



Turizme Giriş

Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü

- 1. TURİZM VE SEYAHAT TARİHÇESİ**
- 2. TURİZMLE İLGİLİ KURUMLAR VE İŞLETMELER**
- 3. SEYAHAT ACENTASI TANIMI VE FAALİYETLERİ**
- 4. SEYAHAT ACENTALARININ SINIFLANDIRILMASI**
- 5. SEYAHAT ACENTALARININ ORGANİZASYON YAPISI**
- 6. TUR OPERATÖRLERİ**
- 7. TURİZM ÖZEL TERİMLERİ**

1. TURİZM VE SEYAHAT TARİHÇESİ

1.1. DÜNYADA SEYAHAT SEKTÖRÜ

Latince seyahat kavramı “travail” kelimesi ile açıklanmakta ve sıkıntıları aşmak zorlukların üstesinden gelmek demektir. İnsanoğlu yaşamını devam ettirebilmek için doğal değişikliklerden korunmak adına seyahat yoluna gittikleri bilinmektedir. Mevcut yaşam şartlarının insanları bir bakıma göçe zorlaması neticesinde seyahat öncelikli olarak bir keşif ve merak duygusuyla ortaya çıkmıştır.

İlk çağda insanlar din, sağlık ve keşif duygusu gibi sebeplerden dolayı seyahat etmekteydiler. Çinlilerin ticaret amacıyla keşifleri, Yunanlıların ünlü tarihçisi Herodot ile farklı kültürleri tanıma seyahatleri, Mısırlıların dinlenme amaçlı olarak ülkenin deniz ve göl kenarlarına ulaşmak için uzun yollar katetmeleri yine Yunanlıların Olimpiyat oyunları nedeniyle bölgeye yapılan seyahatlerin turizmin ilk referansları olarak kabul edilebilir.

M.Ö. 312 yılında “Via Appia” olarak bilinen ve Roma İmparatorluğu’nu baştan başa geçen kara yoluyla seyahat imkanlarının artırılması, daha çok Anadolu’da gördüğümüz ve farklı birçok bölgede de dini törenlerin düzenlenmesi, ayrıca yakın halkların da bu törenlere büyük ilgi göstermeleri; bizlere seyahat kavramının ne kadar önemli bir etki yarattığını ispatlamaktadır.

Tarihin ilk dönemlerinde dini seyahatler ve törenler festival havasında gerçekleşmekte idi. Büyük organizasyonlar olarak adlandırılacak bu seyahatlere katılanlar için yollarda yapılan konaklamalar ilerleyen yıllarda otelcililiğin başlangıcına örnek teşkil eden girişimler olarak kabul edilmektedir.

Tekerleğin icat edilmesi seyahat kavramının çok farklı boyuta taşınmasında önemli bir ayrıntıdır. O güne kadar yapılan yollar tekerlek için uygun olmayan yollar olduğundan yeniden yol yapımına ihtiyaç duyulması ve bu yolların daha uzun ve daha farklı malzemedeki yapılması gereği seyahat yapanların ihtiyacı olur hale gelmiştir. Yine bu dönemde sağlık nedeniyle yapılan seyahatlerde Anadolu ve Yunanistan önemli yer tutmaktadır. Sağlık amaçlı gerçekleştirilen bu seyahatler eğlence ve dinlenme gibi farklı amaçları da beraberinde getirmekteydi.

Romalıların ticaretteki başarısı, yapılan yolların farklı ağlarla birbirine bağlanması ve yaşamın daha refah içinde sürdürülmesi sonucunda insanlar kendilerine tatil amaçlı mekanlar inşa etmişlerdir. Bu dönemde ortaya konan konutlar daha sonra ‘yazlık’ olarak adlandırılan konutlara örnek teşkil etmektedir.

Orta Çağ’da en önemli seyahat sebebi din idi. Bu seyahatler geçmiş döneme göre daha organize, daha kitlesel bir boyutta idi. Kiliseler ve manastırlar seyahat edenlerin tüm ihtiyaçlarını karşılamak üzere farklı hizmetler vermekte idiler. Hac amacıyla seyahat edenler sadece kara yolunu kullanmamakta deniz yolu da bu dönemde oldukça hızlı bir ilerleme göstermişti. Bu dönemde rehberlik hizmetinden, konaklamaya, ulaşımdan diğer seyahat ayrıntılarına kadar çok büyük gelişmeler yaşanmıştır. Günümüz profesyonel turizm kavramına ait bazı öğelerin bu dönemde atıldığı söylenebilir.

1275 yılında, tarihin en uzun süreli seyahati olarak bilinen; Marko Polo’nun İtalya’dan başlayıp Çin’de tamamladığı, dünyanın seyrini de değiştiren seyahati çok önemlidir. Yaklaşık yirmi yıl süren bu seyahatin ardından, farklı düşünceler ve farklı amaçlarla pek çok seyahat gerçekleştirilmiştir.

Zamanla bu seyahatler soylu sınıflar tarafından ayrıcalıklı bir uğraş olarak algılanmaya başlanmıştır. Toplumun üst tabakası tarafından çocuklarının farklı ülkeleri ziyaret edip oradaki üst düzey yaşamı yakından görmeleri ile farklı bir statü elde etmeyi amaçlayan bu seyahatlere “Büyük Tur” (Grand Tour) adı verilmekteydi. Gönderilen gençlerin, diplomat olarak temsil görevlerinden daha çok, farklı kültürleri tanımaya yönelik amaçları vardı.

Bu çağda gerçekleştirilen seyahatler merak, sağlık ve kültür ağırlıklı olarak yapılmıştır. Ancak seyahatlerin bu dönemdeki en büyük eksikliği yavaş olması idi. Çok kısa mesafelerin bile aylar süren yolculuklar olarak gerçekleşmesi büyük kayıpların doğmasına neden olmakta idi. 18. Yüzyılda ortaya çıkan sanayi devrimi ve sonrasında buharlı lokomotiflerin günlük yaşama uyarlanması ile seyahatte daha hızlı, konforlu ve verimli bir dönem de başlamış oldu.

Demiryollarının ulaşımına açılmasıyla seyahatin kolaylaşması, modern turizm girişimlerini de beraberinde getirmiştir. Seyahat endüstrisinin kurucusu olarak adlandırılan İngiliz Thomas Cook, 1841 yılında Leichesten- Loughborough arasında bir tur düzenleyerek modern anlamda ilk organize turu gerçekleştirmiştir. Kendisi marangoz olan Thomas Cook, daha sonra mesleğini bırakarak 1845 yılında bir acenta açmış, turizmde seyahat kavramını profesyonel hayatın içine sokmuştur.

Bundan sonraki yeni dönemde seyahat kavramı gelişimini sürdürse de savaş yıllarının dünyayı sarması sonucu kesintiye uğrayan sektör, Dünya Savaşları sonrasında uzun yıllar durgunluk dönemini yaşamıştır.

Bu dönemdeki en önemli gelişme ise 1914 yılında Ford'un ilk otomobili üreterek seyahatleri destekleyen süreci tetiklemesi olmuştur. Ancak asıl toparlanma Dünya savaşlarının tamamlanmasıyla ortaya çıkmıştır. Savaş yıllarındaki seyahat hareketliliği askeri hareketlilikten öteye gitmemekle birlikte bu süreçte uçakların toplu taşıma için seyahat endüstrisinin hizmetine sunulması yeni bir dönemi başlatmıştır.

Hakların hukuki düzenlenmesi ve demokrasi kavramlarının tartışmaya açılmasıyla, tatilin bir hak olarak çalışanlara verilmesi, seyahatin artık insanların yaşam kalitelerini doğrudan etkileyen bir ihtiyaç olarak yerini almasını sağlamıştır.

1950'lerden günümüze gelinen süreçte seyahat kavramının, profesyonel bir sektör olarak günden güne öneminin arttığını söylemek tabii ki yanlış olmayacaktır.

