yaş, konaklayacağı gün sayısı, konaklama şekli ve diğer bilgilerini faks ya da e-posta yoluyla bildirecektir.

13) SON HÜKÜMLER

Tarafların karşılıklı rızaları ile.....tarihinde düzenlenen bu sözleşme iyi niyet ve birlikte kazanç düşünceleri çerçevesinde yetkililer tarafından imza altına alınmıştır.

OTEL

ACENTE

EK 4: MESAFELİ SÖZLEŞME ÖRNEĞİ

MADDE 1 - TARAFLAR

ACENTE

Adı
Adresi
Ulaşım bilgileri
Telefon
Faks
E-mail

MÜŞTERİ

Adı Soyadı
Adresi
Telefon
Faks
E-mail

MADDE 2— SÖZLEŞMENİN KONUSU

İşbu sözleşmenin konusu, MÜŞTERİNİN ACENTEYE ait internet sitesinden elektronik ortamda satın aldığı ve aşağıda nitelikleri ve satış fiyatı belirtilen turların satışı ile ilgili olarak 4077 sayılı Tüketicilerin Korunması Hakkındaki Kanun ve Mesafeli Satış Sözleşmeleri Uygulama Esas ve Usulleri Hakkında Yönetmelik hükümleri gereğince tarafların hak ve yükümlülüklerinin saptanmasıdır.

MADDE 3- SOZLEŞME KONUSU TUR (TATİL)

Satış konusu turların nitelikleri, özellikleri, bedelleri aşağıdaki gibidir.

Turların özellikleri, nitelikleri

Turların peşin ve taksitli satış fiyatı

Peşin alımlarda ödeme Şekli

Taksitli alımlarda ödeme şekli

Fatura bilgileri ve fatura Adresi

MADDE 4- GENEL HUKÜMLER

4.1 - MÜŞTERİ,internet sitesinde sözleşme konusu turun temel nitelikleri, özellikleri, satış fiyatı ve ödeme şekli ile tura ilişkin ön bilgileri okuyup bilgi sahibi olduğunu ve tüm bilgileri edindikten sonra elektronik ortamda gerekli teyidi verdiğini beyan eder.

4.2 — Sözleşme, ilgili web sayfasındaki “sözleşmeyi kabul ediyorum” bölümünün MÜŞTERİ tarafından işaretlenmesi ile kabul edilmiş ve imzalanmış sayılacaktır. MÜŞTERİ, bu onayla, işbu sözleşme şartlarını ve eki paket tur sözleşmesi şartlarını kabul ettiğini de beyan eder.

4.3 - Sözleşmeye konu rezervasyona katılan MÜŞTERİ(LER) de kendi adlarına kayıt yaptırmakla görevlendirdikleri MÜŞTERİ(LER)'in bu sözleşmeyi okuyup, kabul etmesi ile sözleşme hükümlerini aynen kabul ve taahhüt etmiş sayılırlar. Buna rağmen, sözleşmede bizzat onayları olmadığı gerekçesiyle, hizmeti alan MÜŞTERİ(LER)'in ACENTE aleyhine, hizmet ile ilgili açacakları dava ve takipler nedeniyle, ACENTE'NİN MÜŞTERİ(LER)'e herhangi bir bedel ya da tazminat ödemek zorunda kalması halinde, ACENTE, sözleşmede onayı bulunan MÜŞTERİ(LER)'e, ödemiş olduğu bedel veya tazminat için rücu edecektir.

4.4 - MÜŞTERİ, satın aldığı tura ilişkin ödemeyi, yukarıda ayrıntılı olarak belirtilen ödeme şekillerinden birini tercih ederek yapacaktır. Ancak, tur bedeli, herhangi bir nedenle, peşin satışlarda, sözleşmenin onayı ile birlikte, ödenmez veya taksitli satışlarda

ödeme yapılacak olan kredi kartı iptal edilirse, ACENTE, MÜŞTERİ’NİN rezervasyon kaydını iptal edebilir.

4.5 - MÜŞTERİ, satın aldığı hizmeti kullandıktan sonra, kredi kartı iptal edilir veya herhangi bir şekilde taksitler zamanında ödenmezse, kalan taksitlerin tamamı muaccel hale gelir ve kalan taksit tutarının tamamı MÜŞTERİ’DEN tahsil edilir.

4.6 - MÜŞTERİ, taksitli satış seçeneğinden tur satın almış ise, internet ortamında işaretlediği ve kabul ettiği taksitleri zamanında ödeyeceğini, kredi kartını iptal ettirmeyeceğini, herhangi bir itirazda bulunmayacağını kabul ve taahhüt eder. MÜŞTERİ tarafından ödemede kullandığı kredi kartı iptal ettirilir veya herhangi bir şekilde, nedenle, bakiye taksit tutarı tahsil edilmez ise, ACENTE tarafından MÜŞTERİ’YE, bakiye borcunu ödemesi için 7 gün mehil verilir. Bu süre içinde de, bedel ödenmez ise, MÜŞTERİ’YE tanınan sürenin sona erdiği tarihten itibaren bakiye alacağı aylık %10 Temerrüt faizi uygulanır. Bu durumda, MÜŞTERİ, faizden sorumlu olduğu gibi, ayrıca avukatlık ücreti, dava ve takip masraflarından da sorumlu olacaktır.

