

**T.C.
NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**HERŞEY DAHİL SİSTEMİNİN TÜRK TURİZM
SEKTÖRÜNE ETKİLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gurbet EVRENÜZ

**Enstitü Anabilim Dalı : İŞletme
Enstitü Bilim Dalı : İŞletme Yönetimi**

Tez DanıŐmanı : Yrd. Doç. Dr. Özgür ERGÜN

AĞUSTOS – 2015

T.C.
NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



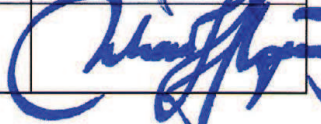
**HER ŞEY DAHİL SİSTEMİNİN TÜRK TURİZM SEKTÖRÜNE
ETKİLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Gurbet EVRENÜZ

Enstitü Anabilim Dalı: İşletme

Enstitü Bilim Dalı : İşletme Yönetimi

Bu tez 28/08/2015 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği / Oyçokluğu
ile kabul edilmiştir

JURİ ÜYESİ	KANAATI	İMZA
Yrd. Doç. Dr. Özgür ERGİN	BASARILI	
Yrd. Doç. Dr. Ömer AKMAN	BASARILI	
Yrd. Doç. Dr. Selman HİÇMİL	BASARILI	

BEYAN

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Gurbet EVRENÜZ

28.08.2015

ÖNSÖZ

Turizm endüstrisi, ülkeye getirdiği döviz, ülke insanına sağladığı istihdam ile ülke ekonomisine çok büyük katkıları olan bir bacasız sanayi koludur.

Dünya’da ve Türkiye’de hergün daha büyüyen bir sektör olma özelliği taşıyan turizm, müşteri kitlesini oluşturan turistlerin ihtiyaç ve taleplerine göre sürekli bir değişim içindedir.

Son yıllarda en çok rağbet edilen ve neredeyse vazgeçilmez olan Herşey Dahil Sistemi, Türkiye’de de yoğun bir talep görmüş ve neredeyse tüm konaklama tesisleri Herşey Dahil Sistemini bünyelerine katmışlardır.

Bu çalışma ile Türk turizminin son 15-20 yılına damgasını vurmuş olan Herşey Dahil Sisteminin, Türk turizm sektörüne olan etkilerine ilişkin olarak literatüre küçük de olsa bir katkı sağlamaya çalışılmıştır.

Yapmış olduğum bu tez çalışmasına son şeklini veren ve akademik desteğini hep hissettiren hocam Özgür Ergün’e, fahri danışmanım ve yol arkadaşım Serdar Çalışır’a, bana ilk günden beri inanan ve desteklerini eksik etmeyen eşim Akgül ve oğlum Mert’e teşekkürlerimi sunarım.

Gurbet EVRENÜZ

28.08.2015

İÇİNDEKİLER

BEYAN.....	i
ÖNSÖZ.....	ii
İÇİNDEKİLER	iii
KISALTAMALAR.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	vii
ÖZET.....	viii
SUMMARY	ix
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM : TURİZME GİRİŞ, TANIMI, TURİST VE TURİZM İŞLETMELERİ.....	3
1.1.Turizmin Tanımı ve Turizme Giriş.....	4
1.2.Turist Kimdir? Kimler Turist Olarak Kabul Edilirler?	8
1.3.Dünya’da ve Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi.....	9
1.3.1.Turizmin Tarihsel Gelişimi	9
1.3.2.Türkiye’de Turizm	13
1.3.2.1. Planlı Dönem Öncesi Türkiye’de Turizm.....	14
1.3.2.2. Planlı Dönem Sonrası Türkiye’de Turizm	19
1.4.Türkiye’de Turizmin Mevcut Durumu.....	20
1.4.1.Türkiye’nin Turizm Geliri Ve Ziyaretçi Sayısına İlişkin Rakamlar	20
1.4.2.Türkiye’ye Gelen Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımı	21
1.4.3.Turizm Gelir ve Giderlerinin İhracat ve İthalata Oranları	22
1.4.4.Turizm İşletme Belgeli Tesisler	23
1.4.5.Türkiye’deki Seyahat Acentelerinin Sayıları	24
1.4.6.Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Kapama Payı.....	25

1.5.Turizm Çeşitleri	26
1.6.Konaklama İşletmeleri	27
1.6.1.Konaklama İşletmelerinin Sınıflandırılması	31
1.6.1.1.Oteller.....	34
1.6.1.2.Moteller	34
1.6.1.3.Tatil Köyleri	35
1.6.1.4.Pansiyonlar	35
1.6.1.5.Kampingler.....	35
1.6.1.6.Apart Oteller.....	36
1.6.1.7.Hosteller	36
2. BÖLÜM : HERŞEY DAHİL SİSTEMİ.....	37
2.1.Herşey Dahil Turların Tarihsel Süreci	38
2.2.Konaklama İşletmelerinde Herşey Dahil Uygulamaları	41
2.3.Herşey Dahil Sistem Uygulamalarında Karşılaşılan Sorunlar	42
2.4.Herşey Dahil Sistemin Olumlu Yönleri	43
3. BÖLÜM : HERŞEY DAHİL SİSTEMİNİN TÜRK TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ ÜZERİNE ARAŞTIRMA.....	45
3.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi	45
3.2.Araştırmanın Yöntemi ve Evreni	45
3.3.Veritoplama Yöntemi	45
3.4.Veritoplama Yöntemi	46
3.5.Bulgular.....	46
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	72

KAYNAKÇA	75
EKLER	80
EK 1 : HERŞEY DAHİL SİSTEMİNİN TÜRK TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİSİ KONULU ANKET FORMU	80
ÖZGEÇMİŞ	82

KISALTMALAR

HDS	: Herşey Dahil Sistemi
WTO	: World Tourism Organization
AIEST	: Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
vd.	: ve diğerleri
vb.	: ve benzerleri

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo Numarası	Tablonun İçeriği	Bulunduğu Sayfa
Tablo-1	Turizmi Ekonomik Yönden Tanımlamış Bazı Bilim Adamlarının Kendilerine ait Tanımları	5
Tablo-2	Emekli Sandığından Sağlanan Fonlar İle Yapılan Başlıca Konaklama Tesisleri ve Oteller	17
Tablo-3	Türkiye'nin Turizm Geliri ve Ziyaretçi Sayısına İlişkin Rakamlar	20
Tablo-4	Türkiye'ye Gelen Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımı	21
Tablo-5	Turizm Gelir ve Giderlerinin İhracat ve İthalata Oranları	22
Tablo-6	Turizm İşletme Belgeli Tesisler	23
Tablo-7	Türkiye'deki Seyahat Acentelerinin Sayıları	24
Tablo-8	Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Kapama Payı	25
Tablo-9	Dünyada Otelcilik Endüstrisinin Gelişimi	32
Tablo-10	Herşey Dahil Sisteminin İçerdiği Ürün ve Hizmetler	42
Tablo-11	Demografik Bilgiler	47
Tablo-12	Çalışmaya Katılanların Tatil Yapıları	48
Tablo-13	HDS İle İlgili Düşüncelerin Dağılımı	51
Tablo-14	HDS'ye ait Düşüncelerle İlgili Faktörlerinin İç Analizleri	52
Tablo-15	HDS Faktörlerinin Birbirlerine Göre Önem Sıralaması	52
Tablo-16	Yaş Farklılığının HDS Faktörlerine Etkisi	53
Tablo-17	Medeni Durum Farklılığının HDS Faktörlerine Etkisi	54
Tablo-18	Çocuk Sayısı Farklılığının HDS Faktörlerine Etkisi	55
Tablo-19	Cinsiyet Farklılığının HDS Faktörlerine Etkisi	56
Tablo-20	Meslek Farklılığının HDS Faktörlerine Etkisi	57
Tablo-21	Eğitim Seviyesi Farklılığının HDS Faktörlerine Etkisi	58
Tablo-22	Aylık Gelir Farklılığının HDS Faktörlerine Etkisi	59
Tablo-23	Tatile Çıkma Nedeninin HDS Faktörlerine Etkisi	60
Tablo-24	Tatilin Nerede Geçirildiğine Dair Farklılıkların HDS Faktörlerine Etkisi	61
Tablo-25	Oteldeki Konaklama Süresi Farklılığının HDS Faktörlerine Etkisi	62
Tablo-26	Tatil Rezervasyonunu Yaptırma Şeklinin HDS Faktörlerine Etkisi	63
Tablo-27	Tatil İçin Ödenen Ücret Farklılığının HDS Faktörlerine Etkisi	64
Tablo-28	Herşey Dahil Sistemi İle Yapılan Tatil Sayısı Farklılığının HDS Faktörlerine Etkisi	65
Tablo-29	HDS'yi Öğrenme Kaynağının HDS Faktörlerine Etkisi	66
Tablo-30	HDS'yi Tercih Etme Nedeninin HDS Faktörlerine Etkisi	67
Tablo-31	Tatiliniz Süresince Otel Dışında Herhangi Bir Aktiviteye Katılma Durumunun HDS Faktörlerine Etkisi	68
Tablo-32	HDS Kapsamında Ödenen Ücret Dışında Harcanan Paraya Göre Oluşan Farklılıkların HDS Faktörlerine Etkisi	69
Tablo-33	Tatilin Kiminle Geçirildiği İle İlgili Farklılıkların HDS Faktörlerine Etkisi	70
Tablo-34	Önceki Seyahatlerdeki Tercih Edilen Konaklama Türünün HDS Faktörlerine Etkisi	71

Tezin Başlığı : Herşey Dahil Sisteminin Türk Turizm Sektörüne Etkileri

Tezin Yazarı : Gurbet EVRENÜZ

Danışman : Yrd. Doç. Dr. Özgür ERGÜN

Kabul Tarihi : 28/08/2015

Sayfa Sayısı : ix + 80 + 2

Anabilimdalı : İşletme

Bilim Dalı : İşletme Yönetimi

Turizm endüstrisi, günümüzün en hızlı büyüyen ve değişen sektörleri arasında yer almaktadır. Dünyada pek çok ülke, turizmi kalkınmanın ve tanınmanın bir aracı olarak görmektedir. Bu durum ülkemizde de özellikle seksenli yıllardan sonra daha belirgin bir hal almıştır.

M.Ö.4000’li yıllardan beri var olan turizm hareketlerinin temelini konaklama, yiyecek-içecek ve ulaşım üçlüsünün oluşturduğu düşünülse de, günümüzde turizm sektörü ile doğrudan veya dolaylı olarak etkileşim halinde olan çok sayıda işletme kolu vardır.

Başarısını müşteri memnuniyetinden elde eden bu sektör, zaman içerisinde sürekli bir değişim içinde yer almış, müşterileri olan turistlerin talep ve eğilimlerine göre şekillenmiş, sadece yatak hizmeti veren hanlardan, günümüzde konuklarına sayısız hizmetler sunan modern tatil köylerine dönüşmüştür.

Tatilcilere para taşımadan tatil yapma imkanı veren “Herşey Dahil Sistemi” ülkemizde son 10-15 yıla damgasını vurmuş, en çok tercih edilen tatil yöntemi olmuştur. Bu tez çalışmasında, “Herşey Dahil Sistemi” incelenmiş, Herşey Dahil Sisteminin Türk turizm sektörüne ve müşteri memnuniyetine olan etkisini ölçmeye yönelik bir anket çalışması yapılmıştır.

Anket çalışması basit rassal örnekleme yöntemiyle 75’i bay ve 26’sı bayan olmak üzere toplam 101 kişiyle uygulanarak veriler toplanmış, verilerin incelenmesinde SPSS paket programı kullanılmıştır. Yapılan testlerde anlamlılık düzeyi %5 ($p<0,05$) olarak alınmıştır.

Anahtar Kelimeler : Turizm Endüstrisi, Herşey Dahil Sistemi, Tatilci.

Title of the Thesis: The Effects of All Inclusive System to Turkish Tourism Sector**Author :** Gurbet EVRENÜZ**Supervisor :** Assist. Prof. Özgür ERGÜN**Date :** 28/08/2015**Nu. of pages :** ix + 80 + 2**Department :** Management**Subfield:** Operational Management

Tourism industry is one of the sectors which improves rapidly at present. Lots of country in the world see tourism as a vehicle of development. This concept was became obvious after the years of 80s in our country.

Although the basic of tourism actions since the 4000 BC are thought of the trinity of accommodation, foods and drinks and transportation, there are lots of management branches related to tourism directly or indirectly at present.

The sector which gain its success from the customer satisfaction has changed from day to day, it takes on a shape according to the wishings of tourists who are customers. From the place which provides only accommodation, it turns into modern holiday resorts which provides lots of services for its customers.

“All Included System” which provides people to go on holiday without money has become the most common holiday system in the last 10-15 years in our country. “All Included System” has been investigated and a questionnaire has been done about the effects of 'All Included System' on the Turkish tourism sector and customer satisfaction in this thesis.

This thesis, data has been gained by applying of the questionnaire among the 75 men and 26 women of total 101 people. SPSS packet programme was used in the observation of data. Significance level of this tests were applied as %5 ($p < 0,05$).

KEY WORDS: Tourism Industry, All Included System, Holidaymaker.

GİRİŞ

Turizm endüstrisinin istatistiksel rakamları incelendiğinde her yıl daha da büyüyüp geliştiği olduğu ortaya çıksa da, Türkiye, dünya turizm pastasından hak ettiği payın çok altında bir turizm geliri elde etmektedir.

Türkiye olağanüstü coğrafyası, doğal güzellikleri ve uç yanını saran denizleri sayesinde doğal bir turizm cenneti konumundadır. Bu doğal mirasın, iyi tesisleşme ve nitelikli insan gücüyle desteklenmesi halinde turizmde dünya devi olmak için önünde hiçbir engel bulunmamaktadır.

Dünya’da ve Türkiye’de çok popüler, hatta neredeyse rakipsiz bir tatil anlayışı haline gelen “Herşey Dahil Sistemi” yıllar içerisinde sürekli tartışılmış ve Türk turizmine olan etkisi somut olarak ortaya çıkarılamamıştır. Ülkemize gelen turist sayısı her geçen yıl artış göstermesine rağmen, gelen turistlerin harcadıkları döviz miktarlarında ciddi artışlar meydana gelmemektedir. Türkiye’ye 2012 yılında gelen bir turist ortalama olarak 795\$, 2013’te 824\$, 2014 yılında ise 828\$ döviz harcaması yapmıştır.

Yabancı turistler Türkiye’de yapacakları tatiller için Türkiye’de yaşayan Türklere göre yaklaşık %10-15 daha az para ödemektedirler. Diğer ülkelerin para birimlerinin (sterlin, euro, dolar vb.) Türk Lirasına göre daha değerli olması nedeniyle de kendi ülkelerinde en az maaş alan asgari ücretli çalışan yabancılar bile Türkiye’de tatil yapabilmektedirler.

Herşey Dahil Sisteminin etkileri üzerine yapılan bu tez çalışmasında, literatür araştırması ve müşteri memnuniyetine yönelik bir anket çalışması yapılmıştır.

Gerek literatüre, gerekse turizm sektörüne öneri getirmenin hedeflendiği bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde, turizm hakkındaki temel bilgilerden bahsedilecek, dünyada ve Türkiye’de turizmin tarihsel gelişimi, turizm çeşitleri ve konaklama işletmeleri hakkında bilgiler verilecek,

İkinci bölümde Herşey Dahil Sistemi detaylı olarak ele alınacak,

Üçüncü ve son bölümde ise Herşey Dahil Sisteminin Türk Turizm Sektörüne Etkileri üzerine yapılan araştırmaya ilişkin yapılan ankete ilişkin değerlendirmelere yer verilecektir.

1.BÖLÜM : TURİZME GİRİŞ, TANIMI, TURİST VE TURİZM İŞLETMELERİ

Tüm Dünya’da ve Türkiye’de ulusal ve uluslararası turizm hareketleri nitelik ve nicelik bakımından çok hızlı bir şekilde gelişmektedir. Bu gelişmenin sonucu olarak turizm endüstrisi ülkelerin temel ekonomik sektörlerinden birisi özelliğini kazanmaktadır (Olalı ve Korzay, 1993). Bu sektör içinde çok çeşitli ve büyük boyutlu yatırımları ihtiva eder (Olalı, 1982). Özellikle Türkiye gibi bacalı sanayisinde istenilen seviyeye gelememiş, ekonomik sıkıntı içinde olan, yeteri kadar üretim yapamayan ve sürekli olarak cari açık veren ülkeler için, hem emek yoğun olması nedeniyle istihdam yaratması, hem de ülkeye doğrudan döviz girişi sağlaması nedeniyle çok önemli ekonomik bir unsurdur.

Sektör, az önce de değinildiği gibi hızla gelişen ve ekonomi için öncelikli sektörlerdendir. Turizm sektörünün, ekonomimize sağladığı olumlu katkıların yanı sıra, sosyokültürel anlamda da insanları birbirlerine kaynaştırması, sosyal yaşama, barış ve sevgiye yaptığı hizmet en önemli fonksiyonlarından biridir (Ünusan ve Sezgin, 1993).

8,333 km. sahil uzunluğu ile dünyada çok önemli bir turizm coğrafyası olan Türkiye’nin turizm gelirinin, rekabette bulunduğu Avrupa ülkeleri ile kıyaslandığında hak ettiği yerde olmadığı veya istenilen seviyeye ulaşamadığı çok açıktır (www.tr.wikipedia.org).

Her türlü turizmin yapılabildiği (Özpolat, 1983:161), her iklimin mevcut olduğu bu coğrafyada dünya devi olamamak oldukça üzücü bir gerçektir.

Rekabet gücü yüksek bir turizm sektörü, Türkiye’nin sadece cari açık sorununu çözmek için değil, istihdamı artırmak, ülkemizi tanıtmak için de lider bir sektör konumundadır. Turizm Türkiye’de ödemeler bilançosu içinde en çok döviz geliri sağlayan alanlardan biri haline gelmiştir (Dilber, 2007:210). Turizm temelde ulaşım, konaklama ve pazarlama üçgeni üzerinde bir ilişkiler ağı olup, birçok sektörün turizmle doğrudan ve dolaylı yoldan ilişkisi vardır. Bu ilişkiler ağındaki bir aksamın, ağa bağlı sektörleri olumsuz yönde etkilemesi kaçınılmazdır (Uzun, 2009:19).

Turizm, istihdam üzerinde doğrudan, dolaylı ve uyarılmış olarak üç farklı alanda gelişimiyle etki gösterir (Yıldız Z., 2011:60).

Doğrudan istihdam etkisi, turistlerle doğrudan veya önemli derecede yakın ilişkisi olan hizmetlerde görülür. Otel işletmesinin kendisi örnek olarak verilebilir. Dolaylı istihdam etkisi, turizm sektörü içinde üretim yapan sektörlerde karışımıza çıkar. Bunlar, turistik tesislerin inşaat ve onarımı, yiyecek ve içecek gibi tüketim maddelerinin üretimi, turistik yatırımlar için teçhizat ve mobilya gibi malların üretimi, yerel idarelerin veya devletin turizmle ilgili çalışmalar için gerçekleştirdiği istihdamdır (Sönmez, 2012:74).

Uyarılmış istihdam ise doğrudan ve dolaylı istihdam sayesinde elde edilen gelirin harcanmasıyla ekonomide yaratılan hareketlenme sonucu oluşan ek istihdamdır (www.isgucdergi.org).

1.1.Turizmin Tanımı ve Turizme Giriş

Günümüzde dünyanın her yerinde yaşayan milyonlarca insan çeşitli sebepler ile yaşadıkları yerlerden başka yerlere yolculuk etmektedir (Uçkun, 2004:1).

Turizm, boş zamaların ve tasarrufların nasıl kullanılacağına ilişkin ekonomik bir kararlar başlayan ve yatırım, tüketim, istihdam, dış satım ve kamu gelirleri gibi ekonomik yönleri bulunan sosyoekonomik ve sosyokültürel bir hadisedir. 1920'lere gelindiğinde turizm bazı ülkelerin ekonomileri için önemi hızla artan bir faaliyet niteliğini kazanmıştır (Kozak ve vd., 2012).

İlk turizm tanımı 1905 yılında Guyer-Feuler tarafından yapılmıştır (Ulu, 2010). Bu tanımlamaya göre turizm; insanların gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme ihtiyaçları, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine, doğanın insanlara mutluluk verdiği inancını temel alan, özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak, ulusların ve/veya toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren "modern" çağa has bir olay olarak tanımlanmıştır (www.tursab.org.tr).

Literatürde yapılan incelemelerde turizme ilişkin çok çeşitli tanımlara erişmek mümkündür. Turizm hakkında yapılan tanımlamalar ya da çalışmaların, 19.yüzyıl sonlarına kadar uzandığı görülmektedir (Bahar ve Kozak, 2005: 2). Turizmin kelime kökeni, Latince'de "tornus"dan, gelmektedir. "Tornus" sözcüğü, bir turluk dönüş

hareketini ifade etmektedir (Olalı, 1984). İngilizcede; "touring" ifadesi ile "tour" deyimleri bu sözcükten çıkmıştır. "Tour" (tur); dairesel bir hareketi, ziyaret, iş veya eğlence maksadıyla yer değiştirme hareketlerini anlatır. Iacono'ya (1993) göre ise turizmin sözcük kökü Helen-Roma dilinde "Torger" ile "Togrow" sözcüklerinden gelmektedir. Fransızca "Je tourne" kelimesi ile eş anlamlandırılan sözcük, "dönüyorum" anlamındadır. Hunziker'in klasik yaklaşımı ise turizmi "bir yer ya da alanda sürekli ikamet ederek gelir elde etme amacı taşımayan gezintilerin meydana getirdiği ilişkiler bütünüdür" şeklinde tanımlamaktadır.

Çağdaş turizm kavramı, ilk olarak 2'nci Dünya Savaşına denk gelen dönemde İsviçreli ekonomistler Walter Hunziker ve Kurt Krapf tarafından tanımlanmıştır. Buna göre; "turizm, insanların sürekli çalışma ve ikametlerinin bulunduğu yer dışına yaptıkları gezi, seyahat ve konaklamalarından meydana gelen ilişki ve olayların tümüdür". Dünya Turizm Örgütü (WTO) ve Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti (AIEST)'de bu tanımları kabul etmiştir (Bahar ve Kozak, 2005: 2,3).

Ekonomik bazlı tanımlar incelendiğinde bireyin tüketici (consumer) olma özelliği açısından ele alınmaktadır. Aşağıdaki tabloda turizmi ekonomik yönden tanımlamış bazı bilim adamlarının kendilerine ait tanımları yer almaktadır (Öğüt ve diğerleri, 2003:3).

AJ.Norval	Belirlenmiş bir zaman dilimi içinde kalmak/konaklamak için veya bir iş faaliyeti dışında herhangi bir nedenle yabancı bir ülkeye seyahat edilmesi ve bu seyahatler sırasında başka bir yerdeki paranın harcanması
Kurt Krapf	Sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir sağlayıcı herhangi bir uğraşta bulunmamak şartı ile bireyin yolculuk ve/veya konaklamasından doğan olay ve ilişkilerin tümü
Caspar	Turist, turistik işletmeler ve turizm organizasyonlarının oluşturduğu alt sistemlerin ekonomik, toplumsal, siyasal, hukuksal, teknolojik ve ekolojik çevre ile olan ilişkilerine dayanan küresel ve kapsayıcı bir sistemdir

Tablo 1 : Turizmi Ekonomik Yönden Tanımlamış Bazı Bilim Adamlarının Kendilerine ait Tanımları

Turizm; yolculuk yapan insanların ilk hareketlerinden dönüşlerine kadar geçen zaman dilimi içerisindeki, duyacakları tüm gereksinimlere yanıt verecek örgütleri de içine alan ekonomik bir olaydır. Günümüzde dünyasında turizm sektörü, meydana getirdiği gelir ve istihdam nedeniyle ekonomik göstergelerde bir çok endüstri kolunun önünde yer almaktadır (Öğüt ve diğerleri, 2003:6).

Tüm dünyada olduğu gibi, Türk turizminin de yalnızca deniz-güneş-kum üçlüsü ile sınırlı bırakılmaması gerekmektedir. Dünyada çok fazla eşi benzeri bulunmayan Anadolu coğrafyasının tarihsel ve kültürel alanda taşıdığı doğal doku, çağımız turistleri tarafından yoğun ilgi görmektedir. Bu nedenle deniz-güneş-kum üçlüsüne yapılan yatırım ve teşviklerin diğer turizm alanlarına da uygulanması, turizmden gelecek döviz girişini arttıracaktır (Ünusan ve Sezgin, 2004).

Turizm endüstrisi, Türkiye gibi özellikle sanayileşmekte güçlük çeken ve gelişmekte olan ülkeler için alternatif bir endüstri olarak görülmelidir (Özkan, 2000).

Akademik kaynaklarda da geçen turizm tanımı şudur; “Yerli veya yabancı tüketicilerin (iç ve dış turistlerin) bir ülke veya bölgeyi ziyareti sırasında duyacağı ihtiyaçları temin etme işlemleri ve gelenleri memnun edecek hizmetlerin bütünü”

Bir başka ifadeyle, devlet ve özel sektör olarak bir ülkeye ya da bir bölgeye turist (yerli veya yabancı her türlü turist) çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin, yapılan çalışmaların tamamıdır. Devlet kurumları faaliyetlerini çoğunlukla yabancı turistlere yönelik sürdürürken, il ve ilçelerdeki yerel yönetimler ise bölgelerinde bulunan turizm faaliyetlerinde daha çok yerli turist çekmek için gayret gösterirler. Bu sektörde tam başarı için devlet ve özel sektör uyum içerisinde çalışmak durumundadır.

Turistlerin dinlenmek, eğlenmek, gezmek, görmek, bilgi ve görgüsünü arttırmak, değişik kültürleri tanımak, doğal güzellikleri görmek vb. maksatlarla yurt içi veya yurt dışına yaptıkları yer değiştirmeler turizm endüstrisinin talebini oluşturur. Turizm, çeşitli maksatlara ve ihtiyaçlara göre, değişik alt sahaları içine alır. Yerli veya yabancı, meraklı kişilerin gittikleri, geçtikleri yerlerdeki ihtiyaçlarının karşılanma talepleri o bölgede gelişmeye ve büyümeye sebep olur. Oteller, pansiyonlar, gazino ve lokantalar, plajlar, kamplar, eğlence yerleri, kaplıcalar, dinlenme ve tedavi yerleri, spor ve avcılık tesisleri gibi pahalı altyapı tesisleri kurulurken, memleketin çehresi değişir ve içeriye yerli ve

yabancı para akışı hızlanır. Bu bakımdan turizm, ekonominin de çok önemli bir alt dalıdır.

