1. Hafta	İşletmecilik ve Turizm İşletmeciliği
2. Hafta	Turizm İşletmeleri
3. Hafta	Turizm İşletmeleri
4. Hafta	Turizmin Uluslararası Boyutu
5. Hafta	Turizm Pazarlaması Yönetimi
6. Hafta	Turizm İşletmelerinde Yönetim Organizasyon
7. Hafta	Turizm İşletmelerinde İKY
8. Hafta	Turizm İşletmelerinde Örgütsel Davranış
9. Hafta	Turizm İşletmelerinde Örgütsel Davranış
10.Hafta	Turizm İşletmelerinde Kriz Yönetimi
11.Hafta	Turizm İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk ve etik
12.Hafta	Turizm İşletmelerinde Bilgi Teknolojileri Yönetimi
13.Hafta	Turizm İşletmelerinde Muhasebe, Finans ve Yatırım Proje Değerlemesi
14.Hafta	Turizmde Güncel Konu ve eğilimler

Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi

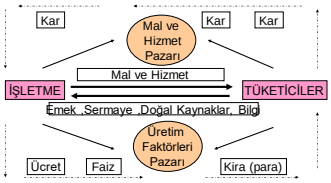
1. Hafta – **İşletmecilik ve Turizm İşletmeciliği**

2

Sözlük Anlamıyla İşletme

- İşletmek eylemi
- Bina olarak işletme
- İşletmeyi sağlayan yönetim

İşletmeyi tanımlayalım



Fayda

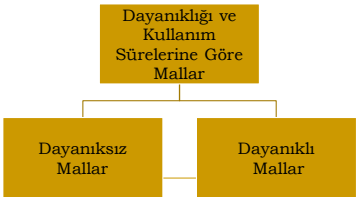
- **Tanımı**
  Mal ve hizmetlerin insanların ihtiyaçlarını giderme niteliğidir.
- **Fayda Yaratma Türleri**
  - Şekil Değişikliği Yoluyla Fayda Yaratma
  - Zaman Değişikliği Yoluyla Fayda Yaratma
  - Yer (Mekan) Değişikliği Yoluyla Fayda Yaratma
  - Mülkiyet Değişikliği Yoluyla Fayda Yaratma

İktisadi Mal ve Hizmetler

- İnsan gereksinmelerini ve isteklerini gidermeye yarayan somut araçlardır. Mallar ekonomik ve ekonomik olmayan (serbest) mallar olmak üzere ikiye ayrılır.
- Ekonomik mallar ise; tüketim malları-üretim malları ve dayanıklı mallar-dayanıksız mallar olmak üzere sınıflara ayrılır.

Üretilmesi İçin Çaba Harcanıp Harcanmamasına Göre Mallar

Dayanıklılığına ve Kullanım Sürelerine Göre Mallar



Hizmet

- İnsan gereksinmelerini karşılayan, ancak somut olmayan araçlardır.
- Mal ve hizmet, temelde üretim araçlarını bir araya getirerek ulaşılan birer sonuçtur. Bunlar aynı çabanın ürünüdürler, ama birbirlerinden farklı özellikler taşırlar.
- Örn: Bir garsonun müşteriye yemek servisi yapması

Tüketim

- İnsan gereksinmelerini ve isteklerini karşılamak amacıyla üretilen mal ve hizmetlerin kullanımıdır.
- Başka bir ifadeyle, mal ve hizmetlerin sağladığı yararların kullanılması tüketimi ifade eder.

Tüketici

- Gereksinme ve isteklerini karşılamak amacıyla mal ya da hizmetleri kullanan bireyler ya da örgütlerdir. (Turist)

Son Tüketici – Endüstriyel Tüketici

- Tüketicileri de satın alma ve kullanma amaçları yönünden bölümlendirebiliriz. Son tüketici, kişisel yada aile gereksinmeleri nedeniyle bir mal yada hizmeti satın alan birey ya da kuruluştur.
- Endüstriyel tüketici, üretim, yeniden satma yada işletme kurma amacıyla satın almada bulunan bireyler yada örgütlerdir.

Üretim Öğeleri

- Gereksinmelerin karşılanması amacıyla mal ve hizmet üretiminde yararlanılan, bir ülkenin sahip olduğu temel kaynaklardır.

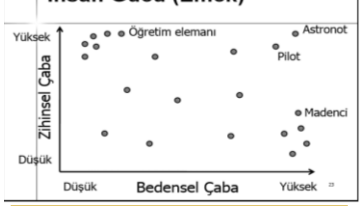
Üretim ve Üretim Faktörleri

- **Üretim:**
  Her türlü fayda yaratma veya faydası olan mal ve hizmetler meydana getirme sürecidir.
- **Üretim Faktörleri**
  - Emek
  - Müteşebbis (Girişimci)
  - Sermaye
  - Doğal Kaynaklar
  - Teknoloji

Emek

- İşletmelerde üretimi ortaya koyan insan kaynağını ifade eder.
- Emek faktörü, üretimi gerçekleştirenlerin fiziksel ve düşünsel katkılarını içerir. Bir garson kas gücünü ya da fiziksel gücünü kullanır. Önbüro müdürü ise, düşünsel bir emek ortaya koymaktadır.

İnsan Gücü (Emek)



16

Girişimci

- Mal veya hizmet üretimi için üretim öğelerini bir araya getirilmesini sağlayan kişidir. Girişimcinin temel amacı kâr elde etmektir. Buna karşılık üretim faaliyetlerinden doğabilecek riski de üstlenir.

Girişimcilik (Girişim Fikri)

- Günümüzde rakiplerine oranla daha yaratıcı daha yenilikçi girişim fikirleri, rekabette öne geçmede önemli bir faktördür.

18

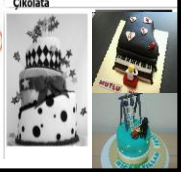
Girişimcilik (Girişim Fikri)

- İşletme fikrinin çekirdeğidir.
- Girişimcilik, tüm diğer ÜF'ni bir araya getiren ve onları bütünleştiren, aynı amaç doğrultusunda işleten bir iradedir.
- İşletmelerin başarı derecelerinin farklı olması de genelde girişimcilik faktöründen kaynaklanır.

19

Pasta : Şeker + Süt + Tereyağı + Un + Yumurta + Meyve veya Çikolata

Pasta : Şeker + Süt + Tereyağı + Un + Yumurta + Meyve veya Çikolata



Sermaye

- Yanlış bilinenin aksine sermaye para demek değildir!
- Sermaye; önceden üretilmiş olan, üretimde kullanılan ve üretilen mal veya hizmetin finansal değeri içerisinde amortisman (yıpranma payı) olarak yer alan varlıkların toplamıdır.

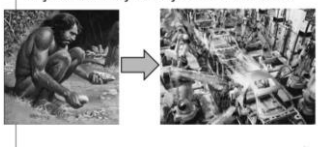
21

Sermaye (Kapital)

- Mal ve hizmet üretimini destekleyen servet, sermaye (kapital) adını alır.
- Sermaye, üretimde yararlanılan para ve parasal değeri olan her tür donanımı ifade eder. Paraya dönüşebilen hisse senedi, bono gibi değerler ya da bir fabrikadaki makine, bina, araç-gereç sermaye olarak nitelenir.

Sermaye faktöründe yaşanan değişim

- Şekil verilmiş bir taştan… robotlara…



23

Sermaye

- Alışageldiği üzere sermayeyi oluşturan varlıkların maddi varlıklar olduğu düşünülebilir.
- Ancak günümüzde kabul gören düşünceye göre; işletmenin iş yapma biçimine ilişkin sahip olduğu "bilgi birikimi" maddi olmayan fakat çok değerli bir varlıktır. Buna İngilizce'de Know-How denir. Patentler, vb. ile korunur.

24

Doğal Kaynaklar

- Doğadan elde edilen, doğrudan veya işlenerek kullanılan her tür maddeyi içerir. Temel doğal kaynaklar toprak, su, mineral maddeler ve araçlardır.
- Ekonomik bir kaynak olarak doğa, nicelik olarak ve içerdiği hammadde açısından sınırlıdır, arttırılması, belli bir düzeyin üstüne çıkarılabilmesi söz konusu değildir. Bu üretim faktörünün işletmeler tarafından özenli olarak kullanılması, kendi çıkarları ve insanlığın çıkarları için kaçınılmazdır. (Turizm ve çevre)

Doğal Kaynaklar

- Bu faktörün en önemli özelliği;
- Sınırlı ve Kıt olmasıdır.
- Dolayısıyla tükenebilir niteliktedir.
- Günümüz işletmelerinin yapmak zorunda olduğu şey kıt kaynakları korumak ve bunları harcarken dikkatli olmaktır.

26

Teknoloji

- Mal ve hizmet üretimi için kullanılan yöntemlerdir. İnsanın çalışmasını geliştirmek ve üretim yeteneğini arttırmak için, bilginin üretilmesi ve uygulanması olarak da tanımlanabilir. Gelişmiş bir teknoloji, daha yararlı ve yüksek nitelikli malların, daha etkili yollarla üretimini sağlar.

Teknoloji (örnek)

- Örneğin otel odalarının kapılarındaki en yeni teknoloji Holiday Inn otellerinin "Mobile Key" uygulamasıdır. Bu uygulama sayesinde konuklar internet üzerinden rezervasyonlarını yapmaktadırlar. Yapılan rezervasyonun ardından kişinin telefonuna oda numarasının yazılı olduğu, aynı zamanda sesli bir mesaj gelmektedir. Kişi otele giriş yaptığında resepsiyona bile uğramadan direkt odasına çıkmaktadır ve sesli mesajı kapıya tutarak kapıyı açmaktadır.
- Otel işletmeleri de rakiplerinin ve teknolojinin gerisinde kalmamak için bu değişimlere ve yeniliklere ayak uydurmak zorundadırlar.

İşletme Bilimi

- İşletmelerin kuruluşu, finansmanı, üretim araçlarının sağlanması, üretilen mal ve hizmetlerin pazarlanması, örgütlenip, yönetilmeleri ve parasal olayların izlenmesi konularını ele alıp inceleyen bir bilim dalıdır.

İşletme Nedir?

İ H T İ Y A Ç

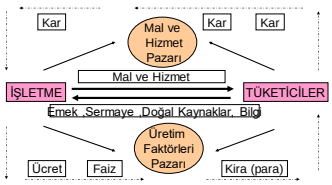
İhtiyaç - Gereksinme ve İstekler

- Ekonomik yaşamın ve ekonomik faaliyetlerin hareket noktasını insan gereksinmeleri ve istekleri oluşturur. Bu gereksinme ve isteklerin bir bölümü yaşamsal önemdedir ve kesinlikle karşılanmaları, doyurulmaları gerekir; yoksa, kişilerin yaşamlarını sürdürmeleri olanaksızlaşır.
- Başka bir ifadeyle, karşılandığı zaman insana mutluluk ve haz veren, karşılanmadığında acı veren her şey gereksinme ve ihtiyaçtır.
- Dinlenme, eğlenme, kaliteli hizmet vb

İşletme

- İnsan ihtiyaçlarını karşılamak üzere, üretim faktörlerinin bir araya getirilerek piyasa için iktisadi mal ve/veya hizmet üreten ve/veya pazarlayan sosyal, ekonomik, teknik ve hukuki bir bütündür.
- İşletme Pazar için üretim yapar
- Başkalarının ihtiyaçlarını karşılamak üzere mal ve hizmet üretir.
- *Örnek otel işletmeleri*

İşletmeyi tanımlayalım



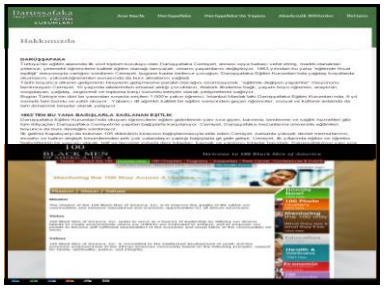
İşletme ve Girişim

- Başkalarının gereksinmelerini karşılamak üzere, pazarı olan ve pazarda fiyatı olan ekonomik mal ve hizmetleri ortaya koymak ve sahibine kar sağlamak amacını güden bir işletmedir.
- Girişimle, işletme arasındaki temel farklılık:
- İşletmenin girişim olabilmesi için üretilen mal ve hizmetlerin başkalarının ihtiyaçlarını karşılaması, pazarının ve fiyatının bulunması gerekir. Girişimin temel amacı kar sağlamaktır.

İŞLETME VE GİRİŞİM AYNI ŞEY MİDİR?

- İşletmenin girişim olabilmesi için üretilen mal ve hizmetlerin başkalarının ihtiyaçlarını karşılaması, pazarının ve fiyatının bulunması gerekir. Girişimin temel amacı kar sağlamaktır.

- Tüm girişimler birer işletmedir.
- Ancak tüm işletmeler girişim değildir.
- Girişimlerin işletmeden farkı kar amacı gütmeleridir.
- Oysaki kar amacı gütmeyen işletmeler de vardır.



Girişimci Yönetici

- Bir mal veya hizmeti üretmek, pazarlamak için üretim faktörlerini bir araya getiren ve **faaliyet esnasında oluşan kar veya zarardan etkilenen kişidir.**
- Bir mal veya hizmeti üretmek, pazarlamak için üretim faktörlerini bir araya getiren, **bu faaliyetleri bir ücret karşılığı yapan**, kar elde etme amacında olan ancak **kar veya zarardan direkt etkilenmeyen kişidir.**

Girişimci ve Yönetici

Girişimci - Yönetici
Farklı kişiler olabileceği gibi…

Aynı kişi de olabilir.

34

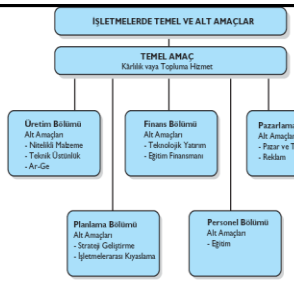
İşletme Biliminin İlişki İçerisinde Olduğu Bilim Dalları

İşletmenin Özellikleri

İşletmenin Amaçları

- İşletmenin başarılı olmasında ve sağlıklı kararlar almasında temel koşul, neler yapacağının bilinmesidir.
- İşletme faaliyetlerinin başlangıcında, amaçların net ve gerçekçi olarak belirlenmesi işletmeler için yaşamsal önemdedir.

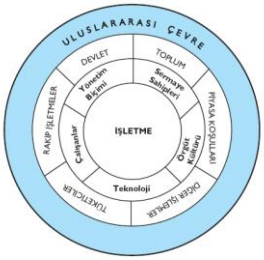
- ***Temel Amaçlar:***
  - **Kar**
  - **Toplumu Hizmet**
- ***Özel Amaçlar:***
  - **Uzun dönemli büyüme**
  - **Tüketicilere nitelikli mal ve hizmet sunma**
  - **Çalışanlara uygun ücret verme**
  - **Toplumsal sorumluluk**
  - **Çevreyi koruma**



İşletmelerin İşlevleri

- Üretim
- Dağıtım
- Pazarlama
- Muhasebe
- Finansman
- Eğitim
- AR-GE
- Reklam
- İnsan Kaynakları
- Yönetim
- Onbüro
- Yiyecek İçecek --) Turizm
- Housekeeping

- Bu işlevlerden hangilerinin uygulanacağı ya da hangileri için ayrı bölümler açılacağı; üst yönetimin yaklaşımı, işletmenin içinde bulunduğu özel koşullar, işletmenin büyüklüğü gibi unsurların etkisi altında kararlaştırılır.



İşletme Çeşitleri

- Üretilen Mal ve Hizmet Çeşidine Göre İşletmeler
- Üretim Araçlarının Mülkiyetine Göre İşletmeler
- Hukuki Yapılarına Göre İşletmeler
- İşletmelerarası Anlaşmalara Göre işletmeler

Üretilen Mal ve Hizmet Çeşidine Göre İşletmeler

- Mal Üreten İşletmeler

İnsanların ihtiyaçlarını karşılamak üzere ekmek, bisküvi, elbise, kalem vb. şeklinde iktisadi anlamda mal üretirler

- Hizmet Üreten İşletmeler

İnsanların ihtiyaçlarını karşılamak üzere elle tutulup, gözle görülmesi kolay olmayan hizmet denen bir çeşit üretimde bulunurlar

- Fayda yaratırlar. Ör: Banka, sigorta, turizm işletmeleri

Üretim Araçlarının Mülkiyetine Göre İşletmeler

- Özel İşletmeler
  a. Kamu kuruluşları dışındaki kişiler veya kuruluşlar tarafından kurulan işletmeler
- Kamu İşletmeleri
  a. Sermayesinin tamamı devlet veya devlete ait kuruluşlar tarafından temin edilerek kurulan
  b. Devletin veya devlet kuruluşlarının sahibi bulunduğu işletmeler

Üretim Araçlarının Mülkiyetine Göre İşletmeler

- Yabancı Sermayeli Kuruluşlar
  a. Sermayesinin tamamı yabancı kişi veya kuruluşlar tarafından temin edilerek kurulan işletmeler
- Karma İşletmeler
  a. Sermayesinin bir kısmı özel kişi ve kuruluşlar, bir kısmı da devlet veya devlete ait kuruluşlar tarafından temin edilerek ortaklaşa kurulan ve işletilen kuruluşlar

Hukuki Yapılarına Göre İşletmeler

- Tek Kişi İşletmeleri
  a. Bir kişi tarafından sermayesi tedarik edilerek kurulan ve yönetilen işletmeler
  b. İşletmenin sahibi bir kişidir
- Şirket (Ortaklık) Şeklinde İşletmeler
  a. Birden fazla kişi tarafından sermayesi tedarik edilerek kurulan ve sahipleri birden çok olan işletmeler Limited, Anonim ortaklığı vb

İŞLETMELERİN KURULUŞU

1. Yatırım düşüncesi
2. Yapılabilirlik (fizilibite) araştırması (finansal, ekonomik, yasal, teknik ve örgütsel araştırmalar)
3. Yapılabilirlik projesi (ön proje)
4. Değerlendirme ve yatırım kararı
5. Kesin proje
6. Projenin uygulanması
7. Üretime geçiş aşaması

İşletmeyi neden kurarız ?