4.7 — ACENTE, mücbir sebeplerle(olumsuz hava koşulları, terör, savaş hali, olağanüstü hal, deprem vs.) veya öngörülemeyen başkaca nedenlerle, sözleşme konusu turu iptal edebilir. Bu durumda iptal bildirimini, her tüketiciye ayrı ayrı yapılabileceği gibi, yüksek tirajlı gazetelerin birinin Türkiye baskısında ilan yolu ile genel olarak da yapılabilir. ACENTENİN turu iptal etmesi halinde, MÜŞTERİ’NİN ödediği tutar 10 gün içinde kendisine, ödediği şekilde iade edilir. Bu durumda MÜŞTERİ’NİN herhangi bir tazminat hakkı yoktur.

4.8 — MÜŞTERİ’NİN satın almış olduğu hizmetin başlamasından sonra meydana gelen mücbir hal, müşterinin sorumlu olduğu haller ve 3. kişilerin şahsi sorumluluklarından kaynaklanan hallerden, ACENTE sorumlu tutulamaz ve MÜŞTERİ’YE herhangi bir bedel iadesi yapılmaz.

4.9 - ACENTE, kendisinden kaynaklanan sorunlarda, MÜŞTERİ’NİN mağduriyetini, Kütahya Çizelgesi hükümleri uyarınca, tazmin edebileceği gibi, fiyata dahil olmayan ve MÜŞTERİYE hizmet sırasında sunulan alternatif bir tur (tesis) ile de telafi yoluna

gidebilir. Bu durumda MÜŞTERİ, herhangi bir bedel iadesi veya başkaca herhangi bir talepte bulunmaz.

4.10 - MÜŞTERİ, tur ücretini ödediği ve satış kesinleştiği halde turun başlama yerinde zamanında hazır bulunmaz veya tur başladıktan sonra, hastalık veya başkaca bir sebeple tura devam edemez veya ulaşım aracını turun herhangi bir aşamasında kaçıırır veya konakladığı tesiste, başkalarını sürekli olarak rahatsız ettiği için tesisten çıkarılır ise, ACENTE'NİN hiç bir sorumluluğu olmayacaktır. Bu gibi durumlarda tur ücretinden de herhangi bir iade yapılmaz. Ancak, ulaşım aracının kaçırılması halinde, müşterinin tura kendi imkânları ile yetişip iştirak etme hakkı mahfuzdur.

4.11 - ACENTE, gerekli gördüğü durumlarda ilan ettiği turlardan veya müşteri kaydı aldığı tesislere yapılmış rezervasyonlardan birini veya birkaçını veyahut hepsini, turun başlamasından 3 gün öncesine kadar iptal edebilir. İptal bildirimini MÜŞTERİ'YE telefon veya yazılı olarak yapılır. Bu durumda, ACENTE, MÜŞTERİ'DEN aldığı tüm ücreti, aldığı şekilde iade eder. Turun ve buna bağlı olarak rezervasyonların iptal edilmiş olması, MÜŞTERİYE maddi ve manevi tazminat hakkı vermediği gibi, MÜŞTERİ iptal sebebiyle her ne ad altında olursa olsun herhangi bir tazminat da talep edemez.

4.12 - Sözleşmenin onaylanması ile birlikte kabul edilerek onaylanan PAKET TUR SATIŞ SÖZLEŞMESİ işbu sözleşmenin ayrılmaz bir ekidir.

4.13 - MÜŞTERİ tarafından yapılan rezervasyondan sonra, turun gerçekleşmesi için, gerekli ve yeterli müşteri sayısına ulaşılmaması halinde, ACENTE'NİN turu iptal etme hakkı vardır.

4.14 - Tur tarihinden önce gerek otel, gerekse vergi gibi ödenmesi zorunlu ve turla ilgili harcamalardaki fiyat artışları, kur farkları, müşteriye en kısa zamanda bildirilir. Toplam tur bedelinin %15'ni aşmayan bu gibi fiyat artışlarını işbu sözleşme hükümleri çerçevesinde müşteri peşinen kabul etmiş sayılır. Ödenmesi gereken toplam bedelin %15'ini aşmayan bu gibi durumlarda, müşteri vaki artışı kabul etmediğini, kendisine yapılan bildirim müteakip bir gün içinde yazılı olarak bildirdiği takdirde, kaydı iptal edilir. Tur bedeli kendisine, ödeme şekline göre iade edilir. Ancak paranın iadesi anına kadar satılan hizmet ile ilgili olarak yapılmış veya yapılması zorunlu harcamalar bu

bedelden mahsup edilir. Müşteri vaki artışı kabul etmediğine dair yazılı müracaata bulunmadığı takdirde artışı ve artış sebebiyle ödenmesi gereken ek miktarı zımnen kabul etmiş sayılır. MÜŞTERİ’NİN turdan yararlanabilmesi için, tahakkuk eden bu farkın da, ACENTE’YE ödenmiş olması gerekir.

