



TÜRKİYE SEYAHAT ACENTALARI BİRLİĞİ
ASSOCIATION OF TURKISH TRAVEL AGENCIES

Havayolu, Biletleme ve IATA İhtisas Başkanlığı Dönem Raporu

Mart 2019

TÜRK HAVA YOLLARI KONULARI ;

- 1- Türk Hava Yolları Ziyaret edilerek çalışma programı belirlenmiş, Aşağıdaki konular Yazılı olarak sunulmuş olup hali hazırda takibi sürmektedir.

THY POS SİSTEMLER İLE DOĞRUDAN ÖDEME YAPILMASI HK.

Acentelerin artan POS Maliyetleri sebebiyle kredi kartlarında işlem yapamaz duruma gelmesi sebebiyle THY ye yaptığımız yazılı öneride **Acentaların THY POS sisteminde yapacağı ödemeleri Acentanın cari hesaba mahsuben yaptığı ödeme olarak kabul edilmesi** teklif edilmiştir. Bu durumda;

1. THY POS'undan işlem gören bedelin SC dahil olması veya olmaması hiç bir sorun teşkil etmeyecek, Devre ödeme gününde tarafınızca POS'tan tahsil edilmiş bedelin Acenta nakit hesabından düşülmesiyle işlem sıfırlanacaktır.
2. Türk Hava Yolları, Kredi kartlı satış bedeline derhal ulaşabilecektir.
3. Acentalarda SC sebebiyle kullanmak zorunda oldukları POS maliyetlerinden kurtulacaktır.
4. Türk Hava Yolları, Kredi kartlı satış bedeline derhal ulaşabilecektir.

HİZMET BEDELLERİ (SC) LERİN YETERSİZLİĞİ HK.

THY ile 08 Ocak 2019 tarihinde gerçekleşmiş olan görüşmede, İçhatlar hizmet bedellerinin iyileştirilmesi kapsamında, "tavan fiyat" uygulaması sebebiyle SC lere yapılması düşünülen artırımın çok yetersiz olacağını ifade edilmiş ve diğer havayollarında olduğu gibi THY den de segment başına SC uygulaması hususunda talebimiz iletilmiştir.

THY ise, Tavan ücret uygulaması nedeniyle SC lerde iyileştirme yapma kabiliyetlerinin çok az olduğu, ancak konunun gündemlerinde olmasına rağmen ancak yaz tarifesi ile birlikte ve tavan ücrette olması muhtemel gelişmelere göre değerlendirileceğini belirtilmiş ve ayrıca segment başına SC alınmasının da, Acentanın aynı hizmeti zaten verdiği bunun ek bir maliyet gerektirmediğine değinip bu aşamada kendi kanallarınız için segment başına ayrı SC uygulaması düşünülmeyeceğini ifade etmişlerdir.

Bunun zerine yaptığımız geri dönüşte üyelerimizin tavan fiyatta bir değişikliğin yapılabileceği ihtimalini bekleyecek ne gücü nede tahammülü olmadığı. Kaldı ki uygulanan ekonomik politikalar çerçevesinde bunca sene baskılanan tavan fiyat uygulamasının yükseltileceğini de çok umut etmediğimizi. Bu sebeple bizlerin segment

başına SC uygulaması teklifi önem kazandığının altı çizilmiş ve ayrıca, tek-yön bilet tanzimi ile çift-yön veya bağlantılı biletlerin kesilmesinde maliyet açısından fark olmadığı düşüncelerine aşağıdaki açıklama ise itiraz edilmiştir. Şöyleki;

Son 4 yıldır SC lerde bir artış olmamıştır. Lakin Acentelerimizin maliyetlerinde artışlar olmuştur. Bankalara evvelce ödenen %0.80 - %1 arası POS komisyonlarının dahi maliyeti bugün %2.30 - %2.45 dir.