Günümüz teknolojik gelişmeleri ışığında; seyahatin geçmişine bakarak, gelecek için bu noktada bir öngöründe bulunmak oldukça zor. Ancak görünen o ki, internet çağındaki turizm faaliyetlerinin her geçen gün daha yenilikçi olması, bundan uzun yıllar sonra günümüzün, bir milat olarak anılmasına yol açacağı kesindir.

1.2. TÜRKİYE'DE SEYAHAT SEKTÖRÜ

Türk seyahat tarihinin en önemli isimlerinden biri şüphesiz Evliya Çelebi'dir. Yazdığı seyahatname ile günümüze kadar gelen paylaşımları modern seyahat tarihinin en önemli belgeleri arasında yer almaktadır.

Demiryolu ağlarının İstanbul'a kadar uzanması ile Avrupa'dan uzun mesafeli seyahatlerin gerçekleşmesinin mümkün olması ile bazı turist gruplarının bu dönemde Osmanlı'yı ziyaret ettikleri bilinmektedir. Daha öncesinde de deniz yolu ile küçük turist gruplarının ulaştığı bilirse de 1863 yılında İstanbul'da açılan "Sergi-i Umumi Osmani" seyahat edenlerin uğradığı önemli bir turizm merkezi idi. Bu sergiyi görmek isteyen Viyana'dan hareket eden üst düzey bir heyet İstanbul'da başladıkları seyahatlerini İzmir'de tamamlamışlardır. 170 kişilik gelen bu turist grubu dönemin ilk turist kafesi sayılmaktaydı.

Ancak asıl turist hareketliliği ve seyahatlerin yoğunluğu 1892'de İstanbul'da açılan Pera Palas otelinde Orient Express (Paris-İstanbul arasında Wagon Lits adlı şirketin düzenlediği tren yolculuğu) ile Avrupa'dan gelen yolcuların burada konaklaması ile başlamıştır. Bu otel özellikle bu sefere katılan yolcuların konaklaması amacıyla kurulan bir oteldir.

1923 yılında Atatürk'ün de önderlik ettiği Türkiye Seyyahin Cemiyeti (Bugünkü adıyla "Turing Otomobil Kurumu") ile ilk ciddi kurumsallaşma deneyimi başlatıldı. Reşit Saffet Bey tarafından kurulan Turing, Türkiye'nin ilk tanıtım afişleri, yol haritaları, otel rehberleri ve broşürleri gibi ilklere imza attı. Bu kurum amaç olarak İstanbul başta olmak üzere ülke içindeki tarihi yerleri tanıtmak amacıyla bir bakıma dönemin turizm ve tanıtım kurumu olarak görev yapmaktaydı.

Cumhuriyet döneminde seyahat alanındaki en önemli gelişmelerden biri 1925 tarihinde Seyyahin Cemiyeti Yönetim Kurulu'na Milli Türk Seyahat Acentacılığı Ziya ve Ortakları adıyla kurulmuş olan ve Türkiye'nin ilk ulusal seyahat acentası olan NATTA'dır.

Turizmle ilgili bir diğer alan olan havacılık, Cumhuriyet döneminde Türkiye Tayyare Cemiyetinin kurulmasıyla ilk adımlarını attı. 1925 yılında kurulan Cemiyet 1933 yılında Türk Havayolları İşletme İdaresi adını aldı.

1950 ve 1953 yıllarında turizm kurumlarını teşvik kanunları çıkartıldı. Teşvik önlemlerinin yanı sıra turizmde alt ve üstyapı yatırımlarına kaynaklık etmek amacıyla 1954 yılında Türkiye Turizm Bankası kuruldu. Orient Express 1962 Mayıs ayı itibariyle seferlerini durdurma kararı almıştır.

1950'lerin ikinci yarısında Türkiye Seyahat Acentaları Cemiyeti (TÜSTAC) kuruldu. 1968 yılında ilk defa seyahat acentalarının işleyişi ve kuruluş süreci kontrol altına alınarak Bakanlar Kurulu kararı ile seyahat acentası kurma süreci bir izine tabi tutulmuştur. Bu dönemden sonra seyahat acentalarının örgütlenme sürecinde yaşananlar 1972 yılında 1618 Sayılı kanunla kurulan TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği) ile günümüze kadar yaşanan bir sürecin başlangıcını teşkil etmektedir.

2. TURİZMLE İLGİLİ KURUMLAR VE İŞLETMELER

2.1. BAKANLIKLAR

Seyahat Acentalarının ilgili bakanlıklarla direkt ve dolaylı ilişkilerini aşağıdaki gibi görebiliriz.

2.1.1. T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI

Turizmle ilgili yetki alanları oldukça geniş olan Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, seyahat acentalarını ilgilendiren alanları kısaca aşağıdaki gibidir.

Eğer bir seyahat acentası olarak faaliyet yürütmek isteniyorsa, Bakanlıktan İşletme Belgesi alınması zorunludur.

Sermaye şirketi kurulduktan sonra Bakanlığın, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'ne bağlı, Seyahat Acentaları Daire Başkanlığı'na, Acenta adı yani ünvanıyla ilgili başvuru yapılmalıdır.

Seyahat Acentasının ünvanını kısa, pazarlamaya uygun, yapılan faaliyeti anlatan, akılda kalıcı; yani birçok etken göz önünde bulundurarak, özenle seçilmelidir. Ancak yatırımcı, dilediği ismi de seçebilir.

Tüm bu işlemlerden sonra, bağlı olunan TÜRSAB Bölge Temsil Kuruluna, başvuru dosyası için müracaat edilebilir.

Seyahat Acentası kuruluş bedeli ve kuruluş teminatlarının yatırılmasının ardından, başvurunun yapıldığı adreste; TÜRSAB ekibinin denetimleri sonrası; hazırlanan dosya Bakanlığa gönderilir.

Dosyanın onayı sonrası "Seyahat Acentası İşletme Belgesi" bağlı bulunulan İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nden alınarak, faaliyete başlanabilir.

2.1.2. T.C. TİCARET BAKANLIĞI

Turizm işletmeleri ilk önce ticari bir şirket olarak kurulurlar. Bunun için girişimci ve ortakların öncelikle şirket ünvanına karar vermeleri gerekir. Şirket ünvanıyla ilgili belirlenen çekirdek isimden sonra, faaliyette bulunacakları sektörlerden bir ya da daha fazlasını, ünvanında belirtmeleri gerekir. Örnek verelim; turizm, taşımacılık, otelcilik, perakendecilik ve bunlar gibi. Tabi ki burada en önemli konu, çalışmak ve gelişmek istenilen turizm dallarına göre, sektörleri önceden belirlemek olacaktır.

Sermaye şirketi olarak kurulması tavsiye edilen Limitet veya Anonim Şirketi için, konusunda uzman bir muhasebeci ya da mali müşavirden, kuruluş itibarıyla destek alınmalıdır. SGK, vergi dairesi, fatura ve tüm şirket evrakları gibi mali yükümlülükler başından sonuna kadar, gereğine uygun olarak hazırlanmalı ve düzenli takip edilmelidir. Bu düzen, şirketin ve dolayısıyla yatırımcının, diğer tüm kurum ve işletmelerle ilişkilerini oldukça kolaylaştıracaktır.

2.1.3. T.C. SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞI

KOSGEB ve TÜRK PATENT

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, yani kısaca KOSGEB girişimcilik, AR-GE, Teknolojik Üretim, İş Geliştirme ve Finansal Destek başlıklarında tüm işletmelere olduğu gibi turizm işletmelerine de çeşitli destekler sunmaktadır.

Yeni yatırım döneminde veya ticari hayatı devam eden işletmeler, KOSGEB'in bu desteklerini mutlaka takip etmeli, dönem dönem sağlanan bu desteklerden şartlar uygun ise, faydalanılmalıdır.