MADDE 5— ACENTENİN SORUMLULUĞU

5.1 - ACENTE, Türk müşterilerine ilişkin olarak düzenlediği turlarda 1618 sayılı yasa hükmü gereğince, Turizm Bakanlığı’ndan belge almış tercüman rehberleri yerine grup lideri statüsünde personel istihdam edebilir.

5.2 - ACENTE, tura katılanlarla, otel ve taşıyıcı firmalar arasında aracı konumundadır. Verdiği hizmet acentelik faaliyeti ile sınırlıdır. Bu nedenle, tura katılanları taşıyacak olan araçların, tur sözleşmesinde belirtilen saatlerde hareket yerinde bulunmamasından, kara, hava ve deniz araçlarının her türlü gecikmelerinden, arızalanmalarından, kaçırılmalarından, sis, fırtına, tipi ve her türlü olumsuz hava koşullarından, yol engeli gibi sebeplerden, yol güzergâhlarının değiştirilmelerinden, grev, terör, savaş veya benzeri mücbir sebeplerden veya ulaşım aracını kullananın veya üçüncü kişilerin şahsi kusurlarından veya teknik hususlardan kaynaklanan her türlü aksaklıklardan, kazalardan ACENTE, işleten sıfatının da bulunmaması nedeniyle, sorumlu tutulamaz. Ancak, ACENTE, bu gibi durumlarda o günün verdiği tüm imkanları kullanarak programın geri kalan kısmının tamamlanması için elinden gelen gayreti gösterir.

5.3- Tur da, tura katılan MÜŞTERİ’NİN 50 cm x 70 cm büyük olmamak kaydı ile bir valiz, uçaklı ulaşımlarda 20 kg. Bagaj hakkı vardır. Valizlerin içindeki eşyanın her türlü sorumluluğu sahiplerine aittir. Kokan, akan, yanıcı veya patlayıcı vasıfları olan veya çevresine rahatsızlık veren eşyalar taşıt araçlarına alınmazlar. MÜŞTERİ, ulaşım esnasında yanında hayvan taşıyamaz. MÜŞTERİ’NİN tur sırasında kullandığı eşyalarının kaybından, hasara uğramasından, unutulmasından kendisi sorumludur. ACENTE, MÜŞTERİ’NİN eşyasının taşınmasından hiçbir suretle sorumlu değildir. Ancak, otobüs ulaşımlarında, bagaj kaybı veya hasarı hususunda, ACENTE’NİN turda

görevlendirdiği personelinin ağır kusurundan kaynaklanan, zararından sorumludur. Ancak, zarar, ulaşım bedelinin 1/3'nü aşamaz.

MADDE 6- CAYMA HAKKI

MÜŞTERİ, sözleşmeyi onayladığı tarihten itibaren 7 gün içinde, sözleşmeden cayabilir. Ancak, MÜŞTERİ, cayma hakkını kullandığını, bu süre içinde ACENTE'YE faks veya iadeli taahhütlü mektupla bildirmesi gerekir. Cayma hakkının kullanılması halinde, MÜŞTERİ, ACENTE'YE fatura aslını iade etmek zorundadır. MÜŞTERİ'NİN iptal talep yazısının ve fatura aslının, ACENTE'YE ulaşmasına müteakip ACENTE, 10 gün içinde, MÜŞTERİ'NİN ödeme şekline göre iade yapar. MÜŞTERİ, iptal yazısını göndermiş olmasına karşın, fatura aslını göndermezse KDV ve varsa sair yasal kesintiler ve masraflar iade edilmez. Cayma süresi geçirildikten sonra, cayma hakkı kullanılamaz. Ancak, MÜŞTERİ yine de sözleşmeyi iptal etmek isterse, kendisine herhangi bir iade yapılmaz.

MÜŞTERİ, erken rezervasyon turlarından ve her türlü turun başlamasına 7 gün kala cayma hakkını kullanamaz. Aksi takdirde, işbu sözleşmenin ayrılmaz eki olan paket tur sözleşmesinin iptallere ilişkin hükümleri uygulanır.

MADDE 6-SON HÜKÜMLER

İşbu sözleşmeden doğacak anlaşmazlıkların çözümünde, TÜRSAB TAHKİM KURULU yetkili olacak olup, SORUMLULUK DA Kütahya Çizelgesi'ne göre belirlenecektir. İhtilaf halinde, ayrıca, ACENTE'NİN defter, kayıt, belgeleri, yazışmaları ve bilgisayar kayıtları kesin delil olarak kabul edilecektir.