Keza Bankalardan alınan DBS ve Teminat mektuplarında da çok ciddi artışlar olmuştur, en iyi teminat mektubu oranı evvelce %0,5 - 0,9 arındayken, bugün %2 ve DBS oranlarında neredeyse 2 katına ulaşmıştır.

Bu tespitler cercevesinde şayet konuya Bilet olarak da örneklersek; keza 4 yıl önce satışını yaptığımız Business gidiş-dönüş biletler ortalama 800 TL, Ekonomi biletler ise 350 TL civarında iken, bugün ise en ucuz Business bilet (J class) 1.100 TL, Ekonomi bilet (Q class) 590 TL. civarındadır.

Görülebileceği üzere finansman maliyetlerimizdeki artış %80-100 dür. Bu bağlamda tek yön bilet kesme ile çift yön bilet kesmenin de mali açıdan masrafları artmıştır. Yani stok tan 400 TL lik bir bedel kullanımı ile 800 TL lik bedel kullanımının da masrafı aynı değildir, bu örnekleme, tek yön ile çift yön arasında kullanılan teminat mektubu veya DBS kümülatif bedelinin de ayrıca bir masraf olduğu da kabul edilen bir tespittir.

Bu sebeple segment başına SC uygulamasının son derece adil, çözümçü ve tüketici nezdinde yanlışı anlaşılabilir ortadan kaldıran bir formül olacağı konusundaki talebimiz ısrar sürmektedir.

BİLETLERDE HATALI İSİM DÜZELTİMESİNDE 3 HARF KURALI HK.

Hatalı isim ile düzenlenmiş biletler için THY Acente destek birimi tarafından belirlenmiş ve acentelerimize duyurusu yapılan uygulamanın bazı konularda yetersiz kaldığı ve sorunları çözüme kavuşturamadığı vakalar olduğu yazılı olarak bildirilmiştir. Konu hakkında THY ye yazılan yazı özeti aşağıdaki gibidir;

Yazımıza konu, 1 harf hatası ile anlam değişikliği oluşturulan bir bilet için örnekleme yapmak gerekirse, Mesela;

CEMAL UÇANBİLİR adında bir yolcumuz herhangi bir seyahat acentesine giderek 23 NISAN 2019 tarihinde TK001, IST-JFK seferinde ekonomi Class bilet almak için müracaat etmiş olsun,

Acentemiz bileti sehven CEMAL UÇANBİLİR yerine CEMİL UÇANBİLİR olarak düzenlemiş olabilir. Bu durumda aşağıdaki yayına istinaden tek

harf le bile anlam değişikliği oluştuğu için acentemizin iade/değişiklik talebi ortaklığımız tarafından red edilecektir/edilebilir.

Halbuki Soyisim, tarih, parkur, sefer ve kabin aynı olmasına rağmen sadece bir harf farklı diye doğru olan diğer 5 doğru kriter kriterler red edilmektedir.

CEMAL UÇANBİLİR 23 NISAN 2019 tarihinde TK001, IST-JFK

CEMIL UÇANBİLİR 23 NISAN 2019 tarihinde TK001, IST-JFK

Bu ve benzer vakaları ortadan kaldırmak, acente taleplerini daha hızlı cevaplamak ve kişisel insiyatifleri ortadan kaldırmak adına daha güçlü ve işbirliğine katkı sağlayacak daha anlaşılır kriterler belirlenebilir,

Mesela TC Kimlik Numarası veya Pasaport numarası;

Biletleme esnasında TC kimlik numarası girilmiş biletlerde iade ve değişiklik taleplerini değerlendirmek daha kolay ve doğru olacağı muhakkaktır, Yukardaki örnekte, Acentemiz tarafından biletleme esnasında PNR a TC kimlik numarası girilmiş olsaydı, Tek harf hatası nedeniyle anlam farkı oluşmuş olsa bile, TC kimlik Numarasının pnr da kayıtlı olması ve sonrasında acente tarafından iade/değişiklik talebi esnasında yolcumuzun resmi kimliğini ibraz etmesi durumunda talebin olumlu değerlendirilebilmesi daha gerçekçi ve somut olacaktır.