Turizm, yerli ve yabancı gezgin ve turistlere hizmet üreten bir sanayi dalıdır aynı zamanda. Unutulmamalıdır ki turizmin öznesi insandır (Toskay, 1983). İspanya, İtalya ve Yunanistan gibi ülkeler geleneksel olarak turizmden çok önemli döviz gelirleri elde etmişlerdir. "Bacasız sanayi" tanımını hepimiz duymuşuzdur. Ancak turizm çok yönlü bir olaydır. Önce, turizmle ilgili alt yapının ve çalışan eğitimlerinin tamamlanmış olması gerekir. Alt yapı kavramı, yeterli yatak kapasitesi, tatil köyleri, düzenli ulaşım, haberleşme olanakları vs. alt dalları kapsamaktadır.

Çalışan eğitimleri ifadesinde anlatılmaya çalışılan ise; sektörde her kademede çalışanlara uygulanması eğitim, öğretim ve bilinçlendirme faaliyetleridir. Özellikle yabancı turistler ile muhatap olan her seviyedeki turizm çalışanı, Türkiye'yi ve Türk insanını tanımaya çalışan veya ilk defa karşılaşan bir yabancıya gözünde tüm Türkiye'yi ve Türk insanını temsil ettiğinin farkında olmalıdır. Turiste gösterilen ilgi, yardım, sağlanan hizmet kalitesi, ulaşım vb. çok önemlidir. Ülkeden/şehirden memnun ayrılan bir turist, bir sonraki tatilinde yanında birçok kişi daha getirebilmekte, memnun kalmayan bir turist ise yakın çevresine olumsuz görüş bildirebilmektedir.

Günümüzde bireysel turizmden çok kitle turizmi yaygınlaşmaktadır. Yani kişi ve ailelerin tek başına yaptıkları gezilerin yerine, seyahat acentelerinin ve turizm şirketlerinin düzenledikleri grup turları ağırlık taşımaktadır. Bu ise yerli ve yabancı şirketler arasında büyük bir işbirliği ve organizasyon gerektirir.

Turizm endüstrisi kavramı; insanların daimi olarak yaşadıkları yer dışında yaptıkları seyahatlar ve gittikleri yerlerde geçici olarak konaklamalarından doğan ihtiyaçların karşılanması ile ilgili faaliyetler bütünüdür (MEGEP, 2007:3) şeklinde veya "evinden uzakta olan kişilerin her türlü yatak, yiyecek, içecek ve eğlence ihtiyaçlarını karşılayan işletmelerin oluşturduğu endüstridir" şeklinde tanımlanabilir (www.göktepe.net).

yabancı para akışı hızlanır. Bu bakımdan turizm, ekonominin de çok önemli bir alt dalıdır.

Turizm, yerli ve yabancı gezgin ve turistlere hizmet üreten bir sanayi dalıdır aynı zamanda. Unutulmamalıdır ki turizmin öznesi insandır (Toskay, 1983). İspanya, İtalya ve Yunanistan gibi ülkeler geleneksel olarak turizmden çok önemli döviz gelirleri elde etmişlerdir. "Bacasız sanayi" tanımını hepimiz duymuşuzdur. Ancak turizm çok yönlü bir olaydır. Önce, turizmle ilgili alt yapının ve çalışan eğitimlerinin tamamlanmış olması gerekir. Alt yapı kavramı, yeterli yatak kapasitesi, tatil köyleri, düzenli ulaşım, haberleşme olanakları vs. alt dalları kapsamaktadır.

Çalışan eğitimleri ifadesinde anlatılmaya çalışılan ise; sektörde her kademede çalışanlara uygulanması eğitim, öğretim ve bilinçlendirme faaliyetleridir. Özellikle yabancı turistler ile muhatap olan her seviyedeki turizm çalışanı, Türkiye'yi ve Türk insanını tanımaya çalışan veya ilk defa karşılaşan bir yabancıya gözünde tüm Türkiye'yi ve Türk insanını temsil ettiğinin farkında olmalıdır. Turiste gösterilen ilgi, yardım, sağlanan hizmet kalitesi, ulaşım vb. çok önemlidir. Ülkeden/şehirden memnun ayrılan bir turist, bir sonraki tatilinde yanında birçok kişi daha getirebilmekte, memnun kalmayan bir turist ise yakın çevresine olumsuz görüş bildirebilmektedir.

Günümüzde bireysel turizmden çok kitle turizmi yaygınlaşmaktadır. Yani kişi ve ailelerin tek başına yaptıkları gezilerin yerine, seyahat acentelerinin ve turizm şirketlerinin düzenledikleri grup turları ağırlık taşımaktadır. Bu ise yerli ve yabancı şirketler arasında büyük bir işbirliği ve organizasyon gerektirir.

Turizm endüstrisi kavramı; insanların daimi olarak yaşadıkları yer dışında yaptıkları seyahatlar ve gittikleri yerlerde geçici olarak konaklamalarından doğan ihtiyaçların karşılanması ile ilgili faaliyetler bütünüdür (MEGEP, 2007:3) şeklinde veya "evinden uzakta olan kişilerin her türlü yatak, yiyecek, içecek ve eğlence ihtiyaçlarını karşılayan işletmelerin oluşturduğu endüstridir" şeklinde tanımlanabilir (www.göktepe.net).

1.2.Turist Kimdir? Kimler Turist Olarak Kabul Edilirler?

Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanları Komitesi tarafından 1937 yılında ortaya konulan tanıma göre turist; sürekli oturduğu ülkenin dışında herhangi bir ülkeyi 24 saatten uzun bir süre için ziyaret eden yabancı kişidir. Başka bir tanıma göre; tatil, eğlence, sağlık, din, spor gibi çeşitli nedenlerle para kazanma amacı olmaksızın ve sürekli yerleşmemek kaydıyla seyahat eden, seyahatin sonunda yaşadığı yere geri dönen kişiye turist denir. Başka bir tanımda, yer değiştirme hareketini gerçekleştiren, ulusal ve/veya küresel turizm pazarının müşterisi konumunda olan yani turizm faaliyetlerine katılan bireylere turist denilmektedir.

Turist tanımı içinde yerli turist ve yabancı turist veya başka bir deyişle iç ve dış turist kavramları yer almaktadır. Bu kapsamda yerli turist; kendi ülkesi içinde seyahat eden turisttir. Ankara'da oturup Pamukkale'yi görmeye giden bir kişi yerli turisttir. Kendi ülkesinden başka bir ülkeye seyahat eden turistler yabancı veya dış turisttir.

Ayrıca yerli ve yabancı turist kavramı dışında kalan, 24 saatten daha kısa süreli olarak bir yere seyahat eden ve konaklamayan turistlere günübirlikçi (excursionist) denir. Herhangi bir deniz aracıyla (kravazör, yat, tekne vs.) Kuşadası'na gelip gündüz Efes'i gezerek akşam ülkemizden ayrılan turistler ve gemi personeli günübirlikçi turist kabul edilirler.

Diplomatlar, hava alanlarından transit geçenler, sınır bölgelerinde oturmakta olup çalışmak ya da iş için günübirlik komşu ülkeye gidip gelenler, mülteciler, göçmenler ve yabancı bir ülkede bulunan askerler turist sayılmazlar.

1963 yılında Birleşmiş Milletlerin (United Nations) Roma'da düzenlediği Turizm ve Seyahat Konferansı'nda turist kavramı üzerinde yapılan tanımlamalar ve çalışmalar incelendiğinde turist kimliğinin ortaya çıkabilmesi için, yapılan konaklamanın en az 24 saat olması, yapılan seyahatin para kazanmak amacına yönelik olmaması ve ziyaretin amacının boş zaman değerlendirme, eğlenme, dinlenme, aile ziyareti vb. nedenlerden birisi olması gerekmektedir.

Turistik sözü de; arkeolojik, kültürel, tarihi, sportif, eğlendirici vb. özellikleriyle yerli ve yabancı turistleri kendine çekebilecek yer veya işletmeler için kullanılmaktadır (Çoruh, 1952).

1.3.Dünya’da ve Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi

Çalışmanın bu bölümünde Dünya’da ve Türkiye’de turizmin başlangıcı ve tarihsel gelişimine ilişkin bilgiler paylaşılacaktır.

1.3.1.Turizmin Tarihsel Gelişimi

İnsanlık tarihinin en ilkel çağlarında bile bir yöreden öbürüne yönelik insan hareketlerinin izlerine rastlanmaktadır. Bu ilk hareketler beslenme gereksinmesinden kaynaklanan bir yer değiştirme olarak ele alınmaktadır. Nerede yiyecek varsa insanoğlu oraya yönelmiştir. Bu yer değiştirmeler turizmin başlangıcı olarak değerlendirilmektedir (Eralp, 1983:1). İnsan yaşamında seyahat etmek kaçınılmaz bir olgu ve yaşamın doğal bir parçasıdır. Günümüzde seyahat ve dolaylı olarak tatil, dinlenme ve stres atma yöntemi haline gelmiştir (Özek, 2014:12).

Kaynaklarda turizmin başlangıcı M.Ö.4000'lere dayandırılmaktadır (Yıldız Ş, 2011:9). Denizci Fenikeliler modern anlamda bir yerden diğerine tüccar olarak giden ilk gerçek gezginlerdir. Polenezyalılar 15-20 metrelik küçük teknelerle Tahiti ve Hawaii adalarına (yaklaşık 2000 deniz mili) ulaşmışlardır. Piramitler ve tapınaklar nedeniyle M.Ö. 3000'lerde gezginler tüm dikkatlerini Mısır'a yöneltmişlerdi. Gezginlerin artması nedeniyle Eski Mısır'da ve Babil Krallığı'nda yolların güvenlik altına alındığı, konaklama ve dinlenme amacıyla evlerin ve bahçelerin inşa edildiği bilinmektedir. Öte yandan, Nuh peygamberin dünyadaki ilk ve büyük seyahat organizatörü olduğu söylenebilir.

İnsanların, tarihin ilk çağlarından itibaren yaşamları için gerekli olan yiyecek maddelerini temin etmek, avlanmak ve ilkel de olsa ticaret yapmak amacıyla yakın çevrelerine yolculuk yaptıkları bilinmektedir. Fenikeliler ile birlikte büyük bir gelişme gösteren modern seyahat tarihi Sümerlere kadar uzanmaktadır. Geçmişe bakıldığında bugünkü anlamda turizm olayının, Romalılarca Akdeniz Havzası'nda başlatıldığı anlaşılmaktadır. Romalılar, merak, eğlenme, tedavi, spor, kültür vb. nedenlerle yılın belirli dönemlerinde, yaşadıkları yerlerden ayrılarak seyahatlere çıkmışlardır. Eski Romalılar, Mısır'daki piramit ve tapınakları görmek için bu ülkeye uzun yolculuklar düzenlemişler, Yunanistan ve Anadolu'ya geçerek olimpiyatlara, şenliklere, festivallere

ve diğ er etkinliklere iştirak etmişler, böylece turizmin ilk öncüleri olmuşlardır (Bahar ve Kozak, 2005:5).

M.Ö.3000'li yıllarda piramitler ve tapınaklar nedeniyle Mısır ilk gezginlerin ilgi odağı olmuş ve o dönemde en fazla ziyaret edilen yer olmuştur. M.Ö.700'lerde Eski Yunan'da Olimpiyat Oyunları'nın başlamasıyla bugün de devam eden sportif turizm olayı ilk kez gerç ekleşmiştir. Modern anlamda turizm olayı Eski Yunan'da daha yoğun ve belirgin biçimde görülmüştür. M.Ö.334 yılında Büyük İşkender döneminde bir sezonda Efes'e yaklaşık 700 bin turistin geldiğı çeşitli kaynaklarda geçmektedir. Tarihte sadece gezi amaçlı seyahat edenler arasında ilk çağlarda ilk akla gelen isimler Heredot ve Paunaias'dır.

Çağdaş turizmin ilk ve en önemli şartlarından olan ulaşıma ilişkin ilk faaliyetler Romalılar tarafından yapılmıştır. Romalılar yaptıkları yollar ve ulaştırma araçlarıyla günde yaklaşık 120-150 km. yol katedebilmişlerdir. İsa'nın doğumuna karşılık gelen miladi takvimin ilk yıllarında Romalı asiler Mısır'a, Yunanistan'a, Anadolu'ya yaygın olarak seyahat etmişlerdir. 5'inci yüzyılda Roma İmparatorluğ u'nun çöküşü ve Avrupa'nın Orta Çağ a geçişi turizme zarar vererek zayıflatmıştır. Bununla birlikte Hıristiyanlığ ın hızlı yayılması din turizmini harekete geçirmiştir. Hıristiyanlar için Kudüs, Kapadokya, Efes; Müslümanlar için Mekke, Medine, Kerbela ziyaret edilen yerlerdir. Daha doğuda Budizmin hakim olduğı Hindistan'da Ganj Nehri ise en çok ziyaret edilen yerler arasındadır. Çeşitli dinler açısından kutsal sayılan bu yerler insanlar tarafından günümüzde de en çok ziyaret edilen yerlerdendir.

Bilinen en önemli seyahat hareketlerinden birisi Haçlı Seferleri'dir. Orta Çağ ın en ünlü seyyahlarından Marco Polo 1271-1295 yılları arasında İnan ve Afganistan'dan geçerek Pamir Yaylasını ve Gobi Çölünü aşıp Çin'e gitmiş ve bu seyahatle ilgili yayınladığı kitapta doğunun gizemini, haşmetini ve enginliklerini insanlara anlatmıştır. Bu sayede Marko Polo Ortaçağ ın en önemli gezgini olarak kabul edilmiştir. Çin'den Avrupa'ya Anadolu üzerinden uzanan İpek Yolu; ticaret kaynaklı turizmin, kültürel değ işimin ve etkileşimin en güzel örneğ idir. Ortaçağ da Türk kavimlerinin de turizm hareketlerinde yer aldıkları görülmektedir. Özellikle Anadolu Selçuklu Devleti döneminde seyahat halindeki insanların konaklama ve yiyecek-içecek gereksinimlerini karşılayabilecekleri kervansaraylar inşa edilerek, çağdaş turizmin ilk tesisleri hizmete sunulmuştur. Daha

sonra Osmanlılar döneminde de bu tür yapılar, sayıları artırılarak ve mimarisi geliştirilerek Türk turizm tarihindeki yerlerini almışlardır.

Kristof Kolomb'un 1492'de Amerika Kıtasına, 1497'de Vasco de Gama'nın Ümit Burnu'ndan Hindistan Denizi'ne, 1520'de Macellan'ın denizde yaptığı ilk dünya turları seyahat edilebilecek yeni yerlerin ortaya çıkmasına yol açmıştır.

1600'lerdeki Rönesans, 1800'lerin sonunda Avrupadaki endüstri devrimi ve Fransız devrimi sayesinde özellikle Avrupa ülkelerindeki milli gelir hızla yükselmiş, tarım toplumundan sanayi toplumuna geçilmiş, kentleşme olgusuyla birlikte yeni bazı temel hak ve özgürlükler elde edilmiştir. 19.yüzyılda İngiltere, Avrupa ve Kuzey Amerika'da ulaşım açısından çok önemli bir ilerleme kaydedilmesini sağlayan demiryolları hızla gelişmiş ve seyahat edebilmenin geniş kitlelere yayılmasında önemli rol oynamıştır. 19.yüzyılda deniz ulaşımında artık yelkenli gemilerin yerini buharlı gemilerin alması Avrupa'dan (özellikle İngiltere'den) başta Kuzey Amerika olmak üzere Atlantik seyahatlerinin yoğunlaşmasına sebep olmuştur. Ayrıca 1869'da Süveyş Kanalı'nın açılması denizden ulaşımında yeni gelişmelerin yaşanmasını sağlamıştır.

1841 yılında Thomas Cook tarafından ilk organize seyahat düzenlenmiş ve böylece Thomas Cook turizm tarihinin ilk tur operatörü unvanını kazanmıştır. Amerika'da başlangıçta posta taşımacılığı amacıyla 1848 yılında kurulan American Express Company, kitle turizmindeki gelişmelerin en önemli kilometre taşlarından. 20.yüzyılda yaşanan I. ve II. Dünya Savaşları seyahat güvenliği üzerinde olumsuz etki göstermiş, serbestlik ve özgürlük havasını ortadan kaldırmıştır. II.Dünya Savaşı sonrasında özellikle havacılık teknolojisinde yaşanan önemli ilerlemeler turizmin yükselen bir hızla gelişmesine önemli katkılar sağlamıştır. Demiryolu ulaşımı bu dönemde gerilemiş, buna keza otomobil sayısındaki artış her türlü öngörünün üstünde gerçekleşmiştir (Öğüt ve diğerleri, 2003:16-17).

Geride bırakılan son yüzyılda çok sayıda teknolojik yenilik ve gelişmenin ortaya çıkması nedeniyle toplumlar giderek sanayiye daha fazla önem vermek durumunda kalmışlardır. Akabinde ise hızlı kentleşmeyle birlikte ortaya çıkan gürültü, hava kirliliği, trafik problemi, aşırı stres vb. sorunlar insanların toplumsal ve psikolojik yapıları üzerinde olumsuzluklar ortaya çıkarmaya başlamıştır. Her geçen gün daha da artan bu sorunlar nedeniyle insanlar daha fazla dinlenme, eğlenme, gezip-görme ve

kendilerine boş zaman ayırma ihtiyacı hissetmektedirler. Bu nedenle günümüzde milyonlarca insan, daimi olarak ikamet ettikleri yerlerden geçici süreler ile başka ülke veya bölgelere gitmektedirler. Böylece, sosyoekonomik alanda geniş etkiler doğuran ve turizm adı verilen bu faaliyet, günümüz toplumları için temel bir ihtiyaç haline dönüşmüştür (Bahar ve Kozak, 2005:1,2).

Turizm 20.yüzyılın ikinci yarısında çok hızlı gelişmiştir. Havayolu ulaşımının çok uzun mesafelerin oldukça kısa bir zamanda aşılabilmesine imkan vermesi ve fiyatlarının rekabet koşulları nedeniyle daha uygun hale gelmesiyle dünya küçülmüş, daha çok insanın seyahat etmesini sağlayarak turizmin gelişmesinde ve yaygınlaşmasında büyük katkısı olmuştur. Bu duruma bağlı olarak ortaya çıkan talebi karşılamak için konaklama endüstrisinde de önemli gelişmeler yaşanmıştır.

Turizm alanında hızlı gelişmeler yaşanmasına neden olan belli başlı faktörler aşağıdaki şekilde özetlenebilir: (Öğüt ve diğerleri, 2003:17)

- Teknolojik gelişmeler ve makineleşme sayesinde çalışanların boş zamanlarındaki artış (12-13 saat olan çalışma saatlerinin 8 saate düşmesi) ve çalışanların ücretli tatil haklarının yaygınlaşması,
- İnsanların gelir düzeylerindeki artışlar,

Unutulmamalıdır ki; boş zamanın ve gelirin aynı anda bir arada bulunması gerekmektedir. Boş zamanınız var fakat paranız yok ise yada paranız var ve boş zamanınız yoksa tatil yapamazsınız. Bu nedenle ücretli izin kavramı turizmin gelişimine büyük katkı sağlamıştır (Jabbarnezhad, 2014:18).

- Ulaşım araçlarının çoğalması ve hızlı seyahat imkanları,
- Haberleşme araçlarının gelişmesi ve etkinleşmesi,
- Konaklama işletmelerinin yaygınlaşması ve çeşitlenmesi,
- Sosyal güvenliğin gelişmesi,
- Turizm bilincinin oluşması,
- Kültür ve eğitim düzeyinin artması.

Bireylerin turizm faaliyetlerine katılabilmeleri temel ihtiyaçların maliyetinin üstünde bir gelire sahip olmaları ile mümkündür. İnsanların ne kadar boş vakitleri olursa olsun, eğer tatil için harcayabilecekleri paraları yoksa tatile çıkamazlar.

Ayrıca kentleşmeden kaynaklanan hava kirliliği ve gürültü gibi faktörler insanları hiç olmazsa belirli bir süre bu ortamdan uzaklaşmaya yöneltmektedir. Gelişen tıp ve tıp teknolojisi sayesinde insanların ortalama yaşam süresi uzamış, insanlar emeklilik dönemlerinde de rahat ve sağlıklı bir şekilde tatil yapmaya başlamışlardır.

1.3.2.Türkiye’de Turizm

Türkiye turizminin tarihsel gelişimine bakıldığında Türkiye’nin coğrafi konumu gereği çok eskilerden itibaren seyahatlere ev sahipliği yaptığı görülmektedir. Anadolu toprakları, insanlığın yaradılışından bu yana sayısız medeniyete ve kavime ev sahipliği yapmış, ilk ve orta çağlarda, muhteşem iklimi, yer altı ve yer üstü zenginlikleri vd. sayesinde çok sayıda insanın ilgisini çekmiştir. Özellikle dünyada iki büyük dinin üç milyar civarındaki mensubunu ilgilendiren tarihsel olayların cereyan ettiği bir ülke konumundadır. Selçuklular döneminde de önemli yollar üzerinde yer alan han ve kervansaraylar Anadolu’nun yolcu trafiğini canlı tutmuştur.

Osmanlı İmparatorluğunun dünyada hüküm sürdüğü dönemlerde Anadolu coğrafyası küçük ve büyük ölçekli bir çok seyahate tanıklık ve şahitlik etmekteydi. Kayıtlar incelendiğinde ülkemizdeki ilk modern turizm hareketinin, 1863 yılında Sergi-i Umumu-i Osmani adını taşıyan serginin açılışı dolayısıyla başta Avusturya olmak üzere çeşitli yerlerden turistlerin gelmesi ile başladığı görülmektedir. 1870 yılında İstanbul’u Paris’e bağlayan Şark demiryolunun açılışı neticesinde zor şartlarda yapılan seyahatlerin büyük oranda kolaylaşması sayesinde, ülkemize olan turistik ziyaretlerin sayısında büyük artış meydana gelmiş, konaklama ihtiyacı nedeniyle ilk otellerin ve konaklama tesislerinin yapımını teşvik etmiş ve hızlandırmıştır. Bunun neticesinde ilk modern otel olarak kabul gören Pera Palas Oteli, 1872 yılında faaliyete geçmiştir (Süklüm, 2006:32). Türkiye’de turizm alanında yaşanan gelişmeler “Planlı Dönem Öncesi” ve “Planlı Dönem Sonrası” olarak iki aşama altında incelenmektedir.

Doğal ve kültürel kaynaklar açısından çok zengin olan Türkiye'nin henüz dünya turizm gelirinden önemli bir pay alamadan, dünya ölçüsünde değerli birkaç turizm kaynağının (peri bacaları, travertenler vs.) turizmden zarar görmesine zaman zaman şahit olunmaktadır (Doğaner, 2001).

1.3.2.1. Planlı Dönem Öncesi Türkiye’de Turizm

Kurtuluş Savaşı yılları, ülkemizde oluşabilecek turizm hareketlerine oldukça zarar vermiş ve engellemiştir. Turizmin tekrar canlanması Cumhuriyet’in ilk yıllarında, ulaşım faaliyetlerinde yapılan düzenlemeler ile olmuştur. Türkiye’de turizm alanında faaliyet gösteren ilk kurum 1923 yılında Atatürk’ün emriyle kurulan "Seyyahin Cemiyeti"dir. Bu cemiyet müteakip yıllarda "Türkiye Turing Kulübü" ve daha sonra da "Türkiye Turing ve Otomobil Kulübü" isimlerini almıştır. 2’nci Dünya Savaşı’na kadar Türkiye’nin turizm politikasını belirleyen bu kulüp uzun yıllar turizm dalında kamu kurumu gibi faaliyet göstermiş, yaptığı çalışmalar ile Türkiye’nin ilk turizm broşürleri, ilk turistik tanıtım rehberleri, ilk karayolları haritaları basılmış, ilk dil kursları kurulmuş, tercüman olacak veya rehberlik yapacak insanlar sınavlara tabi tutulmuştur. Bir yandan akademik çalışmalara ağırlık verilmiş, ilk turizm incelemeleri yazılmış ve yayımlanmış, turizm konulu kongreler ve konferanslar düzenlenmiştir.

O dönemdeki ismi ile Seyyahin Cemiyeti, İstanbul ve Bursa gibi önemli şehirlere turlar ve seyahatler düzenlemiş, buralardaki tarihi ve kültürel değerlerin tanıtılmasına büyük katkılar vermiştir. Deniz yoluyla İstanbul’a gelen turistlerin limandan geçişlerini kolaylaştıracak tedbirler aldırılmış, Türkiye’de hala tam olarak önüne geçilememiş bir problem olan fiyat tarifelerinin standart olmaması sorununu çözebilmek için taksi, kayık, hamal vb. hizmet tarifeleri hazırlatarak gerekli görülen yerlere astırmıştır. Böylece alınacak hizmet karşılığı ödenecek paranın önceden turistler tarafından bilinebilmesi konforu sağlanmıştır. (Şahin, 1990:103).

Türkiye’de turizmin bir kamu kurumu tarafından yönetilmesini sağlayacak ilk resmi teşebbüsler 1934 yılında çıkarılan “İktisadi Vekaleti Teşkilat ve Vazifeleri Hakkında 2450 Sayılı Kanun” ile başlamıştır (Şahin, 1990:104). Bu kanun neticesinde İktisat Vekaleti Dış Ticaret Dairesi’ne bağlı "Türk Ofisi” faaliyete geçmiştir. Bu kuruluş 1939

yılında "Turizm Müdürlüğü" adını alarak faaliyetlerine devam etmiştir. Bu müdürlüğün görevi turizmi teşvik etmek ve gerekli önlemleri almaktır. Turizm Müdürlüğü, 1940 yılında "Matbuat Umum Müdürlüğü" kuruluşuna geçmiş, 1943 yılında ise "Basın Yayın Umum Müdürlüğü"ne bağlı "Turizm Dairesi"ne devredilmiş, 1948'den itibaren ekonomik alt yapı yatırımlarına önem verilmiş ve daha fazla kaynak tahsis edilmeye başlanmıştır.

30 Haziran 1949 tarihinde çıkarılan 5392 sayılı "Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü Kanunu" ile "Turizm Danışma Kurulu" teşkil edilmiş ve bu kurul ilk toplantısını 19 Aralık 1949'da yapmıştır. Kurulun ilk icraati milli turizm politikasına bir temel oluşturabilmek maksadıyla "Turizm Ana Programı"nı hazırlamak olmuştur. 30 Mart 1950 yılında hayatımıza girecek olan 5647 sayılı "Turizm Müesseselerini Teşvik Kanunu"nun temeli bu ilk toplantıda atılmıştır (Şahin, 1990:103). Bu kanun sayesinde aynı yıl Türkiye Emlak Kredi Bankasından bir milyon liralık Turizm Kredisi Fonu oluşturulmuştur. Buna keza 23 Haziran 1955 tarihinde 10 milyon lira sermayeli Türk Turizm Bankası teşkil edilmiştir. Böylece turizm alanında faaliyet gösteren firmaların ve yatırımcıların ihtiyaçlarını karşılayacak, teşviklerden faydalanmalarını sağlayacak profesyonel bir kredi kuruluşu hayatımıza girmiştir.