İşbu sözleşmedeki hükümler ile ek paket tur sözleşmesi hükümleri arasında çelişki bulunması halinde, paket tur sözleşmesi hükümleri uygulanır.

ACENTE

MÜŞTERİ

Adı Soyadı Tarih

EK 5: YURTIÇİ-YURTDIŞI-GEZİ-REZERVASYON-PAKET TUR KAYIT ve SATIŞ SÖZLEŞMESİ ÖRNEĞİ

1- ÖDEMELER

Yurtiçi turlarda rezervasyonun kesinleşmesi için rezervasyon bedelinin en az %30'unu, kalan bakiyesinin ise gezinin başlamasından en geç 10 gün önce ödenmesi gerekmektedir. Sözü edilen süreler içinde belirtilen ödemelerin yapılmaması halinde yapılan kayıt iptal edilerek alınan ödeme tüketiciye geri ödenir. Yurtdışı turlarında ise rezervasyonlarında kaporalı satış yapılmamaktadır. Tur bedelinin tamamı ödenmeden rezervasyon kesinleşmeyecek ve vize işlemleri başlatılmayacaktır.

2- FİYAT DEĞİŞİKLİKLERİ

.....Tur herhangi bir nedene bağlı kalmaksızın satılan turun fiyatını değiştiremez. Ancak liman, hava alanı iniş vergileri gibi harç, vergi ve ücretler ile döviz kurlarından kaynaklanan fiyat değişikliklerine bu hüküm uygulanmayacaktır. Tur paket turun hareket tarihinden önce meydana gelen söz konusu fiyat artışını tüketiciye derhal bildirmek zorundadır. Bu durumda tüketici herhangi bir tazminat ödemediği takdirde sözleşmeden dönme hakkını kullanır ya da değişiklikleri ve fiyat üzerindeki etkisini açıkça gösteren ek sözleşmeyi kabul eder. Tüketici sözleşmeden döndüğü takdirde, Tur'un kendisine ikame bir paket tur sunabilmesi durumunda eşdeğer bir paket alabilir ya da 10 gün içerisinde ödemiş olduğu tüm bedeli (vize masrafları ve sigorta bedelleri hariç) geri alarak sözleşmeden dönme hakkını kullanabilir.

3- SÖZLEŞME DEVRİ

Tüketici, paket tura devam etmesinin mümkün olmaması durumunda, hareket tarihinden en az 7 gün önce Tur'a niyetini bildirerek rezervasyonunu, paket tur açısından geçerli tüm koşulları yerine getirecek üçüncü bir kişiye devredebilir. Bu durumda paket turu devir eden ve devir alan şahıslar Tur'a karşı bakiye tutarın ve söz konusu devirden doğan tüm ilave masrafların ödenmesinden müteselsilen sorumludurlar.

Özellikle yurtdışı turlarda devredilen turlarla ilgili olarak vize işlemi tamamlanmış olan tüketicilerin vize bedelleri iade olmaz. Paket turu devir alan şahısların ise vize sorumlulukları kendilerine ait olacaktır.

4-..... TUR'UN SÖZLEŞMEYİ FESH ETMESİ

..... Tur herhangi bir sebebe dayanmadan sözleşmeyi feshetmesi durumunda tüketici uğradığı zararları belgelemesi durumunda uğradığı zararları tazmin edecektir. Ayrıca Tur, tüketicinin o güne kadar yapmış olduğu tüm ödemeleri ve tüketiciyi borç altına sokan tüm belgeleri 10 gün içinde tüketiciye iade edecektir. Ancak Tur paket turun kalkması için yeterli çoğunluğun sağlanamaması durumunda veya mücbir sebeplerden dolayı paket tura ait sözleşmeyi iptal edebilir, bu durumda tüketicinin tazmin hakkı doğmaz. Tur müşteriden almış olduğu tüm ücretleri ve borçlandırma belgelerini 10 gün içinde tüketiciye tazminsiz olarak geri ödeyecektir. Tur turu iptal ettiğini turun hareketine en az 3 gün kala tüm katılımcılara bizzat ulaşarak bildirimde bulunacaktır.

5-SORUMLULUK

..... Tur bu sözleşmeden dolayı doğan hükümlülüklerini gereği gibi ifa edecektir. Ancak sözleşmenin hiç ya da gereği gibi ifa edilememesinden dolayı Tur sorumludur. Ancak sözleşmenin hiç ya da gereği gibi ifa edilememesi tüketiciden veya mücbir sebeplerden kaynaklanıyorsa Tur sorumlu değildir. Paket tur esnasında Tur sözleşmenin esaslı unsurunu oluşturan hizmetlerden birini veya birkaçını sağlayamayacağına anlaşılması durumunda Tur paket turun devam etmesi için tüketiciye ilave masraf gerektirmeyen eşdeğerde alternatif düzenlemeler yaparak sözleşmede yer alan hizmetler ile sunulan hizmetler arasındaki farkı tazmin eder. Bu durumda tüketicinin tazmin hakkı doğmaz. Ancak söz konusu düzenlemeleri yapmak mümkün değil ise ya da bunlar haklı nedenlerle tüketici tarafından kabul edilmez ise ikame servisler kullanılmadan Tur tüketiciyi yarış yerine veya tüketicinin kabul edeceği bir başka dönüş noktasına geri dönmesi için eşdeğer ulaşım imkânı sağlar. Bu aşamaya kadar tüketicinin satın aldığı ürünün kullanılan kısmı dışındaki bedeli 10 gün içinde tüketiciye iade eder ve gerekli hallerde tüketicinin zararını tazmin eder.