TC kimlik numarası devlet tarafından verilen değiştirilmesi mümkün olmayan, kişiye özel bir numaradır. Bu uygulama Acentelerimiz tarafından TC kimlik numarası girilmesini teşvik edeceği gibi, TC kimlik numarası girilmemiş hatalı düzenlenmiş PNR larında 3 harf kuralına anlam değişip değişmediği gibi yorumlarınada bakılmaksızın ortaklığınız tarafından direkt red edilmesine imkan tanıyacaktır.

Kaldı ki,

İş ortağınız olan acentelerimizin sehven hatalı düzenlemiş bir biletini, yolcu mağduriyetini gidermek adına, Tarih, Parkur, Sefer Numarası, Sınıf, aynı olmak koşulu ile Yeni bilet (aynı veya daha yüksek ücrette) düzenlenmesi koşuluyla, hatalı biletin iade edilmesinin ortaklığınıza herhangi bir zarar veya maliyet oluşturmayacağı muhakkaktır.

ANADOLUJET KAMPANYALARI HK.

Bu konuda THY Genel Müdürü Bilal EKŞİ ye gönderilen yazı metni aşağıdadır.

Konu: AnadoluJet Markanızın Kampanyaları Hk.

Malumlarınız olduğu üzere Birliğimiz üyesi seyahat acentaları sayın ortaklığınızın önemli bir dağıtım kanalını oluşturmakta olup, Birliğimiz ve Bayrağımızı taşıyan değerli havayolumuz uzun zamandır uyumlu ve başarılı bir iş ortaklığı yürütmektedir.

Değerli Havayolunuz ve Birliğimiz yetkililerince oluşturulmuş çalışma grubunun önemli istişare ve faaliyetleri sonucunda alınan kararlar neticesinde, kampanyalarda dağıtım kanallarına eşitlik sağlanması ve birlikte iş birliği yapılması prensibi bu zamana kadar sorunsuz uygulanmaktaydı.

Ancak web sayfanızda "Salı ve Çarşamba Günleri Tüm Uçuşlarda %40 İndirim! " başlığı altında kamuoyuna ilan edilen kampanyanızın şartlarındaki "Kampanya, AnadoluJet web sitesi ve mobil uygulamasından satın alınacak biletlerde geçerlidir. " ibaresi, bu mutabakatımızın aleyhine olmuş ve üyelerimizin haklı tepkilerine sebebiyet vermiştir.

İş bu açıklamalarımız doğrultusunda, bahse konu uygulamalarınızın üyelerimizi de kapsayacak şekilde tekrar değerlendirilmesi hususunu tensiplerinize sunar, bu yönde yapılacak bir düzeltmenin başta sayın ortaklığınız olmak üzere tüm taraflara daha faydalı olacağına ilişkin inancımızı belirtir, Konuyu tensip ve takdirlerinize sunarız.

- 2- TÜRSAB olarak hızlı iletişim sağlanabilmesi amacıyla ilgili THY Yetkilileri ve TÜRSAB'ın olduğu bir mail grubu oluşturuldu. Böylelikle üyelerimizden gelen sorunlarda daha aktif bir müdahale oluşumu yaratılmıştır.
- 3- Türk Hava Yollarınca WEBSDOM kullanan üyelerimize geçmiş dönemlerde faturalanmamış olan yıllık bakım bedellerinin toplu halde fatura edilmiş olmasına TURSAB olarak itiraz edilmiş halen konuda müzakerelerimiz devam etmektedir.