- Bağımsız çalışma isteği
- Miras yoluyla işletme sahipliği
- Yeni bir buluş veya fikri pazara sunma arzusu
- Başka fırsatların yokluğu
- Toplumsal itibar sağlama
- Kazanç sağlama ve ülke ekonomisine katkıda bulunma

Kesin yatırım kararı almadan önce ilk ne yapmalıyız ?

Cevap : PAZAR ARAŞTIRMASI

Hedeflenen pazar ile ilgili bilgilerin doğru elde edilmesini, tasnifini, analizini ve yorumunu içeren tarafsız çalışmadır. Bu araştırmanın verileri iki türdür : Birincil ve İkincil veriler.

Pazar Araştırmasının bize verecekleri...

- Tüketicilerin ürün ve hizmet düzeyinden beklentileri
- Tüketici gelir düzeyi, yaş ve cinsiyete bağlı satın alma davranışları
- Yatırım tutarı ve ürün birim maliyeti
- Rakip va aracı kuruluşlar hakkında bilgi

Proje Yatırım Düşüncesi

Yatırım konusundaki alternatifler gözden geçirilerek bunlardan en ekonomik olanla işletmecilik faaliyetlerine başlanır.

İşletme açısından yatırım, ileride gelir sağlamak amacıyla yapılan her türlü yatırım harcamasıdır.

Kuruluş Aşamaları

- Proje Fikri
- Fizibilite Çalışmaları
  1. Ekonomik Etüd
  2. Teknik Etüd
  3. Finansal Etüd
  4. Hukuki Etüd

Fizibilite = Yapılabilirlik

- Ekonomik Etüd
  1. Pazar araştırması ve talep tahmini
  2. İşletme büyüklüğünün ve kapasitesinin belirlenmesi
  3. İşletmenin kuruluş yerinin seçimi

Fizibilite = Yapılabilirlik

- Teknik Etüd
  1. İşletmenin kurulacağı arazinin seçimi
  2. Üretimde kullanılacak teknolojinin seçimi
  3. Kullanılacak makinelerin etüdü ve seçimi
  4. Hammadde ve yardımcı malzemelerin etüd ve seçimi
  5. Kullanılacak enerji türünün seçimi

Fizibilite = Yapılabilirlik

- Finansal Etüd
  1. Yatırım tutarının hesaplanması
  2. İşletmenin gelir ve gider tahminlerinin yapılması
  3. Finansal kaynakların hesaplanması
  4. İşletmenin karlılık durumuyla ilgili analizler

Fizibilite = Yapılabilirlik

- Hukuki Etüd
  1. İşletmenin hukuki yapısının seçimi
  2. Kuruluş ve üretim için gerekli izinlerin alınması için gereken yasal koşulların belirlenmesi

Kuruluş Aşamaları

- Fizibilite Raporu
- Yatırım Kararı
- Kesin Proje
- Yatırım
- Üretime Geçiş

Kuruluş Yerinin Belirlenmesini Etkileyen Faktörler

- Hammadde
- Ulaştırma (taşıma)
- Pazara yakınlık
- İşgücü (emek)
- Enerji ve yakıt
- Su
- İklim koşulları
- Artıkların atılması
- Özendirme önlemleri
- Öteki etmenler (Vergi ve harçlar, kültürel koşullar, dışsal ekonomiler vb)

HAMMADDE

Malın belli bir bölümünün oluşmasına katkıda bulunan girdiler hammadde, öbürleri ise yardımcı madde ya da malzeme adını alır.

1-Doğrudan ham olarak elde edilen işlenmemiş maddeler. Örneğin; tarımsal ürünler ve ham petrol.

2- Belli endüstriler için son ürün olan kimyasal maddeler ve işlenmiş deri gibi yarı bitmiş malar. Bunlar başka endüstriler için hammadde olarak kullanılır.

ULAŞTIRMA (TAŞIMA)

Hem girdiler açısından hem de çıktılar açısından ulaştırmanın önemi bulunmaktadır.

İşletmenin kullanacağı girdilerin, istenen nicelik ve nitelikte, istenen zamanda ve yerde bulundurması, ayrıca fiyatlarının ve ödeme koşullarının uygun olması ulaşım olanaklarıyla doğrudan bağlantılıdır.

Demiryolu

Karayolu

Denizyolu(Suyolu)

Havayolu

Boru Hattı

Günümüzde hızlı ve yoğun ulaşımın önem kazanması, ağırlığın karayolu, demiryolu ve havayolu taşımacılığına verilmesini gerektirmiştir. Ürünleri özel taşıma olanakları gerektiren işletmeler, bu olanakların bulunduğu yerlere yerleşirler.

Pazara Yakınlık

İşletmelerin kuruluş yeri seçilirken, işletmeyi pazara bağlayan ulaştırma sistemi ve taşıma ücretleri gözönüne alınmalıdır.

Ulaştırma sisteminin yetersizliği ya da taşıma ücretlerinin yüksekliği nedeniyle, işletme, kuruluş yeri olarak mallarının satılacağını umduğu pazarlara yakın bir yer seçmek zorunda kalabilir.

Pazar seçiminde gözönünde alınac etkenler:

- Ulaştırma sistemi
- Taşıma ücretleri
- Satış sonrası müşteriye ulaştırilac
- Bakım- onarım hizmetleri

İnsangücü (Emek)

İşletme için eğitimli beceri kazanmış işletmenin amaçlarına yönelik olarak çalışacak insan gücü yaşamsal önemde ve pahalı bir üretim ögesidir.

- İşgücünün büyüklüğü
- İşgücünün becerisi
- Ücret düzeyleri
- Sendikalaşma derecesi
- Çalışanların işe karşı tutumu

İşgücünün büyüklüğü: Yerinde bir kuruluş kararı, işletmenin gerek duyduğu işgücünün birkaç katının bulunacağı bir bölgeye yönelik olur.

İşgücünün becerisi: Nitelikli işgücü gereksinmesinin karşılanması için, düz işçinin işe alınıp eğitilmesi kadar, hazır eğitilmiş işgücünün çeşitli yollarla işletmeye çekilmesi de söz konusu olabilmektedir.

Ücret düzeyleri: Maliyet giderleri içinde işçilik payının çok yüksek olduğu işkollarında yer alan işletmeler, ilke olarak düşük işçilik maliyeti olan bölgeleri seçerler.

Sendikalaşma derecesi: İşletmelerin işçi sendikalarına bakışı değişkendir. Kimi işletmeler, olumsuz bakışları nedeniyle sendikalaşmanın olmadığı bölgeleri yeğlerken kimi işletmeler sendikalaşmaya karışmazlar.

Çalışanların işe karşı tutumu: Çalışanların yaptıkları işi benimseme derecesi işletmelerde ve bölgelerde farklılık göstermektedir.

Enerji ve Yakıt

Bölgedeki enerji olanakları, kuruluş yeri kararlarında önem taşır. Kömür ya da elektrik enerjisi sağlama olanakları, maliyetler, enerjinin sürekliliği kararları etkiler. Enerji gereksinmesi sanayiden sanayiye değişim gösterir.

Yer seçimine etkisi bakımından su sağlanması bazı endüstri dallarında en başta gelen etken olmaktadır. Önem derecesi değişmekle birlikte her canlı gibi her işletmenin de suya gereksinmesi vardır ve susuz yerde endüstri kurulamayacağı açıktır.

İklim Koşulları

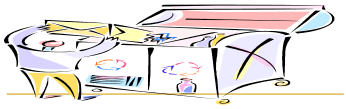
İklim koşulları işletmede çalışanların sağlığını çalışma yeteneğini üretkenliğini etkiler; ayrıca ısı derecesi, nemlilik derecesi ve bunların değişme derecesi ve çabukluğu da işletmelerin üretimlerini doğrudan etkiler.

Bir işletmenin daha verimli çalışması belli iklim koşullarına bağlıysa, bu durumun yer seçiminde gözönünde tutulması gerekir.

Artıkların Atılması

Endüstri atıkları gaz, sıvı ya da katı biçimde bulunabilir. Bunların çevrede herhangi bir zarara, rahatsızlığa yol açmadan atılmaları gerekir.

Artıkların atılmasında işletme en az maliyetli kuruluş yerini seçmelidir. Atıkların dönüşümü yapılarak zararsız hale getirilerek kamusal tepki önlenmelidir.



Özendirme önlemleri

Birincisi, enerji, ulaştırma ve haberleşme gibi altyapının devlet tarafından sağlanması
İkincisi vergi ayrıcalığı ve indirimleri sağlamak
Organize sanayi bölgeleri ve sanayi siteleri çeşitli alt yapıları hazırlanarak girişimcilere çok uygun koşullarda satılır.

Öteki Etkenler

- Vergiler, resim ve harçlar
- Belediye ve yerel yönetimlerin girişimci sağladığı kolaylıklar
- Kültürel koşullar
- Dışsal ekonomiler
- Siyasal etki ve yeğlemeler

Turizm İşletmeleri

- Turistik gereksinimlerin karşılanması amacıyla üretim girdilerinin birleştirilerek turizmle ilgili mal ve hizmetlerin ekonomik ilke ve teamüllere uygun olarak hazırlandığı, üretildiği, müşterilere sunulduğu ve makro ekonomi için katma değerlerin yaratıldığı ekonomik birimlerdir

II. HAFTA

KONAKLAMA İŞLETMECİLİĞİ

VE

SAĞLIK TURİZMİ İŞLETMECİLİĞİ

84

Konaklama İşletmeleri

- Kişilerin sürekli yaşadıkları yerler dışında, çeşitli nedenlerle yaptığı seyahatler sonucu öncelikli olarak ortaya çıkan geçici konaklama, yeme-içme, dinlenme, eğlenme gibi ihtiyaçlarının karşılanması için mal ve hizmet üreten işletmelerdir.

85

KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN ÖZELLİKLERİ

- Konaklama İşletmeleri "Zaman" Satar
- Konaklama İşletmeciliği "İnsan Gücüne" Dayanır
- Sunulan Hizmetler Personel Arasında Yakın İşbirliği ve Yardımlaşmayı Gerektirir
- Konaklama işletmeleri Günün 24 Saati, Haftanın 7 Günü ve Yılın 365 Günü Hizmet Veren İşletmelerdir
- Konaklama İşletmeciliği Dinamiktir
- Konaklama İşletmeciliğinde Risk Faktörü Yüksektir

86

Konaklama İşletmeleri

- Otel
- Motel
- Tatil Köyü
- Pansiyon
- Kamping
- Apart otel
- Hostel
- Termal Turizm Tesisi
- Sağlık rehabilitasyon ve bakım merkezi
- Golf tesisi
- Dağ evi, spor ve avcılık tesisi
- Kırsal turizm tesisi
- Yüzer tesisler

OTEL İŞLETMESİNİN TANIMI

- 06.07.2000 tarih ve 24101 sayılı resmi gazetede yayınlanan "**Turizm Tesisleri Nitelikleri Yönetmeliği"nin 19.Maddesinde Otel:**
- 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.

OTEL İŞLETMELERİNİN GELİŞİM SEYRİ

- **Han (MÖ.500-MS.500):** Posta arabalarının güzergahlarında kurulmuş uzman olmayan kişilerce işletilmişlerdir.

OTEL İŞLETMELERİNİN GELİŞİM SEYRİ

- **Osmanlı da Han:** Yol üzerinde veya kasabalarda yolcuların konaklamalarına yarayan yapılar. İlk 3 gün ücretsiz.

OTEL İŞLETMELERİNİN GELİŞİM SEYRİ

- **Kervansaray:** İşlek ticaret yollan üzerinde, kervanların konaklamaları ve her türlü ihtiyaçlarını karşılamaları amacıyla yapılmış büyük hanlar.

Devlet veya hayırsever kişiler tarafından kurulan bu muhkem binalarda kervan ihtiyaçları ücretsiz karşılanırdı. Bunlar, bir şehir içinde olurlarsa, **han** adını alırdı. İslamiyet'in yayılış dönemlerinde askeri maksatla ve sınır emniyetini korumak için kurulan **ribatlar,** sonraki devirlerde ticari maksatla kullanıldı ve bu binalara, **kervansaray** adı verildi.

OTEL İŞLETMELERİNİN GELİŞİM SEYRİ

OTEL İŞLETMELERİNİN GELİŞİM SEYRİ

- MS.500-1300 Manastırlar ve kiliseler han görevini üstlenmişlerdir.
- Ücretsiz konaklama hizmeti 1282 yılında değişmiş, İtalya'nın Florence şehrindeki hancılar birleşerek bir lonca oluşturmuşlar böylece bu tarihten sonra konaklama hizmetine müteşebbis gözüyle bakılmaya başlanmıştır.

OTEL İŞLETMELERİNİN GELİŞİM SEYRİ

- İngiltere'de ilk kez 1760 yılında Otel kavramı kullanılmaya başlandı. "Hotel" kavramını ilk olarak Anne's Hotels ve The Grand Hotel kullandı.
- Amerikada ise otel kelimesinin kullanılması 1796 yılından sonradır.
- Buharlı gemi, otomobil ve daha sonra uçak gibi ulaşım araçlarının gelişmesi Amerika'da otelcilik sektörünün hızla gelişmesini sağlamıştır.

OTEL İŞLETMELERİNİN GELİŞİM SEYRİ

- Türkiye'de modern anlamda ilk otel 1892 yılında "**Uluslararası Yataklı Vagonlar ve Büyük Avrupa Ekspresleri Kumpanyası**" tarafından inşaa edilen **Pera Palas**'dır.
- Pera Palas Oteli ile 1914 yılında yapılan **Tokatlıyan Oteli**, Avrupa'nın ve Orta Doğu'nun (o dönem için) en lüks otellerindendi.

OTEL İŞLETMELERİNİN GELİŞİM SEYRİ

Pera Palas

OTEL İŞLETMELERİNİN GELİŞİM SEYRİ

Tokatlıyan Oteli

OTEL İŞLETMELERİNİN GELİŞİM SEYRİ

- Modern Türk turizminin başlamasına öncülük eden ilk otel:
- 1955 yılında açılan İstanbul Hilton'dur.
- 1956 yılında İstanbul Divan Oteli,
- 1957 yılında İzmir Kilim Oteli,

Hizmete girmesi ile ülkemize gelen turistlerin konaklama, yeme-içme ve eğlence gibi ihtiyaçları giderilmeye çalışılmıştır.

OTEL İŞLETMELERİNİN GELİŞİM SEYRİ

OTEL İŞLETMELERİNİN GELİŞİM SEYRİ

OTEL İŞLETMELERİNİN GELİŞİM SEYRİ

OTEL İŞLETMELERİNİN GELİŞİM SEYRİ

OTEL İŞLETMELERİNİN DİĞER İŞLETMELERDEN FARKLARI

Üretim Bakımından Farkları:

- Otel işletmelerinde üretilen mal ve hizmetler dayanıksız yapıdadır. Bunun anlamı otel işletmelerinde mal ve hizmetlerin stoklama, bekletilme gibi gelecek dönemlere aktarılma özelliğinin bulunmamasıdır.
- Otel işletmelerinde üretim ve satış eş zamanlı olarak yapılmaktadır
- Otel işletmelerinde üretim çoğunlukla hizmet ağırlıklı olarak yapılmaktadır
- Turizm, bir hizmet sektörüdür ve turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmeler, müşterilerine görünür ve görünmez bileşenlerden oluşan hizmet ürünü sunarlar. Turizm hizmetlerini satın alan tüketicilerin, satın aldıkları hizmetleri ellerine alıp inceleme şansları yoktur

OTEL İŞLETMELERİNİN DİĞER İŞLETMELERDEN FARKLARI

Çalışanlar Bakımından Otel İşletmelerinin Farkları:

- Otellerde çalışanların üretim sırasında olduğu gibi üretilen mal ve hizmetin sunumu aşamasında da önemli bir konuma sahiptir
- Otellerde personelin çalışma alanı ile müşterilerin kullanımına ayrılan mekanlar genellikle aynıdır.
- Otellerde müşteri ile personelin ilişkilerinin yoğundur.
- Otellerde personelin moral durumu ile müşteri tatmini arasında genellikle doğrusal bir ilişkinin söz konusudur.
- Personelin fiziksel durumu otel işletmelerinde mal veya hizmetin sunulmasında müşteri üzerinde genellikle doğrudan etkili bir unsurdur.

OTEL İŞLETMELERİNİN DİĞER İŞLETMELERDEN FARKLARI

Muhasebe Bakımından Otel İşletmelerinin Farkları:

- Üretilen mal ve hizmetlerin eş zamanlı olarak üretilmesi ve tüketilmesinin bir sonucu olarak otel işletmelerinde amortisman, personel giderleri gibi sabit giderlerin çok yüksek miktarlara ulaşmasına neden olmaktadır.
- Otel işletmelerinde muhasebe kontrol çalışmaları gün bitiminde yani saat 24:00'dan sonra gerçekleştirilmektedir. Diğer işletmelerin tersine otel işletmelerinde müşteri hesabının her an hazır olması zorunluluğu muhasebe çalışmalarında iyi bir belge akış düzenini ve raporlama sistemini zorunlu kılmaktadır.

OTEL İŞLETMELERİNİN DİĞER İŞLETMELERDEN FARKLARI

Pazarlama Bakımından Otel İşletmelerinin Farkları:

- Otel işletmelerinde pazarlama faaliyetlerine konu olan mal ve hizmetler bileşik ürün olma özelliğine sahiptirler.
- Otel işletmelerinde pazarlama faaliyetleri soyut biçimlerde gerçekleştirilir. Müşterilerin ürünü daha önceden satın alması veya kullanan bir kimsede görme olanağı bulunmamaktadır. Otel işletmelerinde ürünün mekanı değil, hizmetin imajı önemlidir.
- Otel işletmelerinde üretilen hizmetin patent ya da isim hakkının saklı tutulması söz konusu değildir.
- Otel işletmeciliğinde pazarlama dağıtım kanalları tersine işlemektedir ve müşterinin ürünü satın almak için ürünün üretildiği mekana gelmesi gerekmektedir.