TÜRKPATENT VE MARKA KURUMU, adından da anlaşılacağı üzere patentler, faydalı modeller, coğrafi işaretler, geleneksel ürün adları, tasarımlar ve markaların tescilini ve bu hakların korunması ile ilgili işlemleri yapar.

Bir seyahat acentası ya da turizm işletmesi kurulurken, firmanın ileride değerli bir marka olabileceği düşünülerek, mutlaka marka tescili yaptırılmalıdır.

Organizasyonel rekabetin en uçlarda yaşandığı günümüzde markanın, bir başka tüzel kişilik tarafından sahip olunmasının önüne ancak, TÜRKPATENT'den alınacak marka tescili ile geçilebilir.

2.1.4. T.C. ULAŞTIRMA VE ALTYAPI BAKANLIĞI

Turizmin en önemli bacaklarından biri olan yolcu taşımacılığı, ülkemizde Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı'nın sorumluluğundadır.

Karayolu turizm taşımacılığı ya da havayolu taşımacılığı gibi ulaşımla ilgili tüm başvurular, bu bakanlığımıza yapılmalıdır.

Örnek olarak, bir havayolu şirketi veya turistik amaçlı bir balon işletmesi kurmak ya da işletmek isterseniyorsa; tüm izin ve kurallar için Bakanlığın Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü'ne başvurması gerekiyor. Ya da turizm taşımacılığı yapmak isteyen işletmelerin, yine bakanlığa bağlı Karayolu Düzenleme Genel Müdürlüğü'nün "Yolcu Taşıma Yönetmeliğini" çok iyi bilmeleri gerekiyor.

2.2. BİRLİKLER

2.2.1. TÜRKİYE SEYAHAT ACENTALARI BİRLİĞİ (TÜRSAB)

14.09.1972 tarihinde çıkarılan ve 28.09.1972 tarihinde yürürlüğe giren 1618 sayılı "Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu" uyarınca kurulmuş olan TÜRSAB, Türkiye'deki seyahat acentalarının kuruluş, üyelik, şube kuruluşu, denetleme, bilgilendirme, yükümlülük, eğitim ve gelişim faaliyetlerini gerçekleştiren bir meslek birliğidir. TÜRSAB'ın temel amacı, seyahat acentalığı mesleğinin ve faaliyet alanının temelini oluşturan turizm sektörünün gelişimine katkıda bulunmaktır.

Yönetim Kurulu, Denetim Kurulu ve Disiplin Kurulu kurumsal yapısıyla faaliyet gösteren TÜRSAB'da başkan ve yönetim, Genel Kurul'un 3 yılda bir gerçekleştirdiği seçimle göreve gelir. TÜRSAB'ın çalışmaları arasında uluslararası ilişkiler ve turizm alanında yürütülen tanıtım faaliyetleri önemli bir yer almaktadır. TÜRSAB, Dünya Turizm Örgütü (WTO), Uluslararası Seyahat Acentaları Birlikleri Federasyonu (UFTAA), Avrupa Birliği içindeki Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri Birlikleri Grubu (ECTAA), Uluslararası Tur Operatörleri Birliği (IFTO) gibi uluslararası önemli kuruluşların üyesidir.

2.2.2. TÜRKİYE TURİST REHBERLERİ BİRLİĞİ (TUREB)

Turist Rehberleri Birliği (TUREB) 22.06.2012 tarihinde 28331 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 6326 sayılı "Turist Rehberliği Meslek Kanunu" uyarınca kurulmuş, kendisine bağlı 7 Meslek Odası ile 6 Bölgesel Meslek Odası olmak üzere tüm Türkiye'de örgütlenmiş 13 odanın kamu kurumu niteliğinde meslek üst kuruluşudur.

Kanun, turist rehberliği mesleğine kabule, meslek içi eğitime ve mesleğin icrasına, turist rehberleri odaları ile turist rehberleri odaları birliklerinin kuruluşuna, organlarının niteliklerine ve seçimlerine, organlık niteliğini yitirme hâl ve usullerine, görev ve yetkilerine, çalışma usullerine, üyeleri ile olan karşılıklı hak ve yükümlülüklerine, gelir ve giderleri ile bütçelerine, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın mesleğe ilişkin görev ve yetkilerine, meslek kuruluşlarıyla iş birliğine ve turist rehberliği meslek kuruluşlarının bakanlığa denetlenmesine ilişkin usul ve esasları kapsar.

2.2.3. MESLEK BİRLİKLERİ

Turizme katkı sağlayacak tüm imkanların yine oteller ve turizmi geliştirecek şekilde reorganize etmek, bakanlık ve sektör kuruluşlarıyla konusunda çalışmalar yapmak, bakanlık ve sektör kuruluşlarıyla işbirliği yaparak bakanlığa ve sektöre yol gösterici raporlar hazırlamak, sektör

içindeki yerini ve ağırlığını hissettirecek anketlerden elde edilecek sonuçları çalışma, maliye, ekonomi bakanlıkları ile kamuya duyurmak, yabancı ve yerli yatırımları yönlendirecek projeler hazırlamak gibi ana amaçlara hizmet etmektedirler.

TÜROFED, TUROB, GETOB, AKTOB başta olmak üzere daha onlarca bölge ve şehir birlikleri turizme katkıda bulunmak amacıyla çalışmaktadır

2.3. ULUSLARARASI BİRLİKLER

Uluslararası alanda faaliyet gösteren turizm ve seyahat acentacılığı ile ilgili başlıca kuruluşlar aşağıdaki gibidir.

UFTAA: (Union of Federation Travel Agents Association) Seyahat Acentaları B. F.

WTO: (World Tourism Organization) Dünya Turizm Örgütü

WATA: (World Association of Travel Agents) Dünya Seyahat Acentaları Birliği

IATA: (International Air Transport Association) Uluslararası Hava Taşımacıları B.

IACA: (International Air Charter Association) Uluslararası Hava Charter B.

ARTA: (Association of Retail Travel Agents) Perakendeci Seyahat Acentaları B.

AITO: (Association of Incentive Travel Operators) Teşvik Turları Operatörleri B.

ICCA: (International Congress and Convation Association) Uluslararası Toplantı ve Kongre B.

2.4. KONSOLOSLUKLAR

Yabancı ülkelerde, orada bulunan yurttaşlarının haklarını koruyan, bağlı bulunduğu hükümete siyasal ve ticari bilgileri veren dış işleri kurumudur.

Yurtdışında ikamet eden vatandaşlara, sosyal yaşamları ile ilgili kural ve uygulamaların belirli bir düzen çerçevesinde sağlanması amacıyla, tabi oldukları ülkenin kurmuş oldukları konsolosluklar ile verilen hizmetler oldukça kapsamlıdır.

Konsolosluklar ayrıca kendi ülkelerine giriş yapmak isteyen yabancı vatandaşlara vize hizmetleri de vererek, turizmle direkt köprü oluşturmuşlardır.

2.5. İŞLETMELER

2.5.1. ULAŞTIRMA İŞLETMELERİ

Seyahat Acentaları genellikle kendi araçlarının olmaması ya da yeterli sayıda aracının bulunmaması sebebiyle ulaştırma işletmeleriyle bağlantıya geçerler. Seyahat acentaları için ulaştırma işletmelerinin ayrı bir önemi vardır. Taşıma aracının temiz, yeni ve konforlu olması konuk memnuniyetinin yüksek seviyede tutulması anlamına gelmektedir.

Seyahat Acentaları hem transferlerde hem de yurtiçi, yurtdışı operasyonlarda her türlü ulaşım aracını kullanırlar. Uluslararası ulaşımda uçak, bölgesel ulaşımda ise otobüs kullanımı en yaygın uygulamadır. Uçaklar hava yolu şirketlerinin kontrolünde ve bu konudaki yasa ve yönetmelikler çok net olduğu için sorun yaşanmamaktadır. Ancak yerel ulaşımda kullanılan araçların sağlanması çok daha zordur. İhtiyaç duyulan bütün otobüs, midibüs ve minibüslerin acenta tarafından dışarıdan kiralanması yoluna gidilir. Karayolları trafik kanununa göre seyahat acentası ile ulaştırma işletmeleri arasında bir sözleşme imzalanır. Karayolları trafik kanununa göre araçla ilgili bütün sorumluluklar araçtan yararlanana aittir. Örneğin kaza olması durumunda doğacak zararlardan seyahat acentası sorumludur ve acenta yolcusuna karşı her zaman sorumlu olacaktır.