462 VUK İLE İLGİLİ GENEL KONULAR;

- 4- T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Bakanlığı ve Gelirler İdaresi Başkanlığı ile yapılan temaslarda, Elektronik bilet (**e-bilet**) lerin faturalanması ile ilgili esasların belirlendiği **VUK. 462** no'lu tebliği konusunda eksiklik ve sıkıntılar ifade edilmiş ve bu konuda çalışmalar başlatılmıştır. Konu hakkında bilgi notu aşağıdadır;

KONU ÖZETİ;

Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından yayınlanan ve 01 Temmuz 2016 tarihinde devreye giren 462 Sayı Vergi Usul Kanunu tebliğ kapsamındaki uygulamalarda, Uçak bileti satışı yapan seyahat acentaları kanalında tanzim edilen biletlerle alakalı faturasal ve muhasebesel sorunlar yaşanmaktadır.

Ülkemizde havayolu biletlemesinin çok önemli mikratının üyemiz seyahat acentaları tarafından yapılmakta olduğu ve ayrıca bu sebeple günlük ve aylık bazda yüksek sayılarda bilet tanzim ettikleri göz önüne alındığında mevcut sistemin operasyonel sorunları yanısıra gerek vergi kaybı gerekse buna bağlı uygulamaların yarattığı haksız rekabet şartları da oluşmakta olduğu için, sorunun ortaya konması ve çözüm önerilerinin de paylaşılması elzem olmuştur.

MEVZUAT'a GÖRE MEVCUT UYGULAMA;

- E-bilet bedeli ile servis hizmet bedeli toplamı seyahat acentasının hasılatı olarak beyan edilmektedir.
- Söz konusu fatura bedelleri içerisinde yer alan KDV yine seyahat acentaları tarafından aylık KDV beyannamelerinde hesaplanan KDV olarak beyan edilmektedir.
- Seyahat acentası tarafından düzenlenmiş olan fatura bedeli toplamı hasılat, hava yolu şirketleri tarafından düzenlenen e-biletler, seyahat acentaları tarafından maliyet olarak dikkate alınmaktadır.
- Havayolu tarafından seyahat acentasına tanzim edilen e-bilet üzerinde yer alan KDV ise yine seyahat acentaları tarafından aylık verilecek KDV beyannamelerinde indirim konusu yapılmaktadır.

PRATİKTEKİ UYGULAMA;

- Rezervasyon kaynağı olan Havayolu, yaptığı rezervasyon için ürettiği e-bilet, acentası dışında tüm kanallarda fatura yerine geçmektedir.
- Seyahat acentası ise yaptığı rezervasyon için aynı kaynaktan ürettiği e-bilet sadece Havayolunun acentaya faturası olarak mütalaa edilmekte yani yolcu için fatura yerine geçmemektedir.

- Beher bilet tanzimi için havayolundan gelen e-fatura tek tek acentanın muhasebesine giriş yapmakta ve acenta tarafından da hizmet bedeli de eklenerek yine tek tek faturalandırmaktadır.

MEVCUT UYGULAMADAKİ SORUNLAR;

- Yüksek sayılardaki uçak bileti adedinin seyahat acentaları vasıtasıyla satıldığı göz önünde bulundurulduğunda, Günlük ve aylık bazda tek tek beher biletin muhasebesel girişlerinde izlenmesi gereken yolun yarattığı mükerrer ve yoğun iş yükü ve bu yükün getirdiği ek maddi külfet
- Vergi Kayıpları,
- Sebep olunan haksız rekabet şartları,
- Tüketici nezdinde algı karışıklığı
- Aylık bazda yüksek sayılarda uçak biletinin seyahat acentaları vasıtasıyla satıldığı göz önünde bulundurulduğunda her bir işlem için iki ayrı fatura düzenlenmesi büyük bir iş yükü ve maddi yük getirmektedir.

OLMASI GEREKEN;

- Minimum evrak trafiği ile maksimum denetim şartlarının oluşması,
- Bilet bedelinin, hizmet bedeli dahil tüm satış kanallarında eşit fiyat olması,
- Verginin kaynağında tahsili ile vergi kayıplarının önlenmesi ve uygulamanın yarattığı haksız rekabet şartlarının ortadan kaldırılması.