6-SORUMSUZLUK KAYDI VE BİLDİRİM

Sözleşme metninde veya müstakil herhangi bir belgede tüketicinin bu 4077 sayılı Tüketiciyi koruma yasasının ilgili yönetmeliklerindeki haklarını kullanmaktan feragat ettiğine dair veya Tur'un aynı kanunun ilgili yönetmeliklerindeki sınırlayan veya ortadan kaldıran kayıtlar geçersiz olacaktır. Tüketici, sözleşmenin hiç ya da gereği gibi ifa edilmemesi halini, hizmetin ifa edilmesi gerektiği veya ifa edildiği tarihten itibaren

30 gün içerisinde Tur'a bildirmek durumundadır. Bu süreden sonraki yapılacak bildirimler geçersiz sayılacaktır.

7-İPTAL, VAZGEÇME VE DEĞİŞİKLİKLER

Tüketici 4077 sayılı Tüketici Kanunu ve ilgili yasalarda belirtilen sebeplerin (mücbir sebepler dâhil) dışında herhangi bir nedenle Tur'dan satın almış olduğu ürünü iptal ettirmek istediği takdirde aşağıdaki iptal şartları uygulanacaktır.

1- A- Tüketici, gezisinin başlamasına 20 gün kalaya kadar iptal ve vazgeçme talep etmesi durumunda herhangi bir sebep aranmadan ücretinin tamamı iade edilir. Ancak yurtdışı seyahatlerinde vize alınmış ise vize bedeli iade edilemez. Tüketici almış olduğu ürünün değiştirilmesine yönelik taleplerde bulunması durumunda yine 20 gün kalaya kadar değişiklikler bedel kesintisi olmadan yapılacaktır. Tüketicinin ürün değişikliğinin uygun bulunması durumunda yeni talep etmiş olduğu ürünün fiyatı farkı var ise tüketici farkı Tura ödemek zorundadır. Ancak yeni ürünün fiyatı bir önceki ürünün fiyatından düşük ise Tur aradaki farkı tüketiciye iade edecektir.

B- Tüketici, gezinin başlamasından 20 ile 10 gün kala rezervasyonunu mücbir sebepler dışında bir sebeple iptal ederse gezi bedelinin %50'sini, 10 günden az kalan zamanlardaki iptal taleplerinde gezi bedelinin tamamını Tur'a cayma tazminatı olarak ödemeyi kabul ve taahhüt eder.

C- Tüketici, indirimli satış döneminde (erken rezervasyon kampanyalarında) satın almış olduğu indirimli ürününü mücbir sebepler dışında herhangi bir sebeple sözleşmeden vazgeçemez. Bu durumda gezi bedelinin tamamını Tur'a cayma tazminatı olarak ödemeyi kabul ve taahhüt eder.

2-..... Tur, gezi kapsamındaki otel isimlerini, ulaşım araçları ile bunların hareket yerlerini, programda belirtilmiş ve gezilecek yer olarak gösterilmiş yerlerin ziyaret sıralarını tüketiciye tur öncesinde bizzat bildirerek değiştirebilir. Tüketici, bu değişiklik ve iptalleri kabul etmediği takdirde, rezervasyonunu iptal edip ödediği ücretin tamamını 10 gün içinde iade alma hakkına sahiptir. Bu durumda tüketicinin tazminat hakkı doğmaz.

8-MÜCBİR SEBEPLER

1-Olumsuz hava koşulları, yol engeli, grev, terör, savaş, savaş ihtimali, karantina ihtimali, öngörülemeyen teknik hususlar, gezinin başlamasına veya devamına engel teşkil ediyorsa, taraflarca mücbir sebep olarak kabul edilir. Yolcunun veya birinci derecede akrabalarının 10 günlük mutlak işgaline engel rahatsızlıkları ve ölümleri de tüketici adına mücbir sebep sayılmaktadır. Tüketici söz konusu engellere ilişkin resmi makamlardan aldığı her türlü rapor veya belgeyi Tur'a vermek durumundadır. Özel işletmelerden alınan evraklar geçerli değildir. Mücbir sebebi istenen sürede belgeleyemeyen veya eksik olarak belgeleyen tüketicilerin ödemeleri tüketicilere iade edilmeyecektir.