Turizmde Kullanılan Ulaştırma İşletmeleri:

Havayolu İşletmeleri (Uçak-Helikopter-Balon)

Karayolu İşletmeleri (Şehiriçi-Şehirlerarası-Turizm Taşımacılığı)

Deniz İşletmeleri (Kuruvaaziyer-Yat-Gulet-Feribot)

Demiryolu İşletmeleri (Tren)

2.5.2. KONAKLAMA İŞLETMELERİ

Seyahat Acentalarının en yoğun çalıştıkları işletme grubu konaklama işletmeleridir. Bunun en önemli sebebi; Turistik hizmeti satın alan konunun zamanının büyük çoğunluğunu konaklama işletmesinde geçirmesidir. Bundan başka rezervasyon işlemlerinin yapılması, bununla ilgili meydana gelen sorunlar ve bunların çözümü de bu iki işletme arasındaki ilişkinin yoğun olmasını gerektirmektedir. İlişkilerin yoğun olması ve bu arada bazı sorunların yaşanması sebebiyle Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından bir yönetmelik hazırlanmış ve 23 Mart 1983 tarihli Resmi Gazetede yayımlanmıştır. Acenta-otel ilişkileri bu yönetmelik esaslarına göre düzenlenir.

Oteller turistlerin geçici konaklamaları için, yapısı, konforu, teknik altyapısı, donanımı ve sınıflandırmasına göre hizmet üreten, belli bir geceleme ücreti karşılığında müşterilerine konaklama ve yeme-içme imkanı sağlayan işletmelerdir. Moteller yerleşim merkezleri dışında, karayolları güzergahı veya yakın çevrelerinde inşa edilen, motorlu araçlarıyla yolculuk yapanların konaklama, yeme-içme ve araçlarının park ihtiyaçlarını karşılayan en az 10 odalı konaklama tesisleridir.

Tesis Türleri: Otel, Motel, Tatil Köyü, Resort Otel, Şehir Oteli, Kayak Otelleri, Spa Tesisleri, Termal Oteller, Oberj, Hostel, Pansiyon, Kamp, Marina (Botel)

Turistik Tesislerin Departmanları: Front Office/Ön Büro, Resepsiyon, Food&Beverage/Yiyecek İçecek Hizmetleri, Housekeeping/Kat Hizmetleri, Teknik Servis, Hizmet Servisleri/Doktor-Kuru Temizleme-Satış Üniteleri-SPA-Güzellik Merkezleri, Animasyon

Tesislerin Pansiyon Durumları: OK (BB), YP (HB), TP (FB), TP+ (FB+), HD (All Inclusive), UHD (Ultra All Inclusive)

Tesislerin Oda Çeşitleri: Sng/Single/Tek Kişilik, Dbl/Double/İki Kişilik, Trpl/Triple/Üç Kişilik, Std/Standart Oda, Club/Villa Odası, Family/Aile Odası, Suit/Büyük Oda, King Suit/Kral Dairesi

Konaklama işletmeleri ile seyahat acentaları arasında çok çeşitli sözleşmeler yapılır. Bu sözleşmeler, münferit müşteriler, grup olarak seyahat eden müşteriler ve belirli bir sürenin üzerindeki rezervasyonlar için yapılan sözleşmeler olarak görülmektedir.

Sektörel dilde ise üç tip sözleşme yapılmaktadır:

- 1- Kontenjan alınmadan yapılan “Sor-Sat Sözleşme”
- 2- Belirli bir kontenjan alınarak yapılan “Kontenjan Sözleşmesi”
- 3- Belirli bir pazarın tek satıcısı olarak yapılan “Tek Yetkili Sözleşmesi”

2.5.3. YIYECEK İÇECEK İŞLETMELERİ

Seyahat Acentalarının hizmet satın aldığı işletmelerden biriside yiyecek içecek işletmeleridir. Bunlar; Restoran-Lokanta, Bar, Kulüp, Pub, Disko, Kafe-Bistro, Fırın-Pastane, Dinlenme Tesisleri ve Catering/Yemek Servis işletmeleridir

Acentalar yiyecek içecek işletmeleriyle de sözleşme imzalarlar. Rehberler tur organizasyonlarında yolcularını, acentanın anlaşma yaptığı yiyecek içecek firmalarına götürürler.

2.5.4. ALIŞVERİŞ İŞLETMELERİ

Dünyanın bazı turizm merkezleri ucuz alışveriş merkezleri olarak ün yapmışlardır ve sadece bu sebeple önemli miktarda turist çekerler. Örneğin; Hong Kong, Malezya, Endonezya, Çin, Dubai gibi ülkeler büyük endüstri ve teknoloji firmalarının üssü konumundaki ülkelerdir. Bu ülkelerde elektronik, hediyelik ve lüks eşya fiyatlarının ucuz olması, bavul turizminin doğmasına sebep olmuştur.

Turistler gittikleri ülke veya yöredeki ilginç ve ucuz malları, görerek satın almak isterler. Bu sebeple seyahat acentaları tur programlarına ekstra gelir sağlayan alışveriş gezilerini de eklerler.

Ülkemizde altın işlemeciliği, halı, deri, tekstil, şekerleme, taş işçiliği, seramik ve gastronomi alanlarında oldukça kaliteli ve ilgi gören turizm ürünleri sunulmaktadır. Bu nedenle seyahat acentaları ve tur operatörleri, alışveriş merkezlerini tur programlarına dahil etmekte ve bu merkezler, kendilerine müşteri getiren acenta ve rehberlere belli oranlarda komisyon ödemektedirler.

2.5.5. REKREASYON İŞLETMELERİ

Spor, eğlence, aktivite, eğitim, motivasyon, açılış, kutlama vb. çeşitli organizasyonları veya bir organizasyonu içinde barındırabilen çok amaçlı tesislerdir.

Seyahat acentaları, müşterilerine ülkemizin kültürel öğelerini tanıma imkânı sunmalıdırlar. Bu konuda seçenek çok olmakla birlikte aşağıdaki verilenler örnekler en yaygın olanlarıdır. Bunlar; Aquaparklar, spor alanları, eğlence kompleksleri, fuarlar, kongre merkezleri, semt pazarları, yöresel festivaller, el sanatları fuarları, plaj işletmeleridir.

2.5.6. MÜZE VE ÖREN YERİ İŞLETMELERİ

Anadolu gerçek manada ören yeri cennetidir. Eski dünya kıtalarının tam ortasında bulunması, doğal güzelliklerin yaygın olması sebebiyle küçük büyük yüzden fazla uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Bu uygarlıkların geride bıraktığı çok sayıda yerleşim yeri ve doğal güzellikler arkeoloji ve kültür turizmine açıktır.

Ören yerlerinde bulunan çeşitli tarihi eserler müzelerde sergilenmektedir. Ülkemizin dört bir yanında bulunan açık hava müzeleri, Ankara'daki Anadolu Medeniyetleri Müzesi ve İstanbul Arkeoloji Müzesi, dünyanın sayılı arkeoloji müzeleri arasındadır. Bunların dışında Anadolu'nun pek çok yerinde arkeoloji müzeleri vardır. Etnografya müzeleri, şahıs veya kurumlara ait özel müzeler, deniz müzeleri, havacılık müzeleri vb. müzeler tur programlarına konulan veya tavsiye edilebilen yerlerdir.