OTEL İŞLETMELERİNİN DİĞER İŞLETMELERDEN FARKLARI

Yatırım Bakımından Otel İşletmelerinin Farkları:

- Otel işletmelerinin yatırımları genellikle büyük sermayeye gereksinim duyarlar
- Otel yatırımı, öncelikle, arsa, binalar ve içsel varlıklara yapılan bir yatırımdır. Otel faaliyetinin sürdürülmesi ile birlikte, otelin sabit varlıklarına yatırılan büyük sermaye miktarı, iş hacmine bakılmaksızın karşılanması gereken yüksek sabit maliyetler doğurmaktadır
- Otel yatırımları kurulacak yörelerde veya merkezlerde altyapı yatırımlarına son derece yüksek bağımlılık gösterirler. Turizm talebini karşılamaya hazır hale getirebilmenin temel koşulu, altyapı, ulaştırma ve çeşitli yerel hizmetler bakımından hazır olabilmektir.

OTEL İŞLETMELERİNİN SINIFLANDIRILMASI

- Otel İşletmeleri, pek çok araştırmacı tarafından çeşitli sınıflandırmalara tabi tutulmaktadır. Genel kabul gören sınıflandırmalar;
- Büyüklük
- Bulunduğu yer
- Verilen hizmet
- Çalışma süreleri

OTELLERİN SINIFLANDIRILMASI

1. Büyüklüklerine Göre:
   a. Küçük Ölçekli (150 odanın altında)
   b. Orta Ölçekli (150-299 oda)
   c. Büyük Ölçekli (300 odanın üzerinde)

HOTEL HOSHI RYOKAN/JAPONYA

[Dünyada Bilinen En Eski Otel İşletmesi, 718]

HOTEL PİLGRİM HAUS

(Soest/Almanya, 1304)

2. Hedef Pazara Göre:

a. Şehir Otelleri / Ticari Oteller
b. Havalimanı Otelleri
c. Resort Oteller
d. Devre Mülkler (Time sharing)
e. Bed and Breakfast Hotels
f. Kongre Otelleri

3. Hizmet Düzeyine Göre:

a. Birinci Sınıf / Üst Düzey Hizmet Sunan Oteller

b. Orta Düzey Hizmet Sunan Oteller

c. Ekonomik / Sınırlı Düzeyde Hizmet Sunan Oteller

4. Sahiplik Düzeyine Göre:

a. Bağımsız Oteller
b. Zincir Oteller
   - Yönetim Anlaşmaları
   - Franchise

5. Seyahat Nedenlerine Göre:

a. İş Amaçlı
b. Dinlenme/Eğlenme
c. Grup Seyahatleri

6. Kalite Düzeylerine Göre:

a. Deluxe
b. First Class
c. Standard
d. Economy

7. Kuruluş Yerine Göre:

a. Şehir Otelleri
b. Banliyö Otelleri (Kenar Yerlerde)
c. Resort Oteller
d. Havaalanı Otelleri
e. Moteller

8. Hukuki Özellikler Göre:

Bu sınıflandırmada belgelendirme şekli belirleyici olmaktadır.

- Belediye Belgeli,
  - Birinci sınıf,
  - İkinci sınıf
- Turizm İşletme Belgeli,
  - Yıldızlama

TEMALI OTELLER

İLGİNÇ OTELLER

BALON OTEL, FRANSA

KAPSÜL OTEL (JAPONYA)

V8 HOTEL, Böblingen, Almanya

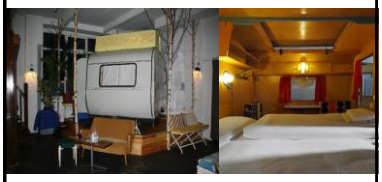
pnedio Sosyal İçerik Platformu http://onedio.com

V8 HOTEL, Böblingen, Almanya

HÜTTENPALAST, BERLİN

Berlin'in merkezindeki eski bir elektrikli süpürge fabrikası, karavanda yaşamak isteyenler için otele dönüştürülmüş..

HÜTTENPALAST, BERLİN



UTTER INN (STOCKHOLM)

JUMBO HOSTEL (İSVİÇRE)

DAS PARK OTEL (AVUSTURYA)

Kumbuk River Resort, Buttala, Sri Lanka

The Giraffe Manor, Kenya

FLUGZEUG SUITE (HOLLANDA)

TÜRKİYE'DE KONAKLAMA SEKTÖRÜ

- 1980 sonrası dönem, Türkiye'de turizm sektörünün dönüm noktası olarak kabul edilir.
- Ülkenin döviz kazanmaya yönelik politikaları benimsemesi, turizm sektörünün de kalkınmada öncelikle sektörler arasına girmesini beraberinde getirmiştir.
- Bu dönemde atılan en önemli adım, 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'dur.

2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu

- Düşük faizli kredi,
- Yatırım indirimi,
- Finansman fonu istisnası,
- Katma değer vergisi ertelemesi,
- Yabancı personel çalıştırma,
- Elektrik, hava gazı ve su ücretlerinde indirim,
- Haberleşme kolaylıklarıdır.

Türkiye'de Turizmin Gelişimi

- Turizm Teşvik Kanunu ile hükümet tarafından turizm girişimcilerine verilen **cömert** teşvikler sonucu Türkiye **1980 ve 1990** döneminde hacim ve değer açısından kitle turizminde hızlı bir büyüme yaşamıştır. Bunun yansımaları, Türkiye'nin küresel turizm pazarında **ilk 15 ülke** arasına girmesiyle kendini göstermiştir.
- Bu hızlı ilerlemeye rağmen, Türkiye'de turizm **kalkınmaya** çok az katkıda bulunmuştur. Bir başka deyişle, **bölgeler ve sınıflar** arasındaki eşitlik pahasına ekonomik büyüme oranı artmıştır.

Türkiye'de Konaklama Arz Kapasitesinin Gelişimi (1966 – 2012)

	Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri		Turizm Yatırım Belgeli Konaklama Tesisleri	
Yıllar	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
1966	165	16151	291	23807
1970	292	28354	301	25872
1975	421	44957	202	25956
1980	511	56044	267	26288
1990	1260	173227	1921	325515
1995	1793	286463	1334	202483
2000	1824	325168	1300	243794
2005	2412	483330	1039	278255
2010	2647	629465	877	252484
2011	2783	668829	922	267900
2012	2870	706019	960	273877

Türkiye ve Rakip Ülkelerin Yatak Kapasitelerinin Karşılaştırılması

Tesis Türü	İspanya (%)	Fransa (%)	Türkiye (%)	Yunanistan (%)	Mısır (%)
5 Yıldızlı Otel	5.57	3.06	49.26	14.21	39.82
4 Yıldızlı Otel	43.25	28.73	30.53	25.32	30.52
3 Yıldızlı Otel	37.39	43.16	16.08	23.62	18.27
2 Yıldızlı Otel	9.63	19.42	3.72	29.66	7.61
1 Yıldızlı Otel	4.15	5.62	0.41	7.18	3.78

Türkiye'de Grup ve Zincir Oteller

Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan Belgeli Tesislerdeki Yatak Kapasitesi	650.000
Grup ve Zincirlerin Yatak Kapasitesi	330.000
Bünyesinde 3'ten Çok Tesis Bulunan Grup ve Zincir Sayısı	145
Yerli Grup ve Zincir Sayısı	126
Yabancı Grup ve Zincir Sayısı	19
Grup ve Zincirler İçinde Yerlilerin Oranı (%)	82.6
Grup ve Zincirler İçinde Yerlilerin Oranı (%)	17.4

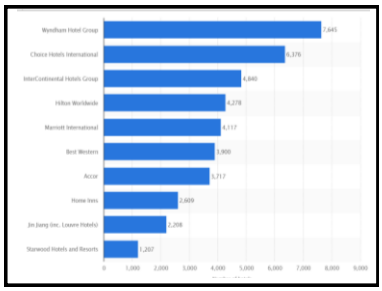
JOYS HOTELS VE DEDEMAN

Otel Grubu Nedir? Otel Zinciri Nedir?

- Bazı otel şirketleri tek marka politikası ile, bazıları da çok marka politikası ile genişlemektedir. Çok marka politikası, farklı pazar bölümleri için ayrı otel zincirlerini bünyesinde bulunduran otel grupları tarafından uygulanmaktadır.
- Örneğin, **dünyanın büyük otel gruplarından** olan **Inter Continental HG'un 14 ayrı markası vardır**.
- Bunların her biri ayrı bir otel zinciridir. Otel zinciri markalarından 3'ünün Türkiye'de de otelleri vardır. Bunlar; **Inter Continental**, **Holiday Inn** ve **Crowne Plaza'dır.**

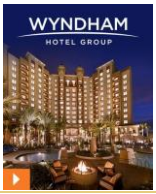
DÜNYANIN EN BÜYÜK OTEL GRUBU

- Dünyanın en büyük otel grubu **7.645 otel** ile ABD'den **Wyndham Worldwide**'dır
- İkinci ise **6.376 otel** ile ABD'den **Choice Hotels International**'dır.
- Üçüncü İse ise **4.840 otel** ile İngiliz **Inter Continental** HG'dur



INTERCONTINENTAL, MADRID

WYNDHAM HOTEL GROUP



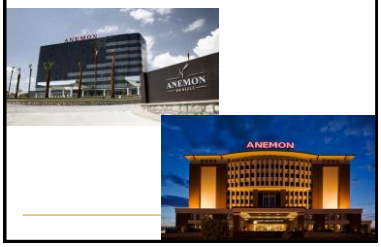
BEST WESTERN

HOLIDAY INN, İNGİLTERE

Türkiye'de Durum

Grup/Zincir	Tesis	Oda
Suntopia	17	7237
Crystal Hotels	14	7147
Rixos Hotels	19	7000
Hilton Worldwide	24	5823
Intercontinental Group	16	3404
Kaya Hotels	9	3375
ETS Grup (Voyage-Maxx Royal)	8	3353
Dedeman International	15	3010
WOW Hotels	5	2914
Delphin Hotels	5	2854
Stone Group Hotels	5	2694
Limak Hotels	8	2578
Marriott	10	2551
Paloma Hotels	8	2544
Titanic Hotels	9	2417
Barut Hotels	8	2288
PGS Hotels	5	2200
Kervansaray Otelleri	7	2160
Starwood Hotels	9	2113
Rewe Grubu	6	2035
Anemon Hotels	18	1943

ANEMON



PRINCESS HOTELS

THE MARMARA

KAYA HOTELS

Kaya Hotels and Resorts

CYRSTALS HOTELS RESORT & SPA

SAĞLIK TURİZMİ İŞLETMECİLİĞİ

- Sağlık turizmi sağlığı koruma, iyileşme amaçlarıyla belirli bir süre için (genellikle 21 gün) yer değiştiren insanların doğal kaynaklara dayalı turistik bir tesise giderek kür uygulaması, konaklama, beslenme ve eğlence gereksinimlerini karşılaması sonucu ortaya çıkan hareketlerdir.
- Ross(2001)'a göre ise sağlık turizmi; kendi yaşadığı yerden başka yerlere sağlık amacı ile seyahat eden insanların oluşturduğu turizm çeşidi olarak tanımlanmaktadır

157

SAĞLIK TURİZMİ İŞLETMECİLİĞİ

Tablo 4:Sağlık Turizmi Türleri

Sağlık-Güzellik Turizmi	Tedavi	Rehabilitasyon
• SPA • Doğal Turizm • Ekoturizm • Kitle Turizmi • Bitkisel Tedaviler • Tamamlayıcı Tedavi	• Elektif Cerrahi • Plastik Cerrahi • Eklem Replasmanı • Kardiotorasik Servisler • Diagnostik Servisler • Kanser Tedavisi • İnfertilite Tedavisi	• Diyaliz • İlave Programlar • Yaşlı Bakımı Programları • Bağımlılık Tedavileri

158

SAĞLIK TURİZMİ İŞLETMECİLİĞİ

Tedavi Amaçlı Sağlık Turizmi / Medikal Turizm

- Hastane ortamlarında gerçekleştirilen bazı sağlık hizmetlerini almak için yapılan uluslararası seyahatlere, tedavi amaçlı sağlık turizmi denir. Bu tedavi hizmetlerine örnek olarak, plastik-estetik cerrahi ameliyatları, göz kusuru düzeltme ameliyatları, diş tedavileri, açık kalp cerrahisi, kanser tedavileri hatta tüp bebek uygulamaları gibi çeşitli tıbbi tedaviler örnek verilebilir.

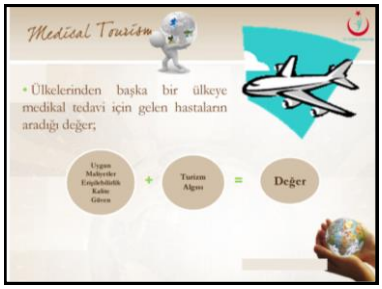
159

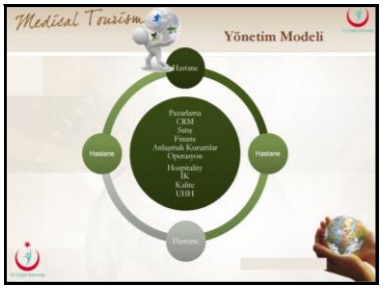
SAĞLIK TURİZMİ İŞLETMECİLİĞİ

Tablo 5:Medikal Turizmde Öne Çıkan Tedaviler

Cerrahi Tedavi Gerektiren Hastalıklar	
	Kanser tedavisi
	Kalp ve damar tedavileri
	Ortopedik cerrahi tedavisi
	Tüp bebek uygulamaları
	Tüm deri tanı ve tedavi yöntemleri (pet bt, gamma knife, cyberknife, ileri radyoterapi yöntemleri)
	Transplant
	Nöroloji
	Nükleer tıp
	Diyaliz
	Romatizma
	Ağrı yönetimi
	Fizyoterapi
Estetik Tıp Hizmetleri	
	Plastik cerrahi
	Cilt tedavisi
	Sağlık kontrolü
	Ideal kilo ve geri kazanma
	Masaj ve SPA
	Dengeli beslenme - teorik & pratik
	Cilt hastalıkları
Diş Tedavisi	
	Implant
	Estetik
	Diş hekimliği
	Gülme hattı tasarımı
	Lazer tedavisi
	Diş beyazlatma
	Seramik dolgu
	Porselen kaplama
	Kron ve köprü
	Diş eti hastalıkları
	Çocuk diş hekimliği ve bebekler için
İdrâme Hastalıkların Tedavileri	
	Lazik ameliyatları
	Diğer göz hastalıkları

160





YABANCI HASTA YÖNETİM SÜRECİ

SÜREÇ 1 | SÜREÇ 2 | SÜREÇ 3

Hastanın Hastaneye Girişine Kadar Geçen Süreç → Hastane Süreci → Faturalama & Tahsilat

YABANCI HASTA YÖNETİM SÜRECİ

SÜREÇ 1

Hastanın Hastaneye Girişine Kadar Geçen Süreç

- Aracı Kurumlar, Asistan Firmalar
- Acentalar; Oteller, Transferler, Vb
- Ambulans Şirketleri Ve Klinikler İle Anlaşmalar
- Uluslararası Sigorta Şirketleriyle Anlaşmalar
- Yönetim Merkezi Call-Center Koordinasyon

ARACI KURUMLAR

Sağlık hizmet alıcısıyla sağlık hizmet sunucusu arasında köprüyü kurarak hizmet alıcısının hizmeti en iyi sekilde almasindaki operasyonu yöneten kurum ve kuruluşlardır.

Türleri

a) Danışman firmalar,
b) Hasta yönlendiricileri ve seyahat acenteleri,
c) Yardımcı asistan firmalar,

ARACI KURUMLAR İLE YABANCI HASTA İŞLEYİŞ ŞEMASI

Yurtdışı Sigorta Şirketleri

Aracı kurumlar

TIBBİ HİZMET SUNUCULARI

Yabancı Hastalar

YABANCI HASTA İLETİŞİM SÜRECİ

Aracı Kurumla ilk İletişim

Hekimin değerlendirmesi için detaylı medikal bilgi istenir. (Medikal transkriptler, Emar, Röntgen, fotoğraflar vb. bilgi ve evraklara ihtiyaç duyulabilir.)

Fiyatlandırmak ve medikal bilgileri değerlendirmek üzere ağ hastaneleriyle iletişime geçilir.

YABANCI HASTA İLETİŞİM SÜRECİ

Genellikle 48 saat içinde aracı kurum müşterisini çeşitli tedavi plan seçenekleri, hastane ve hekim detayları, seyahat seçenekleri ve kapsamlı fiyatlandırmalar konusunda bilgilendirir.

Hekim özgeçmişi, hastane referansları ve kayıtları, öncelikli hasta tecrübeleri gibi detaylar da hastaya temin edilir.

YABANCI HASTA İLETİŞİM SÜRECİ

Karar verilir

Seyahat Hazırlığı Başlar…

SÜRECİ

Seyahat Hazırlığı

Aracı Kurum kapsamlı yolculuk hazırlığında; bilet rezervasyonu, uçuş tercihleri, pasaport/vize, seyahat sigortası, uluslararası arama kartları, A/C priz dönüştürücüleri, varış noktasında cep telefonu, aşılar, beslenme tercihleri, herhangi bir refakatçi ayarlamaları, ziyaret edeceğiniz ülkeyle ilgili özel seyahat ipuçları gibi konularda hastanın tüm gereksinimini karşılar.