Yol, liman, havaalanı gibi altyapı yatırımlarına da bu dönemde hız verilmiştir.

Kanunla teşkil edilen ve periyodik olarak toplantılar yapan Turizm Danışma Kurulu, turizmin ülke için olan öneminin daha iyi kavranmasına ve ülkemizin turistik alandaki potansiyelinin, yer altı ve yer üstü zenginliklerinin, muhteşem coğrafyasının ve ikliminin anlaşılmasına çok büyük hizmetler vermiştir.

Ülkemizde 1950'li yıllar baz alındığında altyapının (karayollarının, limanlarının, konaklama tesislerinin vb.) son derece yetersiz olduğu, yabancı turistlerin ülkemiz sınırları içinde serbest dolaşımlarının zor olduğu hatta bazı yerlerde de yasak olduğu görülmektedir. Bu zorlukların üzerine 2'nci Dünya Savaşının getirdiği şartlar da konunca ortaya çıkan tablo daha da olumsuz hale gelmiştir.

O dönemde Türk turizminin gelişmesi önündeki büyük bir engel olarak kabul edilen yabancılara yönelik bu yasaklar ve engellere ilişkin, 15 Temmuz 1950 yılında çıkan 5683 sayılı "Yabancıların Türkiye'de İkamet ve Seyahatleri Hakkında Kanun" ile

kısıtlamaları ve engelleri kaldırmaya yönelik çok önemli düzenlemeler yapılmıştır. Kanunda turist damgalı vizeyle kongre, konferans gibi kültürel faaliyetler için ülkemize gelenlere özel kolaylıklar sağlanmış, gümrük geçiş karnesi ile karayollarını kullanarak ülkemize giriş yapan turistlere dört ay süreyle ikamet belgesi almama hakkı getirilmiştir. Herşeye rağmen özellikle İstanbul, İzmir ve Bursa gibi kentlerimize, Akdeniz ve Ege'ye düzenlenen büyük turlar kapsamında hatırı sayılır miktarlarda turist gelmiş, ortadaki tüm olumsuzluklara rağmen tarihi ve arkeolojik önem taşıyan bir çok bölgemize yabancılar tarafından ziyaretler gerçekleştirilmiştir.

2'nci Dünya Savaşının bitmesinin de etkisiyle, 1950'lerin başlarında dünya siyasi hayatında ve genel ekonomide meydana gelen değişiklikler paralelinde, hepsi gerçek manada turist olmasa da Türkiye'ye yabancı girişinin ve öğrenim, staj, hac vb. maksatlarla dışarıya giden Türklerin sayısında artışlar olmuştur. Özellikle Dünya Bankasından alınan kredilerle ve Marshall Yardım Planı fonlarından alınan yardımlarla karayolları, liman hizmetleri ve diğer altyapı tesisleri iyileştirmeye çalışılmıştır. Türkiye'nin 18 Şubat 1952 tarihinde NATO'ya üye olması da ülkemize olan turistik hareketlere olumlu olarak etki göstermiş, yabancıların Türkiye'ye olan ilgisini artırmıştır (Şahin, 1990:104).

1953'te çıkarılan 6086 sayılı "Turizm Endüstrisi Teşvik Kanunu" ile yerli yatırımcıya, 1954'te çıkarılan 6224 sayılı "Yabancı Sermaye Yatırımlarını Teşvik Kanunu" ile yabancı yatırımcıya turizm alanında yatırım yapmaları için çeşitli teşvikler ve kolaylıklar sağlanmıştır.

25 Kasım 1957'de, turizmin öneminin her geçen gün daha iyi anlaşılmasının da bir sonucu olarak "Basın-Yayın ve Turizm Vekaleti" kurulmuş ve ilk defa turizm alanında yapılan faaliyetler bakanlık seviyesinde yönetilmeye başlanmış, böylece devletin ana fonksiyonları arasına girmeyi başarmıştır. Fakat bakanlık kurulmasına rağmen turizm alanında uzun bir süre daha Türkiye, uluslararası platformda istenilen düzeyde bir yer edinememiştir.

İller Bankasının ve Turizm Bankasının turizm için ayrılmış kaynaklarının ve fonlarının ihtiyacı karşılayamaması nedeniyle, turizm yatırımlarının önemini ve kalkınmaya olan olumlu etkisinin farkına yavaş yavaş varmaya başlayan devlet, yatırımların durmaması için ilave para kaynakları aramış, diğer kamu kuruluşlarının bünyesinde birikmiş

fonların turizm alanındaki teşviklere ve verilecek kredilere kaynak olarak kullanılmasını sağlamıştır.

Bu ilave kaynak arayışının temelinde o yıllardaki konaklama işletmelerinin çok yetersiz olması yatmaktadır. Zira gerek turizm için, gerekse turizm dışı maksatlarla ülkemize gelen ve sayıları gittikçe daha fazla artan yabancılar, barınacakları, konaklayacakları tesis bulmakta çok zorlanıyorlardı. Henüz büyük konaklama tesisleri yatırımı için hazır olmayan özel sektör, devlet tarafından bulunan kaynaklar ve teşvikler ile sektörde rol almaya başlamışlardır. İstanbul'da Divan ve Çınar Otelleri ile Tusan Otel-Motel zinciri bu dönemde inşa edilmiştir (Şahin, 1990:106).

Turizm alanında faaliyet göstermemesine rağmen fonlarını turizm alanına aktaran kamu kuruluşlarının başında emekli sandığı gelmektedir. Emekli sandığından sağlanan fonlar ile yapılan başlıca konaklama tesisleri ve oteller aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

İstanbul	Hilton, Büyük Tarabya, Maçka,
Ankara	Büyük Ankara Oteli, Stad Oteli
Bursa	Çelik Palas
İzmir	Büyük Efes Oteli, Foça Tatil Köyü
Eskişehir	Porsuk Oteli
Aydın	Kuşadası Tatil Köyü

Tablo 2 : Emekli Sandığından Sağlanan Fonlar ile Yapılan Başlıca Konaklama Tesisleri ve Oteller

Emekli Sandığı'nın vasıflı konaklama tesisi yatırımlarına girişmesi ülkemizde inşaat teknolojisinin yetersizliğini de ortaya koymuştur. Hem gerekli teknolojiyi temin etmek hem de ana faaliyet alanı olmayan inşaat sektörünün dışında kalabilmek için 1957'de yabancı bir girişimci ile Emek İnşaat A.Ş.'yi kurmuştur.

Turizmciler akademisyenler tarafından 1960, 1961 ve 1962 yılları diğer bir çok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de geçiş yılları olarak ele alınmaktadır. Bahsedilen yıllarda devlet tarafından turizm yatırımcısına sağlanan bir takım kolaylıklara rastlanmaktadır. 1961 Anayasası'nın 30'uncu maddesi ile "kıyıların korunması ve turizm amacıyla" devlet ve kamu tüzel kişilerine kamulaştırma yetkisi verilmiş, böylece turizm yatırımı yapmak isteyen yatırımcılara, tesis inşa edebilecekleri büyük ve tek parça araziler oluşturulmuştur.

Hem 1962, hem de 1982 anayasaları devletin ekonomiye müdahalesini beş yıllık kalkınma planları ile şekillendirmiştir. Planlar yol gösterici mahiyette, özel kesim için özendirici, kamu kesimi için ise emredici niteliğe sahip bulunmaktadır.

"Beş Yıllık Kalkınma Planları"nın turizm sektörü ile ilgili ortaya koyduğu gelen turist sayısını artırmak, turistlerin ortalama kalış sürelerini ve harcamalarını artırmak, kitle turizmine uygun konaklama ve ulaşım yatırımları teşvik etmek, gerekli alt yapı planlamaları yapmak, tanıtım faaliyetlerine yoğunlaşmak ve turizm eğitimlerine ağırlık vermek gibi hedeflerin bazıları günümüzde hala geçerliliğini sürdürmektedir.

Devletin turizm konusuna yıllar içerisinde istikrarlı bir yaklaşım sergilediği görülmektedir. Beş yıllık kalkınma planlarının her döneminde turizme yer verilmiştir. Çünkü çok iyi anlaşılmıştır ki; iyi organize olmuş bir turizm hareketinin çok miktarda döviz getireceği aşıkardır. Gelen döviz sayesinde, kaynağı bol olmasına rağmen yeteri kadar üretim yapamayan Türkiye ekonomisinin ödemeler bilançosu açıklarının kapatılması mümkün olacaktır (Şahin, 1990:112).

Plan öncesi dönem, turizmin sinerjisinin ve potansiyelinin keşfedildiği fakat büyük gelişmeler yaşanmadığı bir zaman dilimi olarak kalmıştır. Buna rağmen devlet teşkilatı içerisinde yerini alan ve devlet tarafından desteklenmiş bir sektör olmayı başarmıştır.

1.3.2.2. Planlı Dönem Sonrası Türkiye’de Turizm

1963 yılında Türkiye’de planlı döneme geçilmiştir. Turizm ekonomik, toplumsal ve kültürel getirileri ile “Beş Yıllık Kalkınma Planları” içinde incelenmiş ve şekillendirilmiştir. Turizme ilişkin hedefler konulmuş, ilke ve yöntemler daha da düzenli hale getirilmiş, pek çok tedbir alınmış ve uygulanmıştır (Budak, 2000:78).

2 Temmuz 1963 yılında “Turizm ve Tanıtma Bakanlığı”nın kurulması ve faaliyetlerin tek bir koldan yürütülmesi, turizmin, beş yıllık kalkınma planı içindeki hedeflerine ve görevlerine ulaşmasına büyük katkı sağlamıştır (Öğüt ve diğerleri, 2003:21-22).

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB)’nin 1972 yılında hayata geçmesiyle Türk Turizm Endüstrisinde faaliyet gösteren işletmeler kurumsal bir örgüt çatısı altında birleşmişlerdir.

Türkiye’deki turizm hareketleri analiz edildiğinde 1980 sonrası dönemin Türk Turizm Sektörü için atılım ve sıçrama dönemi olduğu görülmektedir. Birkaç yıl gibi kısa sürede turistik arz kapasitesi, elde edilen döviz ve gelen yabancı sayılarında önemli artışlar sağlanmıştır. 1979 ve 1980 yıllarında ülkeye döviz girişinin artırılmasına yönelik alınan tedbirler kapsamında sınırdan giriş yapan turistlere belli miktarda döviz bozdurma kuralı uygulanmıştır (Şahin, 1990:112).

Türk Turizm Endüstrisi 1990’lı yıllarda üç kez kriz koşullarını yaşamıştır.

- 1990-1991 Körfez Krizi (Irak Savası),
- 1993-1994 terörün doğrudan turizm yörelerini hedef alması,
- 1999 yılında meydana gelen Marmara ve Düzce depremleri (Menekşe, 2005:99).

Turizm endüstrisi açısından krizlerin önemi ortada olduğu halde kriz yönetimi ve kriz pazarlamasıyla ilgili turizm sektörüne yönelik çalışmaların hala yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir (Öztürk ve Türkmen, 2006:76). İçinde bulunduğumuz 2015 yılında Rusya’da yaşanan ekonomik krizin neden olduğu rezervasyon iptallerine karşı da yeterli tedbirlerin alınmadığı, krizin iyi yönetilemediği gözlemlenmektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yayımlanan “Türkiye Turizm Stratejisi-2023” dokümanında Türkiye Turizminin Vizyonu, “Sürdürebilir turizm yaklaşımı benimsenerek istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması ve Türkiye’nin 2023 yılına kadar, uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir varış noktası ve uluslararası bir marka haline getirebilmesinin sağlanmasıdır.” şeklinde belirlenmiştir (Türkiye Turizm Stratejisi-2023, 2007:3).

Aynı dokümanda 2023 yılında 63 milyon turist, 86 milyar dolar dış turizm geliri ve turist başına yaklaşık 1350 dolar harcamaya ulaşılması öngörülmektedir. Bu hedefe ulaşım ulaşılamayacağı zaman içerisinde görülecektir.

Planlı dönem sonrasında tanıtma faaliyetlerine de devlet tarafından el atılmıştır (Rızaoğlu, 2004). Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı Tanıtma Genel Müdürlüğü tarafından Kültür ve Tanıtma Müşavirliği adı altında şu anda 32 farklı ülkede 36 farklı şehirde ofisi bulunan bir teşkilatlanmaya gidilmiştir. Bu teşkilatlar ülkemizi tüm dünyaya tanıtmak için sürekli faaliyetlerde bulunmakta ve çeşitli organizasyonlara imza atmaktadırlar.

1.4.Türkiye’de Turizmin Mevcut Durumu

Tez çalışmasının bu bölümünde Türkiye’de turizmin rakamsal değerleri incelenecek ve TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) ve TÜRİSAB (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği) tarafından açıklanan resmi rakamlar kullanılarak mevcut durum, geçmiş ile kıyaslanarak ortaya konulmaya çalışılacaktır.

1.4.1.Türkiye’nin Turizm Geliri Ve Ziyaretçi Sayısına İlişkin Rakamlar

YIL	TURİZM GELİRİ (x000 \$)	ZİYARETÇİ SAYISI	KİŞİ BAŞI ORTALAMA HARCAMA (\$)	ORTALAMA GECE SAYISI
2001	10.450.728	13.450.127	777	--
2002	12.420.519	15.214.514	816	--
2003	13.854.868	16.302.053	850	11,1
2004	17.076.609	20.262.640	843	10,7
2005	20.322.111	24.124.501	842	10,4
2006	18.593.950	23.148.669	803	12
2007	20.942.501	27.214.988	770	11,3
2008	25.415.067	30.979.979	820	11
2009	25.064.481	32.006.149	783	11,2

2010	24.930.996	33.027.943	755	10,8
2011	28.115.694	36.151.328	778	11
2012	29.007.003	36.463.921	795	10,8
2013	32.308.911	39.226.226	824	10,2
2014	34.305.904	41.415.070	828	10

Tablo 3 : Türkiye'nin Turizm Geliri ve Ziyaretçi Sayısına İlişkin Rakamlar

Ülkenin ekonomik kalkınmasında turizmden çok şey beklenmektedir (Benligiray, 1977:3). Yukarıdaki tablo incelendiğinde; turizm gelirinin ve ziyaretçi sayısının düzenli olarak arttığı görülmektedir. Bununla beraber tablonun başlangıç yılı olan 2001'den 2014 yılına kadar kişi başı ortalama harcamalarında istenilen seviyenin çok altında bir artış olduğu, ortalama gece sayısında ise hafif düşüş eğilimi olduğu görülmektedir.

Turist sayısının artıp, ortalama kişi başı harcamanın neredeyse sabit kalması, ülkemize gelen turist profilini anlamamıza yardımcı olmaktadır. Ülkemizdeki otel ve tatil fiyatlarının diğer ülkelerdeki seçeneklere göre daha ucuz olması ve türk lirasının döviz karşısında düzenli olarak değer kaybetmesi nedeniyle, düşük gelirli turist gruplarının Türkiye'yi tercih ettikleri değerlendirilmektedir.

Tablodaki ortalama kişi başı harcama tutarı, yurt dışında ikamet eden yabancı ziyaretçilerin ve yurt dışında ikamet eden vatandaş ziyaretçilerin toplamalarının ortalamasından elde edilmiştir. Ayrı ayrı incelemek gerekirse, yurt dışında ikamet eden yabancı ziyaretçiler 2014 yılı için kişi başına 775\$ harcaııp ortalama 8,6 gün konaklamışlar, yurt dışında ikamet eden vatandaşlarımız ise kişi başına 1130\$ harcaııp ortalama 18,5 gün ülkede kalmışlardır.

1.4.2. Türkiye'ye Gelen Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımı

MİLLİYET	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2013/2012	2014/2013
ALMANYA	5 028 745	5 041 323	5 250 036	15,82	14,44	14,25	0,25	4,14
RUSYA FED.	3 599 925	4 269 306	4 479 049	11,33	12,23	12,16	18,59	4,91
İNGİLTERE	2 456 519	2 509 357	2 600 360	7,73	7,19	7,06	2,15	3,63
BULGARİSTAN	1 492 073	1 582 912	1 693 591	4,69	4,53	4,6	6,09	6,99
GÜRCİSTAN	1 404 882	1 769 447	1 755 289	4,42	5,07	4,76	25,95	-0,8
HOLLANDA	1 273 593	1 312 466	1 303 730	4,01	3,76	3,54	3,05	-0,67
İRAN	1 186 343	1 196 801	1 590 664	3,73	3,43	4,32	0,88	32,91

FRANSA	1 032 565	1 046 010	1 037 152	3,25	3	2,82	1,3	-0,85
A.B.D.	771 837	785 971	784 917	2,43	2,25	2,13	1,83	-0,13
İTALYA	714 041	731 784	697 360	2,25	2,1	1,89	2,48	-4,7
YUNANİSTAN	669 823	703 168	830 841	2,11	2,01	2,26	4,98	18,16
UKRAYNA	634 663	756 187	657 051	2	2,17	1,78	19,15	-13,11
İSVEÇ	617 811	692 186	667 551	1,94	1,98	1,81	12,04	-3,56
BELÇİKA	608 071	651 596	660 857	1,91	1,87	1,79	7,16	1,42
AZERBAYCAN	593 238	630 754	657 684	1,87	1,81	1,79	6,32	4,27
IRAK	533 149	730 639	857 246	1,68	2,09	2,33	37,04	17,33
AVUSTURYA	505 560	518 273	512 339	1,59	1,48	1,39	2,51	-1,14

Tablo 4 : Türkiye'ye Gelen Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımı

Yukarıda tabloda 2012, 2013 ve 2014 yıllarında 500.000 ve üzeri sayıda Türkiye'ye turist gönderen ülkeler listelenmiştir. Milliyetlerine göre sıralandığında en çok turist gönderen ilk üç ülke Almanya, Rusya ve Bulgaristan'dır.

Bu sıralamada Almanya'nın ilk sırada olmasında en büyük katkı orada yaşayan ve Alman vatandaşlığına geçmiş gurbetçi vatandaşlarımızdır. Her yıl yaklaşık 1 milyondan fazla Türk kökenli Alman vatandaşı gurbetçinin Türkiye'ye tatile geldiği değerlendirilmektedir.

Tabloda yer alan ülkeler coğrafi konumlarına göre incelendiğinde gelen turistlerin genellikle sınır komşularımız ve Avrupa ülkeleri vatandaşları oldukları gözlemlenmektedir. En uzak mesafede olan ülke ABD'dir.

1.4.3. Turizm Gelir ve Giderlerinin İhracat ve İthalata Oranları (x1.000.000\$)

YILLAR	İHRACAT GELİRLERİ	TURİZM GELİRLERİ	TURİZMİN İHRACATA ORANI (%)	İTHALAT GİDERLERİ	TURİZM GİDERLERİ	TURİZM İTHALATA ORANI (%)
2000	27.774,9	7.636,0	27,5	54.502,8	1.711,0	3,1
2001	31.334,2	10.450,7	33,4	41.399,1	1.738,0	4,2
2002	36.059,1	12.420,5	34,4	51.553,8	1.880,0	3,6
2003	47.252,8	13.854,9	29,3	69.339,7	2.424,8	3,5
2004	63.167,0	17.076,6	27,0	97.539,8	2.954,5	3,0
2005	73.476,4	20.322,1	27,7	116.774,2	3.394,6	2,9
2006	85.534,7	18.594,0	21,7	139.576,2	3.270,9	2,3
2007	107.271,8	20.942,5	19,5	170.062,7	4.043,3	2,4
2008	132.027,2	25.415,1	19,2	201.963,6	4.266,2	2,1

2009	102.142,6	25.064,5	24,5	140.928,4	5.090,4	3,6
2010	113.883,2	24.931,0	21,9	185.544,3	5.874,5	3,2
2011	134.906,9	28.115,7	20,8	240.841,7	5.531,5	2,3
2012	152.478,5	29.008,0	19	236.545,1	4.593,4	1,9
2013	151.802,6	32.309,0	21,3	251.661,3	5.253,6	2,1

Tablo 5 : Turizm Gelir ve Giderlerinin İhracat ve İthalata Oranları

“Turizm Gelir ve Giderlerinin İhracat ve İthalata Oranları Tablosu” incelendiğinde turizmden elde edilen gelirlerin, Türkiye’nin genel ihracının toplamının yaklaşık %20’sine denk geldiği görülmektedir. Turizmin ülke ekonomisine yaptığı katkı olağanüstüdür. İthalat aşamasında ise; %2 gibi bir pay ile yerini almakta ve cari açığın kapanmasına çok büyük destek vermektedir.

Turizm sektörü sadece kendi içinde yaklaşık %18 gibi bir ihracat fazlası meydana getirmektedir.

1.4.4. Turizm İşletme Belgeli Tesisler

Turizm İşletme Belgeli Tesisler						
YILLAR	TESİS	ARTIŞ (%)	ODA	ARTIŞ (%)	YATAK	ARTIŞ (%)
2000	1824	-4,35	156367	1,70	325168	1,83
2001	1980	8,55	175499	12,24	364779	12,18
2002	2124	7,27	190327	8,45	396148	8,60
2003	2240	5,46	202339	6,31	420697	6,20
2004	2357	5,22	217664	7,57	454290	7,99
2005	2412	2,33	231123	6,18	483330	6,39
2006	2475	2,61	241702	4,58	508632	5,23
2007	2514	1,58	251987	4,26	532262	4,65
2008	2566	2,07	268633	6,61	567470	6,61
2009	2625	2,30	289383	7,72	608765	7,28
2010	2647	0,84	299621	3,54	629465	3,40
2011	2783	5,14	319319	6,57	668829	6,25
2012	2870	3,13	336447	5,36	706019	5,56
2013	2982	3,90	357440	6,24	749299	6,13

Tablo 6 : Turizm İşletme Belgeli Tesisler

Turizm tesisleri için yatırım aşamasında verilen ilk belge turizm yatırım belgesidir. Turizm yatırım aşamasını geçmiş ve gerekli şartları yerine getirmiş olan turizm tesislerine,

sertifikasyonun bir sonraki aşaması olan turizm işletme belgesi verilmektedir. Turizm işletme belgeli tesislere ait yukarıdaki tabloda tesis, oda ve yatak sayılarında düzenli artışlar ve büyümeler gözlemlenmektedir. Bu artışın turizm gelirlerinin ve ziyaretçi sayılarının düzenli olarak artması ile oluşan talep karşısında meydana geldiği değerlendirilmektedir.

Türkiye’de turizm tesisi anlamında yatırım yapan yatırımcılar, turizm talebindeki büyümeye cevap verecek ve aynı zamanda vergi avantajından ve teşviklerden istifade edecek şekilde yatırımlara ve kapasite artırımlarına devam etmektedirler (ÜNER ve diğerleri, 2007:53).

1.4.5. Türkiye’deki Seyahat Acentelerinin Sayıları

Seyahat Acentelerinin Sayısı		
YIL	SAYI	BİR ÖNCEKİ YILA GÖRE ARTIŞ MİKTARI (%)
2000	4.354	0,6
2001	4.376	0,5
2002	4.465	2,0
2003	4.495	0,7
2004	4.493	-0,01
2005	4.878	8,6
2006	5.165	5,9
2007	5.184	0,4
2008	5.672	9,4
2009	5.751	1,4
2010	6.035	4,9
2011	6.399	6,0
2012	6.912	8,0
2013	7.283	5,4
2014	7.950	9,2

Tablo 7 : Türkiye’deki Seyahat Acentelerinin Sayıları

2000-2014 yılları arasında Türkiye’deki seyahat acentelerinin yıllara sari sayılarını gösteren tablo incelendiğinde sadece 2004 yılında sadece iki acentelik bir azalma

olduğu, diğer tüm yıllarda hep artış olduğu fakat artışların tutarsız olduğu görölmektedir. Bahsedilen yıllar içinde en küçük artış %0,4 ile (19 acente) 2007 yılı olduğu, en büyük artışın ise %9,4 ile 2008 yılında (488 acente) yaşandığı görölmüştür.

1.4.6.Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Kapama Payı

TURİZM GELİRLERİNİN DIŞ TİCARET AÇIKLARINI KAPAMA PAYI (x100)			
YIL	DIŞ TİCARET AÇIĞI (DTA) \$	TURİZM GELİRİ	TURİZM GELİRİNİN DTA KAPAMA PAYI (%)
2000	26.727.914	9.990.841	37,38
2001	10.064.867	13.450.127	133,63
2002	15.494.708	15.214.514	98,19
2003	22.086.856	16.302.053	73,81
2004	34.372.613	20.262.640	58,95
2005	43.297.743	24.124.501	55,72
2006	54.041.498	23.148.669	42,83
2007	62.790.965	27.214.988	43,34
2008	69.936.378	30.979.979	44,30
2009	38.785.809	32.006.149	82,52
2010	71.661.113	33.027.943	46,09
2011	105.934.807	36.151.328	34,13
2012	84.066.659	36.776.645	43,75
2013	99.858.613	32.308.991	32,35

Tablo 8 : Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Kapama Payı

Tabloda göröldüğü gibi yıllar içerisinde hem dış ticaret açığı hem de turizm gelirlerinde artışlar ve nadiren düşüşler olmuştur. Dış ticaret açığı sütunundaki azalma ülke ekonomisi için ne kadar güzel ise, turizm gelirleri sütunundaki azalma da bir o kadar kötüdür. Özellikle 2010 yılından itibaren dış ticaret açığının aşırı derecede büyümesi nedeniyle turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapamadaki oranı çok düşük kalmıştır. Buna rağmen Türk turizm ekonomisi ekonomiye yaptığı katkıları ile başı çekmeye devam etmektedir.

1.5.Turizm Çeşitleri

Turizm çeşitleri belli bir yönetmelik veya talimat ile standart hale getirilemeyecek kadar aktif ve geniş bir yelpazeyle sahiptir. Bu nedenle turizm çok çeşitli kriterler ışığında yapılmaktadır. Turizm çeşitlerinin bir kısmı, yapıları itibariyle zaman zaman farklı gruplar içinde de yer alabilir. Aynı anda farklı sınıflara dahil olduğu türlerinin bazılarının yapısı gereği başka sınıflarda da yer aldığı görülmektedir. Aşağıda belirli kategorilere göre turizm türleri sınıflandırılmaya çalışılmış olmasına rağmen listeye dahil edilememiş bir çok turizm çeşidi olduğu aşikardır.