2.5.7. BANKA VE SİGORTA İŞLETMELERİ

Seyahat acentaları müşterilere direkt olarak yansımayan fakat tur organizasyonunun yapılabilmesi için gerekli olan çeşitli hizmetlere ihtiyaç duyabilirler. Seyahat Acentaları kanunen TÜRSAB Seyahat Güvence Paketi ile turu sigortalatmak zorundadırlar. Bu durumda herhangi bir nedenle turu tamamlayamadıkları takdirde turun Kültür ve Turizm Bakanlığı veya TÜRSAB tarafından tamamlanması garanti edilmektedir.

Seyahat acentaları paket tur veya herhangi bir organizasyon hizmeti üretirken önemli masraflar yaparlar. Kontratlar, organizasyon masrafları, personel masrafları, ön ödemeler gibi yüklü miktarlarda nakit çıkışları yaparlar. Fakat bu hizmetlerin satış veya tahsilatları ileri tarihlerde olacaktır. Ayrıca taksitli satılan ürünlerin bedellerini aylar sonra alacaklardır. Bu durumlarda çeşitli bankalardan ve finans şirketlerinden kredi kullanma ihtiyaçları doğmaktadır. Bu nedenlerle acentalar bir çok banka ve ödeme sistemi ile çalışmaktadır.

3. SEYAHAT ACENTASI TANIMI VE FAALİYETLERİ

28.09.1972 tarihli 1618 sayılı kanun 1. maddesine göre; kâr amacı ile turistlere, turizmle ilgili bilgiler vermeye, paket turları ve turları oluşturmaya, turizm amaçlı konaklama, ulaştırma, gezi, spor ve eğlence sağlayan hizmetleri görmeye yetkili olan, oluşturduğu ürünü kendi veya diğer seyahat acentaları vasıtasıyla pazarlayabilen ticarî kuruluş olarak tanımlanmıştır.

Seyahat Acentalarının Hizmetleri:

- Tur düzenlemek
- Transfer hizmeti vermek
- Rezervasyon hizmeti vermek
- Enformasyon hizmeti vermek
- Kongre ve konferans organizasyonları yapmak
- Ulaştırma araçlarının bilet satış işlemleri
- Sigorta ve vize işlemlerini gerçekleştirmek
- Turistik tanıtım malzemesi satışı
- Ulaşım araçları bulundurma ve kiralama
- Seyahat acentası ürününün satışı

3.1. REZERVASYON

Kara, deniz, hava araçlarının tarifeli veya tarifersiz seferlerine ilişkin olarak ve her türlü konaklama, yeme-içme ve eğlence işletmelerinde tüketici adına yer ayırtmak, kayıt işlemi yapmak şeklinde tanımlanmıştır.

Konaklama işletmelerine ait odaların, çeşitli ulaştırma araçlarına ait koltukların ya da aracın kendisinin, restoran masalarının ve çeşitli toplantı salonlarının, seyahat acentası tarafından müşteri adına ayırılması çeşitli rezervasyon tipleridir.

Rezervasyon işlemleri günümüzde, seyahat acentalarına özel yazılımlarla yapılmaktadır. Bu nedenle acentalar, rezervasyon işlemlerini hızlı ve düzenli yapmak için çeşitli otomasyon programları kullanırlar. Bu programlar ulaşım, konaklama, muhasebe ve diğer tüm hizmetlerle bağlantılı olarak çalışmakta ve kusursuz bir servis sağlamaktadır.

Müşterinin istediği otel, tarih gibi özelliklere uygun olarak düzenlenen rezervasyon talep formu, seyahat acentası tarafından karşılayıcı acentaya gönderilir. Karşılıyıcı acenta kontenjan dahilinde, ilgili işletmelerle bağlantıya geçerek rezervasyonları yaptırır ve rezervasyon teyidini alarak ilgili tur operatörüne bildirir. Yapılmış olan rezervasyonlar hakkında transfer, muhasebe ve tur birimleri anlık olarak bilgilendirir.

3.2. OPERASYON:

Acentacılık işlemlerindeki bütün yer değiştirme faaliyetleri için kullanılan, genel bir terimdir.

Müşterilerin aldıkları paket tur çeşidine göre, gidiş ve dönüş transfer organizasyonlarının yapılması, tur ve ekstra turların gerçekleştirilmesi işlemleri operasyon süreci olarak tanımlanmaktadır.

Bu hizmetlerin tamamını gerçekleştirmek, paket tur organizasyonunu yapan tur operatörünün görevidir. Fakat genel olarak yurt dışı operasyonları, bir sözleşme ile destinasyon ülkesindeki incoming yani karşılayıcı acentaya devredilir. Bu durumda karşılayıcı acentanın sorumluluğu havaalanı, liman, gar, terminal gibi ülkeye giriş noktalarından müşterilerin karşılanıp, lokal operasyonlar tamamlandıktan sonra tekrar, turun çıkış noktasına ulaştırılmaları ile sona ermektedir.

Operasyon aşaması ulaştırma, tur planlaması, yeme-içme ve rehberlik olarak dört gruba ayrılır.

Operasyondaki en önemli unsur konaklama yerleridir. Çünkü paket tur süreci, konaklama işletmelerine rezervasyonların yapılmasıyla başlar ve daha sonra diğer hizmetler programlanır. Bir tur operasyonunda ne kadar çok yöre geziliyorsa, programı hazırlamak ve uygulamak da o kadar zorlaşacaktır.

Transfer ise, turistlerin düzenlenen turun başlangıcı, herhangi bir safhası veya sonunda, sınır kapıları, limanlar, gar veya havaalanlarından, konaklama yapacağı tesise ya da tesisten bu yerlere veya tur programının başladığı yerden konaklama tesisine ya da tesisten programın bitiş yerine, transfer aracıyla taşınmasını ifade etmektedir.

3.3 VİZE VE GÜMRÜK HİZMETLERİ

Seyahat acentalarının yurt dışı turlarda müşterilerine verdikleri önemli bir hizmet de vize ve gümrük işlemlerinin müşteri adına takip edilmesidir.

Acentalar bu hizmetten, ayrıca gelir elde ederler. Destinasyon hedefi olan ülkelerin konsolosluklarından vize alınması, müşteriler için takip gerektiren zorlu bir süreçtir. Fakat acentalar bu konuda mevzuatı bildikleri ve tecrübeli oldukları için bu işlemleri kolaylıkla halledebilirler.

Zaten paket turların tercih edilmesindeki en önemli sebep de bu tip prosedürlerin seyahat acentalarına bırakılmasıdır.

Ayrıca, her ülkenin birbirinden farklı gümrük formaliteleri vardır. Bu konularda müşteriye bilgi verilmesi acentaların enformasyon görevi kapsamındadır. Ülkeye sokulması yasak olan ya da belli bir miktar ile sınırlandırılmış eşyalar, gümrük kuralları ile belirlenmiştir.

3.4. ENFORMASYON

“Seyahat Acentaları Birliği Yönetmeliği”ne göre enformasyon: turizmle ilgili ve turizm hareketinin gerektirdiği konularla, turistlerin tabii olduğu döviz, vize, gümrük gibi işlemlere ilişkin bilgi vermektir. Enformasyon, seyahat Acentalarının en önemli hizmetlerinden ve konukları en çok yönlendiren hizmetlerinden birisidir. Örneğin, ülkemize gelen turistlerin bu kararı vermelerinde en çok etkileyen faktör Acentaların yönlendirmeleridir.

1618 sayılı Seyahat Acentaları Yasası ve Seyahat Acentaları Yönetmeliği’ne göre tüm Seyahat Acentaları turizm diplomalı veya enformasyon memurluğu belgesi olan en az bir personel çalıştırmak zorundadır.

3.5 TUR DÜZENLEME VE SATIŞI

Seyahat Acentalarının önemli bir gelir kalemi de ekstra tur satışlarıdır. Paket tur satın alarak gelen pek çok yabancı konuk, ucuz olduğu için sejur yani konaklamalı paketleri tercih ederler. Acentalar bu şekilde konaklayan müşterilere, otel rehberleri aracılığıyla ulaşırlar.