YABANCI HASTA İLETİŞİM SÜRECİ

Yabancı Dil Bilen Deneyimli Personel

VIP Transfer

SAĞLIK TURİZMİ İŞLETMECİLİĞİ

SPA Wellness

- Romalı askerlerin yaralı bedenlerini iyileştirmek için inşa ettirdikleri banyolardaki tedaviye o dönem "Sanus Per Aquam" (SPA) sudan gelen sağlık adı verilmiştir.
- SPA-Wellness hizmetleri ise günümüzde oldukça yaygındır. BAKA'nın tanımına göre, su ve çeşitli aromatik kürler kullanılarak vücudun dinlenmesi, ağrı ve acıların azaltılması amacıyla profesyonel ekiplerce uygulanan bir tedavi yöntemidir

173

SAĞLIK TURİZMİ İŞLETMECİLİĞİ

SPA kültürü, Uluslararası SPA Birliğinin yapmış olduğu sınıflamaya göre yedi kısımda ele alınmıştır. Buna göre;

- Kulüp SPA: Günlük kullanıma dayalı SPA ve fitness gibi sağlık hizmetlerini sunan kulüplerdir.
- Yolcu Gemisi-Cruise SPA: Bir yolcu gemisinde SPA ve wellness hizmetleri veren kulüplerdir.
- Günlük SPA (Day SPA): En yaygın SPA türü olup günlük SPA hizmetleri sunulmaktadır.
- Ziyaret/Tatil Destinasyon SPA: Fiziksel sağlık profesyonelce yönetilen hizmet programları ile yerinde konaklama yapılması yoluyla sağlığın iyileştirilmesine yönelik hizmetler sunulmaktadır.

174

SAĞLIK TURİZMİ İŞLETMECİLİĞİ

- Sağlık/Medikal/Tıbbi SPA: Sağlık ve Wellness bakımlarının, geleneksel SPA hizmetleri ile birlikte alternatif ve modern tedavi hizmetlerinin verildiği merkezlerdir.
- Thermal/Mineral/Kaplıca SPA: Kaynağından alınarak kullanılan doğal mineral, thermal veya deniz suyu ile yapılan Wellness – SPA hizmetlerini ve hidrotherapi uygulamalarını kapsar.
- Tatil/Dinlenme Yeri/Otel/Resort SPA: Bir tatil yeri veya otel içinde yerleşik şekilde profesyonelce yönetilen SPA hizmetlerinin, sağlık ve iyileştirme ünitelerinde SPA menü seçeneklerinin günlük veya daha uzun süreli sunulması olup Wellness hizmetlerinin de sunulmasını kapsar

175

SAĞLIK TURİZMİ İŞLETMECİLİĞİ

Termal Turizm / Kaplıca Turizmi

- Soğuk ve sıcak mineralli suların sağlık amacıyla içme ve dış tatbiklerde kullanımı için turistlerin ulaşım, konaklama ve ağırlama gereksinimlerinin karşılanmasını sağlayan çok yönlü bir turizm çeşididir.
- Sevindi ve Özdemir'e göre ise termalizm, doğaya dayalı suların ısı, mineral ve radyoaktiflik gibi özelliklerinin sağlık hizmetlerinde kullanılması ve bu etkinliklerin bilimsel yollarla yapılmasıdır

176

SAĞLIK TURİZMİ İŞLETMECİLİĞİ

- Termal turizmin sağladığı olanaklardan bazıları aşağıdaki gibi sıralanmıştır;
- Termal tesislerde insan sağlığını iyileştirici aktiviteler ile birlikte eğlence ve dinlenme olanaklarının da bulunması,
- Diğer alternatif turizm türleri ile kolay bütünleşebilmesi,
- Yılın her ayı turizm yapma imkanı,
- Maliyetini çabuk geri ödeyen karlı ve rekabet gücüne sahip yatırımlar olması,
- Yüksek seviyede istihdam oluşturulmasıdır.

177

Sağlık Turisti Sınıflandırması

- Wellness/spa turisti
- Bütünsel turist: Kendi gerçeklerini bulma ile ilgilenmektedir (yogo, thai, chi vb)
- Spiritüel Turist: içsel ve dışsal etkenleri barındıran etkinlikleri tercih ederler. (doğal ortam, kültüre ait yemekler, evler vb)
- Medikal Turist: Kendi ülkesi dışında tedavi olma amaçlıdır

178

Sağlık Turizmi Yönetimi

Planlama

- Sağlık turizminde planlama, ulusal sağlık stratejileri, bölgesel kalkınma, yerel yönetimin entegrasyonunu gerektirmektedir.
- Tesislerin konumu özenle seçilmiş ve inşası da çevreye uyumlu olarak düzenlenmiş olmalıdır.
- Yerin seçiminden personelin eğitimi, hizmetin sunumuna kadar planlama sürecinin tüm noktaları oluşturulmalıdır.

179

Sağlık Turizmi Yönetimi

Örgütleme

- Organizasyon hastanın evinden çıkışından tekrar evine dönüşüne kadar geçen tüm süreçleri kapsar.
- Sigorta şirketleri ile koordinasyon sağlanmalıdır.
- Sağlık turizm yapan işletmeler belirlenmeli ve sertifikalandırılması yapılmalıdır.
- Paket programlar oluşturularak sağlık ve turizm iç içe olmalıdır
- Sağlık turizmini tanıtım programları ve kampanyalar düzenlenmeli
- Organizasyon ve danışma şirketleri kurulmalı ve yardımcı firmalar bu yapı içerisinde yeralmalıdır.

180

Sağlık Turizmi Yönetimi

Yöneltme

- Sağlık hizmetleri, çalışma koşulları olarak zor bir yapıya sahiptir.
- Yönetim liderlik, iletişim ve motivasyon gibi teknikleri kullanarak çalışan ile örgütün bütünleşmesini sağlamalıdır.

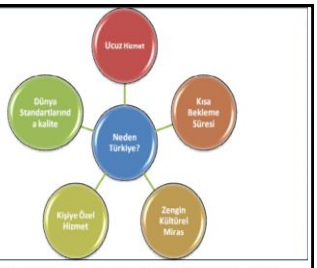
Sağlık Turizmi Yönetimi

Denetim

- Diğer fonksiyonların neyi, nasıl ve hangi ölçüde başarılıdığının ortaya konularak gerekli düzeltici önlemlerin alınmasını içerir.
- Sağlık turizmi odaklı çalışan hastane ve kliniklerde bir takım standardizasyon ve denetleme mekanizması bulunmaktadır.
- İşletmenin kendi iç denetiminin yanında özellikle sağlık turisti açısından önem verilen diğer bir nokta da işletmenin akredite olmasıdır.

Spa/Wellness İşletmeciliğinde Dikkat Edilmesi Gereken Unsurlar

- Atmosfer: Tasarım, renk, aydınlatma, mobilya vb.
- Ziyaretçilerin Beklentilerini Yönetmek: (lüks, güzellik mi ya da tedavi edici sular, fizik tedavi mi)
- Hizmet Yönetimi: profosyonel, misafirperver, yardımsever ve modern olmalıdır. (sağlık, yeme içme vb öneriler sunulmalı)
- Hizmet Kalitesi: hem ruhen hem de sosyal ve fiziksel olarak istekleri karşılanmalıdır.
- Eğitim ve düzenleme: Alanda hizmet içi eğitim verilmelidir.
- Sağlık ve güvenlik: İnsanlar sağlıklarını kaybetmemelidir.



Şekil 2:Sağlık Turizminde Türkiye'nin Rekabetçilik Unsurları Şeması

TABLO 5: TÜRKİYE'DE BY-PASS İSPANYA'NIN YARI FİYATINA YAPILIYOR

TIBBİ İŞLEM	ORTALAMA FİYAT (DOLAR)						
	Türkiye	ABD	Almanya	Hindistan	Meksika	İspanya	Tayland
By-pass	8500-21000	-	-	7500-10500	39000-42000	39000-43000	22500-24500
Kalça protezi	10000-23000	30000	27000	7000-9500	39000	16300-18900	12000-17000
Kalp kapakçığı ameliyatı	13750-23000	-	-	9500-14000	39000	43000-47500	18500-22000
Diz nakli	9000-23000	26000	23000	7000-10000	21000	16000-18500	10500-16500
Omurga füzyon	7000-23000	-	29000	7500-11500	25000	25000-32500	9700-12500
Rahim alınması	-	-	11000	2500-10000	9700	13500-15000	4500-8000

Kaynak: Companion Global Healthcare

TABLO 6: DÜNYADA EN ÇOK PLASTİK CERRAH BULUNAN 9'UNCU ÜLKEYİZ

Sıra	Ülke	Plastik cerrah sayısı	Dünyadaki oranı (%)
1	ABD	6.133	15,2
2	Brezilya	5.473	13,6
3	Çin	2.800	7
4	Japonya	2.302	5,7
5	Hindistan	2.150	5,3
6	Güney Kore	2.054	5,1
7	Rusya	2.000	5
8	Meksika	1.550	3,8
9	Türkiye	1.200	3
10	Almanya	1.101	2,7

Sağlık Turizmi Birliği ile işbirliği anlaşması yaptı. İşte Türkiye'nin sağlık turizminde artıları, eksileri ve yapması gerekenler:

GÜÇLÜ YANLAR

- Türkiye'nin sağlık alanında dünyanın önde gelen ülkeleri arasında sayılması.
- Türkiye'de sağlık hizmetleri talebini olumlu yönde etkileyecek çok çeşitli turizm olanaklarının bulunması (kültür turizmi, inanç turizmi, deniz turizmi, doğa turizmi, sağlık-kaplıca turizmi vs.)
- Türkiye'nin genel olarak hizmet sektöründe iyi konumda olması ve hizmet sektörünün sağlık turizmine olumlu etkisinin yüksek olması.
- Sağlık turizmi hizmetini sunan ilk ülkeler arasında yer alması ve bu konuda deneyim kazanmış olması.
- Sağlık hizmetleri satan ileri ülkelere göre sağlık fiyatlarının görece ucuz olması
- Sağlık turizmiyle ilgili çeşitli yasal düzenleme ve devlet desteğinin olması.

ZAYIF YANLAR

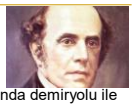
- Sanayide olduğu gibi, sağlık hizmetlerinde de, genel olarak, üretime odaklanması ve görece pazarlamayı ihmal etmesi.
- Destek ve teşviklerde kamu kurumlarının koordine olmaması.
- Sağlık turizminin gerektirdiği entegre yaklaşımın (sağlık kuruluşları, turizm kuruluşları, pazarlama kuruluşları, lojistik ve ulaşım kuruluşları vs.) gerçekleşmesir götürecek "işbirliği-ortaklık kültürünün" zayıf olması.
- Sağlık turizmi yönetimi için ulusal bir stratejinin net olmaması.
- Hastanelerin, özellikle devlet hastanelerinin, önemli bir kısmının sağlık turizm hizmeti sunmaya hazır olmaması.
- Mevcut durumda, katma değeri yüksek "sağlık turizminden" (sağlık hizmetin almak üzere bir plan dâhilinde ülkemize gelenler) daha çok katma değeri düşük "turistin sağlığı" (turistik amaçlar ile ülkemize gelenlerin karşılaştıkları acil sorunla gidermek üzere aldıkları sağlık hizmeti) hizmetinin ağır basması.

FIRSATLAR

- Dünyada sağlık hizmetini ulusal sınırların dışında alma eğiliminin artması (küreselleşmenin etkisi)
- Başka ülkelerdeki sağlık kuruluşları ve hizmetleri hakkında bilgi elde etmenin (web siteleri, e-mail, vb. yollarla) giderek daha kolay ve masrafsız olması.
- Türkiye'nin uluslararası arenada artan gücü ve buna paralel oluşan olumlu algısı.
- Sağlık hizmetleri ihracatına Ekonomi Bakanlığı'nın destek vermesi (araştırma desteği, yurtdışında ofis açma desteği, tanıtım desteği, vs.)

3. HAFTA SEYEHAT İŞLETMELERİ

Seyahat İşletmeleri



- **Tur Operatörleri**
- Thomas Cook'un 1841 yılında demiryolu ile düzenlediği paket tur

Seyahat İşletmeleri

- **Tur Operatörleri**

Dünya Turizm Örgütü (WTO) tur operatörlerini; " Seyahat ve turizm talebinin oluşmasından önce ulaşım, konaklama ve diğer turistik ürünleri birleştirerek gezici ve belirli bir merkezde konaklama amaçlı turlar düzenleyen ve bu turları belli bir ücret karşılığında sunan işletmeler, "olarak tanımlamaktadır.

Tur Operatörlerinin Sınıflandırılması

- İç turizme yönelik tur operatörleri
- Yurtdışından gelenlere yönelik tur operatörleri
- Yurtdışına yönelik tur operatörleri

- **Tur Operatörlerinin Görevleri Şunlardır:**
- Seyahat hizmetini bir araya getirip paket ürün olarak tek bir fiyatla satışa sunar.
- Turizm hizmetini üreticiden toptan alır, sözleşme yapar ve ürünün satış riskini üstlenir.
- Konaklama işletmelerinin odalarını önceden kısmen veya tümüyle sezonluk veya senelik kiralar.
- Ulaştırma işletmelerinden yer ayırtır; koltuk blokajı yapar, charter seferi düzenler veya dönemsel olarak uçak kiralar.
- Tur programlarını ve ayrıntılarını önceden belirler.
- Oluşturduğu tur paketlerini kendi satış ofisleriyle doğrudan veya seyahat acentaları vasıtasıyla dolaylı olarak satışa sunar.

Tur Operatörlüğü ve Tüketici Davranışları

Tur operatörlerini tercih etme nedenleri

- Turistlerin ihtiyaçlarının daha iyi anlaşılması
- Güven Duygusu
- Seyahat fiyatı
- Rehberlik hizmetleri
- Erişilebilirlik

Tur Operatörlerinin Ürün Geliştirme Süreci

- Pazarlama Araştırması
- Yönetim
- Pazarlama
- Sözleşmeler

Pazarlama Araştırması

- Turizmde dağıtım kanallarıyla görüşmeler yapmak
- Turistlerle görüşmeler yapmak ve onların tatil satınalma davranışlarını incelemek
- Turizm fuar, sergi, kongre ve benzeri etkinliklere katılmak
- Rakiplerin satış birimlerinde müşteri olarak gözlem yapmak
- Turizm meslek örgütleri ve yerel yönetimlerle görüşmeler yapmak
- Nihai turizm ürünü sağlayıcıları ile görüşmek
- İlgili kamu kuruluşları(bakanlık, ulaştırma, vize, pasaport, sağlık vb.) ile görüşmek

Sözleşmeler

- Hava Taşımacılığı Anlaşmaları
- Konaklama Tesisleri Anlaşmaları
  - ✓ Garantili Kontenjan Anlaşmaları
  - ✓ Kısmen Garantili Kontenjan Anlaşmaları
  - ✓ Garantisiz Kontenjan Anlaşmaları
  - ✓ İsteğe bağlı rezervasyon anlaşmaları
  - ✓ Serbest Satış kontenjan anlaşmaları
  - ✓ Blok rezervasyon anlaşmaları
  - ✓ Blok satın alma anlaşmaları
- Destinasyonda Diğer Hizmet Anlaşmaları

Yönetim

Tur operatörleri için yönetim faaliyeti bir paket turun hayata geçirilmesinin tüm aşamalarını kapsamaktadır.

Tur operatörleri ürünün üretilmesi, fiyatların belirlenmesi, katalog ve broşürlerin hazırlanması, ürünün hazırlanması ve operasyon sürecinin gerçekleştirilebilmek için etkin bir yönetime sahip olmalıdır.

Pazarlama

Pazarlama: Hedef tüketici, müşteri ve toplumun istek ve gereksinimlerini tatmin ederek kar sağlayacak pazarlama bileşenlerinin (ürün / hizmet, fiyat, dağıtım ve tutundurma) planlanması, yönetimi ve denetimi çabalarıdır.

Turizm sektöründe temel ürün, hizmet olup, hizmet pazarlaması seyahat deneyimine dayanır. Turizm işletmelerinin pazarlanmasında en önemli kuruluşlar tur operatörleridir.

Gelişen bilgi iletişim teknolojileri geleneksel 4p nin yanı sıra dinamik pazarlama çevresi ve tüketici davranışlarındaki değişimi ve pazarlama bilgi sistemlerini de göz önüne almalıdır.

Paket Tur Kavramı

- **Paket Tur Kavramı ve Tanımı**

  Paket tur tatil amaçlı ulaşım, konaklama, yeme-içme, yöresel geziler ve eğlence gibi değişik turistik mal ve hizmetlerin, bir tur operatörü tarafından bir araya getirilen ve en az bir gecelemeyi kapsayan; bir reklam veya tanıtım araçlarıyla turistlere sunulan, belli bir fiyattan ve tur fiyatının tamamı tatil başlamadan önce peşin ödenen seyahatlere denir.

Paket Tur ve özellikleri

Ayrıca paket turlar aşağıda belirtilen kısaltmalar için de kullanılır.

- ✓ IT - Incluiseve Tour : Ulaştırma + konaklama hizmetlerinin tek bir fiyatta toplanan bir kişilik fiyatı
- ✓ GIT – Group Inculiseve Tour : Ulaştırma + konaklama grup fiyatı
- ✓ ITC – Incluiseve Tour : Paket turun charter uçakla yapılması durumundaki fiyatı.
- ✓ ITX – Incluiseve Tour: Paket turun normal tarifeli uçakla yapılması durumundaki fiyatı.

Paket Tur ve özellikleri

- *Soyutluk:* Turistik ürünlerin satın alınmadan önce denenmesi, görülmesi veya dokunulması imkansızdır.
- Bileşiklik: Turistik ürün, bir çok farklı ürünün bileşiminden oluşmaktadır: ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence, yerel ulaşım, çekicilikler, geziler gibi.
- Bozulabilirlik: Turistik ürünlerin envanterinin yapılması veya stoklanması imkansızdır, çünkü üretildikleri anda tüketilirler. Satılmamış bir hizmet başka bir zaman satılamaz, kayıp bir fırsat olarak görülür.
- *Ayrılmazlık:* Turistik ürünün ayrılmazlık özelliği, üretim ve tüketimin eşzamanlı olmasını ve bu nedenle turistik ürünün üretildiği yerde tüketilme zorunluluğunu ifade eder.