1. Katılanların Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri :
Bireysel turizm, kolektif (grup) turizm ve kitle turizmi.
2. Seyahat Amaçlarına Göre Turizm Çeşitleri :
Kültürel turizm, spor turizmi, kongre turizmi, yat turizmi, mağara turizmi, dağ turizmi, çiftlik turizmi, av turizmi, golf turizmi, inanç turizmi, deniz turizmi, sağlık turizmi vb.
3. Seçilen Zaman Açısından Turizm Çeşitleri :
Yaz turizmi ve kış turizmi.
4. Sosyolojik Açıdan Turizm Çeşitleri :
Sosyal turizm, geleneksel turizm ve lüks turizm.
5. Katılanların Yaşına Göre Turizm Çeşitleri :
Gençlik turizmi (0–21 yaş), aktif yaş turizmi (21-55 yaş), üçüncü yaş turizmi (55+ yaş).
6. Turistin Geldiği Yere Göre Turizm Çeşitleri :
İç turizm ve dış turizm.
7. Kullanılan Ulaştırma Aracına Göre Turizm Çeşitleri :
Demiryolu turizmi, havayolu turizmi, denizyolu turizmi ve karayolu turizmi.
8. Konaklama Tesisinin Şekline Göre Turizm Çeşitleri :
Otel turizmi, karavan turizmi vb.
9. Seyahat Edilen Süreye Göre Turizm Çeşitleri :
Kısa süreli ve uzun süreli turizm.
10. Turistik Tüketim Aşamalarına Göre Turizm Çeşitleri :
Aktif turizm ve statik turizm.

11. Zaman Elemanının Bir Fonksiyonu Olarak Turizm Çeşitleri :
Konaklama turizmi, geçit turizmi, hafta sonu turizmi.
12. Spesifik Turizm Çeşitleri :
Etnik turizm, foto-safari, özel ilgi turizmi vd. (Ünusan ve Sezgin, 2004:6).

Üç tarafı denizlerle çevrili olan Türkiye’de Deniz Turizmi talebin en yüksek olduğu turizm dallarından birisidir (2011 Deniz Sektörü Raporu, 2011).

Turizm sektörünün alt grup işletmeleri konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri, ulaştırma işletmeleri, yiyecek- içecek işletmeleri ve tamamlayıcı işletmeler olmak üzere 5 grupta incelenebilir. (Süklüm, 2006:42).

1. Konaklama İşletmeleri: Otel, motel, pansiyon, kamping, tatil köyü, kaplıca ve diğer konaklama tesisleri.
2. Seyahat İşletmeleri: Tur operatörü, seyahat acentası,
3. Ulaştırma işletmeleri: Uçak, otobüs, gemi vb. ulaşım hizmeti veren işletmeler,
4. Yiyecek-İçecek İşletmeleri: İnsanların yeme-içme ihtiyacını gideren lokanta, restaurant vb. işletmelerdir.
5. Tamamlayıcı İşletmeler: Turizm ile ilgili ürün ve özel hizmet üreten işletmeler, turizm tanıtma ve reklamcılık işletmeleri, turizme bağımlı işletmeler (Ünusan ve Sezgin, 2004:5).

1.6.Konaklama İşletmeleri

Bir ülkenin sahip olduğu tarihi ve turistik güzellikler, onu destekleyen işletmelerce desteklenmedikçe hak ettiği değeri ve ilgiyi bulamaz (Gürkan, 2002:3).

Milyonlarca turist, buldukları yerlerden uzaklaşarak merakını gidermek, dünyayı keşfetmek veya sadece dinlenmek için seyahat etmektedir.

Konaklama işletmeleri, turizm sektörünün temel unsurlarından birini oluşturmaktadır. Konaklama işletmeleri, insanların kendi yaşam alanlarının dışına, değişik nedenlerle yaptıkları seyahatlerde birinci öncelikle konaklama, ikinci öncelikle de yeme-içme gibi zorunlu ihtiyaçların karşılanması için mal ve hizmet üreten ticari nitelikli işletmelerdir.

Turizm işletmeleri arasında ilk sırayı alan, turistik mal ve hizmetlerin üretimini sağlayan, varlıkları turizm olayına bağlı olarak ortaya çıkan ve şekillenip çeşitlenen işletmelere konaklama işletmeleri denilmektedir (Aktaş'tan aktaran Süklüm, 2006:42).

Dünya'da konaklama endüstrisinin doğuşu neredeyse birkaç bin yıl önceye dayanır. İnsanlık tarihinin çeşitli zaman dilimlerinde dünyanın çeşitli coğrafyalarında ve değişik amaçlar ile yaptığı seyahatlerde her zaman konaklama ihtiyacı vasıl olmuş, konaklayabilecekleri yerler aramışlardır. Ticari anlamdaki konaklama faaliyetleri ise paranın icadından sonra başlamıştır. İnsanoğlunun daimi olarak yaşadıkları bölgelerin dışına yaptıkları gezi/seyahatlerin çapı büyüdükçe, ihtiyaçlar da artmış, ilk tavernaların ve hanların kurulmasını tetiklemiştir (Olalı ve Korzay, 1989:7).

İlk çağlardaki (yaklaşık M.Ö.500-M.S.500) han ve diğer konaklama/barınma mekanları insanların seyahat etme ihtiyacının çoğalmasından doğmuştur. Eski Yunan ve Eski Roma dönemine ait yazılı belgelerde ve hatta kutsal kitap İncil'de geçen bazı bölümlerde yolcuların ve hayvanlarının barınma ve yeme-içme ihtiyaçlarını bu hanlardan karşıladıkları yazılıdır.

Günümüzdeki çağdaş otellerinin öncüsü sayılabilecek bu hanlar, sahibinin ailesiyle oturduğu kendi evi konumundaydı. Yolcular, dinlemek ve temel yiyecek gereksinimlerini karşılamak maksadıyla bu evlerde konaklıyor, hiç tanımadıkları, yolu oradan geçen diğer seyyahlarla aynı odayı paylaşıyorlardı (Aktaş, 2002:27).

Roma İmparatorluğu yıllarına ilişkin kayıtlarda (yaklaşık M.Ö.200-M.S.500) öğrenciler, sanatçılar ve tüccarlar için taverna ve hanlar yapıldığı, bunların bazılarında yolcuların konaklayacağı odalar olmasına rağmen ahırlarının bulunmadığı, bazılarında ise tam tersine sadece ahırların bulunduğu rastlanmaktadır. Sonraki dönemlerde ise bu ilkel hanlar biraz geliştirilmiş, Romalı rahiplerinin yönelttiği "Roma Hospice"ler kurulmuştur (Şener, 2010:6).

Ortaçağ döneminde İngiltere'de yolculukların artması nedeniyle İngiliz hancılığı gelişme gösterdi ve Avrupa hanlarının aksine aristokratlar yerine sıradan gezginlere hizmet verebilecek halde getirildi (Aktaş, 2002:27). İlk İngiliz hanları, geleneksel birahanelerin devamı olarak görülmekteydi ve daha sonra Avrupa otelciliğinin öncüsü durumuna gelmiştir (Maviş, 1992:45).

Bu dönemde, konaklama yapacak kişilerin ağırlanmalarına ilişkin ilk düzenlemeler yapılmaya da başlanmıştır. Bunların en çarpıcısı, bir seyyahın aynı yerde 3 günden fazla kalmaması şartıyla ücretsiz yemek yeme hakkını elde etmesidir. Yarı amatör olan bu han işletmeciliği veya ağırlama sistemi 1282 yılına kadar çok değişiklik göstermeden devam etmiştir. Bu tarihten sonra İngiltere ve Fransa'nın başını çektiği bir yenilik arayışı ile konaklama işleri daha gelişmiş bir şekilde yapılmaya başlanmıştır. Hanlarda şarap satılmaya başlanması bu döneme denk gelmektedir.

Avrupa'da ki bu gelişmeler otel işletmelerinin başlangıcı olarak görülmektedir. 1750 ve 1790 yılları arasında İngiltere'de sanayi devriminin rüzgarıyla Avrupa'da ilk defa otel kelimesi kullanılmıştır. "Hotel de Henry N" 1788'de Nontes'de o zaman için çok yüksek olan bir maliyetle (17.500 sterlin) yapılan, 60 yataklı ve Avrupa'nın en iyi otelidir (Şener, 2010:7).

Amerika'da ise ilk hanlar 11. ve 13.yüzyıllar arasında, ilk otel ise 1794 yılında New York'ta "City Hotel" olarak inşa edilmiştir. Bu otel aslında 73 odası ile hanların kapasite olarak büyütülmesiyle kurulmuştur. Gerçek anlamda günümüz modern otelciliğinin başlangıç taşı, 1829 yılında Boston'da inşa edilen "Tremont House" otelidir (Demirkol ve diğerleri, 2004:82). Bu otelde, tek ve iki kişilik odalar, kilitlenen kapılar, odalarda su tasları ve sürahiler, sabun, belboy hizmeti gibi dönemine göre oldukça lüks hizmetler sunuluyordu. Ancak, bu otelde devamlı akan su, ısıtma ve özel banyo gibi olanaklar yoktu ve yirminci yılında demode olarak modernleştirme amacıyla kapatıldı. Amerika'nın hızlı büyüyen ekonomisi karşısında Elsworth M.Statler, otel endüstrisini detaylı olarak analiz ederek ihtiyaçları tespit etmiş ve o zamana kadar duyulmamış yenilikleri barındıran "Buffalo Statler" isimli oteli 1908 yılında Buffalo şehrinde hizmete sokmuştur. Statler, otelcilik sektörüne otel zinciri kavramını sokan kişi olma ünvanına da sahiptir.

2'nci dünya savaşı yıllarında otelcilik sektörü en verimli yıllarını geçirmiş, özellikle 1900 ve 1960 yılları arasında çeşitli gereksinimlere cevap verecek şekilde kurgulanmış, ticari otel, ikametgah otel, lüks otel ve tatil otel gibi türleri ortaya çıkmıştır (Aktaş, 2002:28). Günümüzde, Dünya'da ve Türkiye'de sadece modern ve büyük otel işletmeleri değil, konaklama işletmelerinin diğer türleri de çok gelişmiş olup, üst düzey standartlarda hizmet vermektedir. Bu işletmeler turizm sektörünün dışında faaliyet

gösteren diğer işletmeler ile ortak projeler geliştirerek pazar paylarını arttırmaya çalışmaktadırlar (Şener, 2010:8).

Türkiye'deki konaklama işletmelerinin tarihi, eski hanlara ve kervansaraylara kadar dayanmaktadır. 6'ncı yüzyılda yazılmış olan Orhun Kitabeleri'nde "Moyanlık" denilen konaklama mekanlarından söz edilmektedir. Moyanlık aslında Türklerin "hayır ve yardım yurdu" olarak kurdukları, yardıma ihtiyacı olan yolculara yardım edildiği, iase ve ibate ihtiyaçlarının giderildiği konaklama ve geceleme tesisleridir. Sonraları "kervansaray" adıyla anılacak olan bu yerler Anadolu Selçuklular ve Osmanlılar döneminde en üst düzeye ulaşmıştır (Göksel, 1985:50). 13'üncü yüzyılın ilk yarısında, Anadolu Selçuklular döneminde, Anadolu'nun kervan yolları üzerinde yapılmış olan kervansaraylar mimari yapıları ile hala dikkat çekmektedir. Bugün bir kısmı harap, bir kısmı oldukça sağlam durumda bulunan kervansarayların sayısı yüzü aşmaktadır. Yolların uğrak ve kavşak noktalarında kurulan kervansaraylar, seyyahların hayvanlarıyla birlikte konaklayabileceği, gerektiğinde hayvanlarını değiştirebileceği, saldırılara ve olumsuz doğa şartlarına karşı güçlü, çoğunlukla su ve ormana yakın bölgelerdedir. Kervansaraylarda insanlar ve hayvanlar barınır, araçlar onarılırdı.

Seyyahların ihtiyaçlarını gidermek için kurulan, Batı'da han, Doğu'da kervansaray olarak doğan konaklama tesisleri arasında, işletme amacına göre farklılıklar mevcuttu. Batı'daki hanlar, ticari bir amaç uğruna işletiliyor ve para kazandığı için gelişebiliyordu. Doğudaki kervansaraylarda ise durum farklı idi. Burada konaklayan misafirlere para almak ayıp olarak nitelendirilmekteydi. Dünya çapında büyük ünü bulunan Türk kervansaraylarının neredeyse tamamı bir hayır kuruluşu olarak çalıştırılıyordu. Kervansaray sahibinin mali durumunda bir bozulma yaşandığında ise kervansaray kapılarını kapatarak çürümeye ve yıkılmaya terk ediliyordu. Bu sebeptendir ki; Batı dünyası hanlar ile başladığı konaklama organizasyonunu hızla geliştirmiş, Doğu'da ise kervansaraylar gelişemeyerek batının çok gerisinde kalmıştır (Olalı ve Korzay,1989:8,9).

İpek ve Baharat yollarına ev sahipliği yapan Anadolu'nun bu konumu gereği, ticari amaçlı seyahatleri kolaylaştırmak için yapılan kervansarayların faaliyetleri, Doğu ve Batı arasındaki ticaretin gün geçtikçe azalması ve başka yollara kayması dolayısıyla yavaş yavaş yok olmuş, kullanımı zamanla ortadan kalkmıştır.

1839 yılında yürürlüğe giren “Tanzimat Fermanı” ile batı ülkeleri ile Osmanlı arasındaki ilişkiler artmış, ilk organize turist kafilesi 1863 yılında İstanbul’da açılan “Sergi-i Umumi-i Osmani” ziyaretçileri olmuştur (Akçura, 2002). 1872 yılında Türk tarihinin modern anlamdaki ilk oteli olan Pera Palas Oteli 120 odalı ve 200 yataklı olarak açılmıştır (Kozak, Çakıcı ve diğerleri, 2008:15,16). 1883 yılında Orient Express’in de Paris-İstanbul seferlerine başlamasıyla İstanbul’a gelen yabancı sayısında büyük bir artış olmuş ve İstanbul’da modern otel ihtiyacı doğmuştur. Pera Palas Oteli ve 1914 yılında yapılan Tokatlayan Oteli, Avrupa’nın ve Ortadoğu’nun o dönem içinde en lüks otelleri olarak görülmektedir (Şener, 2010:10). Daha sonra ise 1931 yılında Park Oteli, 1955 yılında Hilton otelleri hayatımıza girmiştir. Hilton Oteller Zinciri Türkiye’de açılan ilk oteller zinciri olma ünvanına sahiptir. Hilton Oteli aynı zamanda Türk Otelcilik sektörüne adeta yönetici ve nitelikli personel yetiştiren bir okul gibi hizmet vermiştir (Yıldız Ş, 2011:13).

Yerli ve yabancı turistlerin her türlü ihtiyaçlarına cevap verecek tesislerde ağırlanmaları ve ülkeden memnun gönderilmeleri Türkiye'nin tarihi, kültürel ve doğal güzelliklerinin sunulması kadar önem arz etmektedir. Turizm arzını oluşturan yatırımlar, turizm talebini karşılamada diğer dünya ülkeleri ile rekabet edebilecek kapasitede olmalıdır.

Konaklama işletmelerinde müşteri memnuniyetini artırmak ve başarılı olmak için çalışan personel arasında son derece iyi bir koordinasyon ve işbirliği sağlamak gerekir. Unutulmamalıdır ki; konaklama işletmelerinde başlıca hizmet müşteri ağırlamak ve memnun etmektir.

İlk dönemlerde konaklama ve yiyecek-içecekten oluşan konaklama işletmelerine zaman içerisinde, teknik servis, satın alma, muhasebe, pazarlama, depolama, insan kaynakları gibi çeşitli işletme birimleri eklenmiştir. Bu tür alt işletme fonksiyonlarına destek hizmetler denilmektedir.

1.6.1.Konaklama İşletmelerinin Sınıflandırılması

2005 tarihli Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin Dördüncü Kısımının “Tesis Türleri” başlıklı birinci bölümünde “Asli Konaklama Tesisleri” olarak belirlenmiş konaklama tesisleri, Oteller, Moteller, Tatil

Köyleri, Pansiyonlar, Kampingler, Apart Oteller ve Hosteller olmak üzere yedi ana başlık altında toplanmıştır (www.resmigazete.gov.tr).

Dünyada otelcilik endüstrisinin gelişiminin özeti tablo 9'da verilmiştir.

1485-1603	Bu yıllar arasında özellikle İngiltere'de Han örneklerine rastlanmaktadır. Hanlar genellikle posta arabalarının güzergahlarında kurulmuş ve konusunda uzman olmayan kişiler tarafından işletilmektedir.
1536	Fransa'da ilk catering kuruluşu açıldı. Bu işletmeler, evlere servis yapıyorlardı.
1645	Venedik'te ilk cafe açıldı.
1650	İngiltere'de ilk cafe Oxford'ta açıldı. Büyük ilgi gördüğünden 1700 yılına kadar İngiltere'de 200 yeni cafe daha işletmeye açıldı.
1653-1658	İngiltere'de "Pasting House"ler açıldı. Bu işletmeler, yolculara konaklamanın yanı sıra sıcak su ve yiyecek gibi hizmetleri de sunuyorlardı.
1760	İngiltere'de ilk kez "Hotel" kavramı kullanılmaya başlandı. "Hotel" kavramını ilk olarak Anne's Hotels ve The Grand Hotel kullandı.
1669	Paris'teki ilk kez kahve servisi Osmanlı Büyükelçiliğinde yapıldı. Bu yıllarda "Hotels Garni"lerin ilk örnekleri açılmaya başlandı.
1765	Paris'te restoranların ilk örneği açıldı.
1775	The Green Dragon oteli Boston'da önemli bir kongre oteli olarak yapılandırıldı.
1784	"Posting House"ler İngiltere'de devlet posta dağıtım noktalarına göre işletmeye açılmaya başladı.
1792	Fransız Devrimi'nin bir sonucu olarak Fransa'da varlıklı insanların ortada görünmemesi dolayısıyla oteller, basit pansiyonlar şeklinde hizmet sunar hale geldi. Ancak bu yıllarda İngiltere'de şehir otelleri açılmaya başladı.
1794	New York'ta otel fonksiyonlarına sahip ilk şehir oteli açıldı.
1800-1833	Paris'te Grande Cuisine açıldı.
1801	Francis Union Hotel, Philadelphia'da açıldı.
1801-1820	Tavernalar otel haline gelmeye başladı.
1806	Amerika'da döneminin en büyük oteli olan "The Exchange Coffee House", 200 oda ve yedi katlı olarak açıldı.
1824	İlk dağ evi ve resort oteli Amerika'da Castkill'de 300 odasıyla işletmeye açıldı.
1825	New York'ta "The Canal" otelinde ilk kez havagazı kullanılmaya başlandı.
1825-1858	Gastronomi ile ilgili ilk kitap Alexis Syer tarafından Londra'da yayınlandı.
1826	"City Hotel", birinci sınıf otel kabul edildi.
1830	Amerika'da table d'hote servis kullanılmaya başlandı.
1834	Amerika'da demiryolları istasyonları yakınlarında oteller işletmeye açılmaya başlandı.
1841	Cesar Ritz, otellerinde konaklayanlara eğlence hizmetini sunmaya başladı.

1846	Otellerde kalorifer ile ısıtma sistemi ilk kez The Exchange Hotel'de kullanılmaya başlandı.
1848	Otellerde emanet kutusunun kullanılmasına ilk kez Boston'daki bir otelde başlandı.
1859	Otellerde ilk kez asansör Amerika'da kullanılmaya başlandı.
1870	Otellerde spor alanlarının müşteri hizmetine sunulmasına başlandı.
1875	Zamanının en büyük oteli olarak adlandırılan "The Palace Hotel", San Francisco'da işletmeye açıldı.
1882	Elektrik ile aydınlanmaya ilk kez New York'taki "Hotel Everest"te başlandı.
1884	İlk kez condiminium sistemi New York City'deki "Chelsea Hotel"de uygulanmaya başlandı.
1888	California'nin en lüks oteli olarak "Del Coronado Hotel" inşa edildi.
1890	Otelcilikte ilk kapsamlı stoklama sistemi Thomson şirketi tarafından Chicago'da kullanılmaya başlandı.
1907	Cesar Ritz, ilk franshising sistemini kurdu. Bu sistemle çalışan oteller Carlton, Boston, New York, Barcelona, Madrid ve Montreal'de işletmeye açıldı.
1908	İlk Statler otel zinciri olan "Buffalo Statler" hizmete açıldı.
1920	New York'ta otelcilik sektöründe tam anlamıyla bir patlama gerçekleşti. Çok sayıda otel işletmeye açıldı. Oteller % 86 doluluk oranıyla çalışmaya başladı.
1925	Amerika'da ilk motel işletmeye açıldı.
1930	Otelcilik sektörü 1929 Krizi'nden etkilendi. Oteller % 5 gibi bir doluluk ile çalışmaya başladılar. 1935 Hilton ve Sheraton gibi zincir otel işletmelerinin ilk örnekleri açılmaya başladı.
1940	Modern anlamda servis yapan moteller kurulmaya başlandı.
1942-1945	İkinci Dünya Savaşı yıllarında oteller ile motellerin bir bölümü askeri kamp olarak kullanılmaya başlandı. Ancak savaşın hemen ardından otelcilikte çok büyük gelişmeler yaşandı
1946	Devletler karayolu yapımına hız verince motellerin de sayısı artmaya başladı.
1950-1970	Küçük ölçekli oteller yaygınlaşmaya başladı.
1960	Oteller ile motellerin farklı amaç ve işlevleri olduğu kabul edildi ve sınıflamalar ayrı ayrı yapılmaya başlandı. Büyük otel anlayışı yerleşmeye başladı.
1954	Ramada otellerinin ilk zinciri ABD'de Arizona eyaletinde işletmeye açıldı.
1970	Iber Otel zincirinin ilk oteli İspanya'da hizmete girdi.
1979	Holiday Inns otelcilik zinciri, dünya genelinde 2500 adete ulaştı.

Tablo 9 : Dünyada Otelcilik Endüstrisinin Gelişimi (Kozak ve diğerleri 2002:3-4)

1.6.1.1.Oteller

Konaklama işletmelerinin en önemli alt dalı olan oteller, seyahat eden insanların kalacakları yerdeki konaklama ve beslenme ihtiyaçlarını karşılamaya yöneliktir (Gürkan, 2002:4).

Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğinin 19.maddesindeki otel şöyledir; “Oteller, asli fonksiyonları müşterilerin konaklama ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında, yeme-içme, spor ve eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen tesislerdir.” (www.mugla-turizm.gov.tr).

İlk çağlardan bu yana çok çeşitli nedenlerden dolayı seyahat eden insanlar seyahatleri boyunca konaklama, yeme-içme ve diğer ihtiyaçlarını ilkel şartlarda da olsa bir şekilde karşılamaya çalışmışlardır. Han, taverna ve daha sonra otel olarak isimlenen bu işletmeleri yıllar içerisinde ticaret, seyahat ve endüstrisinin gelişimine paralel olarak gelişme göstermiştir.

Başka bir tanıma göre oteller, asıl fonksiyonları müşterilerin konaklama ihtiyaçlarını karşılamak olan, bu hizmetin yanında yeme, içme, eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen tesislerdir (Türkmen, 2000:49).

Otel işletmeleri verdikleri hizmetlere göre 1 yıldızlı, 2 yıldızlı, 3 yıldızlı, 4 yıldızlı ve 5 yıldızlı olmak üzere beş ana grupta sınıflandırılmışlardır. Son zamanlarda sıkça duyduğumuz 7 yıldızlı olarak lanse edilen oteller, tamamen bir pazarlama sloganı ile bu ismi almışlardır.

1.6.1.2.Moteller

Moteller, genellikle karayolu geçiş güzergahları, kavşaklar ve kent merkezlerinin yakınlıklarına kurulmuş tesislerdir. Karayolu ile seyahat edenlerin çoğalması, otomotiv sektörünün gelişmesi ve özel araç sahibi olma kavramının hayatımıza girmesi ile birlikte uzun yolculuklara çıkacak insanların konaklama ihtiyaçlarından doğmuştur. İlk moteller bir sıra halinde 12 ile 24 odası bulunan ve bu sıranın ortasında veya bir ucunda yönetim bürosu bulunan yatay biçimde inşa edilmiş yapılardır. İlk motel kelimesi 1926 yılında Amerika'nın California şehrinde kullanılmıştır (Aktaş, 1989:27). Yapı, tesisat,

donatım, mefruşat, dekorasyon ve servis yönlerinden üstün özellikler gösteren, zorunlu olmayan ek hizmetler sağlayan ayrıca lokanta ve kafeteryası bulunan tesisler birinci sınıf motel, diğerleri ise ikinci sınıf motel olarak sınıflandırılmaktadır.

1.6.1.3.Tatil Köyleri

Tatil köyleri, doğal güzellikler içerisinde ve genellikle deniz kenarlarında kurulmuş, rahat bir konaklama yanında çeşitli spor ve eğlence hizmetlerinin de sağlandığı, odaları otel odası, süit veya bunların kombinasyonu şeklinde olan ve dağınık yerleşme biçimindeki yapılardan oluşan en az 80 odalı konaklama tesisleridir (www.mevzuat.gov.tr).

İyi organize edilmiş tatil köylerinde, sağlık tesislerinden alışveriş merkezlerine, eğlenceden kültürel olanaklara kadar çok yönlü hizmetler tatilcilere sunulabilmektedir.

Yerleşim özellikleri, yapı, donatım ve servis hizmetleri bakımından üstün özellikler gösteren, bunlara ilave olarak bünyesinde bir çok eğlence, spor imkanları, hamamı, saunası ve çocuk yuvası bulunduran tatil köyleri birinci sınıf, diğerleri ise, ikinci sınıf tatil köyleri olarak sınıflandırılmaktadır.

Günümüzde herşey dahil sisteminin de etkisiyle en çok tercih edilen konaklama işletmeleri tatil köyleridir.

1.6.1.4.Pansiyonlar

Pansiyonlar, konaklama tesisi olarak planlanıp inşa edilmiş, yönetimi basit, müşteriye yeme-içme hizmeti veren veya müşterilerin kendi yemeklerini kendilerinin hazırlamalarına olanak verebilecek yapıda olan, en az 5 odalı konaklama tesisleridir (Kozak, vd.1994: 51).

1.6.1.5.Kampingler

Kampingler; karayolları güzergahları ve yakın çevrelerinde, deniz, göl, dağ gibi doğal güzelliği olan yerlerde kurulan ve genellikle müşterilerin kendi imkanlarıyla geceleme, yeme-içme, dinlenme, eğlence ve spor ihtiyaçlarını karşıladıkları en az on ünitelik tesislerdir.