Seyahat Acentaları, bölge ve yöresel ürünlerin tanıtımını amaçlayan günlük veya birkaç günlük turlar düzenleyerek, paket tur programına dahil olmayan bu turlar vasıtasıyla, önemli bir gelir sağlarlar. Ülkemizde çok sayıda tarihi, kültürel ve doğal güzele sahip yörelerimiz olduğu kadar, turistik amaçlı oldukça kaliteli ve ilgi gören ürünler de bulunmaktadır. Bu nedenle her tüketiciye uygun türde, ekstra tur seçenekleri sunabilmekteyiz.

3.6. BİLETTİME (TICKETING)

Çeşitli ulaştırma araçlarına ait biletlerin satışı, bütün Seyahat Acentalarının ortak özelliği ve en önemli gelir kaynağıdır. Ayrıca konferans, fuar, spor ve çeşitli organizasyon biletleri de acentalar tarafından satılabilmektedir.

Bilet satış işlemi genellikle karmaşık ve bilgi isteyen bir faaliyettir. Özellikle yurt dışı uçuşları için yapılan bilet satışları, tam anlamıyla uzmanlık gerektirir. Bunun için, uluslararası terimleri ve kısaltmaları tanımak, hava yolu taşımacılığına ait terminolojiye hakim olmanız şarttır.

Ayrıca ülkeden ülkeye değişen saat farklılıklarını, tarifeleri, sınır formalitelerini, bilet çeşitlerini, izlenecek güzergâhları, rezervasyon sistemlerini çok iyi bilmek ve bunları hatasız olarak uygulamak becerisini gerektirir. Bilet satış uzmanı, alanındaki mesleki yayınlarını takip ederek müşterisine mutlaka doğru bilgileri verebilmelidir.

4. SEYAHAT ACENTALARININ SINIFLANDIRILMASI

4.1. YAPISAL SINIFLANDIRMA

Büyük dağıtım acentaları:

Genellikle tur operatörlerinin ürünlerini pazarlama ve tur operatörleri ile seyahat acentaları arasında aracılık işlevi görürler

Endüstriyel Firmalar İçin Uzmanlaşmış Acentalar:

Büyük işletmelerin ihtiyaçlarına ve personellerine yönelik seyahat, tatil ve bilet organizasyonlarını düzenlemektedirler.

Karşılıyıcı acentalar:

Yurtdışından gelen turistlere yönelik karşılıyıcı acenta hizmeti vermektedirler. Turizm literatüründe incoming acentalar olarak adlandırılırlar.

Bağımsız acentalar:

Seyahat organizasyonlarıyla ilgili tüm hizmetleri herhangi bir bağlantıları olmadan gerçekleştiren acentalardır.

Yerel acentalar:

Genellikle aktif turizm bölgelerinde kendi ürünlerini satan acentalardır.

Temsilci acentalar:

Bir bölgede belli bir seyahat acentası adına çalışan seyahat işletmeleridir.

4.2. FONKSİYONEL SINIFLANDIRMA

Incoming (karşılıyıcı) acentalar:

Yabancı tur operatörlerine göre gidilecek ülkedeki karşılıyıcı acentalardır.

Outgoing (gönderici) acentalar:

Kendi ülkesinden yurtdışına tur gönderen acentalardır.

4.3. YASAL SINIFLANDIRMA

Yukarıda saydığımız sınıflandırmaları, seyahat acentalarının turizm sektöründeki yerlerini konumlandırmak amacıyla yaptık. Ancak seyahat acentalarının, asıl sınıflandırmasını yasal olarak 3 grupta yapabiliyoruz.

A Grubu Seyahat Acentaları:

Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu'nun birinci maddesinde söz konusu olan tüm seyahat acentalığı hizmetlerini görürler.

B Grubu Seyahat Acentaları:

Uluslararası kara, deniz ve hava ulaştırma araçları ile A grubu seyahat acentalarının düzenleyecekleri turların biletlerini satarlar.

C Grubu Seyahat Acentaları:

Türk vatandaşları için yurt içi turlar düzenlerler ve pazarlarlar. Ayrıca kendilerine, A Grubu seyahat acentaları tarafından verilen hizmetleri yerine getirir ve bu acentaların ürünlerini pazarlarlar.

B ve C grubu seyahat acentaları kendi hizmetleri dışında kalan diğer seyahat acentalığı hizmetlerini göremezler. Ancak, kendilerine A grubu seyahat acentalarının verecekleri hizmetleri görürler.

Kısaca, bir seyahat acentası kurmak istiyorsanız, Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan A, B ya da C grubu işletme belgesi almanız zorunludur.

5. SEYAHAT ACENTALARININ ORGANİZASYON YAPISI



Seyahat Acentalarının büyüklük ve verdikleri hizmetlere göre organizasyon yapılarında farklılıklar bulunmaktadır. Seyahat Acentalarının organizasyon yapısında aşağıdaki başlıca bölüm ve görevler vardır.

Yönetim:

Bir seyahat acentasının yönetim sistemi; Yönetim Kurulu, Genel Müdür, Genel Müdür Yardımcıları ve Şube Müdürlerinin ortak yönettikleri bir sistem doğrultusunda çalışmaktadır.

Acenta yönetimlerinin en çok dikkat etmesi gereken konu maliyet ve personel kontrolüdür. Bu kontrol, geniş bir personel kadrosuna sahip acentalarda, dengeli ve adaletli iş bölümünün yapılmasını sağlar.

Maliyetlerin kontrolü, acenta yönetiminin en yoğun alanıdır. Kontratların düzenlenmesi, ödemelerin kontrol edilmesi, her paket ve hizmet için farklı alış ve satış rakamlarının düzenlenmesi ve farklı işletmelerden çeşitli hizmetlerin satın alınması gibi işler, yönetimin görevidir.

Kontrat Departmanı:

Tur operatörü temsilcisi ve seyahat acentasının kontrat müdürleri, paket turu oluşturan tüm turizm işletmelerini ziyaret ederek, sözleşmeleri yaparlar.

Yapılan sözleşmelere istinaden, yatak ve oda kontenjanları tespit edilir. Bu çalışmalar daima, bir sezon öncesinden tamamlanmış olmalıdır.

Anlaşma yapılan otellere veya turlara ait bilgiler tüketiciye, katalog veya internet üzerinden sunulmaktadır. Bu bilgiler kontratlardan sonra, ürün bölümü tarafından ya da satış bölümü tarafından düzenlenmekte ve nihayetinde, tur operatörüne veya acentalara iletilmektedir.

Bu bölümde çalışan elemanlar, rakip acentaların ürünleri ve fiyatlarını izleyerek kendi tur operatörü, konaklama işletmeleri ve tüketiciler için en verimli hizmeti tespit ederek, uygulamaya koymalıdır.

Pazarlama Departmanı:

Seyahat Acentaları ürünlerini satmak için pazar araştırmaları yapmak, rakipleri izlemek, pazarlama stratejileri oluşturmak, reklam ve tanıtım kampanyaları düzenlemek, pazar koşullarını izlemek ya da buna karşı yeni ürünler geliştirmek ve müşterilerine sadakat programları sunmak gibi çok farklı pazarlama çalışmaları yaparlar.

Sanayi ve tarım sektörlerinin büyük markaları gibi bazı seyahat acentaları, pazarlama ve satış işlemlerini ayrı bölümler içinde yürütebilirler. Bunu ağırlıklı olarak global acentalarda daha belirgin şekilde görüyoruz.

Satış Bölümü:

Pazarlama çalışmalarının sonucunda satışları yapmak, ayrıca bir faaliyettir. Çünkü aynı bilet veya paket tur farklı kişilere, farklı fiyatlarla satılabilir. Bu durumu haklı çıkaran esas sebep, turizm ürünlerinin stok yapılamayan ürünler olmasıdır. Bu nedenle hizmet sektörü, anlık aksiyonlara her zaman hazır olmalıdır.