- **Bu genel özelliklerle birlikte paket tur**
  - Seyahat süresince ihtiyaç duyulan bütün hizmetleri kapsamaktadır.
  - Paket tur tüketiciye tek bir fiyattan satılır.
  - Paket tur, bireysel seyahatlere oranla %10 daha ucuzdur.
  - Paket tur ürünleri arasında tüketiciler açısından bir seçme imkânı ortaya çıkmıştır (Arpacı, 2007).

Paket Tur Tercih Nedenleri

- **Tüketiciler Açısından Paket Turların Tercih Nedenleri**
  - Her şey dahil tek fiyat ödeme,
  - Tur programındaki kesin güvence,
  - Birden fazla tur programından seçim yapabilme,
  - Rehberlik hizmetleri,
  - Geziler sırasında eğlenme,
  - Peşin fiyatına taksitle ödeme (Arpacı, 2007).

Paket Tur Tercih Nedenleri

- **Tur Operatörleri Açısından Paket Turların Tercih Nedenleri**
  - Büyük oranda yer ayırtıp düşük fiyatlar elde etmesi,
  - Tur bedellerinin peşin ödenmesi sonucu, ön finansman sağlaması,
  - Reklam konusunda ulaştırma ve konaklama tesislerinin desteğini alması,
  - Bir katalog yardımıyla birden fazla tur satışı,
  - Paket tur düzenleme gerekçesiyle, ulaştırma ve konaklama işletmeleriyle entegrasyon imkanları, ayrıcalıklar kazanılması (Arpacı, 2007).

208

Paket Tur Tercih Nedenleri

- **Diğer İlgili İşletmeler Açısından Paket Turların Tercih Nedenleri**
  - Seyahat acenteleri satışlarından yarar sağlar,
  - Konaklama ve havayollarındaki yatak-koltuk doluluk oranlarını arttırır,
  - Tüm işletmelere yeni potansiyel pazarlar yaratır,
  - Ülkelerin ve işletmelerin ücretsiz dolaylı tanıtımına katkı sağlar,
  - Ülkeye yönelik turizm akımlarının artmasına neden olur,
  - İşletmelerin verimliliklerini arttırır,
  - Tüketicilerin kolayca ve birden fazla seyahate çıkmalarını teşvik eder (Arpacı, 2007).

209

Paket Tur Çeşitleri

- **Karşılayıcı Turlar:** Bu tip turlarda, gidilecek olan otelde konukları ağırlama görevini üstlenen bir görevli konukların günlük tercihli gezilerini düzenler, sorularını yanıtlar ve onlara boş zamanlarını planlamalarında yardımcı olur.
- **Bağımsız Turlar:** Bir konaklama işletmesinde rezervasyon yapma, yiyecek-içecek türünün belirlenip rezervasyona ilave edilmesi gibi özellikler arz eden bağımsızlık avantajı sağlayan turlardır.

210

Paket Tur Çeşitleri

- **Gözetimli Turlar:** Genel olarak sınır ötesinde belirli bir noktaya gidip, orada tatil süresini tamamlayıp geri dönme esasına dayanırlar.
- **Yönetimli Turlar:** Her günü, her ayrıntısı önceden planlanmış olan bu turlar çoğunlukla gidilen bir ülke ya da yörede mümkün olduğunca çok yeri görmeyi, o etnik grubun geleneksel birikimlerini gözlemeyi ve öğrenmeyi hedefleyen kültürel ağırlıklı turlardır. En çok tercih edilendir. İkiye ayrılır; eşlikli ve rehberli turlar

211

Paket Tur Çeşitleri

- **Özel Paket Turlar:**
  - **Teşvik Turları:** Endüstriyel firmaların çalışanlarına ve bayilerine düzenlemiş olduğu turlardır.
  - **Toplantı–Kongre–Seminer Turları:** Organizasyonlar içerisinde yer alan katılımcıların karşılanması ve uğurlanması, otel rezervasyonları ve transferler, şehir içi ve bölgesel turlar, kokteyl, yemek organizasyonları, refakatçılar için özel organizasyonlar vb. gibi hizmetlerin gruplara yönelik olarak düzenlenmesidir.
  - **Özel İlgi Grubu Turları:** Dernek, kulüp ve grupların özel ilgi alanlarına göre düzenlenen turlardır.

212

Paket Tur Çeşitleri

- **Hedef Bölgelere Göre Paket Turlar:**
  - **Tek Ülkeye Yönelik Turlar:** Bu tür turlar tek ülkeyi kapsamakta olan ve belirli bölgeye düzenlenen turlardır.
  - **Birden Fazla Bölgeye Yönelik Turlar:** Bu tür turlarda birden fazla şehrin girilebilme imkanı bulunmaktadır.
  - **Tek Şehre Yönelik Turlar:** Turun içeriğinde sadece bir kent bulunmaktadır. Genellikle üç gün veya bir haftalık sürelerle uygulanır .

213

Paket Tur Çeşitleri

- **Mesafelerine Göre Paket Turlar:**
  - **Orta Mesafeli Turlar:** Genellikle hava ulaşımı ile yapılan ve bir-iki hafta süre ile gerçekleştirilen turlardır.
  - **Uzak Mesafeli Turlar:** Birden fazla varış noktasının olduğu uzun süreli turlardır

214

Paket Tur Çeşitleri

- **Seyahat Amaçlarına Göre Paket Turlar:**
  - Dinlenme Turları
  - Manzara Turları
  - Öğrenme Turları
  - Dini ve Etnik Turlar
  - Serüven Turları
  - Ekolojik Turlar
  - Spor ve Rekreasyon Turları
  - Özel İlgi Turları
  - Özel İhtiyaçlara Yönelik Turlar

215

Paket Tur Çeşitleri

- **Konaklama Şekline Göre Paket Turlar:**
  - **Sejour Turlar:** Bu tür paket turlar, uzun konaklamaları içerir.
  - **Itinerant (Circuit) Turlar:** Bu tür paket turlar bir yerde sadece birkaç gece kalınarak birçok bölgenin gezilmesiyle gerçekleşen turlardır.

Arpacı, 2007.

216

Paket Tur Satın Alanların Karşılaştıkları Sorunlar

- Paket turu satın alan kişiler, Turu Daha Önceden Göremezler: Bunun sonucunda turu satın alan kişiler, bazı durumlarda hayallerinde canlandırdıkları paket turu bulamayabilirler.
- Paket turun fiyatı önceden ödenmiştir: Paket turu satın alan tüketicilerin herhangi bir sebepten dolayı tura katılamaması halinde, turun satış fiyatı belirli koşullar taşımadığı için tüketicilerin ödediği para kendisine iade edilemez.
- Paket tur genel olarak grup halinde gerçekleştirildiğinden grup içinde meydana gelen olaylar ve durumlardan tüketiciler rahatsız olabilir.
- Doğal Olaylar: Gidilecek bölgedeki durum tur operatörünün elinde olmadan değişirse (doğal afetler, deprem, sel felaketleri, ekonomik kriz) tüketicilerde sorun yaratabilir.

Paket Tur Satın Alanların Karşılaştıkları Sorunlar

- Fiyat farklılıklarının olması ve hizmet kalitesinin düşükliği: Hizmet kalitesinin taahhüt edilenden düşük olması durumunda
- Çifte rezervasyon: Konaklama işletmelerinde meydana gelen sorunların en önemlisi çifte rezervasyondur.
- Tur operatörünün veya seyahat acentesinin iflası: Tur operatörünün, karşılayıcı acentenin, ulaştırma şirketlerinin iflas etmesi, paket turları olumsuz etkiler

Seyahat İşletmeleri

- **Seyahat Acenteleri**
- Seyahat acenteleri, seyahat edenler ile hizmet üretenler arasında yer alan aracı kuruluşlardır. Seyahat acenteleri, tüketicilere seyahat hizmeti satan, bu hizmetler için yer ayırtan, bilet veren ve karşılığında ödemeleri kabul eden işletmelerdir. Seyahat acenteleri hizmet üreten kuruluşlarla bir acentelik anlaşmasına bağlı olarak onlar adına çalışır
- Tur operatörlerinin hazırladıkları tur paketlerinin perakende satışını yapar.

Seyahat Acentelerinin Faaliyetleri

- **Rezervasyon**: Kara, deniz, hava araçlarının tarifeli veya tarifesiz seferlerine ilişkin olarak ve her türlü konaklama, yeme-içme ve eğlence işletmelerinde tüketici adına yer ayırtmak, kayıt işlemi yapmak şeklinde tanımlanmıştır
- **Rent A Car (Araç Kiralama):** Seyahat Acentelerinin yerine getirdikleri önemli bir hizmet de motorlu araç kiralama hizmetleridir. Özellikle iş seyahatine çıkan ve kısıtlı zamanlarında çok sayıda yer görmek isteyen konuklar araç kiralamayı tercih ederler.
- **Transfer:** incoming acente havaalanı, liman, gar, terminal gibi turun ülkemize giriş noktası olan yerlerden konukların karşılanıp local (bölgesel) operasyonlar tamamlandıktan sonra tekrar turun çıkış noktasına uğurlanmaları ile görevlidir.
- **Ticketing (Bileteme):** Çeşitli ulaştırma araçlarına ait biletlerin satışı bütün Seyahat Acentelerinin ortak özelliği ve en önemli gelir kaynağıdır. Seyahat Acenteleri genellikle tüm ulaştırma araçları için kara, hava, deniz ve demiryollarının biletlerini satarlar.
- **Gümrük,Vize Formalileteri:** Seyahat Acentelerinin yurt dışı turlarda müşterilerine verdikleri önemli bir hizmet de gümrük ve vize işlemlerinin müşteri adına takip edilmesidir. Acenteler bu hizmetten ayrıca gelir elde etmezler. Sadece harç, damga pulu vb. gibi ödenmesi zorunlu ücretler konuklara yansıtılır.

Seyahat Acentalarının Yerine Getirdiği Hizmetler

1) Münferit veya gruplar için bir programa bağlı ya da programsız gecelemeli veya gecelemesiz yurt içi/yurt dışı tur veya paket turları tanıtır, oluşturur, pazarlar veya satar,
2) Kara, deniz ve hava ulaştırma araçlarının ve bu araçlara sahip işletmelerin rezervasyonunu yapar, biletlerini satar,
3) Seyahat acentalarının ürettiği hizmetlerin tamamını ya da bir kısmını ürün sahibi seyahat acentası tarafından yetki verilmek suretiyle satar,
4) Transfer yapar,
5) Kâr amacıyla konaklama, ulaşım, gezi, yeme-içme, eğlence sağlayan, sportif faaliyetler, kongre-konferans, dinî, sağlık, eğitim, kültürel, bilimsel ve meslekî inceleme, teşvik veya destek amaçlı seyahat ve bunun içinde yer alan hizmetleri organize etmeyi, sağlamayı, pazarlamayı, gerçekleştirmeyi içeren paket tur veya turları düzenler, satar,
6) Kâr amacıyla ikram, teşvik veya destek amaçlı olarak bedelsiz sunulmak üzere bedelini bizzat ödeyen kişi ya da kuruluşun yapacakları hizmetleri oluşturur, pazarlar veya satar.

Seyehat Acentalarının Sınıflandırılması

Yasal Sınıflandırma

A Grubu Acenteler: Paket tur hazırlama dışında tüm acentecilik faaliyetlerini yerine getirir.

B Grubu Acenteler: Ulusal ve uluslar arası ulaşım araçlarının biletlerinin rezervasyon ve satış işlerini yapan ve bulundukları bölgede a grubunun hizmetini yerine getiren acentelerdir.

C Grubu Acenteler: Kendi ülkeleri içerisinde yurt içi turlar düzenleyen ve bulundukları bölgede a grubunun hizmetlerini yerine getiren acentelerdir.

Seyahat Acentelerinin Yapısal Sınıflandırması

- **Büyük dağıtım acenteleri:** Genellikle tur operatörlerinin ürünlerini pazarlarlar. Tur operatörleri ile perakendeci seyahat acenteleri arasında aracılık yaparlar.
- **İşletmeler için uzmanlaşmış acenteler:** Büyük şirketler çalışanlarının seyahat ihtiyaçları için bir seyahat acentesi ile anlaşır. Tüm işlemleri acente yürütür.
- **Bağımsız Klasik Acenteler:** Seyahat ile ilgili tüm işlemleri yapan acentelerdir. Genellikle bilet satışları ve paket tur satışlarını yaparlar.

226

Seyahat Acentelerinin Fonksiyonel Sınıflandırması

- **Karşılayıcı (Incoming) acenteler**
- **Gönderici (Outgoing) acenteler**

227

Karşılayıcı (Incoming) acenteler

- Yabancı tur operatörlerinin kendi ülkelerinden dışarıya gönderdikleri turist gruplarına gittikleri ülkede hizmet vermektedirler.
- Yerel tur operatörü olarak isimlendirebileceğimiz karşılayıcı seyahat acenteleri, yerel hizmetleri yabancı tur operatörü adına aracı olarak değil temsilen ve vekaleten sürdürmektedirler.
- Konaklama işletmeleri karşılayıcı seyahat acentesine de oda rezervasyonu ve hizmet satışı yaparlar.
- Karşılayıcı acenteler bu satışlara bazı hizmetleri de ekleyerek toptan veya perakende olarak yabancı tur operatörlerine satarlar.
- En önemli özelliği yurda döviz girdisi sağlamalarıdır.

228

Gönderici (Outgoing) acenteler

- Grup müşteriden çok bağımsız müşterileri olan gönderici acenteler yurt dışına tur düzenlemektedirler.
- Yurtdışına düzenlenen bu turlarda müşteri rezervasyonları konaklama işletmelerine en az bir ay önceden onaylatılmaktadır.
- Gönderici acenteler küçük ölçekli bir tur operatörü fonksiyonunu yerine getirmektedirler.
- Gönderici acenteler yurtdışında organize edecekleri turlar için yabancı bir tur operatörüyle anlaşma yapmakta ve bu turları yurtçinde yerli müşteriye paket tur olarak satmaktadırlar.
- Müşterilerin pasaport ve vize işlemlerini de üstlenmektedirler.
- Gönderici acentelerin yurtdışına düzenlediği turlarda müşterilere yerli rehberler eşlik etmektedirler.
- Ülkemizde gönderici acenteciliği sadece A grubu seyahat acenteleri yapabilir.

229

Seyahat Acentelerinin Sunulan Hizmet Türüne Göre Sınıflandırması

- **Havayolu Bilet Satış Acenteleri**
- **Paket Tur Satış Acenteleri**
- **Tur Operatörü Temsilcisi Acenteler**
- **Araç Kiralama Acenteleri**
- **Ulaştırma Acenteleri**
- **Kongre Acenteleri**
- **Özendirme Acenteleri**
- **Yat Acenteleri**

230

Seyahat Acentelerinin Sunulan Hizmet Türüne Göre Sınıflandırması

- **Havayolu Bilet Satış Acenteleri:**
  - Ana faaliyet alanı uçak bileti satışı olan bu tip acenteler aynı zamanda diğer perakendeci seyahat acenteliği etkinliklerini de yerine getirirler.
  - Bilet satış acentelerinde çalışan elemanların büyük çoğunluğu ücret hesaplama, yol belirleme, bilet düzenleme gibi konularda uzmanlaşmışlardır.

231

Seyahat Acentelerinin Sunulan Hizmet Türüne Göre Sınıflandırması

- **Paket Tur Satış Acenteleri:**
  - Tur satış acenteleri, toptancı seyahat acenteleri veya doğrudan tur operatörleri tarafından hazırlanmış yurt içi ya da yurt dışı, ağırlamalı ya da yönetilen turların satışını yapmaktadırlar.
  - Bu acenteler kısaca sor-sat olarak bilinen, müşteriden gelen talep üzerine tur operatörü ya da toptancısını arayarak satışı gerçekleştirirler veya tur operatörlerinden kontenjan alarak ya da online sistemler aracılığı ile satış yapabilirler.

232

Seyahat Acentelerinin Sunulan Hizmet Türüne Göre Sınıflandırması

- **Tur Operatörü Temsilcisi Acenteler:**
  - Sadece bir tur operatörünün düzenlediği tatil ve gezi programlarını satmaları tur operatörü temsilcisi acenteleri tur satış acentelerinden ayırmaktadır.
  - Bu acenteler yasal, finansal ve yönetsel açıdan bağımsız çalışmaktadırlar.

233

Seyahat Acentelerinin Sunulan Hizmet Türüne Göre Sınıflandırması

- **Araç Kiralama Acenteleri:**
  - Araç kiralama hizmeti her perakendeci seyahat acentesi tarafından sunulmaktadır.
  - Çoğu perakendeci seyahat acentesi bu hizmetleri HERTZ, AVIS, EUROPECAR gibi uluslar arası araba kiralama şirketlerinden almayı tercih eder. Ancak hemen her seyahat acentesi bünyesinde araç bulundurur.

234

Seyahat Acentelerinin Sunulan Hizmet Türüne Göre Sınıflandırması

- **Ulaştırma Acenteleri:**
  - Yer operasyonları için tur operatörlerine araç temin ederler.

Seyahat Acentelerinin Sunulan Hizmet Türüne Göre Sınıflandırması

- **Kongre Acenteleri:**
  - Dünya genelinde her yıl çok sayıda sempozyum, seminer, firma toplantıları, kongreler, konferanslar v.b. her türlü toplantı organizasyonunda uzmanlaşmış acentelerdir.

Seyahat Acentelerinin Sunulan Hizmet Türüne Göre Sınıflandırması

- **Özendirme Acenteleri:**
  - Tekil müşterilerden çok çalışanları için özendirme gezileri düzenleyen firmalara yönelik çalışan seyahat acenteleridir.

Seyahat Acentelerinin Sunulan Hizmet Türüne Göre Sınıflandırması

- **Yat Acenteleri:**
  - Tekne turları konusunda uzmanlaşmış acentelerdir.