ÇÖZÜM ÖNERİMİZ:

1. Havayolunun acentaya göndermiş olduğu ve acentanın indirim konusu yaptığı fazla belge adedi yerine, dönemsel satışlarını kapsayan tek bir fatura ile muhasebe kayıtlarının işlenmesi, Acenta açısından iş, zaman ve maddi külfetleri asgariye indirecek ve aynı zamanda kayıtların daha nizami ve güvenilir olmasını sağlayacaktır.
2. Keza Havayolu biletine konu taşıma hizmetini gerçekleştirecek olan hava yolu işletmesinin, seyahat acentasının hizmet bedeli dahil olarak tahsilatı yapması, belirlenecek dönemlerde seyahat acentasının o dönem içerisinde hak ettiği bedellerin hava yolu işletmesi tarafından ödenmesi.
3. Netice olarak da; Ülkemizde uygulanmış olan bu sistemin tekrar düzenlenmesi ile hem verginin kaynağından tahsil edilmesi nedeniyle vergi kaybını azaltacağı hem de milyonlarca işlemde ayrı ayrı

faturalandırmayı ortadan kaldıracığından bu kalabalığın sebep olduğu düzensizliği bertaraf edeceği, dolayısıyla da iş gücü kaybını da önemesi yanısıra Tüketici nezdinde kontrolsüz olan satış aritmetiğininide düzenleyeceği değerlendirilmektedir.

S.H.G.M İLE İLGİLİ GENEL KONULAR;

- 5- T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü ile yapılan görüşmelerde "Havayolu Bilet Satış ve Tanıtım Talimatı (SHT-HB)" taslağına müdahil olunarak Bilet satış mevzuatının kurumsallaşması yönünde üyelerimiz lehine olması gereken maddeler taslağına eklenmiştir.

IATA / APCJ KONULARI ;

- 6- A.P.J.C. (Agency Program Joint Council) Üye atamaları yapılmıştır.

Acentalar Tarafı ;

Numan OLCAR
Aziz Ciga
Zeliha Sözüşen
Erhan Seven
Celal Usta

Havayolu Tarafı ;

Türk Hava Yolları
Emirates
Air Astana
British Airways & Iberia
Aeroflot

- 7- A.P.J.C.'nin Global Üst konseyi olan P.A.P.G.J.C (Passenger Agency Program Global Joint Council) da UFTAA Kontenjanından TURSAB'ı temsilen Numan Olcar atanmıştır.
- 8- Tüm dünya da 2019 sonuna kadar uygulamaya geçecek NewGenISS'in Ülkemizde başlama tarihi olan Mayıs için gerekli uyum çalışmaları yapılmış ve sektör bilgilendirilmiştir. Daha sonra bu tarih Ağustos 2019 olarak revize edilmiştir.
- 9- PCI/DSS Uygulamasında Ülkemizde faaliyet gösteren üyelerimize yol gösterecek bilgilendirmeler haber mecramızda yapılmış ve gerekli rehberlik sağlanmıştır.
- 10- Evvelce IATA nezdinde başta WEB ve yazışmaların Türkçeleştirme konusundaki çalışmalar devam etmektedir. Bu konuda önemli yol kat edilmiş ve hali hazırda lisan engeli oldukça düşürülmüştür.
- 11- IATA Türkiye Müdürlüğü ve IATA Madrid Kurumsal İlişkiler direktörlüğü Birliğimizde ağırlanmış karşılaştığımız sorunlar ayrıca ifade edilmiştir.

BİLETLEMELER İLE İLGİLİ DİĞER GENEL KONULAR;