9- GENEL HUKUMLER

1- Tura katılan tüketicinin; her türlü gezide, 50cm x 70cm ebatlarından büyük olmamak kaydı ile 2 valiz, uçaklı seyahatlerde ise 20 kg. bagaj götürme ve getirme hakkı vardır. Valizlerin ve içindeki eşyaların her türlü sorumluluğu sahiplerine aittir.

2- Tüketicie ait bagajların kaybı veya hasarı durumunda, kaybolan veya hasar gören bagajın içinde bulunan eşyaların maddi ve manevi değeri ile sair vasıf ve özellikleri gözetilmeksizin, gezinin toplam bedeli içinde ulaşım isabet eden kısmının 112'si, kaybolan eşya ve valizin maddi ve manevi tazminatı olarak TUR tarafından eşya sahibi tüketiciye ödenir. TUR, tüketici tarafından kendisine yazılı olarak kıymetleri ile birlikte deklare ettiği eşyanın her türlü kaybından, hasarından ve çalınmasından sorumlu değildir. Tüketici kıymetleriyle birlikte Tur'a bildirmiş olduğu bagajını Özel bir sigorta firmasına sigortalatmalıdır.

3- TUR ile tüketici arasında kayıt esnasında akit olunan iş bu sözleşme hükümleri, tüketici tarafından okunmuş ve kendisi ile birlikte aynı geziye katılacağını bildirdiği diğer şahısların adına da aynı şartlar altında kayıtlarının yapılmasını talep ve kabul ederek imzalanmıştır.

4-Sözleşmede imzası bulunmayan ancak sözleşmeye konu geziye katılan tüketici(ler), kendi adlarına kayıt yaptırmakla görevlendirdikleri tüketici(ler)nin bu sözleşmeyi imzalaması ile, sözleşme hükümlerini kabul ve taahhüt etmiş sayılırlar. Buna rağmen, sözleşmede bizzat imzalarının olmadığı gerekçesiyle geziye katılan tüketici(ler)nin TUR aleyhine ve katılmış oldukları gezi ile ilgili dava ve takipler ve TUR'un tüketiciye bu sözleşmede yazılı hususlar dışında bir bedel yada tazminat ödemek zorunda kalması halinde, TUR'un sözleşmede imzası bulunan tüketici(ler)ye ödemiş

olduğu fazla miktar için rücu hakkı mahfuzdur. Bu geziye katılan tüketiciler, imzalamış olmasalar dahi, taraflar arasında geçerli olacak bu sözleşme şartlarını katalog ve ilanlar nedeni ile öğrenmiş, geziye bu sözleşme şartlarında katılmayı kabul etmişlerdir.

5- Paket tur programlarında ücrete dahil tüm hizmetler ayrı ayrı belirtilmiştir. Bunlar dışında kalan turlar veya hizmetler ekstra ücrete tabidir. Yurtdışı turlarında ekstra tur ücretlerine ve içeriklerini gidilen şehir ve ülkelerdeki yerel acenteler belirlemekte ve önermektedir. Bu turlar ancak yeterli katılımın sağlanması halinde yapılabilecek olup, ekstra turların yapılmaması neden ile Tur'dan hiçbir tazminat ve/veya iade talep edilemez.

6- 1744 sayılı kanun gereği tüm konaklama yerlerine nüfus cüzdanı ibraz etme zorunluluğu vardır. Konaklama yerine nüfus cüzdanı ibraz etmeyen misafirler konaklama yerine alınmayacaklardır. Bu durumda nüfus cüzdanı olmamasından dolayı konaklama yerine alınmayan tüketicilerin sorumluluğu Tur'a ait değildir.

7-Paket turlarda geçerli olan geceleme sayısıdır. Paket turun konaklama yapılacağı ilk gece birinci gün ve birinci gece şeklinde sayılmaktadır. Ulaşım araçlarının mücbir sebeplerden veya hava yolu firmasının yapacağı rötarlardan doğan gecikmesinden dolayı tüketicilerin gün ışığından faydalanamaması Tur'un sorumluluğunda değildir. Tur yaşanan bu kayıp zaman içerisinde vereceğini taahhüt ettiği hizmetleri paket tur süresi içerisinde verecektir. Söz konusu sebeplerden dolayı verilemeyen servisler ikame hizmet veya ücret iadesi şeklinde tüketiciye tazmin edilecektir. Tüketicinin alamadığı servislerle ilgili olarak yapılacak hesaplamalarda TURSAB Kütahya Çizelgesi hükümleri ve/veya yerel mahkemelerin kararları geçerli olacaktır.