Seyahat Acentelerinin Fonksiyonları

- Turizmi Geliştirmek
- Turizmin Reklâmını yapmak
- Yeni turizm merkezleri bulmak ve turizm piyasasına sunmak
- Turistik mal ve hizmet fiyatlarında alternatifler yaratmak

Seyahat Acentelerinin Fonksiyonları

- Turistik mal ve hizmet fiyatlarında indirim sağlamak
- Danışma ve Bilgi verme fonksiyonu
- Güven Fonksiyonu

İnsanların Seyahat Acentelerine Başvurma Nedenleri

- Rahatlık ve konfor
- Maliyet Avantajı
- Reklâm ve tanıtım
- Güven ve iç huzuru
- Bilinmeyenden korkma

Eğlence İşletmeciliği

- Temalı Park İşletmeciliği
- Milli Park İşletmeciliği

Temalı Park İşletmeciliği

- Tema parkı belirli bir ilgi alanına hitap etmek üzere geniş bir alana yayılmış, bir kurgu çerçevesinde açık ve kapalı alanlarda yer alan farklı eğlence tesislerinden oluşan eğlence merkezi olarak tanımlanabilir.
- Tema parklarını, lunaparklarından ayıran en temel özellik, eğlence parklarında da bulunan yüksek hızlı adrenalin treni (roller coaster), eğlence sürüşleri (ride), dönme dolap gibi eğlence sistemlerini bir kurgu çerçevesinde hikayeler ile birleştirip, ziyaretçilerine konsept olarak sunmalarıdır.

Tablo 15.2. Temalı Park Türleri – Ha ve Ap Sınıflandırması

Temalı Park Türü	Özellikleri
Macera	• Heyecan ve Hareket • Korku • Gizem • Heyecan Sürmek
Gelecekçilik (Fütüristik)	• Toplumsal ve Teknolojik Gelişmeler • Bilim ve Teknolojinin Keşfi • Robotlar • Bilimsellik • Bilim Kurgu
Uluslararası	• Dünya Mutfakları • Uluslararası Köyler • Minyatür Kopyalar • Doğal Alanlar • Uluslararası Fuarlar
Doğa	• Hayvanlar • Fauna ve Flora • Peyzaj • Doğal Harikalar • Okyanus • Vahşi Yaşam
Fantezi	• Animasyon • Çizgi Film Karakterleri • Çocuk Oyun Parkları • Mit ve Efsaneler • Büyü
Tarih ve Kültür	• Aborjinler • Otantik • Kültürel Miras • Tarihsel Ortamlar
Sinema	• Amerikan Vahşi Yaşam Gösterileri • Komedi • Hareketli Resimler • Gösteri Dünyası

Temalı Park İşletmeciliği

- Uluslararası Tema Parkları Birliği (IAAPA) verilerine göre Amerika kıtasında 400, Avrupa'da ise 300 civarında tema park bulunmaktadır. Tema park sektörü, 2004 - 2011 yılı arasında yıllık bazda ortalama %6'lık bir büyüme yakalamıştır.
- Avrupa'daki tema parklar yılda 5,3 milyar Dolar gelir elde ederken, kıta ekonomisine toplam katkısı yaklaşık 10 milyar Dolardır. Birliğin verilerine göre ABD'deki tema parklarda mevsimsel bazda yaklaşık 500 bin kişi çalışmaktadır. Sürekli olarak istihdam edilen kişi sayısı ise 100 bin civarındadır. Avrupa'da ise sürekli istihdam edilenlerin sayısı 47 bin 590 kişidir.

Tablo 1. Dünyadaki En Büyük 10 Tema Park Grubu

	DÜNYADAKİ EN BÜYÜK 10 TEMA PARK GRUBU	ZİYARETÇİ SAYISI		
		2012	2013	DEĞİŞİM
1	WALT DISNEY (ABD)	126.479.000	132.549.000	4,8 %
2	MERLIN ENTERTAINMENT (İNGİLTERE)	54.000.000	59.800.000	10,7 %
3	UNIVERSAL PARKS VE RESORT (ABD)	34.515.000	36.360.000	5,3 %
4	OCT PARK (ÇİN)	23.359.000	26.320.000	12,7 %
5	SIX FLAGS (ABD)	25.750.000	26.100.000	1,4 %
6	PARQUES REUNIDOS (İSPANYA)	27.130.000	26.017.000	-4,1 %
7	CEDAR FAIR (ABD)	23.300.000	23.519.000	0,9 %
8	SEAWORLD PARKS (ABD)	24.391.000	23.400.000	-4,1 %
9	FANTAWILD GRUBU (ÇİN)	9.193.000	13.118.000	42,7 %
10	HAICHANG GRUBU (ÇİN)	9.400.000	10.096.000	7,4 %
	TOPLAM	357.843.000	377.279.000	5,4%

Resim 1. Dünya Tema Parklarından Görüntüler

	DÜNYADAKİ EN BÜYÜK 25 TEMA PARKI SIRALAMASI	ZİYARETÇİ SAYISI		
		2012	2013	DEĞİŞİM
1	MAGIC KINGDOM, Walt Disney World, Orlando, ABD	17.536.000	18.588.000	6,0%
2	TOKYO DISNEYLAND, Tokyo, JAPONYA	14.817.000	17.114.000	15,5%
3	DISNEYLAND, Anaheim, Kalifornia, ABD	15.963.000	16.201.000	1,5%
4	TOKYO DISNEY SEA, Tokyo, JAPONYA	12.656.000	14.084.000	11,3%
5	EPCOT, Walt Disney World, Orlando, ABD	11.862.000	11.324.000	-4,5%
6	DISNEYLAND PARK AT DISNEYLAND Paris,FRANSA	11.300.000	10.750.000	-4,9%
7	DISNEY'S ANIMAL KINGDOM Walt Disney World, Orlando, ABD	9.996.000	10.196.000	2,0%
8	DISNEY'S HOLLYWOOD STUDIOS Walt Disney World, Orlando, ABD	9.912.000	10.110.000	2,0%
9	UNIVERSAL STUDIOS JAPAN, Osaka, JAPONYA	9.700.000	10.100.000	4,1%
10	DISNEY'S CALIFORNIA ADVENTURE, Anaheim, CA, ABD	7.775.000	8.514.000	9,5%
11	ISLANDS OF ADVENTURE at Universal Orlando, FL, ABD	7.781.000	8.151.000	4,8%
12	OCEAN PARK, Hong Kong, ÇİN	7.434.000	7.475.000	0,5%
13	HONG KONG DISNEYLAND, Hong Kong, ÇİN	6.700.000	7.400.000	10,4%
14	LOTTE WORLD, Seul, GÜNEY KORE	6.383.000	7.400.000	15,9%
15	EVERLAND, Gyeonggi-Do, GÜNEY KORE	6.853.000	7.301.000	6,6%
16	UNIVERSAL STUDIOS at Universal Orlando, ABD	6.195.000	7.061.000	14,0%
17	UNIVERSAL STUDIOS HOLLYWOOD, Universal City, ABD	5.912.000	6.148.000	4,0%
18	NAGASHIMA SPA LAND, Kuwana, JAPONYA	5.850.000	5.840.000	-0,2%
19	SEAWORLD, Orlando, ABD	5.354.000	5.090.000	-5,0%
20	EUROPA PARK, Rust, ALMANYA	4.600.000	4.900.000	6,5%
21	WALT DISNEY STUDIOS PARK AT DISNEYLAND Paris,FRANSA	4.800.000	4.470.000	-6,9%
22	SEAWORLD, San Diego, ABD	4.444.000	4.311.000	-3,0%
23	TIVOLI GARDENS, Kopenhag, DANİMARKA	4.023.000	4.200.000	4,4%
24	DE EFTELING, Kaatsheuvel, HOLLANDA	4.200.000	4.150.000	-1,2%
	YOKOHAMA HAKKEIMA SEA PARADISE			

Tablo 3: Dünyadaki En Büyük 20 Su Parkı

	DÜNYADAKİ EN BÜYÜK 20 SU PARKI SIRALAMASI	ZİYARETÇİ SAYISI		
		2012	2013	DEĞİŞİM
1	CHIMELONG WATERPARK, Guangzhou, ÇİN	2.021.000	2.172.000	7,5%
2	TYPHOON LAGOON AT DISNEY WORLD, Orlando, FL,ABD	2.100.000	2.142.000	2,0%
3	BLIZZARD BEACH AT DISNEY WORLD, Orlando, FL, ABD	1.929.000	1.968.000	2,0%
4	OCEAN WORLD, Gangwon-Do, GÜNEY KORE	1.720.000	1.700.000	-1,2%
5	THERMAS DOS LARANJAIS, Olimpia, BREZİLYA	1.300.000	1.650.000	26,9%
6	CARIBBEAN BAY, Gyeonggi-Do, GÜNEY KORE	1.508.000	1.623.000	7,6%
7	AQUATICA, Orlando, FL,ABD	1.538.000	1.553.000	1,0%
8	WET N WILD GOLD COAST, AVUSTRALYA	1.200.000	1.409.000	17,4%
9	WET 'N' WILD, Orlando, FL,ABD	1.247.000	1.259.000	1,0%
10	RESORT SPA CASTLE, Daejeon, GÜNEY KORE	1.158.000	1.189.000	2,7%
11	AQUAVENTURE, Dubai, BAE	1.300.000	1.200.000	-7,7%
12	SUNWAY LAGOON, Kuala Lumpur, MALEZYA	1.200.000	1.100.000	-8,3%
13	SHENYANG ROYAL HAWAII WATER PARK, Shenyang, ÇİN	1.000.000	1.100.000	10,0%
14	PISCILAGO, Girardo (Bogota), KOLOMBİYA	1.033.000	1.035.000	0,2%
15	SCHLITTERBAHN, New Braunfels, TX, ABD	1.017.000	1.017.000	1,0%
16	WOONGIJIN PLAYDOOI WATERDOOI, Gyeonggi-Do, GÜNEY KORE	1.003.000	997.000	-0,6%
17	ATLANTIS WATER ADVENTURE, Jakarta, ENDONEZYA	1.000.000	980.000	-1,0%
18	BEACH PARK, Aquiraz, BREZİLYA	843.000	964.000	14,4%
19	SUPERLAND, Tokyo, JAPONYA	990.000	939.000	-5,2%
20	THE JUNGLE WATER ADVENTURE, Bogor, Bali Cava,ENDONEZYA	951.000	880.000	-7,5%

10) Lotte World – Seoul, South Korea

Universal Studios Japan – Osaka,

Disneyland Paris – Marne-la-Vallée, France

Magic Kingdom, U.S.A

TÜRKİYE'DEKİ TEMA PARKLARI

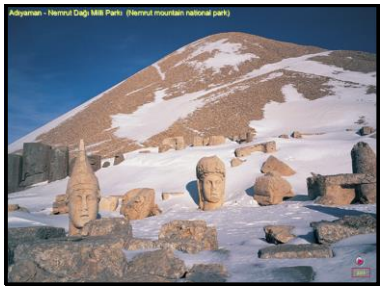
- Vialand, İstanbul
- Anka Park

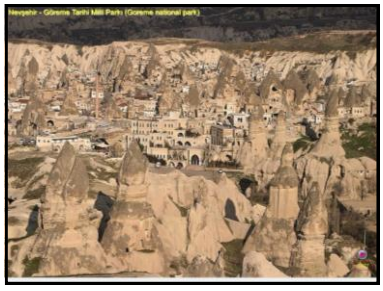
- ***Milli Parklar;***
- Bilimsel ve estetik açıdan milli ve milletlerarası ender bulunan doğal ve kültürel kaynak değerler ile koruma, dinlenme ve turizm alanlarına sahip olan ve yönetimi belli yasalar çerçevesinde gerçekleştirilen tabiat parçalarıdır.
- Gelecek nesillere sadece çağımızın ürünleri beton kitleler değil, insan eli ile bozulamamış, doğal çevreyi de kapsayan yöreleri de bırakmak düşüncesinin ağırlık kazanmasıyla; Gerek Ulusal ve gerekse Uluslararası düzeyde doğal ve kültürel tabiat parçaları olarak tanımladığımız ***Milli Park*** uygulamalarına başlanmıştır.

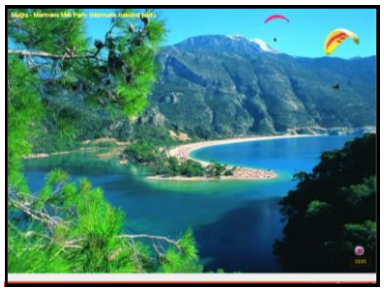
- Dünyanın en eski Milli Parkı, Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunan ve 1872 yılında ilan edilen Yellowstone Milli Parkı'dır.
- Ülkemizin ilk Milli Parkı ise 1958 yılında ilan edilen Yozgat Çamlığı'dır.
- Ülkemizde toplam 39 adet Milli Park yer almakta olup, toplam alanı **814.763,85** ha.'dır.

T.C.
ORMAN VE SU İŞLERİ BAKANLIĞI
DOĞA KORUMA VE MİLLİ PARKLAR 6. BÖLGE MÜDÜRLÜĞÜ
SPİL DAĞI MİLLİ PARKI ATALANI OTEL, SPOR TESİSLERİ VE TELEFERİK İŞLETMECİLİĞİ İHALESİ İLANI

1-İhale Konusu İşin Niteliği ve Nitesi:
1.1-İhale Konusu İşin Niteliği: Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar, 4. Bölge Müdürlüğü, Spil Dağı Milli Park Müdürlüğü faaliyet alanında yer alan Atalanı Otel, Spor Tesisleri ve Teleferik İşletmecilliği ve
1.2-İhale Konusu İşin Süresi : Yer teslimından itibaren 30(otuz) yıl olup, ihale şartnamesinin "özel hükümler" başlığı altında tanımlanan şartların yerine getirilmesi halinde, 30(otuz) yıl daha olmak üzere 20(yirmidokuz) yıldır.
2-İhale Konusu İşin Yeri: Manisa-Şehzadeler-Spil Dağı Milli Parkı Atalanı Mevkii
2.1-İli: Manisa
2.2-İlçe: Şehzadeler
2.3-Mevkii: Spil Dağı Milli Parkı
2.4-Suhanın Alanı : 83 400 m2(Teleferik hattı hariç)
2.4-Diğer Yasal Statüler: 2873 Sayılı Milli Parklar Kanunu, 6831 Sayılı Orman Kanunu
2.5-Diğer Hususlar: Şartnamesinde belirtilmiştir.
3-İhaleye gerçek olanların Spil Dağı Milli...Park Müdürlüğü Dönar Sarmaya İşletmesine 1 000,00-TL (Bin Türk lirası) yatırarak ihaleden şartnameye ve ekilerini Tevfikiye Mahallesi 3808 Sokak No:2 Yunusemre-MANİSA adresindeki 4. Bölge Müdürlüğü Spil Dağı Milli Park Müdürlüğünden satın almaları gerekmektedir. İhale ile ilgili şartname ve ekleri aynı adreste mesai saatleri içinde ücretsiz olarak görülebilecektir.
4-İhale **20/04/2015 tarihine rastlayan Salı günü saat 14:00 da** Tevfikiye Mahallesi 3808 Sokak No:2 Yunusemre-MANİSA adresindeki 4. Bölge Müdürlüğü İhale salonunda 2886 Sayılı Devlet İhale Kanununun 33 inci maddesi ve Dönar Sermayeli Kuruluşlar İhale Yönetmeliğinin 29 uncu maddesi uyarınca "K.AÇALI TEKLİF" usulü ile yapılacaktır.
5-İhale Konusu İşin Muhammen Bedeli ve Teminatlar:
5.1-İhale Konusu İşin Muhammen Bedeli: 23 020,00-TL(Yirmiüçbinyirmi) Türk Lirası(İl Teleferik hattı hariç)
5.2-İhale Konusu İşin Geçici Teminatı (Muhammen bedelin %10'u): 2 302,00-TL (İkibinüçyüzİki) Türk Lirası
5.3-İhale Konusu İşin Kesin Teminatı : İhale bedelinin %6' sıdır.
5.3-Depozite Teminatı İhale bedelinin %27 (Kamu Yüzü Kapıdıklarından ihale bedelinin %10' u)
6-İhaleye Gireceklerde Olan İstekliliklerin aşağıdaki maddelerde ilgili belgeleri sunmaları gerekmektedir:
6.1-İhaleye gireceklerin gerçek kişi olması halinde T.C. vatandaşı olmak, tüzel kişi olması halinde ise T.C. Kanunlarına göre Türkiye'de kurulmuş tüzel kişiliğe haiz olmak ve buna ofoğunu dair belge sunmak.
6.2-Kamuya ikamengah sahibi olmak.
6.3-Türkiye'de tebligat için adres göstermek.

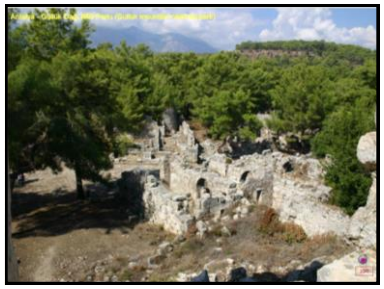






Çanakkale - Troya Tarihi Milli Parkı (Bom trojan national park)

Kastamonu - Ilgaz Dağı Milli Parkı (Ilgaz mountain national park)



Rekreasyon (Eğlence – Dinlence) İşletmeleri

Disko

- Konukların müzik dinleyip dans ettiği, alkollü – alkolsüz içeceklerin ve aperatif yiyeceklerin servis edildiği eğlence işletmeleridir

Dans Bar

- Değişik barların özelliklerini bünyesinde toplayan, daha çok snack bar ile diskonun birleşiminden doğmuş, canlı ve banttan müzik yayını yapılan, dans edilip eğlenilen barlardır.

Rekreasyon (Eğlence – Dinlence) İşletmeleri

Gece Kulübü

- Canlı müzik eşliğinde çeşitli yemekler ve alkollü – alkolsüz içeceklerin servis edildiği, yiyecek - içecek birimleridir.

Casino (Oyun Salonu)

- Casinolar konuklara çeşitli şans oyunları oynama imkânı sunan işletmelerdir. Farklı özelliklerdeki oyun makineleriyle donatılmış casinolarda, çeşitli aperatif yiyeceklerle alkollü – alkolsüz içecekler ikram edilir.