1.6.1.6.Apart Oteller

Apart oteller; mesken olarak kullanılmaya elverişli bağımsız apartman ya da villa tipinde inşa ve tefriş edilen, müşterinin kendi yeme ve içme ihtiyacını karşılayabilmesi için gerekli teçhizat ile donatılan ve otel olarak işletilen tesislerdir.

1.6.1.7. Hosteller

Hosteller; gençlik turizmine cevap verebilecek ve yeme-içme hizmeti veren veya müşterinin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme imkanı olan en az on odalı tesislerdir.

2.BÖLÜM : HERŞEY DAHİL SİSTEMİ

Herşey Dahil Sistemi, önceden satın alınmış tatil paketi sayesinde, tesisin sunmuş olduğu konaklama, yiyecek-içecek ve diğer bazı hizmetlerden, gün boyunca para ödmeden faydalanıldığı bir tatil sistemidir. Bu sistemin dünyadaki mevcut formatında ulaşım da paketlerin içinde yer almaktadır. Amaç cüzdan taşımadan tatil yapabilmektir. Tatilciler bu sistemde, tatil ücretlerini peşin ödediklerinden tatilleri esnasında ödeme yapma kaygısı taşımadan, ilave ödeme olmadan tatil yapma konforuna sahip olmaktadır.

Herşey Dahil Sistemi ile Tatil kavramı; uçak bileti, havaalanı transferleri, odalar, yiyecek ve içecekler, tüm tesis ve donanımların kullanımını da içerisine alan bir ücreti, önceden ödemeyi gerektiren tatiller olarak tanımlanabilmektedir (Barak, 2006:52).

Türkiye’de sanayileşme ve üretimde emek gücünün yerini büyük oranda makineleşmenin almasıyla birlikte önem kazanmaya başlayan turizm sektörü müşteri odaklı bir sektördür. Müşteri odaklı olmanın sonucu olarak sektörde yer alan işletmelerin, müşteri memnuniyetini sağlamaları gerekmektedir. Müşteri memnuniyetini gerçekleştirmek için işletmelerin uygulayacağı stratejilerin başında, sundukları ürün ve hizmetlerin farklılaştırılması gelmektedir (Bostan ve diğerleri, 2006:32). Dünyada ve Türkiye’de pek çok turist seyahat seçimlerinde değişikliklere ve özellikle “Herşey Dahil Sistemi”ne yönelmişlerdir (Tolay, 2012). Tur operatörleri ve seyahat acenteleri de bu değişime ayak uydurarak faaliyetlerini bu sisteme uyarlamışlardır.

Herşey Dahil Sistemi, Türkiye’de bir talep sonucundan daha çok, İspanya Yunanistan ve Portekiz ile rekabet etme gücüne ulaşmak için tercih edilmiştir. (Keskin, 2008:34).

Herşey Dahil Sistemi dünyada yaygın olmasına rağmen Türkiye’de 1990’lı yıllarda uygulanmaya başlanmış, 2000’lerin başından itibaren popüler olmuştur. Herşey Dahil Sisteminin ana fikri; tatil süresince cüzdan taşımamak ve para harcama ile ilgili stresten uzaklaşmaktır (ÜNER ve diğerleri, 2006:37). İlk başlarda özellikle büyük ölçekli konaklama işletmelerinin tercih ettiği bu sistem, zamanla kalıcı bir satış tutundurma faaliyeti olarak görülmemiş, pazara uyum sağlama açısından geçici bir trend olarak değerlendirilmiştir. Fakat günümüzde herşey dahil sistemi çok büyük bir rekabet ortamı haline gelmiş ve orta ve büyük ölçekli tesisler için olmazsa olmaz bir konsept olarak yerini almıştır.

Herşey Dahil Sistemini tercih eden tatilciler, tatil sürelerinin tamamını konaklama işletmesinde geçirme eğilimi içindedirler (Esen, 2013:3). Parasını peşin peşin ödedikleri ve sınırsız yeme içme hakları olması tatilcileri bu davranışa itmektedir. Bu davranış yöre esnafının “Herşey Dahil Sistemi Türk Turizmini Bitiriyor” eleştirilerine yol açmaktadır.

Herşey Dahil Sistemi, Türkiye’de kullanılmaya başlandığından beri çeşitli sebeplerle gerek bu sistemi sunanlar, gerekse turistler ve sektör temsilcileri tarafından standart eksikliği, hizmet kalitesini ve turizm gelirlerini düşürmesi ve turistlerin gittikleri ülkelerin kültürlerini yeterince tanıyamaması vb. nedenlerle tartışılmaya devam edilmektedir (Yaylı ve Yayla, 2012:156).

2.1. Herşey Dahil Turların Tarihsel Süreci

Herşey Dahil Sistemi, paket tur kavramının ortaya çıkması neticesinde meydana gelmiştir. İlk paket turların 1841’de Thomas Cook tarafından İngiltere’de icraata geçirildiği bilinmektedir. İlk başlarda ulaştırma aracı olarak sadece demiryolları kullanılmış ve konaklama hizmeti verilmemişti. 1920’lerden sonra buharlı gemi turlarının düzenlenmesiyle paket turlar oldukça önemli gelişme yaşamış ve popülerlik kazanmıştır (Süklüm, 2006:58).

19’uncu yüzyılın ilk yarısında sektördeki büyüme hızı, ulaşım araçlarındaki durgunluk, yüksek ulaşım maliyetleri ve yolcu konforunun istenilen seviyeye ulaşamamasından dolayı yavaşlamıştır. Haberleşme teknolojisinin yetersizliği, insanların yer değiştirmesi hareketinin sınırlılığı ve konaklama sektöründeki yetersizlikler gibi nedenler de, paket tur sektörünün hızlı gelişimini engellemiştir (Hacıoğlu, 2000:93).

Daha önceleri seyahat organizasyonlarında sadece tren ve gemi gibi kısıtlı ve çok hızlı olmayan ulaştırma araçları yoğun olarak kullanılırken, 2’nci Dünya Savaşı sonrasında kara yolu ve hava yolu taşımacılığı etkin bir şekilde tur organizasyonlarında kullanılmaya başlanmış ve seyahatlerin süresi azalmıştır. Özellikle charter uçuşları sayesinde turistik gruplara özgü, özel tarifeli seferlerin devreye girmesiyle, sadece seyahat hizmetleri değil tur düzenleme organizasyonlarının da önemi ortaya çıkmış ve tur operatörlüğü kavramı gündeme gelmiştir.

1959 yılına kadar, sadece charter uçaklarıyla yapılan paket turlar, aynı yıl tur operatörlerinin tarifeli uçak seferleri kullanarak paket tur düzenlemelerine izin verilmesiyle birlikte, örgütlü seyahat pazarı gittikçe yaygınlaşmış ve grup seyahatleri için tarifeli havayollarında özel bir ücret sistemi uygulanmaya başlanmıştır (Gürkan, 2002: 52).

Tur operatörlerinin bir tatili, bir bireyin kendi düzenleyebileceğinden çok daha ekonomik bir fiyata mal etmesi ve bunu paket halinde satması, az gelirli kişilerin yabancı ülkelere yaptıkları seyahatlerde karşılaştıkları sorunları önceden giderebilmesi, paket turlara olan talebin daha da artmasına neden olmuştur. Önceleri sadece özel amaçlar için, belli grupların yararlandığı seyahatler olan paket turlar, sonraları hızlı ve ucuz seyahat etmek isteyen kitlelere de ulaşmış ve bunun sayesinde turizm endüstrisinin çok büyük bir gelişim göstermesinde katkı sağlamıştır.

Ulaşım, konaklama ve diğer yardımcı hizmetlerin hepsini birden kapsayan Herşey Dahil Sistemi uygulamasının bir tatil paketi şeklinde tanımlanmış olması konaklama işletmesinin önemini de ortaya çıkarmaktadır. Çünkü paket içerisinde yer alan hizmetlerin büyük bir kısmı konaklama işletmesi tarafından sağlanmaktadır (Çorbacı, 2004:51). Diğer dünya ülkelerinden Türkiye'ye tatile gelmek isteyen turistler uçak biletlerini, kalacakları otelin bedelini ve diğer ihtiyaç duyulacak hizmetler (pasaport temini, vize işlemleri, havaalanı transfer hizmet vb.) için tek bir ücret ödemektedirler.

Kitle turizminin yaygınlaştığı 1990'lı yıllarda paket programların içinde uçak bileti, konaklama (oda-kahvaltı, yarım veya tam pansiyon), rehberlik hizmetleri ve havaalanı transferleri gibi aktiviteleri mevcutken, paket tur içindeki konaklama hizmeti herşey dahil sistemi olarak değiştirilmeye başlanmıştır (Gökdeniz, vd., 2000:290).

Herşey Dahil Sistemi'nin dünyadaki ilk uygulaması, Karayiplerde etrafı yüksek duvarlar ve tellerle koruma altına alınmış büyük otellerde ve saraylarda gerçekleşmiştir. Daha çok İngiliz tur operatörleri tarafından gelir seviyesi yüksek kişilere yönelik düzenlenen bu turlar, daha sonra hızla yayılmış ve Akdeniz'e kıyı ülkelerle birlikte ülkemizde de uygulanmaya başlanmıştır.

Herşey Dahil Sistemi Türkiye'de ilk kez 1990'lı yılların başında Marco Polo, ardından Magic Life tarafından uygulamaya konulmuş ve hızla gelişerek bütün bölgelere

yayılmıştır. Tatilciler tarafından oldukça beğenilen ve tercih edilen Herşey Dahil Sistemi, güney sahillerinde öncelikle 5 yıldızlı otellerde ve 1.sınıf tatil köylerinde, uygulanmaya başlanmıştır.

Herşey Dahil Sisteminin dünyada yaygınlaşmasında, Alman ve İtalyan turizm işletmeleri büyük rol oynamışlardır. TUI, NUR, ITS gibi başlıca büyük tur operatörleri kendi işlettikleri Robinson Club, Club Aldiana ve Club Calimera tatil köyleri ile İspanya, Türkiye, Yunanistan, İtalya, Avusturya, İsviçre, Kenya, Sri Lanka, Kanarya Adaları, Tunus, Senegal, Tayland ve İbiza gibi turistik bölgelerde Herşey Dahil Sistemini uygulamışlardır (ÜNER ve diğerleri, 2006:37).

Herşey Dahil Sistemi, otel işletmelerine alternatif bir konaklama uygulaması yaratmasının yanında; terör, deprem, rekabet vb. çeşitli nedenlerle sıkıntı yaşayan Türk turizm sektörüne talep yaratmada tur operatörlerine ve turistlere cazip bir alternatif oluşturmuştur (Çakıcı ve Çetinsöz 2010). Yapılan araştırmalar konaklama tesislerinin Herşey Dahil Sistemine geçtikten sonra doluluk oranlarının arttığını ortaya koymaktadır (Üngüren ve Cengiz, 2009)(www.altid.org.tr).

Herşey Dahil Sistemi'nin, yarım pansiyon ve tam pansiyon gibi pansiyon türlerinde de yaşandığı gibi, uluslararası normlarda standartlaştırılmamış ve içerdiği hizmetlerin net olarak belirlenmemiş olması nedeniyle, ülkeden ülkeye, hatta aynı ülke içindeki farklı lokasyonlarda uygulama farklılıkları görülmektedir. Bu anlamdaki uygulama farklılıkları, Herşey Dahil Sistemi'nin, farklı işletmelerde, farklı isimlerle anılmasına neden olmaktadır (Gürkan, 2002:53). İçerdiği hizmet ya da hizmetlerin saatine göre değişen bu isimlerin yoğun olarak kullanılanları aşağıda listelenmiştir.

- Herşey Dahil,
- İmperyal Herşey Dahil,
- Maksimum Herşey Dahil,
- High Herşey Dahil,
- Ultra Herşey Dahil,
- Ultra Inclusive,

- Mega Herşey Dahil,
- Mega Ultra Herşey Dahil,

Türkiye'de konaklama işletmelerinin fiyat indirimine giderek, yatak kapasitelerini doldurmaya çalışmaları ve sattıkları Herşey Dahil Sistemindeki tatil paketlerinin başına max., ultra, superior vb. taktıkları isimlerinde etkisiyle ülkemizi kalitesi çok düşük, deniz, güneş ve kum dışında hiçbir tatil anlayışı olmayan turist kitlesi ziyaret etmeye başlamıştır (Esen, 2013:3).

Ayrıca TUI, NUR ve ITS gibi uluslararası tatil organizasyonlarının tatil sezonu açılmadan Türkiye'deki konaklama işletmelerinden peşin olarak ve ucuza satın aldıkları yüksek miktarlı rezervasyonlar nedeniyle Türkiye'de tatil yapmak, Avrupalı turistler için yaklaşık %15-20 daha ucuza mal olmaktadır. Bir de üstüne Türk lirasının değerinin diğer döviz kurlarına göre oldukça düşük olması da eklenince, Avrupa'da en düşük ücretli çalışan insanlar bile rahat rahat Türkiye'ye gelip güzel bir tatil geçirip ülkelerine geri dönebilmektedirler.

Eğer Türkiye'de yaşıyorsanız ve internetten yurtdışındaki bir siteden Türkiye'de bir tatil satın almışsanız, otele kayıt yaptırdığınız esnada otel görevlileri tarafından yurt dışında yaşayıp yaşamadığınız pasaportunuza bakılarak teyit edilmektedir.

2.2.Konaklama İşletmelerinde Herşey Dahil Uygulamaları

Konaklama işletmelerinde, Herşey Dahil Sistemi kapsamında sunulan hizmetlerin başlıcaları satın alınan Herşey Dahil paketine de bağlı olarak tablo 10'da gösterilmiştir.

Herşey Dahil Sistemi kapsamında satın alınan bir tatil paketinin içeriğine göre alınacak hizmetlerin çeşitliliği de değişmektedir.

Her şey Dahil Pansiyon Sistemi Çeşitleri				Sunulan Ürün ve Hizmetler
Ultra/High Class Her Şey Dahil Sistemi	Maksimum Her Şey Dahil Sistemi	İmperyal Her Şey Dahil Sistemi	Klasik Her Şey Dahil Sistemi	Konaklama,
				Tüm öğünlerde yemekler,
				Öğün dışında aperatif yiyecekler,
				Limitsiz yerli, sıcak-soğuk, alkollü-alkolsüz içecekler,
				Sınırlı ithal yiyecek ve içecekler,
				Eğlence ve animasyon faaliyetleri,
				Sınırlı kara sporları,
				Çocuk kulüpleri,
				Dondurulmuş gıdalar,
				Sınırsız ithal, sıcak-soğuk, alkollü-alkolsüz içecekler,
				Açık büfenin yanında A la Carte restoranlar,
				Sınırsız kara sporlarına ek olarak sınırlı deniz sporları,
				Özel spesiyalite restoranları,
				Sınırsız deniz sporları,
				Sauna, hamam, aerobik salonu gibi aktiviteler
Odalarda ücretsiz doldurulan minibarlar,				
Motorlu su sporları,				
Çocuklu aileler için çocuk bakıcısı,				
Çamaşır ve ütü hizmetleri,				
Odalardan telefon ve faks aramaları,				
İnternet bağlantısı,				
Her türlü sağlık hizmetleri tek bir fiyat dahilinde müşterilere sunulmaktadır.				

Tablo 10: Herşey Dahil Sisteminin İçerdiği Ürün ve Hizmetler (Menekşe, 2005:101).

2.3. Herşey Dahil Sistem Uygulamalarında Karşılaşılan Sorunlar

Herşey Dahil Sistemi tüketici veya başka bir deyişle tatilci için mükemmel bir tatil hissi verse de aşağıda bahsedilen bir takım temel sorunlara sahiptir.

- Tur operatörlerinin, konaklama işletmelerini Herşey Dahil Sistemi kapsamında olmayan hizmetleri de dahil ederek pazarlaması, gittikleri konaklama işletmesinde bu hizmetleri bulamayan müşterilerin zaman zaman şikayet etmelerine neden olmaktadır.
- Karşılaşılan bir başka sorun da, personelin müşteriden bahşiş alamaması ve işletmelerin de personele fazla ücret ödemek istememesi nedeniyle çalışan sirkülasyonunun fazla olması neticesinde deneyimli personel bulunamamasıdır.

- Özellikle düşük ücretli yapılan tatillerde, işletme tarafından sunulan yiyecek-içecek çeşitlerinin az olması ve menülerin genelde değişmeden aynı şekilde sunulması müşterilerin otele bakışını olumsuz etkilemektedir (Çorbacı, 2004:53). İşletme, müşterisine ucuz tatil yaptırdığı için kar marjını korumak maksadıyla daha az çeşitli ve daha ucuz yemek menüleri hazırlamaktadır.
- Müşterilerin bütün gün tesis içerisinde olması ve ekstra harcama yapmadan sürekli tüketmeleri nedeniyle, işletme açısından maliyetler beklenenden daha fazla yükselebilmektedir. Bu işletmenin kar marjlarının düşmesine neden olmaktadır. (Üngüren vd., 2010:100).
- Henüz standartlaştırılmamış bir kavram olan Herşey Dahil Sistemi, işletmeden işletmeye farklılık göstermektedir. Farklı işletmelerde aynı isim altında (örnek : ultra herşey dahil) satılan tatil paketleri arasında hem fiyat farkı, hem de sunulan hizmetler arasında fark oluşabilmektedir. Bir işletme ultra herşey dahil pakette su sporları hizmeti verirken, aynı lokasyonda farklı bir işletme su sporları hizmeti vermemekte, ilave ücret talep edebilmektedir.

2.4.Herşey Dahil Sistemin Olumlu Yönleri

- Herşey Dahil Sisteminin turizm sezonunu yaklaşık bir ay kadar uzattığı görülmektedir. Gün boyunca tesis içinde kalacak olan müşterilerin, ücretli hizmetler için para harcama ihtimalleri bulunduğundan konaklama işletmeleri için cazip bir sistemdir (Gürkan, 2002: 57).
- İşletme açısından pazarlama kolaylığı sağlar.
- Pazardaki diğer rakip işletmeler ile rekabet imkanını artırır.
- Faaliyetlerin önceden planlanması sonucu, diğer bir ifade ile herşey dahil paketi satın alan müşterilerin sayısı ve sunulacak hizmetlerin önceden bilinmesi kolaylık sağlar. Bunun sayesinde yönetim kolaylığı ve maliyet kontrolü imkanı daha fazladır.
- İşletmenin tanıtımına ve reklamına katkıda bulunur.
- Tur operatörleri ve seyahat acentelerinin satışlarında kolaylık sağlar (Çorbacı, 2004:52).

- Herşey Dahil Sistemi uygulayan konaklama işletmeleri, rezervasyonların önceden satılmış olması nedeniyle tur operatörlerinden sağlanan ön ödemeler sayesinde, mali yapılarını güçlendirerek yatırım ve harcamalarını daha kolay planlayabilmektedir (www.turizm gazetesi.com).

İşletmenin doluluk oranının ve elde edilecek gelirin artmasına katkıda bulunur.

3.BÖLÜM: HERŞEY DAHİL SİSTEMİNİN TÜRK TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Dünya’da ve Türkiye’de neredeyse vazgeçilmez tatil tiplerinden biri haline gelmiş olan Herşey Dahil Sistemi, Türkiye’de kullanılmaya başlandığından beri çeşitli sebeplerle gerek bu sistemi sunanlar, gerekse turistler ve sektör temsilcileri tarafından standart eksikliği, hizmet kalitesini ve turizm gelirlerini düşürmesi ve turistlerin gittikleri ülkelerin kültürlerini yeterince tanıyamaması vb. nedenlerle tartışılmaya devam edilmektedir. Bu tez çalışmasının amacı Herşey Dahil Sisteminin Türk Turizm Sektörüne olan etkilerini ortaya koymak ve müşteri memnuniyetine ilişkin bir anket çalışması yapılarak Herşey Dahil Sisteminin tatilcilerin ihtiyaçlarına cevap verip vermediğini ortaya koyabilmektedir.

3.2.Araştırmanın Yöntemi ve Evreni

“Herşey Dahil Sistemi (HDS)”nin Türk turizm sektörüne etkisini belirleyebilmek için basit rassal örnekleme yöntemiyle seçilen 75’i bay ve 26’sı bayan olmak üzere toplam 101 kişiyle anket çalışması yapılarak veriler toplanmıştır. Verilerin incelenmesinde SPSS paket programı kullanılmıştır. Yapılan testlerde anlamlılık düzeyi %5 ($p<0,05$) olarak alınmıştır. Verilerin sunumunda öncelikle demografik bilgilere yer verilmiştir. Ardından çalışmaya katılanların tatil yapıları incelenmiştir. Son kısımda ise Likert tipi ölçekle elde edilen yanıtlardan yola çıkarak HDS ile ilgili ankete katılanların görüşleri ortaya konulmuştur. Bulgular özet tablolar ve grafiklerle sunulmuştur.

3.3.Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada basit rassal örnekleme yöntemiyle seçilen kişilere bir anket uygulanmış, bahse konu anketin ilk bölümünde demografik bilgiler, ikinci bölümünde ise ankete katılanların Herşey Dahil Sistemi kapsamında geçirdikleri tatilleri hakkındaki fikirleri öğrenilmeye çalışılmıştır.

Araştırmada bilgi toplama aracı olarak kullanılan anket, konuyla ilgili olarak benzer amaçlarla (değişik sektör ve işletme türlerine yönelik olsa da) şimdiye kadar yapılan araştırmaların ve özellikle anket tekniği kullanılarak yürütülen uygulamalı çalışmaların

incelenmesi ve araştırmacı tarafından turizm sektöru ve otel işletmelerindeki iş ilişkilerinden doğan diğer özellikler göz önüne alınarak oluşturulmuş olup, konuyla ilgili uzman görüşlerine başvurulması sonucunda, ankete son şekli verilerek uygulanmaya hazır hale getirilmiştir.

Veri toplamak için hazırlanan ve evrendeki kişilere uygulanan anketler araştırmacı tarafından doğrudan dağıtılıp toplanmış, Bu sayede ankette anlaşılamayan sorular hakkında yüz yüze görüşme imkanı sağlanmıştır.

3.4.Verii Çözümleme Yöntemi

Yapılan anket çalışmasına katılan kişilere yönelik demografik bilgiler ve Herşey Dahil Sistemiyle ilgili düşüncelerini ölçmek maksadıyla üç ana başlık altında (HDS'nin Türk turizmine etkisi, HDS'ye duyulan güven ve HDS'nin ekonomikliği) toplam 30 adet soru yöneltilmiştir. Herşey Dahil Sistemi ile ilgili düşüncelerini ölçmek maksadıyla oluşturulan 15 adet soruya kesinlikle katılıyorum, katılıyorum, emin değilim, katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum şeklinde işaret koymaları istenmiştir.

3.5.Bulgular

Çalışmaya katılanların büyük çoğunluğu (%77,23) evli kişilerden oluşmaktadır. Genellikle 20-39 yaşları arasında yer almaktadırlar. Bununla birlikte memurlar çalışmadaki büyük çoğunluğu oluşturmaktadırlar. Genellikle üniversite mezunlarından oluşan anket grubu daha çok 2001 ve üzeri bir gelire sahiptir. Ankete katılanlardan çocuğu olmayanların (%31,68), tek çocuğu olanların (%32,67) ve iki çocuğu olanların (%29,70) toplam yüzdenin %94,05'ini oluşturdukları gözlemlenmiştir. Katılımcıların %99,01'i Türk vatandaşıdır (Tablo 11).

		n	%			n	%	
Milliyet	TC	100	99,01	Meslek	İşçi	2	1,98	
	Diğer	1	0,99		Ev hanımı	4	3,96	
Yaş	20 yaş altı	4	3,96		Memur	70	69,31	
	20-29	32	31,68		Emekli	2	1,98	
	30-39	38	37,62		Doktor-Mühendis-Öğretmen	10	9,90	
	40-49	20	19,80		Öğrenci	4	3,96	
	50 ve üzeri	7	6,93		Diğer	9	8,91	
Medeni durum	Evli	78	77,23		Eğitim seviyesi	İlköğretim	2	1,98
	Bekar	23	22,77			Lise	11	10,89
Çocuk sayısı	Yok	32	31,68			Üniversite	75	74,26
	1	33	32,67	Lisansüstü		13	12,87	
	2	30	29,70	Aylık gelir	1000 ve altı	6	5,94	
	3	4	3,96		1001-1500	2	1,98	
	4 ve üzeri	2	1,98		1501-2000	6	5,94	
Cinsiyet	Bay	75	74,26		2001-3000	50	49,50	
	Bayan	26	25,74		3001 ve üzeri	37	36,63	

Tablo 11: Demografik bilgiler

Ankete katılanların tatil alışkanlıkları veya tatil ile ilgili düşünceleri ve şimdiye kadarki tatilleriyle ilgili yaptıklarıyla alakalı sorular “çalışmaya katılanların tatil yapıları” terimiyle belirtilmiştir. Çalışmaya katılanların tatil yapıları Tablo 12’de gösterilmektedir. Buna göre insanlar daha çok (%86) eğlenmek için tatile çıkmaktadır. En çok yurtiçi tatil seçeneği tercih edilirken, oteldeki konaklama süresi de genellikle 1-7 gün arasında gerçekleşmektedir.

Tatilcilerin tatil rezervasyonlarını daha çok bireysel olarak yaptıkları, seyahat acenteleri ve tur operatörleri aracılığıyla yapılan rezervasyonların nispeten daha az olduğu görülmektedir. Tatil için ödenen ücretin genellikle 101-200 tl. arası olduğu, ankete katılanların çoğunlukla eşleri ve çocukları ile birlikte tatil yaptıkları ve %34,65’lik bir kesimin bir önceki tatillerini de HDS ile yapmış oldukları gözlemlenmektedir.