10-UÇAKLA ULAŞIM SORUMLULUKLARI

1- Charter uçuşları ile ilgili düzenlemeler uluslararası havacılık kurallarına tabi olduğundan havayolları bu uçuşlarda her türlü saat değişikliği, uçak tipi, havayolu şirketini değiştirme hakkına sahiptir. Hareket saati garanti edilemez, taşıyıcı, biletlerde gösterilen duraklama yerlerini değiştirebilir veya duraklama yapabilir. Satış sırasında belirtilen saatler muhtemel saatler olup, bu konudaki değişiklikler nedeni ile Tur sorumlu tutulmaz. Bu sebeple yapılacak iptal ve iade talepleri de kabul edilemez. Charter yani tarifesiz olarak satın alınan uçak biletlerinin iptali durumunda, bedel iadesi uçak biletinin özelliği nedeniyle yapılamaz.

2- Bu sözleşmede yazılı olmayan hususlarda 1318 SY., 4288 SY., 4288 SY, 2634 SV, IATA, IHA, UFTAA Konvansiyon hükümleri, Sivil havacılık kanunu, TTK, Türkiye'nin dahil olduğu Uluslar arası sözleşmeler ve bunlara bağlı olarak çıkartılmış Tüzük, Yönetmelik, genelge ve tebliğler tatbik olunacaktır.

3- TUR havayolu ile tüketiciler arasında aracı konumunda olup, 28/09/1955 tarihli Lahey Protokolüne tabidir. Tüketiciler saat değişikliği riskini bilerek ve kabul ederek turları satın aldıklarını taahhüt eder. Aracı Kurum statüsündeki Tur bu tür değişiklikleri haber aldığı an en kısa sürede tüketiciye bildirmekle yükümlüdür.

4-Uçaklı ulaşımlarda, tüketiciye sunulan havayolu firmasının bagaj kayıp ve hasarı durumunda ilgili havayolu firmasının kuralları geçerli olup, Tur'un sorumluluğunda olmadığı açık bir şekilde tüketici tarafından kabul edilmiştir.

11-VİZE İŞLEMLERİ

Satın alınan hizmete, VİZE İŞLEMLERİ ve HİZMETLERİ dahil değildir. İş bu maddelerin konusu, TUR ile yurtdışı turuna katılacak olan müşterinin, yurtdışına çıkış için gerekli vize takip işlemini TUR'un üstlenmesini talep etmesi nedeniyle, TUR'un çalıştığı yetkili acente tarafından tüketiciye verilecek vize hizmetine ilişkin usul ve esasların düzenlenmesidir.

A-VİZE EVRAKLARININ TESLİMİ

Vize başvurusu için gerekli olan evraklar ve vize masrafları ile vize hizmet bedeli, ilgili Konsolosluğun bildirdiği şekilde eksiksiz olarak, tur hareket tarihinden en geç 20 gün önce müşteri tarafından Tur talebi doğrultusunda acenteye teslim edilmelidir. Teslim edilen pasaportun gezinin başlangıç tarihinden itibaren en az 6 aylık geçerlilik süresinin bulunması zorunludur.

B-VİZE İŞLEMLERİNİN TAKİBİNDE TARAFLARIN SORUMLULUKLARI:

1A-Tüketicinin Tur veya yetkili acentesine vizesi olmayan pasaport teslim etmesi durumunda; Pasaportta shengen vizesinin olmaması durumunda tüketici konsolosluk talep ettiği takdirde şahsi başvuruyu evraklarıyla beraber konsolosluga verilen gün ve randevu saatinde konsolosluga müracaat edeceğini kabul ve beyan eder. Pasaportunda shengen vizesi olması durumunda; konsolosluk tarafından talep edilen

evraklar ile birlikte başvurusunun yapılması için Tur'a veya yetkili acentesine pasaportunu belirtilen sürede teslim edeceğini kabul ve beyan eder.

1B-Tüketicinin..... Tur veya yetkili acentesine pasaport ve evraklarını teslim edip, teslim edilen evrakların konsoloslukça yetersiz veya eksik görülmesi durumunda; Konsolosluk tarafından tüketiciden eksik evraklara mahsuben talep edilen evrakların belirtilen süre zarfında teslim edilmemesinden doğan tüm hükümlülükler tüketiciye aittir. Bu sebeple alınamayan vizeler Tur ve yetkili acentesinin sorumluluğunda olmayıp, yapılan harcamalar geri iade edilemez.

1C-Tüketici, tüm evrakları zamanında teslim etmiş ve acente zamanında başvuru yapmış olmasına rağmen Konsolosluk tarafından başvuru reddedilirse veya yine taraflardan kaynaklanmayan nedenlerle, ilgili konsolosluk tarafından turun başlangıç gününe kadar pasaportlar teslim edilmezse, TUR veya acentenin sorumluluğu doğmayacaktır.

2- Tur, yetkili acente ve tüketici tüm sorumluluklarını yerine getirmiş olmasına rağmen vize başvurusunun konsoloslukça reddi durumunda, turun başlangıç tarihinden 10 günden az zaman kala gerçekleşirse, TUR, tur bedelinin, vize masraf ve hizmet bedelinin tamamını alma hakkına sahip olacaktır.