Alışveriş İşletmeleri

Hediyelik Eşya Satan İşletmeler

- Turistik amaçlı seyahat eden insanlar, dostlarına vermek üzere veya tatilden bir hatırayı beraberlerinde götürme amacıyla seyahat ettikleri bölgenin özelliklerini taşıyan ya da taşımayan çeşitli hediyeler almak istemektedir. Bu ihtiyacı karşılamak üzere turizm sektöründe bir çok hediyelik eşya satan işletme hizmet sunmaktadır

IV. HAFTA
ULAŞTIRMA İŞLETMELERİ

Ulaştırma İşletmeleri

- Havayolları
- Karayolları
- Demiryolları
- Denizyolları

Ulaştırma İşletmeleri

Havayolları

- Turistik seyahatlerde hız ve konforu ile zamanı değerli olan günümüz insanına özgü seyahat tarzını sunmaktadır.
- Kişiye güven ve konfor veren özellikleriyle, üçüncü yaş grubu turizm hareketlerini geliştirmektedir.
- Genellikle gezilecek yerlerin çok olmasından dolayı, iyi ve dikkatli organizasyon gerektiren paket turların en çok tercih edilen seyahat türüdür.
- Talebin düşük olduğu dönemlerde düşük fiyat uygulamasıyla turizm sezonunu uzatmak ve esnekleştirmek açısından turizm talebini doğrudan etkilemektedir

Ulaştırma İşletmeleri

Havayolları

- Hava yolu işletmeciliği tarifeli seferler ve Charter seferleri olmak üzere iki şekilde hizmet sunmaktadırlar.
- **Tarifeli Uçuş (Inclusive Tour Excursion)**: Tarifeli uçuş, yolcuların hava ulaşım araçları ile belirli güzergahlar üzerinde, belirli bir plan ve tarifeye bağlı olarak taşınmasıdır
- **Charter Seferleri (Inclusive Tour Charter):** Charter seferleri, yolcuların hava ulaşım araçları ile tarifeli seferler dışında taşınmasıdır

Havayolu Taşımacılığı Kuruluşları

Uluslararası Havayolu Taşımacılığı Kuruluşları

- Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA)
- Uluslararası Sivil Havacılık Birliği (ICAO)

Ulusal Havayolu Taşımacılığı Kuruluşları

- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SHGM)
- Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü (DHMİ)

292

Havayolu İşletmeleri Faaliyetleri

- Operasyonel Planlama ve Koordinasyon Faaliyetleri:
- Pazarlama ve Satış:
- Uçuş Operasyonu Faaliyetleri:
  * Uçuş öncesi *Uçuş anı * Uçuş sonrası
- Diğer İlgili Hizmetler

293

Havayolu İşletmelerinin Sınıflandırılması

Taşımacılık Faaliyetlerinin Ölçeğine Göre

- Küresel Havayolu İşletmeleri
- Dev Havayolu İşletmeleri
- Bölgesel Havayolu İşletmeleri
- Besleyici Havayolu İşletmeleri
- Küçük Havayolu İşletmeleri

294

Havayolu İşletmelerinin Sınıflandırılması

Seferlerin Düzenli Olup Olmamasına Göre

- Tarifeli Havayolu İşletmeleri
- Tarifesiz Havayolu İşletmeleri
- Charter Havayolu İşletmeleri

295

Havayolu İşletmelerinin Sınıflandırılması

Taşınanın Özelliklerine Göre

- Yolcu Taşıyan Havayolu İşletmeleri
- Kargo Taşıyan Havayolu İşletmeleri

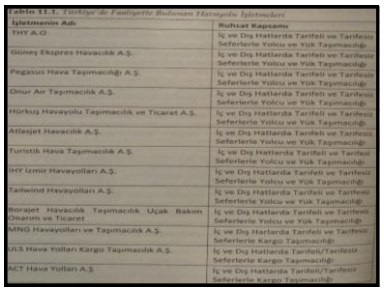
296

Türkiye'de Havayolu İşletmeciliği

Ticari Hava taşıma işletmeleri yönetmeliğinde

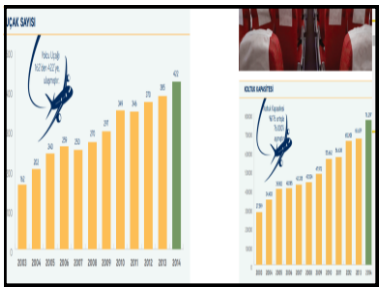
- Havayolu İşletmeleri
- Hava taksi İşletmeleri
- Genel havacılık İşletmeleri
- Balon işletmeleri

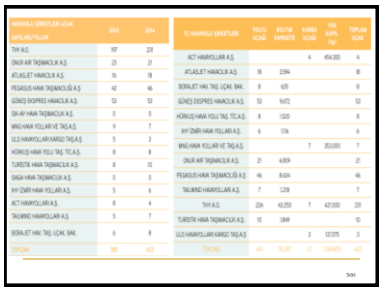
297



Tablo 11.1. *Türkiye'de Faaliyette Bulunan Havayolu İşletmeleri*

İşletmenin Adı	Ruhsat Kapsamı
THY A.O.	İç ve Dış Hatlarda Tarifeli ve Tarifesiz Seferlerle Yolcu ve Yük Taşımacılığı
Güneş Ekspres Havacılık A.Ş.	İç ve Dış Hatlarda Tarifeli ve Tarifesiz Seferlerle Yolcu ve Yük Taşımacılığı
Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.	İç ve Dış Hatlarda Tarifeli ve Tarifesiz Seferlerle Yolcu ve Yük Taşımacılığı
Onur Air Taşımacılık A.Ş.	İç ve Dış Hatlarda Tarifeli ve Tarifesiz Seferlerle Yolcu ve Yük Taşımacılığı
Hürkuş Havayolu Taşımacılık ve Ticaret A.Ş.	İç ve Dış Hatlarda Tarifeli ve Tarifesiz Seferlerle Yolcu ve Yük Taşımacılığı
Atlasjet Havacılık A.Ş.	İç ve Dış Hatlarda Tarifeli ve Tarifesiz Seferlerle Yolcu ve Yük Taşımacılığı
Turistik Hava Taşımacılık A.Ş.	İç ve Dış Hatlarda Tarifeli ve Tarifesiz Seferlerle Yolcu ve Yük Taşımacılığı
İHY Uluslar Havayolları A.Ş.	İç ve Dış Hatlarda Tarifeli ve Tarifesiz Seferlerle Yolcu ve Yük Taşımacılığı
Tailwind Havayolları A.Ş.	İç ve Dış Hatlarda Tarifeli ve Tarifesiz Seferlerle Yolcu ve Yük Taşımacılığı
Borajet Havacılık Taşımacılık Uçak Bakım Onarım ve Ticaret	İç ve Dış Hatlarda Tarifeli ve Tarifesiz Seferlerle Yolcu ve Yük Taşımacılığı
MNG Havayolları ve Taşımacılık A.Ş.	İç ve Dış Hatlarda Tarifeli ve Tarifesiz Seferlerle Kargo Taşımacılığı
U.S Hava Yolları Kargo Taşımacılık A.Ş.	İç ve Dış Hatlarda Tarifeli/Tarifesiz Seferlerle Kargo Taşımacılığı
ACT Hava Yolları A.Ş	İç ve Dış Hatlarda Tarifeli/Tarifesiz Seferlerle Kargo Taşımacılığı

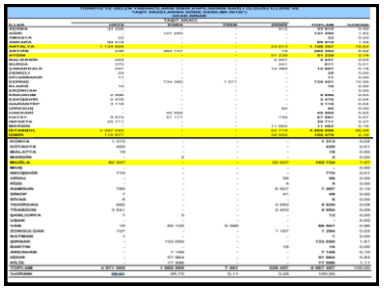




HAVAYOLU ŞİRKETLERİ UÇAK SAYILARI/YILLAR	2013	2014
THY A.O.	197	228
ONUR AIR TAŞIMACILIK A.Ş.	23	21
ATLASJET HAVACILIK A.Ş.	16	18
PEGASUS HAVA TAŞIMACILIĞI A.Ş	42	46
GÜNEŞ EKSPRES HAVACILIK A.Ş.	53	53
SKY-AY HAVA TAŞIMACILIK A.Ş.	0	0
MNG HAVA YOLLARI VE TAŞ.A.Ş.	9	7
U.S.HAVAYOLLARI KARGO TAŞ.A.Ş	5	3
HÜRKUŞ HAVA YOLU TAŞ. TİC.A.Ş.	8	8
TURİSTİK HAVA TAŞIMACILIK A.Ş.	8	10
SAGA HAVA TAŞIMACILIK A.Ş.	0	0
İHY ÜMİT HAVA YOLLARI A.Ş.	5	6
ACT HAVAYOLLARI A.Ş.	8	4
TAILWIND HAVAYOLLARI A.Ş.	5	7
BORAJET HAV. TAŞ. UÇAK. BAK.	6	8
TOPLAM	385	422

TC. HAVAYOLU ŞİRKETLERİ	YOLCU UÇAĞI	KULTUR KAPASİTESİ	KARGO UÇAĞI	YUK KAPA. TAŞ.	TOPLAM UÇAK
ACT HAVAYOLLARI A.Ş.			4	454.300	4
ATLASJET HAVACILIK A.Ş.	18	2.594			18
BORAJET HAV. TAŞ. UÇAK. BAK.	8	635			8
GÜNEŞ EKSPRES HAVACILIK A.Ş.	53	9.672			53
HÜRKUŞ HAVA YOLU TAŞ. TİC.A.Ş.	8	1.520			8
İHY ÜMİT HAVA YOLLARI A.Ş.	6	1.116			6
MNG HAVA YOLLARI VE TAŞ.A.Ş.			7	353.000	7
ONUR AIR TAŞIMACILIK A.Ş.	21	4.009			21
PEGASUS HAVA TAŞIMACILIĞI A.Ş	46	8.624			46
TAILWIND HAVAYOLLARI A.Ş.	7	1.218			7
THY A.O.	224	42.250	7	421.000	231
TURİSTİK HAVA TAŞIMACILIK A.Ş.	10	1.849			10
U.S.HAVAYOLLARI KARGO TAŞ.A.Ş			3	121.575	3
TOPLAM	401	74.287	21	1.349.875	422

500



TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI KİŞİ SAYISI İLE BU KİŞİLERİN SEBEP(LERİ) İÇİNDE ULAŞTIKLARI ÜLKELERE GÖRE DAĞILIMI (2012-2013)

TÜRKİYE'DEN AYRILAN YABANCI KİŞİLERİN ÜLKELERE GÖRE DAĞILIMI (2012-2013)

ÜLKELER	TURİZM	İŞ	YÖRÜNG	DİĞERİ	TOPLAM	%DAĞILIM
ALBANYA	1.109	-	-	172	1.281	0,00
ALMANYA	-	147.390	-	-	147.390	0,00
AMERİKA	32	-	-	-	32	0,00
ANDORA	79.979	-	-	-	79.979	0,00
ANGOLA	1.236.013	-	-	23.013	1.259.026	0,00
ARNAVUTLUK	299	264.154	-	18	264.471	0,00
AVUSTURYA	-	-	-	21.339	21.339	0,00
BAHREYN	204	-	-	4.207	4.411	0,00
BELÇİKA	270	-	-	207	477	0,00
BİRMANYA-BİLİ-İ	207	-	-	12.260	12.467	0,00
BİRLEŞİK ARAB	1.1	-	-	-	1.1	0,00
BİTİ-KAMBOÇYA	1.1	-	-	-	1.1	0,00
BULGARİ	-	724.260	1.071	-	725.331	0,00
BURUNDİ	116	-	-	-	116	0,00
ÇİN	-	-	-	-	-	0,00
ÇİNİ-HONGKONG	2.209	-	-	-	2.209	0,00
ÇİNİ-MAKAO	2.470	-	-	-	2.470	0,00
ÇİNİ-TAYVAN	4.116	-	-	-	4.116	0,00
DANİMARKA	-	-	-	26	26	0,00
DANİ-FARİ	-	49.369	-	-	49.369	0,00
DOMİNİKA	8.974	47.177	-	7.192	63.343	0,00
DOMİNİ-YA	69.313	-	-	-	69.313	0,00
ECUADOR	-	-	-	11.982	11.982	0,00
ERİTRE-YA	1.297.299	-	-	79.379	1.376.678	0,00
ESPANYA	1.16.977	-	-	26.419	1.188.396	0,00
ETİYOPYA	1.303	-	-	-	1.303	0,00
FİLİPİNLER	400	-	-	-	400	0,00
FİNLANDİYA	16	-	-	-	16	0,00
FİLİSTİN	-	8	-	-	8	0,00
GİNİ-LİA	427.207	-	-	20.027	1.522.738	1,40
GİNİ-BİSAU	-	-	-	-	-	0,00
GİNİ-ESİ	770	-	-	-	770	0,00
GİRİT	-	-	-	56	56	0,00
GÜİNİ	-	-	-	8	8	0,00
GAMBİYA	750	-	-	6.507	7.257	0,00
GANA	8	-	-	41	49	0,00
GİNİ	1.1	-	-	-	1.1	0,00
HİNDİSTAN	900	-	-	4.543	5.500	0,00
TİMİŞOİRA	3.561	-	-	2.403	5.964	0,00
HİNİ-STİ-RİA	1	11	-	-	12	0,00
GANA	-	-	-	-	-	0,00
İRAN	16	60.135	3.390	-	63.541	0,00
İRİ-NİDİ-ZİAN	1.127	-	-	1.127	1.256	0,00
İSİ-TİMİ-AND	1	-	-	-	1	0,00
İSPANYA	-	133.000	-	-	133.000	0,00
İSİ-RİTİ-Nİ	-	-	-	16	16	0,00
İRİ-NİDİ-AİAN	-	7.140	-	-	7.140	0,10
İRİ-LAN	-	57.984	-	-	57.984	0,04
İSİ-RİTİ-Nİ	-	1.1	-	-	1.1	0,00
TOPLAM	3.871.000	1.802.000	7.461	608.497	6.287.497	100,00
%DAĞILIM	61,60	28,70	0,11	9,69	100,00	

Ulaştırma İşletmeleri

Kara Yolu İşletmeciliği

Kara yolu taşımacılığının avantajları şöyle sıralanabilir:

- Karayolları diğer ulaşım araçları ile gidilemeyen yerlere gitmeyi sağlar.
- İstenildiğinde bir yerde durma, konaklama ve çevreyi görme imkanı verir.
- Toplu turistik gezilerde samimi ve eğlenceli bir ortam sunar.
- Transferlerin yapılmasını sağlar.
- Şehir içi turistik turların yapılmasını sağlar.
- Günübirlik turistik gezilerin yapılmasına imkan verir.

Ulaştırma İşletmeleri

Kara Yolu İşletmeciliği

- Turizm amaçlı karayolu taşımacılığı iki ana bölümde incelenebilir:
- Otobüs İşletmeciliği (Coach Transport)
- Oto Kiralama İşletmeciliği (Rent A Car)

Ulaştırma İşletmeleri

Seyahate çıkan insanların oto kiralama konusundaki temel nedenleri aşağıdaki gibidir:

- Özellikle iş seyahatlerine çıkanlar zamanlarının kısıtlı olması nedeniyle oto kiralamayı tercih ederler.
- Uzak mesafelerden gelen ve otomobil kullanmayı sevmesine rağmen, otomobili ile bu uzun mesafeyi katedemeyen turistler otomobil kiralamayı tercih eder.
- Ziyaret ettiği bölgede birçok yöreyi ziyaret etmek isteyen turistler oto kiralayarak bu isteklerini gerçekleştirebilirler.
- Bir gruba dahil olmaktan hoşlanmayan ve bireysel olarak seyahate çıkmayı tercih eden turistler, otomobil kiralamayı tercih ederler.
- Otobüs ve benzeri araçların giremeyeceği ücra yerlere özellikle, jip tipi araçlarla gidilebilmesi nedeniyle bu tip araçlar kiralanmaktadır.

504

Ulaştırma İşletmeleri

Demiryolu İşletmeciliği

- Turizm amaçlı kitle seyahatlerinin ilk taşıma araçları trenlerdir
- 1980 yılından sonra, Avrupa'da tren, turizmde tekrar taşıma görevini yavaş yavaş almaya başlamıştır.

Demiryolu İşletmeciliği

Dünya'da Demiryolu sistemleri

- 1803 yılında İngiltere'de
- 1825'te ilk buharlı yolcu treni
- II. Dünya Savaşı'na kadar turizm hizmetinde büyük rol oynayan tren, aynı önemini devam ettirememiştir. Fakat 1980 yılından sonra, Avrupa'da tren, turizmde tekrar taşıma görevini yavaş yavaş almaya başlamıştır. Bu da tren taşımacılığının iyileştirilmesine ve modernleştirilmesine neden olmuştur. Örneğin, Fransa'da saatte 280 ile 360 km hız yapan trenler hizmet sunmaktadır. Hız ile beraber konfor ve rahatlıklık alanında da her geçen gün yenilikler ortaya çıkmaktadır.

506

Demiryolu İşletmeciliği

Türkiye'de Demiryolu sistemleri

- Türkiye'de ilk demiryolu Sultan Abdülmecit zamanında , 1856'da İzmir-Aydın arasında 130 km. olarak inşa edilir.
- 1871 tarihinde Haydarpaşa-İzmit hattı
- Türk demiryolları 1923-1940 yılları arasında bir anlamda atılım çağı yaşar. Bu dönemde 1923 yılı itibarı ile 4559 km. olan demiryolu 1940 yılına kadar gerçekleştirilen çalışmalarla 8637 km.ye ulaşır.
- 1940-1950 yılları ise "Durgunluk Dönemi"dir. 1950 yılından günümüze kadar ise sadece 1871 km.lik yeni yol yapılmıştır.