Tablo-12 incelemeye devam edildiğinde; %42,57’lik bir kısmın daha önce 1 defa HDS ile tatil yaptığı, HDS hakkında çoğunlukla internetten ve arkadaşlar aracılığıyla haberdar oldukları, ekstra harcamaların az olması nedeniyle HDS’yi tercih ettikleri, tatilcilerin %31,68’inin tatil süresince yöredeki tarihi yerleri de ziyaret ettikleri, %30,69’unun ise otel/tesis dışına hiç çıkmadıkları sonucuna ulaşılmaktadır. Anket katılımcılarının büyük çoğunluğunun HDS için ödenen toplam ücret dışında günlük 100 tl. nin altında para harcadıkları da tespit edilmiştir.

		n	%
Tatile çıkma nedeniniz?	Eğlence	87	86,14
	Kültürel	4	3,96
	Sağlık	0	0,00
	İş	1	0,99
	Diğer	9	8,91
Tatilinizi nerede geçirdiniz?	Yurtiçi	98	97,03
	Yurtdışı	3	2,97
Oteldeki konaklama süreniz	1-7 gün	89	88,12
	8-14 gün	8	7,92
	15-21 gün	2	1,98
	22-28 gün	0	0,00
	29 gün ve üzeri	2	1,98
Tatil rezervasyonunuzu ne şekilde yaptırdınız?	Bireysel	57	56,44
	Seyahat acenteleri-tur operatörleri aracılığıyla	44	43,56
Tatil için ödenen ücret	100 ve altı	23	22,77
	101-200	37	36,63
	201-300	20	19,80
	301-400	7	6,93
	401 ve üzeri	14	13,86
Tatilinizi kiminle birlikte geçirmektesiniz?	Yalnız	9	8,91
	Eşim ve ben	19	18,81
	Eşim ve çocuklarım	57	56,44
	Arkadaşım	14	13,86
	Diğer	2	1,98
Daha önceki seyahatinizde hangi konaklama türünü tercih etiniz?	Bu hayatımın ilk tatili	8	7,92
	Yarım Pansiyon	22	21,78
	Tam Pansiyon	20	19,80
	Oda-Kahvaltı	11	10,89
	Herşey Dahil Sistemi	35	34,65
	Diğer	5	4,95

“Herşey Dahil Sistemi” ile kaç defa tatil yaptınız	1	43	42,57
	2	24	23,76
	3	11	10,89
	4	11	10,89
	5 ve üzeri	12	11,88
“Herşey Dahil Sistemi”ni hangi kaynaktan öğrendiniz	Televizyon	6	5,94
	Seyahat Acenteleri	22	21,78
	Arkadaş	28	27,72
	Gazete-Dergi	5	4,95
	İnternet	37	36,63
	Diğer	3	2,97
“Herşey Dahil Sistemi” tercih etme nedeni	Ekstra harcamaların az olması	39	38,61
	Para bozdurma endişesinin olmaması	0	0,00
	Tatil planının hazır olması	23	22,77
	Harcama takip etme zorunluluğunun olmaması	17	16,83
	Çok daha kaliteli hizmet sunulması	16	15,84
	Diğer	6	5,94
Tatiliniz süresince otel dışında herhangi bir aktiviteye katıldınız mı?	Hiç katılmadım	31	30,69
	Yöredeki tarihi yerlerin ziyareti	32	31,68
	Şehir merkezinde alışveriş	20	19,80
	Otel dışındaki turistik amaçlı turlara katılma	16	15,84
	Diğer	2	1,98
“Herşey Dahil Sistemi” kapsamındaki tatiliniz için ödediğiniz ücret dışında ne kadar para harcadınız?	100 ve altı	59	58,42
	101-200	21	20,79
	201-300	10	9,90
	301-400	5	4,95
	401 ve üzeri	6	5,94

Tablo 12: Çalışmaya katılanların tatil yapıları

Çalışmaya katılanların HDS ile ilgili düşüncelerini ölçmek için uygulanan Likert tipi sorulara verilen yanıtların dağılımı Tablo 13’te yer almaktadır. Sorular üç temel faktörde gruplandırılmıştır. Bunlar; HDS’nin Türk turizmine etkisi, HDS’ye duyulan güven ve HDS’nin ekonomikliği olarak isimlendirilmiştir. Bu üç temel faktör detaylandırıldığında;

HDS’nin Türk Turizmine Etkisi kapsamında;

“HDS ile tekrar seyahate çıkmayı düşünür müsünüz?” sorusuna, çalışmaya katılanların %44,55’i “katılıyorum”, %36,63’ü ise “kesinlikle katılıyorum” şeklinde cevap vermişlerdir.

“HDS’yi arkadaşlarınıza tavsiye eder misiniz” sorusunda %53,47 ağırlıkla “katılıyorum” cevabı ortaya çıkmıştır.

“HDS’den memnun kaldınız mı?” incelemesinde baskın cevap olarak %52,48 yüzdesi ile “katılıyorum” neticesi alınmıştır.

HDS’ye Duyulan Güven kapsamında;

“HDS çerçevesinde verilen taahhütlerin gerçekleştiğine inanmakta mısınız?” sorusuna katılımcılar tarafından %63,37 olarak “katılıyorum” şeklinde cevap verilmiştir.

“HDS’de ödediğiniz ücretin karşılığını aldığınıza inanmakta mısınız?” sorusu hitamında tatilcilerin %58,42’si “katılıyorum” cevabını vermişlerdir.

“Otelin sunmuş olduğu hizmetlerin kaliteli olduğuna inanmakta mısınız?” sorusuna verilen cevaplardan %61,39 yoğunlukla “katılıyorum” sonucu ortaya çıkmıştır.

“Otelin fiziki altyapısının yeterli olduğuna inanmakta mısınız?” incelemesinde ise “katılıyorum” cevabı %51,49 olarak gözlemlenmiştir.

HDS’nin Ekonomikliği kapsamında;

Katılımcıların %36,63’ünün “HDS’nin diğer konaklama çeşitlerine göre daha ekonomik olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna “katılıyorum” şeklinde cevap verdikleri görülmüştür.

“HDS en iyi konaklama ve tatil çeşididir” sorusunda %33,66 yoğunlukla “katılıyorum” cevabına ulaşılmıştır.

“HDS dışında başka bir tatil planı yapmam” sorusunda ise %29,70 oran ile “katılmıyorum” cevabına ulaşılmıştır.

	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Emin değilim		Katlıyorum		Kesinlikle katlıyorum		Ort	s	Medyan
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
HDS'nin Turizm Etkisi													
• “Herşey Dahil Sistemi” ile tekrar seyahate çıkmayı düşünür müsünüz?	4	3,96	4	3,96	11	10,89	45	44,55	37	36,63	4,06	1,00	4
• “Herşey Dahil Sistemi”ni arkadaşlarınıza tavsiye eder misiniz?	5	4,95	3	2,97	9	8,91	54	53,47	30	29,70	4,00	0,98	4
• “Herşey Dahil Sistemi”nden memnun kaldınız mı?	4	3,96	4	3,96	9	8,91	53	52,48	31	30,69	4,02	0,96	4
HDS'ye Duyulan Güven													
• “Herşey Dahil Sistemi” çerçevesinde verilen taahhütlerin gerçekleştiğine inanmakta mısınız?	6	5,94	0	0,00	10	9,90	64	63,37	21	20,79	3,93	0,92	4
• “Herşey Dahil Sistemi”nde ödediğiniz ücretin karşılığını aldığınıza inanmakta mısınız?	6	5,94	0	0,00	9	8,91	59	58,42	27	26,73	4,00	0,95	4
• Otelin sunmuş olduğu hizmetlerin kaliteli olduğuna inanmakta mısınız?	6	5,94	2	1,98	11	10,89	62	61,39	20	19,80	3,87	0,96	4
• Otelin fiziki altyapısının yeterli olduğuna inanmakta mısınız?	7	6,93	0	0,00	17	16,83	52	51,49	25	24,75	3,87	1,02	4
HDS'nin Ekonomikliği													
• “Herşey Dahil Sistemi”nin diğer konaklama çeşitlerine göre daha ekonomik olduğunu düşünüyor musunuz?	5	4,95	8	7,92	27	26,73	37	36,63	24	23,76	3,66	1,08	4
• “Herşey Dahil Sistemi” en iyi konaklama ve tatil çeşididir.	5	4,95	8	7,92	29	28,71	34	33,66	25	24,75	3,65	1,09	4
• “Herşey Dahil Sistemi” dışında başka bir tatil planı yapmam.	11	10,89	30	29,70	26	25,74	20	19,80	14	13,86	2,96	1,22	3

Tablo 13: HDS ile ilgili düşüncelerin dağılımı.

Tablo 13'te ayrıntısı verilen faktörlerin iç tutarlılıkları analizleri t-test ile kontrol edilmiştir (Tablo 14). Yapılan testler sonucunda tüm faktörlerin kendi içlerinde istatistiksel olarak anlamlı seviyede farklılaştıkları tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

	Faktör Ortalaması	Std. Sapma	t-test	sd	p	%95 Güven aralığı	
						Alt Limit	Üst Limit
HDS'nin Turizme Etkisi	4,03	0,93	43,428	100	0,000	3,84	4,21
HDS'ye Duyulan Güven	3,92	0,90	43,989	100	0,000	3,74	4,09
HDS'nin Ekonomikliği	3,43	0,94	36,466	100	0,000	3,24	3,61

Tablo 14: HDS'ye ait düşüncelerle ilgili faktörlerin iç analizleri

Yapılan Friedman testi sonucunda ise faktör sıralaması içerisinde, kazandıkları önem bakımından fark olup olmadığı, hangi faktörün daha çok anlamlılık kazandığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu aşamada tüm faktörlere ilişkin ortalamalar alınarak, bunlara Friedman testi uygulanmıştır. Friedman testine ilişkin sonuçlar Tablo 15'te yer almaktadır. Bu çalışmaya göre HDS'nin nasıl algılandığıyla ilgili olarak üzerinde çalışılan faktör ortalamaları arasında anlamlı bir farklılığın olduğu ortaya çıkmaktadır ($p < 0,05$). Tablo 15 incelendiğinde HDS'nin en çok Türk turizmine etki ettiği anlaşılmaktadır.

	Önem Sıralaması	Önem Derecesi (%)	Test Değerleri
HDS'nin Turizme Etkisi	2,39	80,53	$\chi^2=58,166$
HDS'ye Duyulan Güven	2,13	78,37	sd=2
HDS'nin Ekonomikliği	1,48	68,51	p=0,000

Tablo 15: HDS faktörlerinin birbirlerine göre önem sıralaması

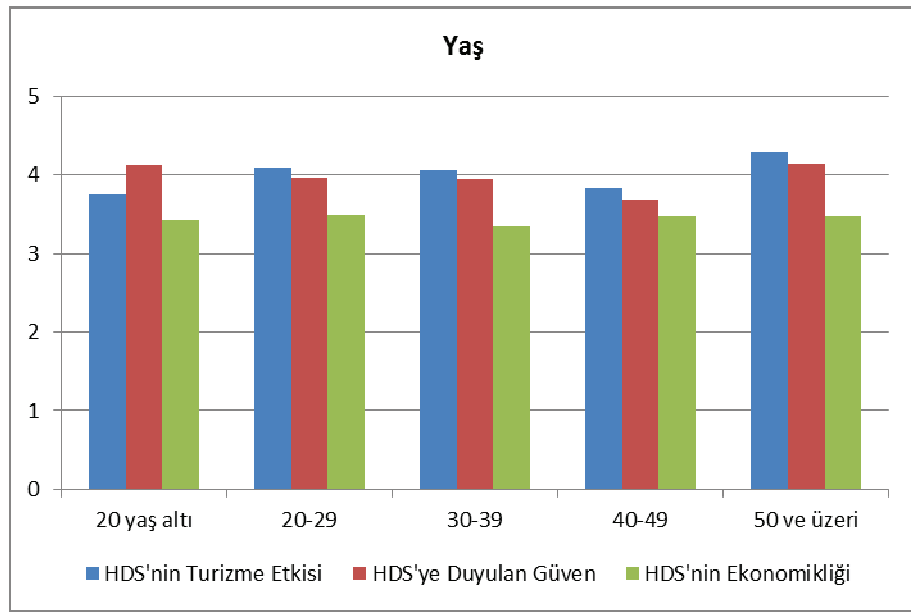
Demografik Bilgilerin HDS Faktörlerine Etkisi

Demografik bilgilerin HDS faktörlerine (HDS'nin turizme etkisi, HDS'ye duyulan güven ve HDS'nin ekonomikliği) olan etkisinin belirlenebilmesi amacıyla varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar ANOVA tablosu ve grafiklerle gösterilmiştir.

Bu sonuçlara göre anlamlı fark çıkan bulgular şunlardır:

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	1,672	4	0,418	0,471	0,757
	Grup içi	85,146	96	0,887		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	1,660	4	0,415	0,508	0,730
	Grup içi	78,478	96	0,817		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	0,448	4	0,112	0,121	0,975
	Grup içi	88,690	96	0,924		
	Toplam	89,138	100			

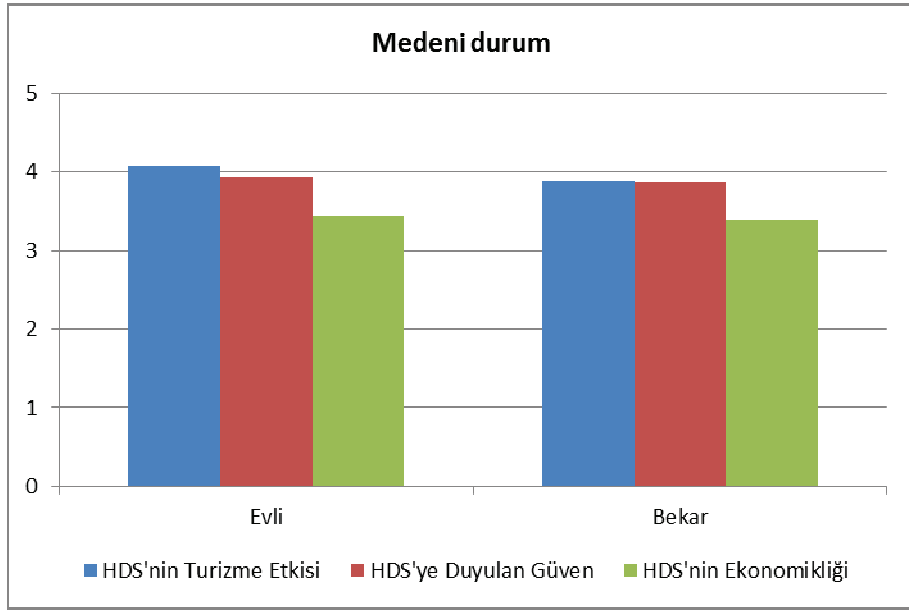
Tablo 16: Yaş farklılığının HDS faktörlerine etkisi



Yapılan incelemede yaş farklılığının HDS faktörlerine etkisi çıkmamıştır. HDS'nin turizme etkisi, HDS'ye duyulan güven ve HDS'nin ekonomikliği konularında farklı yaş gruplarındaki insanlar benzer düşüncelere sahiptir.

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	0,603	1	0,603	0,693	0,407
	Grup içi	86,215	99	0,871		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	0,071	1	0,071	0,088	0,768
	Grup içi	80,068	99	0,809		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	0,035	1	0,035	0,039	0,843
	Grup içi	89,102	99	0,900		
	Toplam	89,138	100			

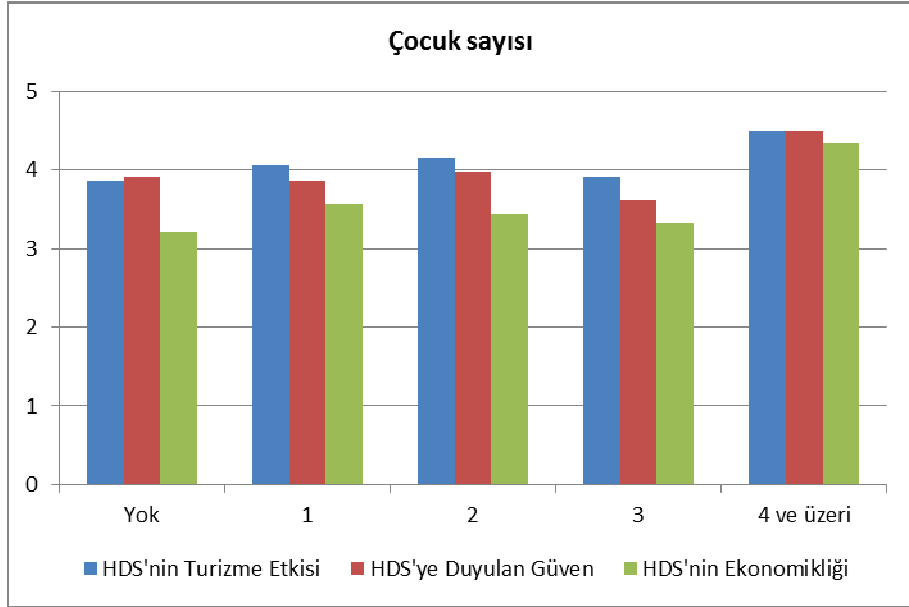
Tablo 17: Medeni durum farklılığının HDS faktörlerine etkisi



Yapılan incelemede medeni durum farklılığının HDS faktörlerine etkisi çıkmamıştır. HDS'nin turizme etkisi, HDS'ye duyulan güven ve HDS'nin ekonomikliği konularında evli ve bekarlar insanlar benzer düşüncelere sahiptir.

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	1,854	4	0,464	0,524	0,718
	Grup içi	84,964	96	0,885		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	1,191	4	0,298	0,362	0,835
	Grup içi	78,948	96	0,822		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	3,947	4	0,987	1,112	0,355
	Grup içi	85,190	96	0,887		
	Toplam	89,138	100			

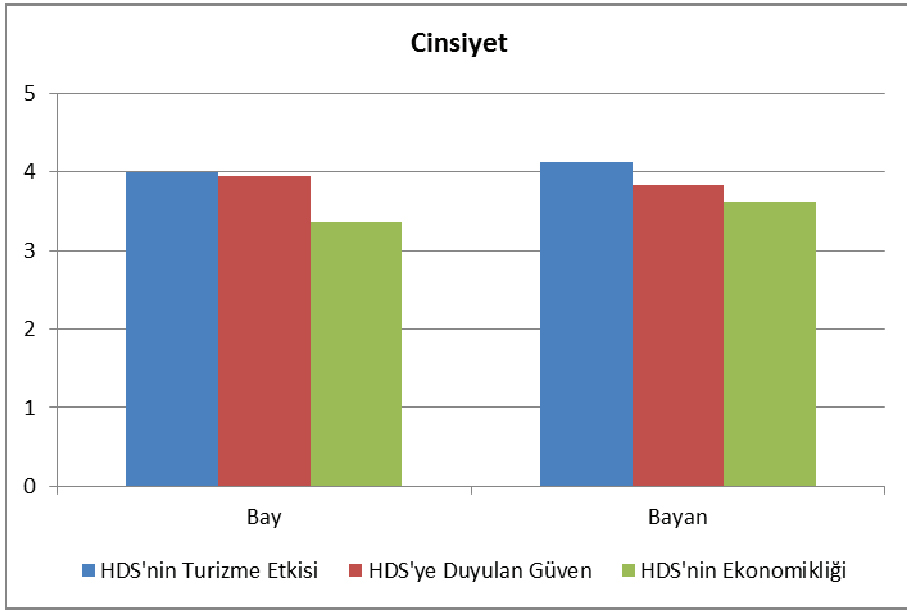
Tablo 18: Çocuk sayısı farklılığının HDS faktörlerine etkisi



Kişilerin sahip olduğu çocuk sayısının HDS faktörlerine etkisi çıkmamıştır. HDS'nin turizme etkisi, HDS'ye duyulan güven ve HDS'nin ekonomikliği konularında farklı çocuk sayısına sahip kişiler benzer düşüncelere sahiptir.

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	0,363	1	0,363	0,416	0,521
	Grup içi	86,456	99	0,873		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	0,234	1	0,234	0,290	0,591
	Grup içi	79,904	99	0,807		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	1,259	1	1,259	1,419	0,236
	Grup içi	87,878	99	0,888		
	Toplam	89,138	100			

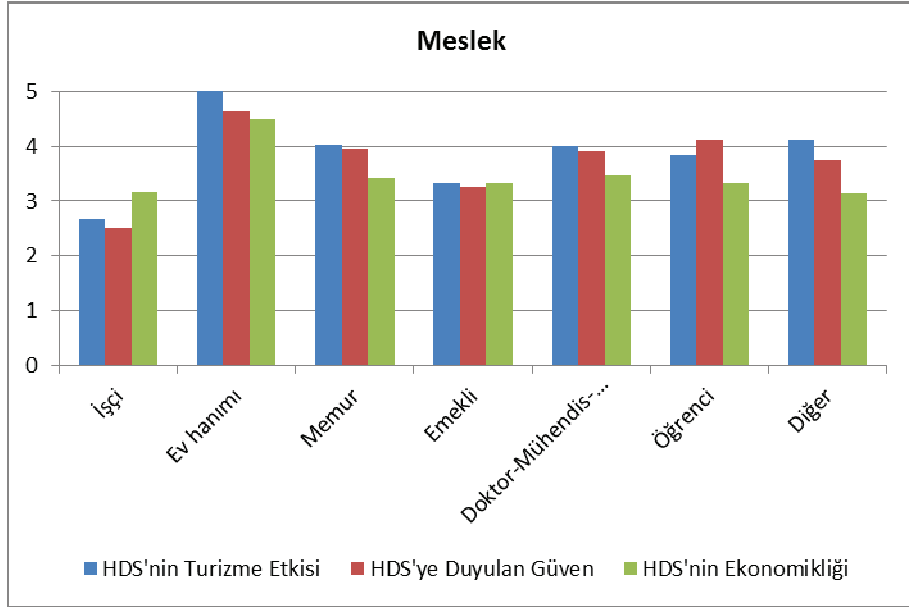
Tablo 19: Cinsiyet farklılığının HDS faktörlerine etkisi



Cinsiyet farklılığının HDS faktörlerine etkisi çıkmamıştır. HDS'nin turizme etkisi, HDS'ye duyulan güven ve HDS'nin ekonomikliği konularında bay ve bayanlar benzer düşüncelere sahiptir.

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	8,674	6	1,446	1,739	0,120
	Grup içi	78,144	94	0,831		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	7,414	6	1,236	1,597	0,157
	Grup içi	72,725	94	0,774		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	5,530	6	0,922	1,036	0,407
	Grup içi	83,607	94	0,889		
	Toplam	89,138	100			

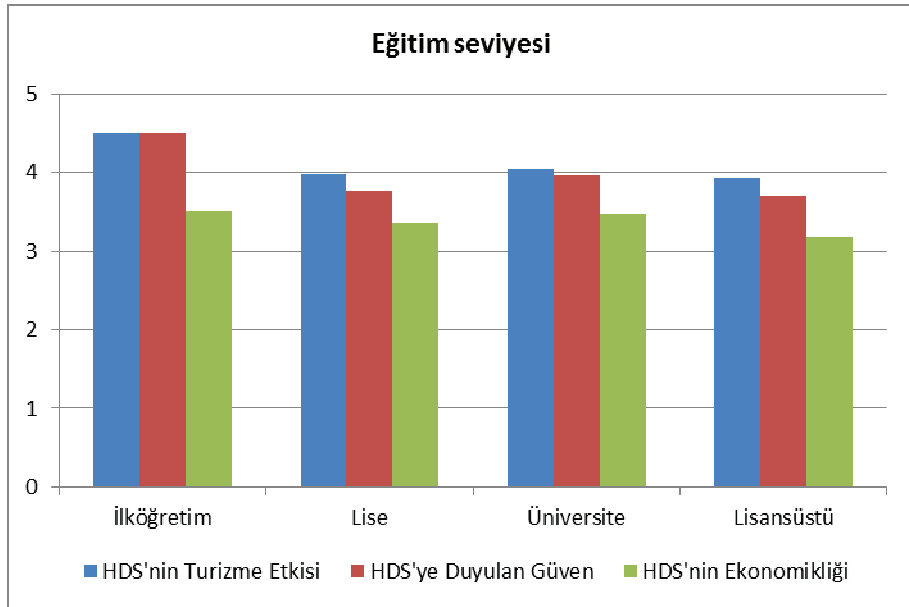
Tablo 20: Meslek farklılığının HDS faktörlerine etkisi



Yapılan incelemede HDS faktörlerine bakış açısında meslek farklılıklarına göre kişilerin görüşleri arasında anlamlı bir farklılık çıkmamıştır. HDS'nin turizme etkisi, HDS'ye duyulan güven ve HDS'nin ekonomikliği konularında tüm meslek grubundaki insanlar benzer düşüncelere sahiptir.

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	0,637	3	0,212	0,239	0,869
	Grup içi	86,182	97	0,888		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	1,726	3	0,575	0,712	0,547
	Grup içi	78,413	97	0,808		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	1,028	3	0,343	0,377	0,770
	Grup içi	88,110	97	0,908		
	Toplam	89,138	100			

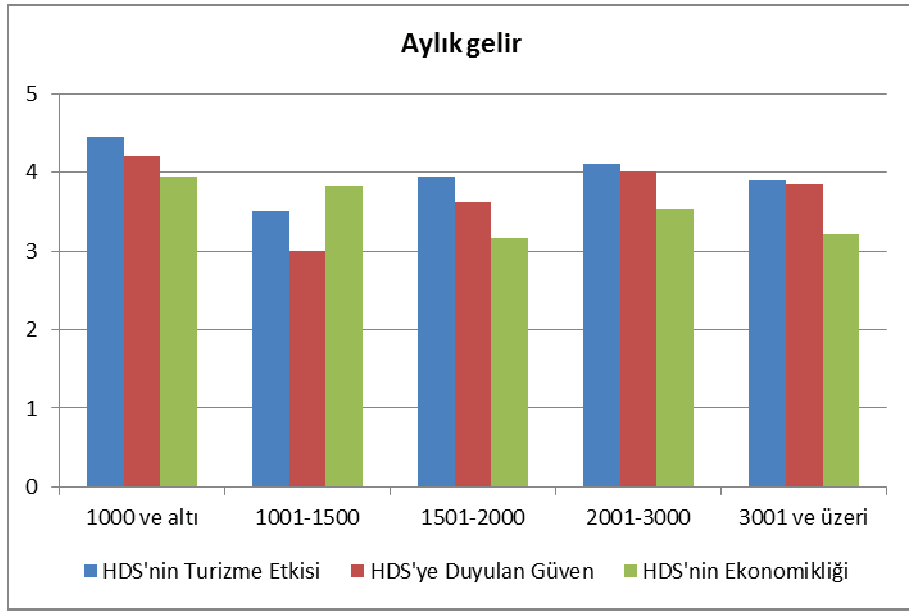
Tablo 21: Eğitim seviyesi farklılığının HDS faktörlerine etkisi



Analiz sonucunda eğitim seviyesi farklılığının HDS faktörlerine etkisi çıkmamıştır. HDS'nin turizme etkisi, HDS'ye duyulan güven ve HDS'nin ekonomikliği konularında farklı eğitim düzeyindeki insanlar benzer düşüncelere sahiptir.