- 12- Bankalar nezdinde, Üyelerimiz lehinde POS, Teminat Mektupları, DBS,Krediler vs. konularında özel bir çalışma yapılmıştır. Birliğimiz binasında toplam 9 Banka'nin üst düzey heyetleri ile gerçekleşen toplantıda avantaj sağlanan TEB ve YKB bankalarının oranları üyelerimize bildirilmiş ve kurum WEB sitemizde ilan edilmiştir.
- 13- TURSAB Havayolu Biletleme ve İhtisas Başkanlığının (@tursabhavayolubilet) Facebook sayfası güncel faaliyet ve duyurularla hizmet vermektedir. Ayrıca www.tursab.org.tr adresinde İhtisas Başkanlıkları sekmesi altında çalışma, faaliyet ve toplantı günleri hakkında hertürlü bilgi paylaşılmaktadır.
- 14- Sicil departmanınca takip edilmekte olan faaliyeti sonlanmış/sonlandırılmış acentalara ait güncel liste havayolları ve GDS lerle aylık olarak paylaşılmaktadır. **İptal** edilmiş acentalara ait sistem şifrelerinin de iptali sağlanmaktadır.
- 15- **Üyelerimizin Havayolları nezdinde yaşadığı sorunlar ilk kez bir basın bülteni ile kamuoyu ve yetkililerle paylaşılmıştır. "Acentaların havayollarının rakibi değil, iş ortağı olduğu" mottosu işlenen bültenin Gerek İhtisasa Başkanlığı gerekse Yönetim Kurulumuzca daha etkin ses getirmesi amacıyla açılan imza kampanyasına 2300 üzerinde imza ile destek olunmuştur. İmza veren üyelerimizin BSP ve TK nezdinde işlem hacmi %98 leri bulmaktadır.**

BÜLTEN METNİ:

"Seyahat Acentaları, havayollarının rakibi değil iş ortaklarıdır "

İş ortaklarımız olan Havayolları tarafından uygulanmakta olan satış politikaları ile acentasını rakip görme anlayışı, başta acentaları ve tüketiciyi olumsuz yönde etkilemektedir. Şöyle ki;

Gerek havayollarının büyümesinde gerekse mevcudiyetlerinin devamında önemli bir iş ortağı olan seyahat acentalarının bu gelişmelerde çok büyük rol oynamasına, hatta Türk Hava Yolları'nın bugün geldiği noktada seyahat acentaları kanalının yadsınmaz bir önemi olmasına rağmen; havayollarınca özellikle son 6 yıldır seyahat acentasını kendine rakip gören pazarlama politikalarının, sektörün kendi

bindiği dalı kesmesine ve havayollarının da ciddi zararlar açıklamasına neden olmaktadır.

“Turizm, hizmeti verilmeden alınan bir sektör değildir. Bu konudaki en önemli fedakarlık ise ürünlerin doğru tanıtılması ve talep yaratılmasındaki imkanların korunmasıdır. Havayolları için fevkalade öneme sahip, acentalarını bertaraf etmeye yönelik politikaların sonuçları da ortadadır. Bir ürünü en iyi şekilde tanıtıp, bunu tüm taraflara optimal bir kazanç haline dönüştürmek acentaların temel uzmanlık alanıdır. Oysa sözde, acenta maliyetinden fedakarlık etmeyi başarı saymak veya bypass etmek havayolunun bindiği dalı kesmesidir ”.

“Seyahat Acentaları Havayollarının dolgu malzemesi değildir”

Ulaşım coğrafyası açısından Türkiye’de havayolu ulaşımı fevkalade avantajlı bir öneme sahiptir. Ülkemizden 4 saatlik bir uçuş mesafesiyle neredeyse 2 milyarlık bir nüfusa ulaşılmaktadır. Yolcuyla birebir irtibatı olan seyahat acentaları ise sahanın nabzını doğrudan tutan bir konumda olup, arz-talep dengeleri konusunda havayoluna en iyi ışık tutacak durumdayken bundan istifade etmeyip, üstelik acentaları oyun dışında bırakacak uygulamaları desteklemek büyük bir hatadır. Bu sebeple havayollarının, ‘ben doldurduğum koltukları doldurayım, boş kalanını da acenta doldursun’ düşüncesi doğru bir strateji değildir. Zira bu gidişle mesleğini sürdürecekt acenta kalmayacaktır.