Örneğin, turun başlamasına sadece birkaç gün kalmışsa, boş kalan kapasitenin, promosyon yapılarak yani indirimle gidilerek düşük fiyata satılabildiği gibi çocuk indirimi, aile veya grup indirimleri de yapılabilir. Müşterilerin peşin veya taksitli ödemelerine göre de fiyatlar çok değişkendir. Bu sebeplerden dolayı satış işlemi ayrı bir yönetim, beceri ve farklılık gerektirir.

Rezervasyon Departmanı:

Rezervasyon, acentaların en önemli bölümüdür. Çünkü diğer bütün çalışmalar rezervasyondan sonra başlar.

Paket tur içerisinde yer alan konaklama işletmesi, uçak, tren, gemi ve otobüs rezervasyonlarını yapmak için; bu hizmetler hakkında anlık gelişmeleri takip ederek, güncelleştirme yapılması gereklidir.

Acentanın büyüklüğüne göre, bu bölümün organizasyon yapısı her acentaya göre değişir. Rezervasyon personelinin diksiyonu, yabancı dil bilgisi ve iletişim yeteneği yüksek olmalıdır. Ayrıca alanıyla ilgili teknik ve otomasyon bilgilerine, mutlaka sahip olmalıdır.

Operasyon Birimi:

Satılmış olan hizmetlerin yerine getirilmesi için, organizasyonları yapmakla sorumlu birimdir. Seyahat Acentalarının önemli birimlerinden biri olarak transfer, günlük tur veya haftalık turların yapılabilmesi için gerekli araç, rehber ve günlük rezervasyon işlemlerini yaparlar.

Muhasebe Departmanı:

Bu birim, acentanın bütün hesap hareketlerinin kayıt altına alındığı yerdir. Ayrıca finansman sağlama, kredi araştırma ve sözleşmeleri hazırlama da bu bölümün görevleri arasındadır.

Yıllık bütçe ve hesap planı yapmak, planın uygulanışını takip etmek, gelir ve giderlerin bütçeye uygunluğunu denetlemek, işletmenin alacak ve borç durumlarını izlemek, fiyatlandırma ve maliyet hesaplamaları için gerekli verileri hazırlamak, işletmeyle ilgili istatistikleri yönetime sunmak da muhasebe bölümünün görevleri arasındadır.

6. TUR OPERATÖRLERİ

Dünyanın herhangi turizm bölgesinde turistlere ulaştırma, konaklama, yiyecek içecek, eğlence ve kısa süreli geziler gibi hizmetleri içeren ve bu hizmetleri bir tur paketi haline getirerek aracı acentalara ya da direkt tüketicilere sunan büyük seyahat işletmeleridir.

Turizm literatüründe, Tur Toptancıları, Tur Operatörleri ve Toptancı Operatörler olarak da farklı tanımlamalar duyabilirsiniz.

Tur Toptancıları:

Paket turların havayolu ve yer unsurlarını birleştiren fakat yer hizmetlerini aracı kurumlara devreden işletmelerdir.

Tur Operatörleri:

Seyahat acentaları ve havayolu firmalarına yer hizmeti oluşturan işletmelerdir.

Toptancı Operatörler:

Paket turun oluşturulması ve satılmasının yanı sıra tur organizasyonunun yer hizmetlerini de yürüten işletmelerdir.

Tur Operatörlerinin Hizmetleri:

- Seyahat acentalarının ve konaklama işletmelerinin satış hacmine pozitif etki ederler.
- Satış çabalarına yönelik olarak, maliyeti düşürürler.
- Tüketicilere bedelsiz sunulan enformasyon kaynağı durumundadırlar.
- Satıcının tek, aracının çok olduğu bir pazar olduğundan, pazarlık maliyetini düşürürler.
- Tüketicinin ürüne ödediği maliyeti azaltırlar.
- Rekabet ortamı oluşturdukları için, hizmetlerin kalite düzeyini artırır.

Tur Operatörleri ile Seyahat Acentaları Arasındaki Farklar:

- Tur operatörü üretici, seyahat acentası aracıdır.
- Tur operatörü risk alır, seyahat acentası risk almaz.
- Tur operatörü toptancı, seyahat acentası perakendecidir.

7. TURİZM ÖZEL TERİMLERİ

Opsiyon (Rezervasyon Bekleme Süresi/Dead Line):

Rezervasyon yaptıran tarafların, onaylanmış olan rezervasyonu herhangi bir yaptırıma uğramaksızın tek taraflı olarak iptal edebileceği son tarihtir. Bu süre içinde rezervasyon yaptıran taraflar herhangi bir sorumluluk altına girmeden rezervasyonu iptal edebilirler.

Konaklama işletmeleri, ulaştırma işletmeleri, seyahat acentaları ve tur operatörleri, rezervasyon iptal edildiği takdirde tekrar satmalarının mümkün olabileceği son tarihi, opsiyon tarihi olarak rezervasyon yaptıran tarafa bildirirler.

Bu süre geçtikten sonra, sözleşmede belirtilen bir mazeret olmadan yapılacak iptallerde, işletmeye belli bir miktar tazminat ödenmesi gerekebilir. Çünkü opsiyon tarihinden sonra, işletmenin bu ürünü satması zorlaşacaktır.

No-Show (İptali Bildirilmeyen Rezervasyon):

Yapıldığı halde kullanılmayan, iptal edilmeyen rezervasyonlardır.

Seyahat Acentası veya tur operatörü opsiyon tarihi geçtikten sonra rezervasyon işlemini iptal ederse oda ücretini ödemek zorundadır.

İşletmeler arasında yapılan sözleşmeye göre no-show ücreti değişkendir. Check-in yani giriş tarihinden bir gün önceki iptal ile beş gün önceki iptale farklı no-show oranları uygulanabilir.

Genel uygulamada, rezervasyon iptalleri için tanınan ihbar süresi, kişiler ve kurumlar arasında yapılan anlaşmalarla tespit edilmektedir.

Aksiyon (Fiyat İndirimi):

Aksiyon kelimesi, daha çok charter (tarifesiz uçuşlar) uçuşlarındaki boş koltukların satılması için yapılan fiyat indirimleri için kullanılan bir terimdir.

Aksiyonun çeşitli sebepleri olabilir. Paket tur satışlarında, koltuk satışlarında, boş kapasitenin satılabilmesi için tarih yaklaştıkça önemli aksiyonlar yapılabilir.

Sektöre yeni giren veya önemli hamleler yapan hava yolu şirketleri ve tur operatörleri de rakiplerine üstünlük sağlamak için aksiyon yapabilirler. Hatta sektörde last minute (son dakika) satışları denilen turun başlamasına bir gün kala yapılan zararına satışlar yaşanabilir.

Seyahat acentaları da paket turlardaki kar oranlarından feragat ederek önemli indirimler yapıp, sürümden kazanmayı veya ekstra turlar ve sigorta poliçe satışları ile kâr etmeyi planlayabilirler.

Konaklama işletmelerini de sık sık aksiyon yaparken görebiliyoruz. Gün sayısı indirimi, yaş indirimi, balayı indirimi, çocuk indirimi ve ulaşım indirimi otellerin en çok kullandıkları aksiyon yöntemleridir.

Stop-Sale (Satışları Geçici Olarak Durdurma):

Konaklama işletmeleri, tüm odaları satıldığı zaman ön rezervasyon yaptırmış olan diğer acentalara stop-sale durumunu bildirir. Acentalar da işletmenin satılık odası kalmadığını öğrenerek satış yapmaz. Acentalar ve operatörler böyle bir duruma düşmemek için yüksek dönem rezervasyonlarını kesin rezervasyon olarak yaptırmayı tercih ederler.