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	2,635	4	0,659	0,751	0,560
	Grup içi	84,184	96	0,877		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	3,329	4	0,832	1,040	0,391
	Grup içi	76,810	96	0,800		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	4,769	4	1,192	1,357	0,255
	Grup içi	84,368	96	0,879		
	Toplam	89,138	100			

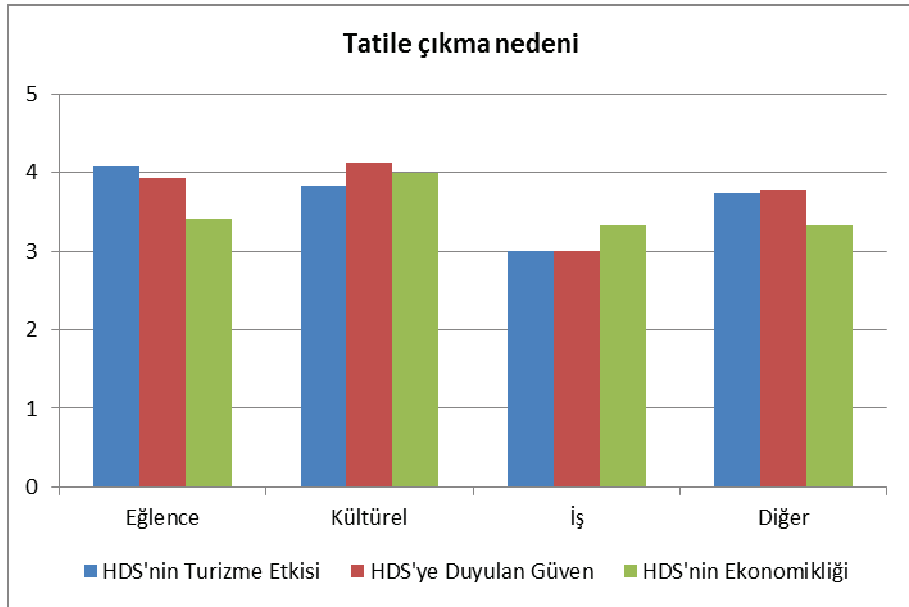
Tablo 22: Aylık gelir farklılığının HDS faktörlerine etkisi



Farklı aylık gelire sahip kişilerin HDS'nin turizme etkisi, HDS'ye duyulan güven ve HDS'nin ekonomikliği konularında benzer biçimde düşündükleri sonucuna varılmıştır.

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	2,156	3	0,719	0,824	0,484
	Grup içi	84,662	97	0,873		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	1,213	3	0,404	0,497	0,685
	Grup içi	78,926	97	0,814		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	1,426	3	0,475	0,526	0,666
	Grup içi	87,711	97	0,904		
	Toplam	89,138	100			

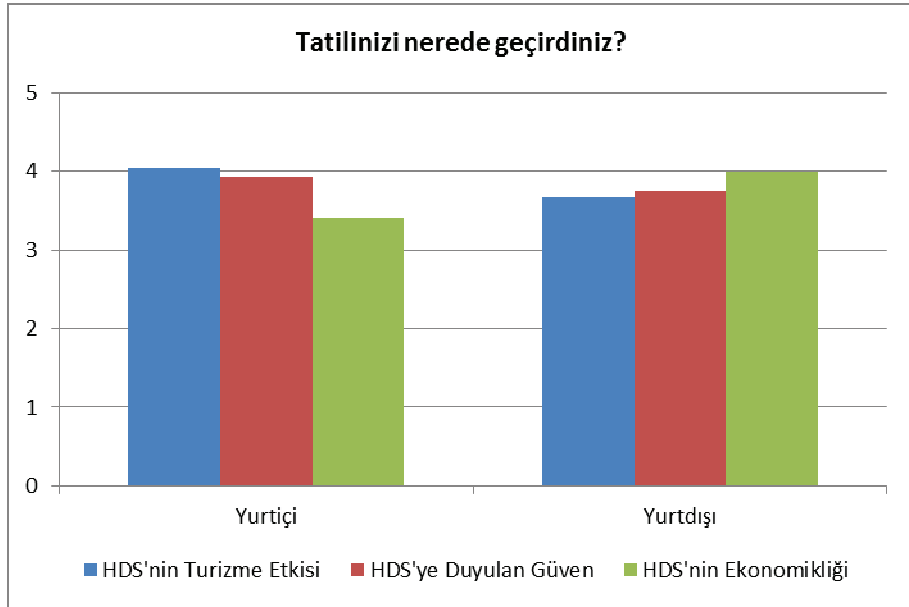
Tablo 23: Tatile çıkma nedeninin HDS faktörlerine etkisi



Tatile çıkma nedeni olarak farklı davranan kişilerin HDS faktörlerine etki etmediği ortaya çıkmıştır. Başka bir ifadeyle, HDS'nin turizme etkisi, HDS'ye duyulan güven ve HDS'nin ekonomikliği konularında farklı tatil anlayışına sahip kişiler benzer düşüncelere sahiptir.

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	0,400	1	0,400	0,458	0,500
	Grup içi	86,418	99	0,873		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	0,088	1	0,088	0,108	0,743
	Grup içi	80,051	99	0,809		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	1,020	1	1,020	1,146	0,287
	Grup içi	88,118	99	0,890		
	Toplam	89,138	100			

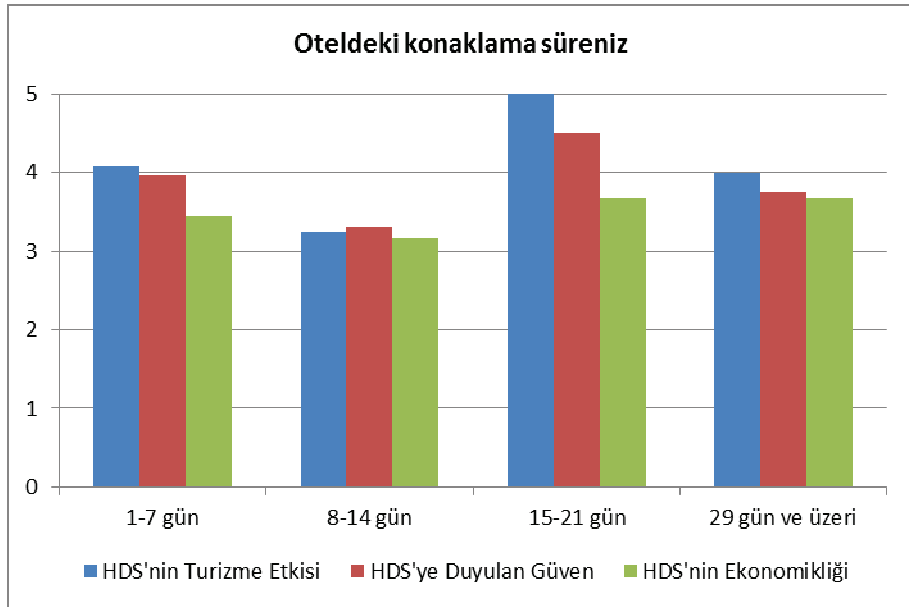
Tablo 24: Tatilin nerede geçirildiğine dair farklılıkların HDS faktörlerine etkisi



Analiz sonucunda ankete katılan kişilerin tatillerini nerede geçirdiklerine dair farklılığın HDS faktörlerine etkisi çıkmamıştır. HDS'nin turizme etkisi, HDS'ye duyulan güven ve HDS'nin ekonomikliği konularında tatilini yurtiçi veya yurtdışında geçiren kişiler benzer şekilde düşünmektedirler.

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	6,929	3	2,310	2,804	0,044
	Grup içi	79,890	97	0,824		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	3,851	3	1,284	1,632	0,187
	Grup içi	76,288	97	0,786		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	0,783	3	0,261	0,287	0,835
	Grup içi	88,355	97	0,911		
	Toplam	89,138	100			

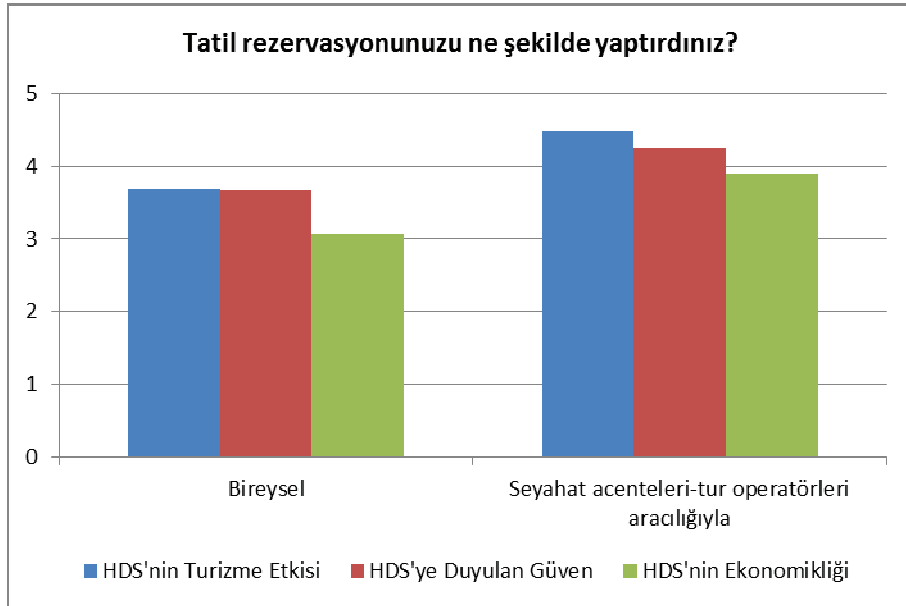
Tablo 25: Oteldeki konaklama süresi farklılığının HDS faktörlerine etkisi



Oteldeki konaklama süresi 15-21 gün olanlar HDS'nin turizme daha fazla etki ettiğini düşünmektedirler (p=0,044) (Tablo 25).

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	15,321	1	15,321	21,214	0,000
	Grup içi	71,498	99	0,722		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	8,286	1	8,286	11,416	0,001
	Grup içi	71,853	99	0,726		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	17,091	1	17,091	23,484	0,000
	Grup içi	72,047	99	0,728		
	Toplam	89,138	100			

Tablo 26: Tatil rezervasyonunu yaptırma şeklinin HDS faktörlerine etkisi



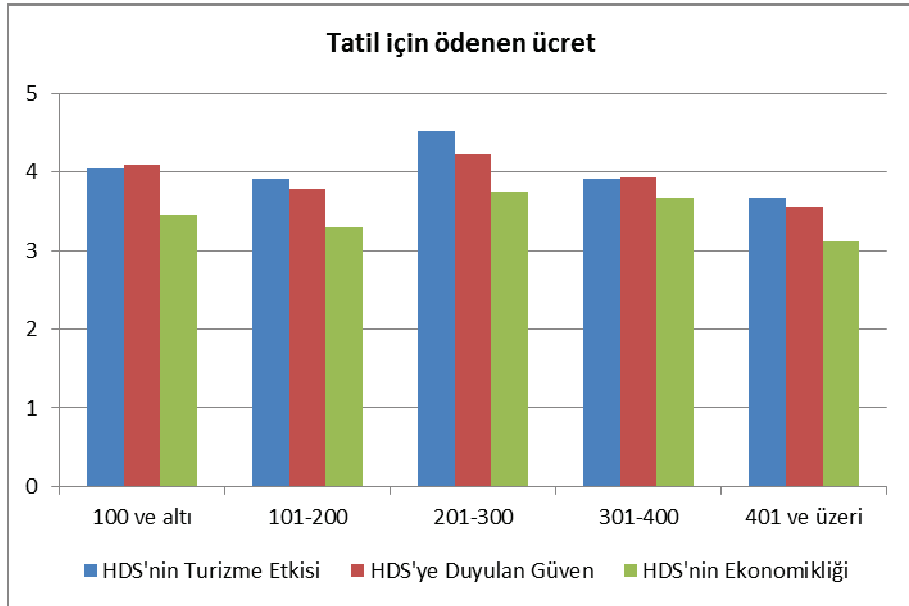
Tatil rezervasyonlarını seyahat acenteleri-tur operatörleri aracılığıyla yapanlar HDS'nin turizme olan etkisini rezervasyonlarını bireysel yapanlara göre daha fazla önemsemektedirler ($p = 0,000$) (Tablo 26).

Tatil rezervasyonlarını seyahat acenteleri-tur operatörleri aracılığıyla yapanlar başvurularını bireysel olarak yapanlara göre HDS'ye daha fazla güvenmektedirler ($p = 0,001$) (Tablo 26).

Tatil rezervasyonlarını seyahat acenteleri-tur operatörleri aracılığıyla yapanlar başvurularını bireysel olarak yapanlara göre HDS'nin daha ekonomik olduğunu düşünmektedirler ($p=0,000$) (Tablo 26).

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	7,231	4	1,808	2,181	0,077
	Grup içi	79,587	96	0,829		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	5,224	4	1,306	1,674	0,162
	Grup içi	74,914	96	0,780		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	4,470	4	1,117	1,267	0,288
	Grup içi	84,668	96	0,882		
	Toplam	89,138	100			

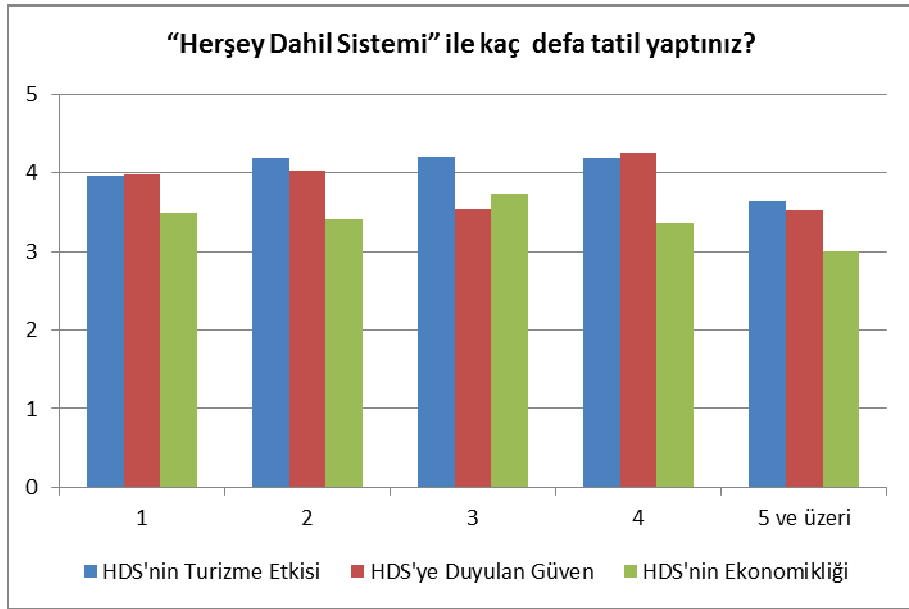
Tablo 27: Tatil için ödenen ücret farklılığının HDS faktörlerine etkisi



Analiz sonucunda tatil için ödenen ücret farklılığının HDS faktörlerine etkisi çıkmamıştır. HDS'nin turizme etkisi, HDS'ye duyulan güven ve HDS'nin ekonomikliği konularında farklı tatil ücreti ödeyen insanlar benzer düşüncelere sahiptir.

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	3,200	4	0,800	0,918	0,457
	Grup içi	83,618	96	0,871		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	5,088	4	1,272	1,627	0,174
	Grup içi	75,050	96	0,782		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	3,443	4	0,861	0,964	0,431
	Grup içi	85,694	96	0,893		
	Toplam	89,138	100			

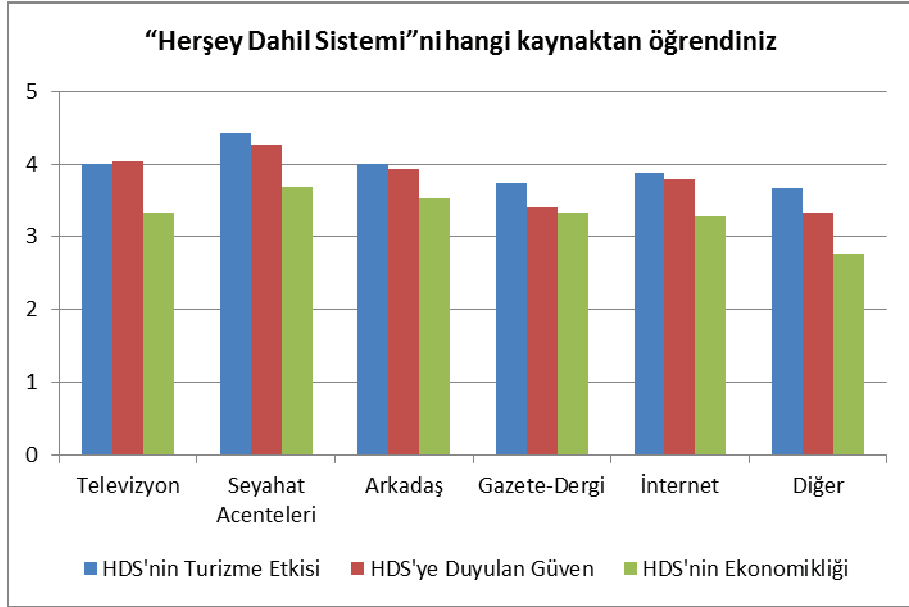
Tablo 28: Herşey dahil sistemi ile yapılan tatil sayısı farklılığının HDS faktörlerine etkisi



Herşey dahil sistemi ile tatile gitme sayısı ile HDS faktörleri arasında bir ilişki bulunamamıştır. Analiz sonucunda HDS'nin turizme etkisi, HDS'ye duyulan güven ve HDS'nin ekonomikliği konularında “Herşey Dahil Sistemi” ile farklı sayıda tatile giden kişiler benzer düşüncelere sahiptir.

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	5,086	5	1,017	1,182	0,324
	Grup içi	81,733	95	0,860		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	5,769	5	1,154	1,474	0,206
	Grup içi	74,369	95	0,783		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	3,859	5	0,772	0,860	0,511
	Grup içi	85,278	95	0,898		
	Toplam	89,138	100			

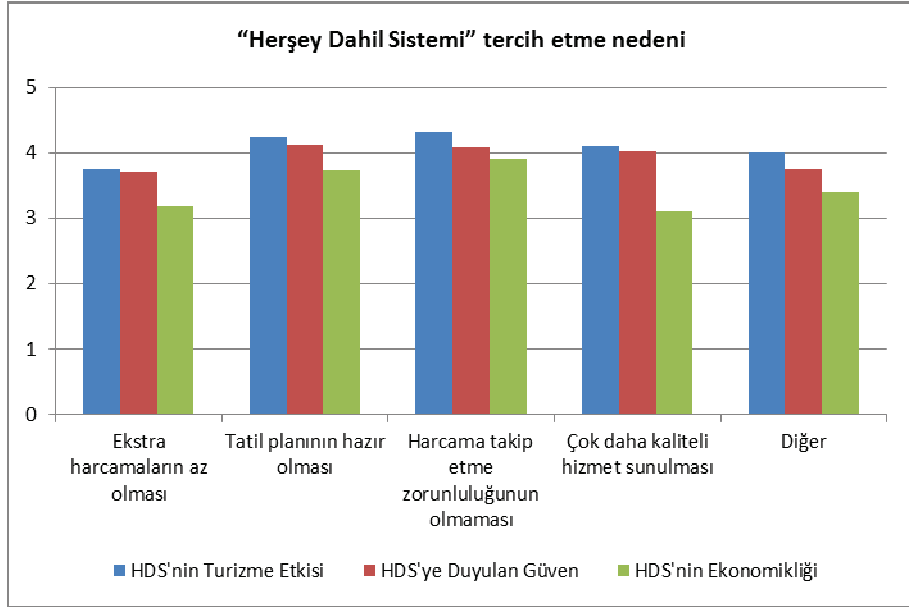
Tablo 29: HDS'yi öğrenme kaynağının HDS faktörlerine etkisi



HDS'nin turizme etkisi, HDS'ye duyulan güven ve HDS'nin ekonomikliği konularında kişilerin “Herşey Dahil Sistemi”ni öğrendikleri kaynaklar arasında anlamlı bir ilişki çıkmamıştır.

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	5,409	4	1,352	1,595	0,182
	Grup içi	81,409	96	0,848		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	3,569	4	0,892	1,119	0,352
	Grup içi	76,570	96	0,798		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	9,938	4	2,484	3,011	0,022
	Grup içi	79,200	96	0,825		
	Toplam	89,138	100			

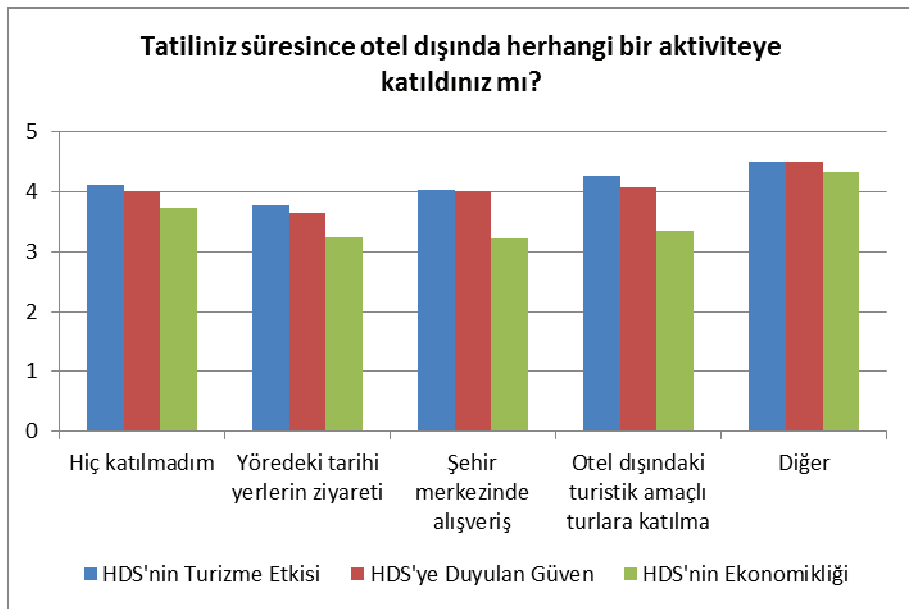
Tablo 30: HDS’yi tercih etme nedeninin HDS faktörlerine etkisi



Herşey Dahil Sistemini tercih etme nedeni olarak “harcama takip etme zorunluluğunun olmaması” seçeneğini belirtenler diğer seçenekleri belirtenlere göre HDS’yi daha ekonomik bulmaktadır ($p=0,022$) (Tablo 30).

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	3,590	4	0,898	1,035	0,393
	Grup içi	83,228	96	0,867		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	3,710	4	0,928	1,165	0,331
	Grup içi	76,428	96	0,796		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	6,284	4	1,571	1,820	0,131
	Grup içi	82,853	96	0,863		
	Toplam	89,138	100			

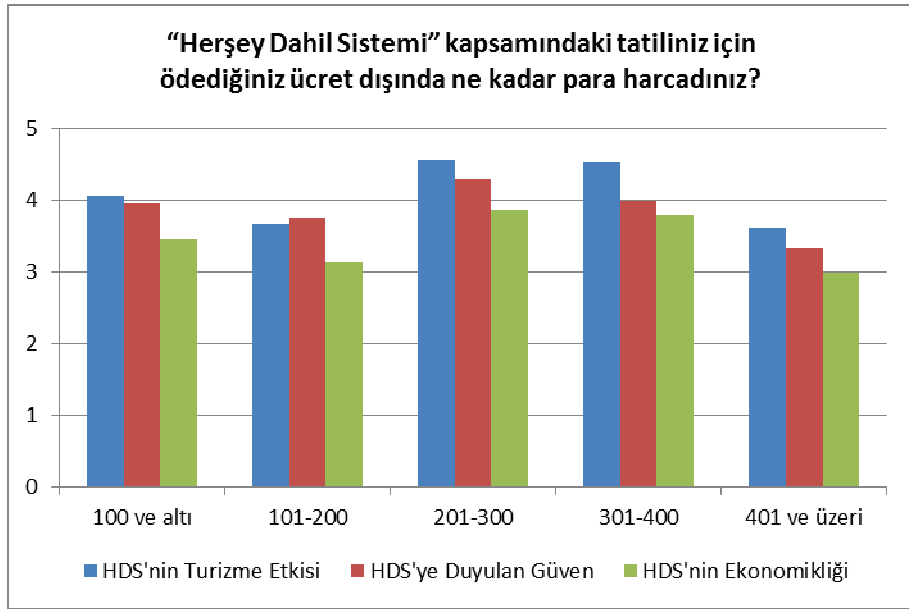
Tablo 31: Tatil süresince otel dışında herhangi bir aktiviteye katılma durumunun HDS faktörlerine etkisi



HDS faktörleri (HDS'nin turizme etkisi, HDS'ye duyulan güven ve HDS'nin ekonomikliği) ile kişilerin tatilleri boyunca otel dışında herhangi bir aktiviteye katılma durumları arasında anlamlı bir farklılık çıkmamıştır.

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	8,032	4	2,008	2,447	0,052
	Grup içi	78,787	96	0,821		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	4,169	4	1,042	1,317	0,269
	Grup içi	75,970	96	0,791		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	5,496	4	1,374	1,577	0,187
	Grup içi	83,642	96	0,871		
	Toplam	89,138	100			

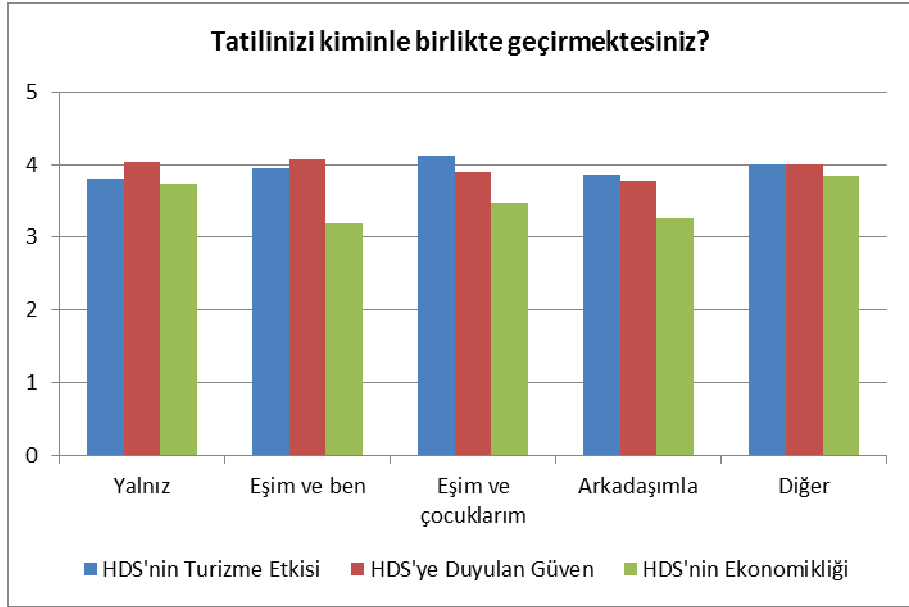
Tablo 32: HDS kapsamında ödenen ücret dışında harcanan paraya göre oluşan farklılıkların HDS faktörlerine etkisi



Yapılan incelemede HDS kapsamında ödenen ücret dışında harcanan paraya göre oluşan farklılıkların HDS faktörlerine etkisi çıkmamıştır.