“Haksız rekabet şartları”

Havayollarının uyguladığı bazı kampanyalar çerçevesinde ürünü sadece kendi web sitesinden veya aplikasyonundan veya çağrı merkezinden satması ve yaptığı bir indirimde acenta kanalını devre dışında bırakarak uygulaması veya bazı ücret sınıflarını acentasına göstermemesi, fevkalade haksız bir rekabet örneğidir. Oysa ülkemizde bulunan yaklaşık 11 bin seyahat acentasından büyük çoğunluğunun ana iştigal konusu bilet acentalığı olup yarattığı istihdam ile de ülke ekonomisine önemli katkı sağlamaktadır. Hiçbir havayolunun koltuklarının tamamını internetten satması mümkün değildir. Her şeyden önce bu kapasitede hizmet verecek bir çağrı merkezi altyapısı yoktur ve olamaz da. Halihazırda biletini internetten almış olan yolcuların deneyimlerinde biletleri ile ilgili iptal, değişiklik konularında dakikalarca havayolunun robot santrallerle muhatap oldukları ve bir sonraki

deneyiminde yine seyahat acentasını tercih ettikleri de önemli bir tespittir.

“Acentaların tahamülü kalmamıştır”

Havayolları bilet satış sektöründe, mevzuatla çalışmaları kurumsallaştırılmayan ve havayollarının elinde sahipsiz bırakılarak, bir bakıma deneme tahtası olan acentalar mevcut haksız rekabet şartları altında ezilmekte, bir kısmı da faaliyetini sonlandırmak durumunda kalmaktadır. Bu konuya süratle müdahale edilmelidir.

“İlgili Kurumları göreve çağırıyoruz”

Ülkemizde sivil havacılık alanında kural koyma, denetleme ve yaptırım uygulama faaliyetlerinden sorumlu olan Bakanlıklarımız ve kamu otoritelerimiz vardır. Sivil havacılığa dair her şeyi denetlemeye ve mevzuatlarını geliştirmeye dair yetkisi olan otoritelerden, özellikle havayollarının bayileri yani acentaları ile olan ilişkilerini düzenleyecek, haksız rekabet ortamı yaratmayacak ve dolayısıyla tüketicinin mağduriyetini önleyerek, satış kanallarında eşitliği sağlayacak düzenlemeleri bekliyoruz. Acentalar kadar bu mevzuat eksikliğinin önemli mağdurları tüketicilerdir.

“Havayolu açısından bakıldığında”

Havacılık tarihi, pek çok başarılı havacılık örnekleri ile doludur. Avrupa havacılık tarihinde dahi zamanın en büyük en erişilmez havayolu olmasına rağmen iflas etmiş, el değiştirmiş hatta bayrak değiştirmiş milli havayolları vardır. Çok maliyetli olan operasyonlarda hatalı kararlar ve hatalı pazarlama yolları sonun başlangıcı olabilir. Ülkemizde de pek çok kapanmış havayolu örneklerinin altında da benzeri sebepler vardır. Bu örneklerin yaşandığı ülkelerde hatalı stratejilerin yanısıra; acentalık teşkilatının yeterince geniş ve güçlü olamamasının da etkileri büyüktür. Şimdi ise havayollarının uyguladıkları politikalarla acentalar bir bir kapanırken, başta Türk Hava Yolları'nın da en önemli kalkanı hızla zayıflamaktadır.

HEDEFLERİMİZ ;

16- Belirlenmiş Hedeflerimiz..

- 463 VUK Kanununun düzenlenmesi ile Fatura sorunlarının hallolması.

- 463 VUK ile Servis Bedellerinin Bilet bedeli içinde tahsil edilmesi.
- SHGM Yönetmeliği ile acentalık esasların kurumsallaştırılması
- IATA Acenta sayılarını artırarak, Acentaların eşitliğini sağlanması
- Sektör kurallarına sıkı disiplin getirmek,
- Teşvik programlarının tabana yayılmasını sağlamak.
- GDS v.s. konularda münferiden değil Kurumsal pazarlık gücünü kullanmak.