Ayrıca işletmeler arasında sözleşmeler yapılırken belirtilen özel durumlar gerçekleştiği takdirde rezervasyonun iptal edilmesi veya ertelenmesi hakkı da vardır. Bunlara mücbir (zorlayıcı/fors major) sebepler adı verilir. Doğal afet, savaş, terör, ağır kaza, tutukluluk, ağır hastalık, ölüm, mücbir sebeplerdendir.

Overbooking (Aşırı Rezervasyon Yapılması):

Konaklama işletmeleri, bazı rezervasyonlarının iptal edilebileceğini düşünerek kapasite fazlası rezervasyonları onaylarlar. Bu duruma turizm sektöründe “overbooking” denir.

Konaklama işletmelerinin % 10 overbooking ile çalışmaları normal karşılanabilir. Bununla birlikte bazı işletmelerin yüksek overbooking oranı ile çalıştıkları görülmektedir. Bu durumun sebepleri; makro düzeyde yaşanan krizler nedeniyle rezervasyon iptallerinin çok olması, acentaların satabileceklerini düşünerek sürekli fazla rezervasyon yaptırmaları nedeniyle konaklama işletmelerinin de kendilerinden istenen bütün rezervasyonları onaylamalarıdır.

Overbooking sonucunda konaklama işletmesi “Short’a Düşmek” adı verilen durumu yaşayabilir. Turun başlama tarihinde, konaklama işletmesinin onayladığı aşırı rezervasyon yapılmış konuklar işletmeye geldiği takdirde kapasite aşılmış olur ve konuklar açıkta kalır. Overbooking rezervasyonları, tahmini fazla satışlar iken, short’a düşmek ise gerçekleşen fazla satışlardır. Bu duruma düşen işletme, konukları aynı kalite düzeyinde veya daha iyi bir işletmede konaklatmak zorundadır. Ayrıca para cezası, işletme belgesinin iptali gibi yasal yaptırımları da vardır.

Kontenjan:

Seyahat acentalarının konaklama ve ulaştırma işletmeleriyle, önceden belirli sayıda oda, yatak ve koltuk kiralayarak sözleşme yapmasıdır. Yani konaklama işletmelerine yapılan sözleşme içeriğine uygun olarak konuk gönderme garantisidir.

Go-Show (Rezervasyonu Bildirilmeyen Konuk):

Tur operatörünün seyahat acentasına gönderdiği müşteri listesinde ismi görülmeyen fakat tur grubuyla birlikte fazladan gelen müşteri durumuna go-show adı verilir. Bu durumun başlıca iki sebebi olabilir. Müşterinin risk alarak gelmeye karar vermesi ya da seyahat acentasının tur kapasitesinin dolmasına rağmen son dakika satışı yapmasıdır. Bu durum riskli olmasına rağmen zaman zaman yaşanmaktadır.

Voucher (Acenta Kuponu):

Tur operatörü kendisinden paket tur satın alan müşterilere bu belgeyi verir. Genellikle bu belgeler hizmet içeriğine bağlı olarak en az iki suret olarak düzenlenir. Otellere, ulaşım işletmelerine ve restoranlara rezervasyon yapıldığı zaman kullanılır ve ilk nüshası müşteriye verilir, ikinci nüsha acenta muhasebesine gönderilir. Bağımsız müşterilere verildiğinde müşteri adı ve soyadı yazılır. Gruplar için isim yazılmaz ancak kişi sayısı belirtilip ikinci bir kâğıda isim dökümü yapılır. Voucherda hangi harcamaların acenta tarafından karşılanacağına dair bilgiler de yer alır. Voucher turistik hizmetlerin satın alınmasında kullanılan ve bu belgeyi hazırlayan acenta ile belgenin adına düzenlenmiş olduğu işletmeyi karşılıklı yükümlülük altına alır. Voucher üzerinde yazılı olan hizmetlerin satın alınmasını sağlayan ve maddi değer taşıyan bir belgedir.

Catering:

Yolcuların uzun yolculukları için hazırlanmış özel yiyecek – içecek paketleridir. Aynı zamanda özel organizasyonlar için verilen işletme dışında yiyecek – içecek ve servis hizmetidir.

Mavi Bayrak:

Mavi Bayrak, gerekli standartları taşıyan nitelikli plaj, marina ve yatlara verilen uluslararası bir çevre ödülüdür.

Plajlar için, özünde temiz deniz suyu sonrasında da çevre eğitimi ve bilgilendirmeye önem veren ve gerekli donanımına sahip iyi bir çevre yönetimini temsil etmektedir.

1987 yılında Avrupa Çevre Eğitim Vakfı (FEEE) tarafından yürütülen Mavi Bayrak Kampanyası adı altında birleştirilmiş önce 11 AB ülkesi daha sonra 22 ülkede başarı ile uygulanmıştır. 2001 yılında ise Avrupa'nın dışında yer alan ülkelere gelen talepler doğrultusunda kampanyanın kapsamı genişletilmiş olup Avrupa Çevre Eğitim Vakfı'nın adı Çevre Eğitim Vakfı olarak değiştirilmiştir. Bugün dünyada 49 ülkede uygulanmaktadır.

Ülkemizde Çanakkale'den Hatay'a kadar 2500 kilometrelik sahil şeridinde, standartlara uygun olarak mikrobiyolojik ve fiziko-kimyasal analizler yapılmaktadır. Ayrıca 2019 verilerine göre Türkiye, 463 mavi bayraklı plajıyla, dünya üçüncüsüdür.

SPA (Salus Per Aquam/Suyla Gelen Sağlık):

Genel anlamda; sağlığı, zindeliği, estetik ve güzelliği, iyileşmeyi su ve suyun iyileştirici gücüyle kazanma denebilir. Spa merkezlerindeki tedaviler, ıslak terapiler (hidroterapi), kuru terapiler (masajlar, vücudun sarılıp sarmalanması), zindelik terapileri (oksijen teneffüsü) ve güzellik terapileri olarak sınıflandırılabilir.

Bir spa merkezinde genellikle sauna, buhar odası, masaj odası, havuz bulunmakta ve bu tesisler uzman kadrolar tarafından yönetilmektedir.

A La Carte Restoran

Kelime anlamı olarak "a la carte" bir restoranda geniş bir seçeneği kapsayan, her tabağın ayrı olarak fiyatlandırıldığı menüdür.

Ancak turizmde A La Carte Restoran; resort otellerin, açık büfe ana restoranlarının dışında müşterilerine, ücretsiz olarak özel menüler sunan ve rezervasyon yapılarak kullanılan restoranları ifade etmektedir. Türk – Osmanlı – Fransız – İtalyan – Çin – Meksika restoranları başlıcalarıdır.

Animasyon:

Seyahat eden yolcuların veya otellerde konaklayan müşterilerin hoşça vakit geçirmesini sağlamak amacıyla gün boyu yapılan etkinlik aktiviteleridir.

Bebeklerden çocuklara ve tüm yetişkinleri kapsayan bir eğlence hizmetidir.

KAYNAKÇA

- AHİPAŞAOĞLU H. Suavi, Turizmde Rehberlik, Ankara, 2001
DEĞİRMEN Barış, Sektör Bilgileri ve Dökümanları, Antalya 2005
ARSLAN Serdar, Seyahat Acentelerinin Organizasyon Yapısı, Denizli, 2004
AYMANKUY Yusuf, Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları, Ankara, 2003
HACIOĞLU Necdet, Seyahat Acentesi ve Tur Operatörlüğü, Balıkesir, 1996
İÇÖZ Orhan, Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi, Ankara, 2003
KOZAK Sabah, Seyahat Acentalarında Tur Düzenleme, Eskişehir, 1999
PEKÖZ Metehan ve YARCAN Şükrü, Seyahat İşletmeleri, İstanbul, 1995
DOĞAN Tuncer, Turizmde Dağıtım Sistemi ve Türkiye İçin Bir Model Önerisi, Ankara, 1986
ÖCAL Usta, Turizm, İstanbul, 1992