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	1,520	4	0,380	0,428	0,788
	Grup içi	85,298	96	0,889		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	0,911	4	0,228	0,276	0,893
	Grup içi	79,228	96	0,825		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	2,795	4	0,699	0,777	0,543
	Grup içi	86,342	96	0,899		
	Toplam	89,138	100			

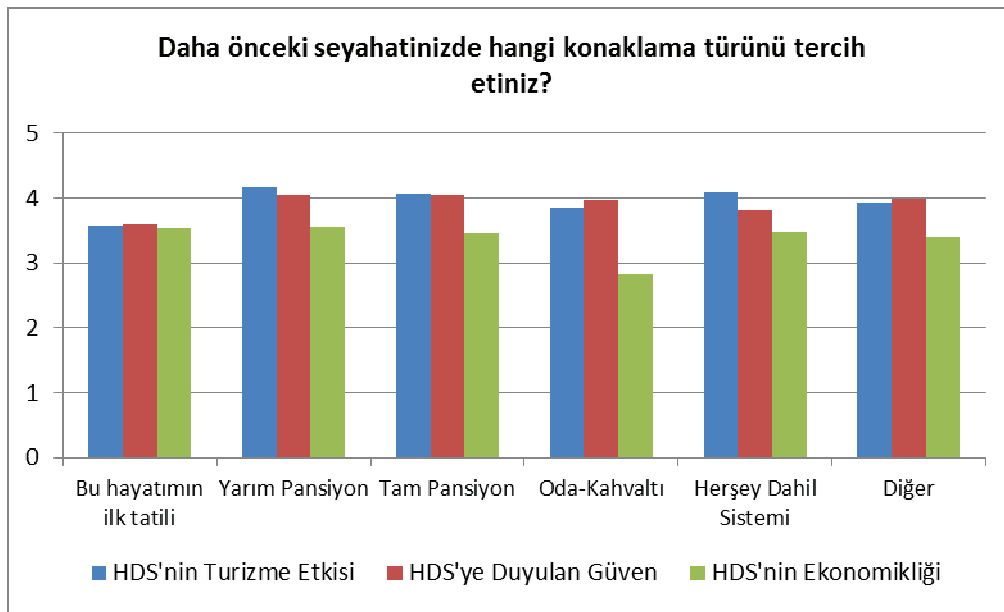
Tablo 33: Tatilin kiminle geçirildiği ile ilgili farklılıkların HDS faktörlerine etkisi



Kişilerin tatillerini kiminle geçirdiklerine dair farklılıklarının HDS faktörlerine etkisi çıkmamıştır. HDS'nin turizme etkisi, HDS'ye duyulan güven ve HDS'nin ekonomikliği ile ilgili HDS faktörleri ile tatilin kimle geçirildiği arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
HDS'nin Turizme Etkisi	Gruplararası	2,550	5	0,510	0,575	0,719
	Grup içi	84,268	95	0,887		
	Toplam	86,818	100			
HDS'ye Duyulan Güven	Gruplararası	2,049	5	0,410	0,499	0,777
	Grup içi	78,089	95	0,822		
	Toplam	80,139	100			
HDS'nin Ekonomikliği	Gruplararası	4,731	5	0,946	1,065	0,385
	Grup içi	84,407	95	0,888		
	Toplam	89,138	100			

Tablo 34: Önceki seyahatlerdeki tercih edilen konaklama türünün HDS faktörlerine etkisi



Önceki seyahatlerde hangi konaklama türünün tercih edildiğini ile HDS'nin turizme etkisi, HDS'ye duyulan güven ve HDS'nin ekonomikliği arasında anlamlı bir farklılık çıkmamıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünyada milyonlarca insan herhangi bir sebepten dolayı sürekli seyahat etmekte ve turizm talebi yaratmaktadır. Sürekli büyüyen ve gelişen turizm endüstrisi içinde ayakta kalabilmek için yapılması gereken ilk şey değişime ayak uydurmaktır. Sadece konaklama imkanı olan hanlardan, günümüzdeki bir çok hizmeti müşterisine sunan, “Herşey Dahil Sistemi”nin neredeyse vazgeçilmez tatil çeşidi olarak uygulandığı modern tatil köylerine geçiş, müşteri kitlesinin talebi ve küresel piyasadaki rekabet nedeniyle meydana gelmiştir.

Ülke ekonomisi için geliri çok, gideri az bir alan olan turizmde, başarıyı yakalamanın ilk basamağı müşteri memnuniyetinden geçer. Bacasız sanayi olarak da anılan turizm endüstrisi, ülkemize getirdiği döviz ve ülkemiz insanına sağladığı istihdam imkanları ile başı çekmektedir.

Müşteri memnuniyetine yönelik yapılan anket çalışmasında, katılımcıların HDS ile ilgili fikirlerini ölçmek için sorular HDS’nin turizme etkisi, HDS’ye duyulan güven ve HDS’nin ekonomikliği olmak üzere üç temel faktörde gruplandırılmıştır. İnceleme sonucunda elde edilen veriler aşağıda özetlenmiştir.

Ankete katılanların tatil alışkanlıkları veya tatil ile ilgili düşünceleri ve şimdiye kadarki tatilleriyle ilgili yaptıklarıyla alakalı sorular “çalışmaya katılanların tatil yapıları” terimiyle belirtilmiştir. Tatilcilerin %86’sının eğlenmek maksadıyla ve çoğunlukla 1-7 gün süreyle tatile çıktıkları görülmektedir. Tatil için ödenen ücretin genellikle 101-200 tl. arası olduğu, ankete katılanların çoğunlukla eşleri ve çocukları ile birlikte tatil yaptıkları ve %34,65’lik bir kesimin bir önceki tatillerini de Herşey Dahil Sistemi ile yapmış oldukları gözlemlenmektedir. %42,57’lik bir kısmın daha önce 1 defa HDS ile tatil yaptıkları ve ilave harcamaların az olması nedeniyle HDS’yi tercih ettikleri, %31,68’inin tatil süresince yöredeki tarihi yerleri de ziyaret ettikleri, % 30,69’unun ise otel/tesis dışına hiç çıkmadıkları sonucuna ulaşılmaktadır.

- Oteldeki konaklama süresi 15-21 gün olanlar HDS'nin turizme daha fazla etki ettiğini düşünmektedirler. Herşey Dahil Sisteminde otellerde 15-21 gün arasında konaklayanların, HDS'nin Turizme Etkisi kapsamında; Herşey Dahil Sisteminden memnun oldukları, tekrar bu sistem ile tatil yapmaya istekli oldukları ve çevrelerindeki kişilere de tavsiye etme eğilimi içinde oldukları görülmektedir.

- Tatil rezervasyonlarını seyahat acenteleri-tur operatörleri aracılığıyla yapan tatilcilerin diğerlerine göre HDS'nin Turizme Etkisi kapsamında; Herşey Dahil Sisteminden memnun oldukları, tekrar bu sistem ile tatil yapmaya istekli oldukları ve çevrelerindeki kişilere de tavsiye etme eğilimi içinde oldukları görülmektedir. HDS'ye Duyulan Güven kapsamında; Herşey Dahil Sistemi çerçevesinde verilen taahhütlerin yerine getirildiğine, ödedikleri ücretlerin karşılığını aldıklarını, otellerin sundukları hizmetlerin kaliteli, fiziki altyapılarının yeterli olduğuna inandıkları, HDS'nin Ekonomikliği kapsamında ise Herşey Dahil Sisteminin diğer konaklama çeşitlerine göre daha ekonomik ve en iyi konaklama ve tatil çeşidi olduğunu düşündükleri ve Herşey Dahil Sistemi dışında başka bir tatil planı yapmak istemedikleri ortaya çıkmıştır.

Bu kapsamda tur operatörleri ve seyahat acenteleri vasıtasıyla rezervasyon yapan tatilcilerin tatillerinin, diğer yöntemlerle tatil yapanlara göre daha tatmin edici olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tur operatörleri ve seyahat acentelerinin, tatile gidecek kişileri kişisel zevk ve tatil anlayışlarına uygun tesislere yönlendirmelerinin, anketten bu sonucun çıkmasında etkili olduğu değerlendirilmiştir. Bu sebeple insanların tur operatörleri ve seyahat acenteleri ile tatil satınalmaları tavsiye ve teşvik edilmelidir.

- Herşey Dahil Sistemi tercih etme nedeni olarak “harcama takip etme zorunluluğunun olmaması” seçeneğini belirtenler diğer seçenekleri işaretleyenlere göre HDS'yi daha ekonomik bulmaktadır. HDS'nin ekonomikliği kapsamında Herşey Dahil Sisteminin diğer konaklama çeşitlerine göre daha ekonomik ve en iyi konaklama ve tatil çeşidi olduğunu düşündükleri ve Herşey Dahil Sistemi dışında başka bir tatil planı yapmak istemedikleri ortaya çıkmıştır. Herşey Dahil Sisteminde tatilciye ulaşım dahil tüm hizmetlerin tercih doğrultusunda verilmesi, tatilcinin tatil masraflarını önceden ödemesi sayesinde para harcama ihtiyacı olmaması nedeniyle tercih edildiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Türkiye'ye 2014 yılı içerisinde 34.305.904 yerli ve yabancı turist gelmiş ve kişi başı 828\$ ortalama para harcamışlardır. Türkiye'nin turizm gelirlerini artırması için gelen turist sayısını artırmaktan ziyade, öncelikli olarak kişi başı harcamanın artırılmasına yönelik çalışmalar ve tedbirler alınması gerekmektedir. Bu tedbirler kapsamında istikrarlı fiyat politikaları izlenmeli, ucuz tatil ülkesi imajından kaliteli tatil ülkesi kimliğine geçilmelidir. Genel olarak yeterli olan turizm altyapısı ve tesisleri, eğitilmiş ve nitelikli insan gücü ile donatılmalı, müşteri memnuniyeti ilkesinin tüm turizm işletmelerinde ana prensip olarak benimsenmesinin gerekli olduğu ve buna göre gerekli önlemlerin ve eğitimlerin verilmesi sağlanmalıdır.

Günümüz itibarıyla henüz standartlara kavuşmamış olan Herşey Dahil Sistemindeki uygulamaların bir an önce kanun, yönetmelik vb. resmi mevzuat ile standart hale getirilmesinin, turizmin ve turizm endüstrisinin gelişmesine büyük katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

Akçura, G. (2002). Turizm Yıl Sıfır. İstanbul: Om Yayınevi.

Aktaş, A. (2002). Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi. Antalya: Fatih Ofset.

Barak H. (2006). Turizm Sektöründe Uygulanan Herşey Dahil Tatil Sisteminin Bölgedeki İşletmeler Üzerindeki Etkisi ve Bodrum Örneği. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.

Benligiray, Y. (1977). Otel İşletmelerinde Kâr Planlaması ve Maliyet Kontrolü. Eskişehir: Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi.

Bostan, A., E.A.Armağan ve N.Süklüm. (2006). Herşey Dahil Sistemi Uygulayan Otel İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti: Bir Alan Araştırması. Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi 2006-06: 32-53. (www.bjmer.net) (Erişim : 02.05.2015)

Budak, F. (2000). Türk Turizminin Gelişimi, Ekonomiye Katkıları ve Sorunları. Bilim Uzmanlığı Tezi. Malatya: İnönü Üniversitesi.

Çetinsöz, B.C., A.C.Çakıcı ve D.İlkay. (2010). Otel İşletmelerinde Herşey Dahil Sistemin Satın Alma Politikalarına Yansımaları Üzerine Bir Araştırma. Mersin Üni. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi Sayı 2.

Çorbacı, A. (1994). Tanıtma Stratejisi ve Yöntemleri Turizmde Tanıtmanın Temel Kuralları. Turizm Yıllığı, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş., 65-74.

Çoruh, S. (1952). Herkes İçin Turizm Bilgisi. Ankara: Doğu Ltd.O.Matbaası.

Demirkol, Ş., B.Zengin, R,Altunışık, C.Avcıkurt, O.Batman, M.Sarıışık, C.G.Uçkun ve S.Uçkun. (2004). Turizm İşletmeleri. İstanbul: Değişik Yayınları.

Deniz Ticaret Odası. (2011). 2011 Deniz Sektörü Raporu. İstanbul.

Denizer D., F.Maviş, H.S.Ahipaşaoğlu ve E.Albek. (2002). Otel İşletmeciliğinde Destek Hizmetleri. Eskişehir: Anadolu Üni. Yayın No: 1380.

- Dilber İ., (2007). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Cıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi. Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi Cilt:14 Sayı 2, 205-220.
- Doğaner, S. (2001). Türkiye Turizm Coğrafyası. İstanbul: Çantay Kitabevi. Eralp, Z. (1983). Genel Turizm. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulu Basımevi.
- Esen, F., (2013). Turizm Öğrencilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları. Sıktı Kocaman Üniversitesi Sos.Bil.Ens.Dergisi Sayı 30, 1,24.
- Gürkan, Türkan Ayda. (2002). Herşey Dahil (All Inclusive) Sistemin Türk Turizmi Açısından İncelenmesi (Antalya-Kemer Örneği). Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi.
- Jabbarnezhad A.S. (2014). Seçilmiş 10 Önemli Turizm Ülkesinde, Turizmin Ülke Ekonomisindeki Yeri ve İktisadi Büyümeğe Katkısı. Yüksek Lisans Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi.
- Keskin, Ö. (2008). Herşey Dahil Sistemi ve Türk Turizmine Etkisi: Belek Örneği. Uzmanlık Tezi. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü.
- Kozak, N., A.C.Çakıcı, M.A.Kozak, M.Azaltun, A.Sökmen ve M.Sarıışık. (2002). Otel İşletmeciliği. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N. (2012). Genel Turizm Bilgisi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri.
- Kozak, M.A., M.Azaltun, F.G.Çetinel, D.Denizer, F.Maviş, H.S.Ahipaşaoğlu, E.Albek. (2002). Otel İşletmeciliğinde Destek Hizmetleri Eskişehir: Anadolu Üni. Yayın No:1380.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). Türkiye Turizm Stratejisi (2023) ve Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı (2007-2013) Bakanlık Yayın No:3085. Ankara.

Menekşe, R. (2005). Her şey Dahil Sisteminin ve Sistemden Faydalananlar Açısından Etkilerinin Otel Yöneticilerinin Gözünden Değerlendirilmesi (Marmaris Örneği). Gazi Üniversitesi Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi Bahar-2005, 97-124.

Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi (MEGEP). (2007). Konaklama ve Seyahat Hizmetleri, Turizm İşletmeleri. Ankara.

Olalı, H. ve M.Korzay. (1993). Otel İşletmeciliği. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Olalı, H. (1982). Turizm Politikası ve Planlaması. İzmir: Ege Üniversitesi Matbaası.

Olalı, H. (1984). Turizm Dersleri. İzmir: İstiklal Matbaası.

Öğüt, A., H.K.Güleş ve A.Ş.Çetinkaya. (2003). Bilişim Teknolojileri Işığında Turizm İşletmelerinde Yönetim, Enformatik Bir Bakış. İstanbul: Atlas Yayın Dağıtım.

Özeke, T. (2014). Seyahat ve Tatil. İstanbul: Cinius Yayınları Sosyal Matbaası.

Özkan, M. (2000). Turizm Sektörünün Ara Kademe İnsan Gücü İhtiyacı ve Turizm Eğitimi Araştırması. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı, Meslekî ve Teknik Eğitim Araştırma ve Geliştirme Merkezi Başkanlığı (METARGEM).

Özpolat, Ş. (1983). Kültürden Turizmden. Ankara: Kent Matbaası.

Öztürk, Y. ve F.Türkmen. (2006). Turizm İşletmelerinin Kriz Dönemlerinde Uyguladıkları Pazarlama Stratejilerine Yönelik Bir Araştırma. Gazi Üni. Ticaret ve Turizm Fakültesi Dergisi Sayı 1, 74-93.

Rızaoğlu, B. (2004). Turizmde Tanıtma. Ankara: Detay Yayıncılık.

Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği, R.G. Tarihi:14.10.1993 R.G. Sayısı:21728.

Sönmez, B. (2012). Türk Turizminin Dünya Turizmindeki Yeri ve Türk Turizmine Etkileri. Yüksek Lisans Tezi. Denizli: Pamukkale Üniversitesi.

Süklüm, N. (2006). Türkiye’de Hizmet Sektöründeki Turizm İşletmelerinde Uygulanan “Herşey Dahil” Sisteminin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisinin Ölçülmesi ve Bir Alan Araştırması. Yüksek Lisans Tezi. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi.

- Şahin, A. (1990). İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye’de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi. Ankara: Türkiye Ticaret Sanayi Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği Yayını.
- Tolay, L. (2012). Herşey Dahil Sistemin Orta Öğretim Seviyesinde Turizm Eğitime Etkileri. İşletme Araştırmaları Dergisi. 4/3, 82-96.
- Toskay, T. (1983). Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım. İstanbul: Der Yayınları.
- Uçkun, C.G., S.Uçkun ve H.Latif. (2004). Turizmde Etik. Adapazarı: Sakarya Kitabevi.
- Ulu E.A. (2010). Türkiye’de Turizm Sektörünün Ekonomik Etkileri ve Avrupa Birliği Sürecinde Turizm Politikalarına Alternatif Yaklaşımlar. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Uzun, A.R. (2009). Türkiye’de Turizmin İstihdam Üzerine Etkileri (Turizm Eğitimi Üzerine Bir Örnek: Antalya. ” Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Üner, M.M., A.Sökmen ve İ.Birkan. (2006). Türkiye’de Her Şey Dahil Uygulamasının Konaklama İşletmeleri Üzerindeki Etkisi: Antalya Örneği. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 17 Sayı 1, 35-50.
- Üner, M.M., A.Sökmen ve D.Güler. (2007). Herşey Dahil Sistemine Farklı Uygulamalar ve Antalya Ölçeğinde Bir Araştırma. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 18 Sayı 1, 53-63.
- Üngüren, E., S.Algür ve H.Doğan (2010). Konaklama ve Seyahat Acenteleri Yöneticilerinin Herşey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları: Antalya Örneği. Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi, 95-112.
- Üngüren, E. ve F.Cengiz (2009). “Herşey Dahil Sisteminin Pazarlama Karması Unsurları Kapsamında Değerlendirilmesi” Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi (www.altid.org.tr) (Erişim : 11 Mayıs 2015)
- Ünusan, Ç. ve M.Sezgin. (2004). Turizm Pazarlaması. Konya: Atlas Kitabevi.
- Yaylı A. ve İ.Yayla, (2012). Turistlerin Her Şey Dahil Sistemini Tercih Etme Nedenleri. İşletme Araştırmaları Dergisi. 4/1. 143-162.

Yıldız Ş., (2011). Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinin Örgüt Yapılarının Mekanik-Organik Örgüt Yapısı bağlamında İncelenmesi. Tezsiz Yüksek Lisans Bitirme Projesi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.

Yıldız, Z., (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Cilt 3 Sayı 5, 54-71.

İNTERNET KAYNAKLARI

www.goktepe.net (Erişim : 12.05.2015).

www.mevzuat.gov.tr (Erişim : 05.05.2015).

VİKİPEDİ Özgür Ansiklopedi (2015), “Türkiye Coğrafyası”

www.tr.wikipedia.org/wiki/Türkiye_coğrafyası (Erişim 08.05.2015)

www.isgucdergi.org (Erişim : 12.05.2015)

www.mugla-turizm.gov.tr (Erişim : 05.05.2015)

www.altid.org.tr (Erişim : 11.05.2015)

www.resmigazete.gov.tr (Erişim : 05.04.2015)

www.bjmer.net (Erişim : 02.05.2015)

EKLER

EK 1 : HERŞEY DAHİL SİSTEMİNİN TÜRK TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ KONULU ANKET FORMU

ANKET FORMU

HERŞEY DAHİL SİSTEMİNİN TÜRK TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ

Bu anket çalışması Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi dalında yapılmakta olan, “*Her şey Dahil Sisteminin Türk Turizm Sektörüne Etkileri*” konulu yüksek lisans tezine veri toplama amacıyla düzenlenmiştir. Değerli vaktinizi ayıracağınız için teşekkür ederim.

Gurbet EVRENÜZ
gevrenuz@hotmail.com
Yük.Lisans Öğr.

1. Milliyetiniz?

a-) T.C b-) Diğer(Belirtiniz).....

2. Yaşınız?

a-) 20 yaş altı b-) 20-29 arası c-) 30-39 arası d-) 40-49 arası e-) 50 ve üzeri

3. Medeni durumunuz?

a-) Evli b-) Bekar

4. Kaç çocuğunuz var?

a-) Hiç çocuğum yok b-) 1 c-) 2 d-) 3 e-) 4 ve üzeri

5. Cinsiyetiniz?

a-) Bay b-) Bayan

6. Mesleğiniz?

a-) İşçi b-) Ev hanımı c-) Memur d-) Emekli e-) Doktor-Mühendis-Öğretmen
f-) Öğrenci g-) Diğer

7. Eğitim durumunuz?

a-) İlköğretim b-) Lise c-) Üniversite d-) Lisansüstü

8. Aylık gelir düzeyiniz? (TL.)

a-) 1000 ve altı b-) 1001-1500 c-) 1501-2000 d-) 2001-3000 e-) 3001 ve üzeri

9. Tatile çıkma nedeniniz?

a-) Eğlence b-) Kültürel c-) Sağlık d-) İş e-) Diğer

10. Tatilinizi nerede geçirdiniz?

a-) Yurtiçi b-)Yurtdışı

11. Oteldeki konaklama süreniz?

a-) 1-7 gün b-) 8-14 gün c-) 15-21 gün d-) 22-28 gün e-) 29 gün ve üzeri

12. Tatil rezervasyonunuzu ne şekilde yaptırınız?

a-) Bireysel b-) Seyahat acenteleri-tur operatörleri aracılığıyla

13. Yapmış olduğunuz “Herşey Dahil Sistemi” kapsamındaki tatiliniz için ne kadar ücret ödediniz? (Günlük TL/ Kişi Başına)

a-) 100 ve altı b-) 101-200 c-) 201-300 d-) 301-400 e-) 401 ve üzeri

14. “Herşey Dahil Sistemi” ile kaç defa tatil yaptınız?

a-) 1 b-) 2 c-) 3 d-) 4 e-) 5 ve üzeri

15. “Herşey Dahil Sistemi”ni hangi kaynaktan öğrendiniz?

- a-) Televizyon b-) Seyahat Acenteleri c-) Arkadaş d-) Gazete-Dergi e-) İnternet
f-) Diğer.....

16. “Herşey Dahil Sistemi” tercih etme nedeninizi belirtiniz?

Lütfen Arka Sayfaya Geçiniz

- a-) Ekstra harcamaların az olması
b-) Para bozdurma endişesinin olmaması
c-) Tatil planının hazır olması
d-)Harcama takip etme zorunluluğunun olmaması
e-) Çok daha kaliteli hizmet sunulması
f-) Diğer.....



17. Tatiliniz süresince otel dışında herhangi bir aktiviteye katıldınız mı?

- a-) Hiç katılmadım b-)Yöredeki tarihi yerlerin ziyareti c-) Şehir merkezinde alışveriş
d-) Otel dışındaki turistik amaçlı turlara katılma e-) Diğer.....

18. Yapmış olduğunuz “Herşey Dahil Sistemi” kapsamındaki tatiliniz için ödediğiniz ücret dışında ne kadar para harcadınız.(Günlük TL/ Kişi Başına)

- a-) 100 ve altı b-) 101-200 c-) 201-300 d-) 301-400 e-) 401 ve üzeri

19. Tatilinizi kiminle birlikte geçirmektesiniz?

- a-) Yalnız b-) Eşim ve ben c-) Eşim ve çocuklarım d-) Arkadaşım e-) Diğer
.....

20. Daha önceki seyahatinizde hangi konaklama türünü tercih etiniz?

- a-) Bu hayatımın ilk tatili b-) Yarım Pansiyon c-) Tam Pansiyon d-) Oda-Kahvaltı
e-) Herşey Dahil Sistemi f-) Diğer.....

Aşağıdaki soruları, “Herşey Dahil Sitemi” kapsamındaki yapmış olduğunuz tatilinizi dikkate alarak cevaplandırınız. Görüşünüzü yansıtan kutucuğu “X” ile işaretleyiniz.

	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Emin değilim	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
21. “Herşey Dahil Sistemi” ile tekrar seyahate çıkmayı düşünür müsünüz?					
22. “Herşey Dahil Sistemi” arkadaşlarınıza tavsiye eder misiniz?					
23. “Herşey Dahil Sistemi” den memnun kaldınız mı?					
24.“Herşey Dahil Sistemi” çerçevesinde verilen taahhütlerin gerçekleştiğine inanmakta mısınız?					
25.“Herşey Dahil Sistemi”nde ödediğiniz ücretin karşılığını aldığınıza inanmakta mısınız?					
26. Otelin sunmuş olduğu hizmetlerin kaliteli olduğuna inanmakta mısınız?					
27. Otelin fiziki altyapısının yeterli olduğuna inanmakta mısınız?					
28. “Herşey Dahil Sistemi”nin diğer konaklama çeşitlerine göre daha ekonomik olduğunu düşünüyor musunuz?					
29. “Herşey Dahil Sistemi” en iyi konaklama ve tatil çeşididir.					
30. “Herşey Dahil Sistemi” dışında başka bir tatil planı yapmam.					

ÖZGEÇMİŞ

Gurbet EVRENÜZ, 1977 yılında Almanya'da doğmuştur. İlk öğrenimine Almanya'da başlayıp Türkiye'de, Gazi İlkokulunda tamamlamıştır. Sonra sırasıyla Sarayköy Ortaokulu, Denizli Atatürk Endüstri Meslek Lisesi Elektronik Bölümü ve Gazi Üniversitesi Çorum Meslek Yüksek Okulu Bilgisayar Programcılığı bölümlerini bitirmiştir. 1998 yılında Deniz Astsubay Sınıf Okulundan mezun olmuş ve halen Dz.K.K.lığı bünyesinde görev yapmaktadır.