3- Konsoloslukların belirledikleri vize ücretlerinde tur hareket tarihine kadar doğabilecek vize ücretlerindeki değişiklikler tüketiciye yansıtılacaktır. Tüketici bu fiyat farkını kabul edeceğini taahhüt eder.

4- Tüketicinin hüsünüyet (vergi borcu, askerlik durumu, yurtdışına çıkış yasağı, kara liste olma durumu vb.) kurallarına aykırı olan hareketleri neticesinde vizenin alınmaması durumunda Tur'un veya yetkili acentesinin sorumluluğu olmayacaktır.

5- Tüm vize işlemleri geçerli olarak yapılmış olmasına rağmen, gidilen ülkede herhangi bir nedenle içeri sokulmayan veya vizeleri tamam olmasına rağmen Türkiye'den çıkışına izin verilmeyen müşterilere herhangi bir geri ödeme yapılmayacak ve bu durumdan doğacak zararlardan Tur'dan veya yetkili acentesi sorumlu olmayacaktır.

6- Vize giriş-çıkış tarihindeki hatalı düzenlemeler nedeniyle vize alınmaması durumunda, hata vize formunun Tur veya yetkili acentesi tarafından yanlış doldurulmasından kaynaklanıyor ise vize harçları ve vize gideri dışında kalan bakiye müşteriye iade edilecektir.

7- Katılacakları tura ait ülkelere vizesi olduğunu beyan eden veya vize işlemlerini bizzat

kendisi takip edeceğini belirten tüketici, vize işlemlerinin gerçekleşmemesini ileri sürerek sözleşmeyi feshedemez, sorumluluk tüketiciye aittir.

8- Tur veya yetkili acentesinin hiçbir şekilde konsolosluklar üzerinde yaptırım gücü veya edimlerini taahhüt edebilme yetkisi yoktur. Konsolosluklarda ki gecikmelerden Tur aracı kurum olması sebebiyle kendi veya yetkili acentesi sorumlu değildir. Konsolosluk tarafından iade edilen belgeler Tur veya yetkili acente tarafından tüketiciye teslim edilir. Vize alımı ile ilgili maddeler sadece işlem yapma yetkisi amacıyla tanzim edilmiş olup, hiçbir taahhüt öngörmediğini taraflar bilmektedir. Vize alınmaması durumunda “neden vize alınmadığı” yasal olarak konsolosluk beyanına dayanır.

12-HİZMET KUSURU ŞİKÂyetLERİ:

Ayıplı veya kusurlu hizmet sunulması halinde ilgili şikâyetlerin çözümü ile ilgili tüm Türkiye Cumhuriyeti mahkemeleri, Tüketici hakem heyetleri ve TÜRSAB Tahkim Kurulu yetkilidir. Taraflar arasında iki nüsha olarak tanzim edilmiş bulunan iş bu voucher’a sebep olan paket tur ve münferit rezervasyon hizmetleri sözleşmesi taraflarca tüm ekleri ile birlikte önlü arkalı olarak tanzim edilmiş, okunmuş, kontrol edilerek kabul edilmiştir. Taraflar karşılıklı kabul ettikleri, taahhüt ve edimlerini birlikte imza altına alarak kabul ve teyit etmişlerdir. Seyahate katılacak olan ve bu sözleşmede adları yazılı müşteriler adına iş bu voucher ve sözleşmeyi kabul eden taraf adına vekâleten imzalamış olduğu kişilere karşı tüm hukuki sorumluluğun kendisine ait olduğunu ayrıca kabul ve taahhüt etmiştir.

1618 sayılı Seyahat Acentaları kanununda yer alan acentenin iflasına ve ayıplı hizmete karşı zorunlu seyahat sigortanız Acenteniz tarafından yapılmıştır. Ayrıca seyahatiniz esnasında Seyahat Sağlık Sigorta Paketi talep etmeniz halinde acentenizden ücreti mukabilinde bu hizmeti alabilirsiniz. Seyahat başlangıcından sonraki talepler cevaplandırılmayacaktır.

Müşteri ve Beraberindekiler Adına:
Eden

Adı Soyadı
Tarih
İmza

Belgeyi Tanzim ve İmza

Seyahat Acentesi Memuru
Adı Soyadı
İmza

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı: Hayrullah ÇETİN

Doğum Yeri ve Yılı: AFYONKARAHİSAR–1984

Adres: Eşrefpaşa mah 148.sok Gül sit. C blok No:6 / AFYONKARAHİSAR

Telefon: 0 506 505 27 03

E-mail: hayrullahcetin@gmail.com

Öğrenim Durumu: 2006–2009 Yüksek Lisans: Niğde Üniversitesi–İşletme Anabilim Dalı- Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı

2001--2005 Lisans Eğitimi: Erciyes Üniversitesi – Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelciliği Yüksekokulu.

1997–2001 Lise: AFYONKARAHİSAR Özel Zafer Lisesi.