Demiryolu İşletmeciliği

Türkiye'de Demiryolu sistemleri

- 2000-2014 yılları arasında ise yılda ortalama 175 kilometre olmak üzere toplam 1.759 kilometre demiryolu yapılmıştır. Hali hazırda 2.653 kilometrelik demiryolu inşası ise devam etmektedir.

4.6.1. TREN CİNSLERİNE GÖRE YOLCU SAYISI
Number of Passengers by Type of Trains

(1000)

	2010	2011	2012	2013	2014
BANLIYÖ - Suburban					
Sirkeci	22.268	23.736	24.341	4.868	-
Haydarpaşa	26.409	28.987	26.020	12.547	-
Ankara	11.224	6.703	-	4.343	11.749
Marmaray	-	-	-	3.693	43.651
Toplam TCDD Banliyö - Total TCDD Suburban	59.901	59.426	50.361	25.451	55.400
ANAHAT - Mainline					
Mavi Tren - Blue Train	1.024	1.102	958	943	989
Ekspres - Express	19.240	21.127	14.552	15.130	15.984
Normal Yolcu - Ordinary Passenger	1.719	1.232	903	579	752
Yataklı - Sleeping cars	139	127	36	32	37
YHT - High Speed Train	1.890	2.557	3.350	4.207	5.086
TOPLAM - Total	24.012	26.145	19.799	20.891	22.848
ULUSLARARASI - International	260	181	124	99	156
GENEL TOPLAM - Grand Total	84.173	85.752	70.284	46.441	78.404
İZBAN BANLIYÖ - Suburban	2.647	35.438	50.361	61.203	75.196

2.3. ÜLKELERE GÖRE YÜKSEK HIZLI DEMİRYOLU İŞLETMECİLİĞİ
High Speed Rail Operating by Countries

ÜLKE ve KODU Country and Code		ULAŞ YÜZÖLÇÜMÜ Area 1000 km²	YAPIYOLU UZU Length of Line	HIZLI KUŞ HİZMETLERİ Total Trains-Trips	HIZLI KUŞ UZU Length of Lines Used by Trains	YOLCU SAYISI Passengers 10⁶	YOLCU KAYDI Passenger Kilometers 10⁶
TÜRKİYE	TR	783	888	12	409	3.461	3.130
BELÇİKA (ENCSNMB3)	BE	31	134[1]	14[2]	164[3]	1.461[4]	1.114[5]
ÇEK CUMH.	CZ	79	-	7	335	2.188	846
İSVİÇRE	CH	41	47	13	426	-	-
ALMANYA	DE	357	2.179	235	442	82.160	76.600
İSPANYA	ES	506	2.649	177	297	-	26.198
FİNLANDİYA	FI	338	873	22	298	3.330	2.172
FRANSA	FR	552	8.604	402	439	142.023	110.825
İNGİLTERE(EUROTHES)	GB	243	10.787	-	-	17.610[6]	9.630[7]
İTALYA	IT	301	3.420	189	900	-	17.947[8]
LETONYA	LV	75	-	-	-	-	10.707
HOLLANDA	NL	42	-	5	405	11.904	3.804
NORVEÇ	NO	324	-	-	-	-	10.767[9]
PORTEKİZ	PT	92	-	10[10]	295[11]	5.114[12]	4.607[13]
İSVEÇ	SE	450	-	50	298	14.400	8.010
SLOVENYA	SI	20	-	5	104	-	90
JAPONYA	JP	378	1.779	380	550	66.121	321.414
ÇİN (2009)	CN	9.597[14]	7.446[15]	-[16]	1219[17]	-	172.890
KORE	KR	100	913	32[18]	1219[19]	29.830	52.362
TAYVAN	TW	36	345	30	989	48.042	46.326

Turizmde Demiryolu Sistemleri

Demiryolu Tercih Nedenleri

- Çevreyi izleme imkanı
- Trafik yoğunluğu problemi olmaması
- Yolculara konfor sağlaması
- Güvenli bir ulaşım aracı olması
- Tren içinde rahatça hareket etme imkanı
- Maliyeti Uygun olması

Dünya'da Turistik Amaçlı Demiryolu Rotaları

1. The Glacier Express deniz seviyesinden 2 km yükseklikte İsviçre Alplerinin yamacında 129 km boyunca yolcularını taşır

Tren, yolcularını iki önemli kayak merkezi olan St. Moritz'den Zermatt'a götürür. Yolculuk boyunca 291 köprüden, 91 tünelden geçilir ve 7,5 saat sürer

2. Trans-Siberian demiryolu hattı dünyadaki en uzun hattır. Yolcularını Moskova'dan Pekin ve Vladivostok'a götürür. Yolculuk boyunca 8 saat dilimi geçilir.

Eğer hiç durulmazsa yolculuk 1 hafta sürer. Tren hattı boyunca birçok özel kısa hat treni vardır. Bu yolculuk için bilet fiyatları 600$ ile 1.000$ arasındadır.

3. Dünyadaki en lüks tren olan The Pride of Africa'da yolculuk için kişi başı 5,000$ ile 10,000$ arası bir ücret ödemek gerekmektedir. Tren, Güney Afrika, Cape Town ile Tanzanya, Darüsselam arası çalışmaktadır.

4. Venedik Simplon-Orient Ekspresi, Londra, Venedik ve İstanbul arasında sefer yapan özel lüks bir trendir. Bilet filatları 2,500$ ile 9,000$ arasında değişmektedir.

Bu şık tren 1920'ler ve 1930'lardan kalma vagonları kullanmaktadır. Tren rafine edilmiş Fransız mutfağı ve ünlü Orient ekspresine çağrışım yapan şık ambiyansı ile ünlüdür.

5. Yolcularını Güney Asya'ya taşıyan Eastern & Oriental Ekspresi'nin sahibi ve işletmecisi Venedik Simplon-Orient Ekspresi'ninki ile aynıdır. Bilet fiyatları 2,000$ ile 9,000$ arasındadır

6. Belmond Royal Scotsman, İskoçya ve Highlands boyunca ilerleyen bir trendir. Yolculuk sırasında kalelerde, golf sahalarında ve viski imalathaneleride molalar verir. Yolculuk için kişi başı en düşük ücret 1,350$'dır, fakat bilet fiyatları genellikle 5,000$ ile 13,000$ arasında değişmektedir

7. Alaska Demiryolları, Anchorage ile Fairbanks arası sefer yapan Denali Star treniyle genellikle yaz aylarında rağbet görür. Yolculuk sırasında Denali Ulusal Parkı'nda mola verilir ve 12 saat sürer

Tren geçtiği yerdeki nefes kesici dağları ve manzaraları seyredebileceğiniz cam tavanı olan vagonu ile bilinir

8. Güney Afrika'daki Cape Town ile Pretoria arası sefer yapan mavi tren "Tekerlekli 5 Yıldızlı Otel" olarak bilinir

Tren, gün içinde yayılabileceğiniz, geceleri ise yatan odasına dönüşen lüks suitleri ile bilinir. Tren içine servis edilen yemekleri muhteşemdir. Trenin şefi, içerisinde istiridye, yayla koyunu ve deve kuşu bulunan özel bir spesiyal hazırlar

10. "Tekerlekli Saray", Hindistan Rajasthan'da çeşitli kaleler ve sarayları dolaşır. Yolculuk New Delhi'de başlar ve yedi gün sürer

Trenin vagonları, Hindistan'ın eyaletlerinin soylu hükümdarlarının kişisel vagonlarıdır

14. Çin'in dünyanın en hızlı Harmony treni, bir çok şehir arasında sefer yapmaktadır. Trenin en yüksek hızı 431 km'dir

Ulaştırma İşletmeleri

Deniz yolu (Su yolu) İşletmeciliği

- Geçmişte ulusların refah seviyesinin göstergesi olan denizyolları, günümüzde yüzer otel niteleği taşıyan her türlü lükse sahip, kruvaziyer gemilerle kitle turizmi gerçekleştiren bir ulaşım türüdür

  Kruvaziyer işletmeciliği, belli bir tarife ve uğrak çerçevesinde, konuğun tur sonunda gemiye bindiği limana geri getirilmesi hizmetidir.
- Kruvaziyer gemiler, 4-5 yıldızlı yüzer otellerdir. Otel ve deniz işletmeciliği bir yüzer yapının içinde bütünleştirilmiştir. Alış-veriş ve eğlence merkezleri, balkonlu kamaraları, casino, bar, restoran hizmetleri, spor ve konferans salonları, tiyatro, kütüphane, uydu haberleşme hizmeteri gibi bir çok hizmetin sunulduğu işletmelerdir.

Kruvaziyer turizmin özellikleri

- Seyahat süresi yolcu açısından bellidir. (5,7,10,15 ve 30 gün)
- Yolcu bindiği yere geri getirilmektedir. Yani binme ve inme limanları aynıdır.
- Gezi sırasında uğrak yerleri ve uğrak zamanları tarifeye dayandırılmıştır.
- Uğrak yerleri ağırlıklı olarak turizm merkezleri (kumsal, güneş, tarih, doğa, alış-veriş yerleri, önemli ve büyük liman ile şehirler) arasından seçilmektedir.
- Hizmet ulaştırmadan çok gezi niteliğindedir.

327

Kruvaziyer Turizmi Tercih Etme Sebepleri

- Kruvaziyer turizm sorunsuz bir tatildir. Etrafta araba sürücüsü yoktur, otel aranılmaz, yemeğin nerede yenileceği bilinir
- Kruvaziyer turizm hepsini misafirlerine sunar. Manzara, deniz, su, gökyüzü.
- Başka hiçbir yerde olmayan hizmetleri vardır. Yatakta kahvaltı, güvertede uzanmak, sıcak bir küvette banyo, ikindi kahvaltısı, şampanya, havyar vb
- Yolculuklar geniş bir seçenekler dizisi sağlar. Misafirler için gün, güvertede sabah eksersizi, jimnastik salonunda yoga ya da salonda dans dersleri ile kahvaltıdan önce başlayabilir.
- Geniş bir coğrafik bölgeyi görme zevki tadılabilir. Kruvaziyer seyahatler genellikle çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Seyahat boyunca en ilginç yerlerde durulur.

328

Kruvaziyer Turizmi Tercih Etme Sebepleri

- Kruvaziyer seyahat yenidir. Birçok kişi eski ve aynı tipteki gezilere çıkmaktan yorgundur, bu yüzden yeni tatil deneyimlerini denemekten hoşlanırlar.
- Kruvaziyer seyahatler yemek, aktiviteler gibi büyük bir çeşitlilik sunmaktadır. Gösteriler izlenebilir, havuzlarda dinlenilebilinir.
- Kruvaziyer seyahatler alışverişi kolaylaştırır. Her limanın kendi alışveriş olanakları vardır.
- Gemi seyahatlerinde arkadaşlıklar kurmak kolaydır. Yeni kişilerle kolayca tanışılabilir.
- Gemi seyahati romantik bir deneyimdir. Şaşırtıcı miktarda film, şarkı, oyun ve kitap seyahate romantik bir ayarlayıcı olur.

329

Kruvaziyer Gemi Tipleri

- Klasik Okyanus Gemileri

Resim.1 RMS Queen Elizabeth (1938)

330

Kruvaziyer Gemi Tipleri

Çağdaş Kruvaziyer Yolcu Gemileri

Kruvaziyer Gemi Tipleri

- Küçük Gemiler
- Yelkenli Gemiler
- Nehir Gemileri
- Feribotlar

331

Resim.3 Küçük Ölçekli Superstar Gemini Kruvaziyer Yolcu Gemisi (1992)

Kaynak: www.starcruises.com/super_star gemini.aspx

Resim.4 Yelkenli Gemi, Christian Radich (1937)

Resim.5 Çin Yangtze Nehrinde Yolcu Taşımacılığında Kullanılan Bir Nehir Gemisi

Kruvaziyer Turizmi Tercih Etme Sebepleri

- Gemi seyahati öğretici bir deneyimdir. Amaç, sadece iyi vakit geçirmek olsa bile, ziyaret edilen birbirine bağlantılı noktalar hakkında yeni bir şeyler öğrenilebilir.
- Gemi seyahatlerinde hemen hemen herkesi tatmin edecek bir hizmet vardır.
- Özel bir olayı kutlamak için harika bir yoldur. İnsanlar balayını, doğum günlerini, çiftler evlilik yıldönümlerini kutlamak için her şeyi gemi seyahatlerinde bulabilirler.
- Kruvaziyer seyahatler güvenli bir yolculuk deneyimini temsil eder. Suç ve terör olaylarından oldukça uzakta, ulaşılabilecek güvenli yolculuklar sunar.
- Peşin olarak önceden ne kadar ödeneceği bilinmektedir. Gemi seyahatleri genellikle her şey dahil sistem uygularlar.

TABLO 3: 2014'TE 21.5 MİLYON KİŞİ KRUVAZİYER YOLCULUĞU YAPACAK

Yıl	Kruvaziyer yolcu sayısı
2007	14.625.000
2008	15.779.000
2009	17.216.000
2010	18.421.000
2011	19.377.000
2012	20.335.000
2013	20.976.000
2014*	22.056.000
2018*	24.146.000

TABLO 1: TÜRKİYE'YE 2.2 MİLYON KRUVAZİYER YOLCUSU GELDİ

Yıl	Gemi sayısı	Yolcu sayısı
2003	887	581.840
2004	927	645.264
2005	1.048	757.563
2006	1.317	1.016.314
2007	1.421	1.368.400
2008	1.612	1.605.372
2009	1.328	1.484.194
2010	1.368	1.719.098
2011	1.623	2.191.420
2012	1.587	2.095.673
2013	1.572	2.240.776

TABLO 2: ÜÇ LİMAN YOLCULARIN % 75'İNİ AĞIRLIYOR

Liman	Yolcu sayısı	Aldığı pay (%)
Alanya	40.843	1,82
Antalya	163.575	7,30
Bartın	2.071	0,09
Bodrum	28.546	1,27
Çanakkale	7.467	0,33
Çeşme	62.741	2,80
Dikili	7.655	0,34
Fethiye	1.067	0,05
Göcek	252	0,01
Güllük	476	0,02
İstanbul	**689.417**	**30,77**
İzmir	**486.493**	**21,71**
Kuşadası	**577.685**	**25,70**
Marmaris	152.685	6,81
Mersin	1.381	0,06
Mudanya	414	0,02
Samsun	1.281	0,06
Sinop	7.460	0,33
Trabzon	8.115	0,36
Tuzla	0	0,00
TOPLAM	**2.240.776**	**100,00%**

TABLO 4: KRUVAZİYER TURİZMİNDE ASLAN PAYI KARAYİPLER VE BAHAMALAR'DA

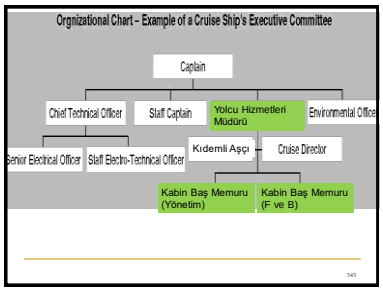
Bölge	Pay (%)
Karayipler/Bahamalar	37,3
Akdeniz	19,9
Avrupa (Akdeniz hariç)	9,8
Asya	3,6
Avustralya/Yeni Zelanda/G. Pasifik	4,1
Alaska	5,4
Güney Amerika	3,4
Diğer	16,5

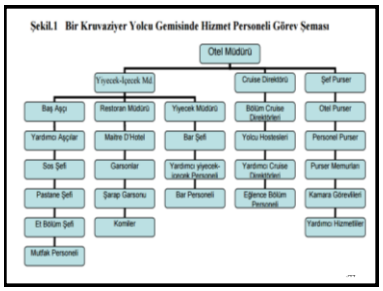
TABLO 5: HARCAMANIN % 75'İ BİLET PARASI

Harcama kalemi	Harcama ($)
Bilet	1.304
Seyahat sırasında harcama	415
Casino/Bar	*222*
İniş giderleri (Kruvaziyere kalan)	*81*
Spa	*40*
Diğer	*61*
TOPLAM HARCAMA	**1.719**

TABLO 6: EN ÇOK KAZANAN KRUVAZİYER LİMANLARI MIAMI'DE

Sıra	Şehir	Liman	Gelir (milyon dolar)
1	Florida	Miami	605
2	Florida	Fort Lauderdale	500
3	Florida	Port Canaveral	493
4	Barselona	Barcelona	382
5	Roma	Civitavechia	373
6	Bahamas	Nassau	349
7	Mexico	Cozumel	278
8	Venedik	Venice	255
9	Southampton	Southampton	243
10	Texas	Galveston	194





Ulaştırma İşletmeleri

Deniz yolu (Su yolu) İşletmeciliği

- **Yat Kiralama (Rent A Yatch) İşletmeciliği**
- **Yat:** Spor, gezi ve eğlence amaçlı , gros tonajı 150'yi, kütük boyu 33 metreyi ve yolcu kapasitesi 12'yi aşmayan ticari deniz taşıtıdır. Yatlar, motorlu, yelkenli ve olmak üzere üç tiptedirler. Yatçılık ise gezi, spor ve eğlence amacıyla az sayıda kişinin hizmetine sunulan, görece pek büyük olmayan deniz taşıtlarıyla yapılan turistik faaliyettir. Modern yatlar bir evin tüm konforuna sahiptir.

Yat işletmeciliği Çeşitleri

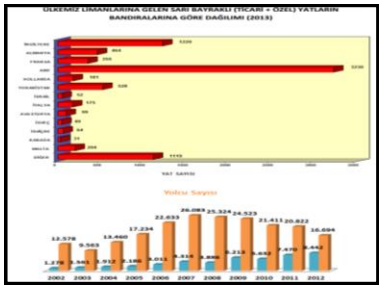
- Mürettebatlı Yat kiralama
- Mürettebatsız Yat kiralama
- Kabin Kiralama
- Flotilla (Grup) Yat kiralama

ÜLKEMİZ LİMANLARINA GELEN SARI BAYRAKLI YAT SAYISI

	YERLİ			YABANCI			GENEL TOPLAM
	TİCARİ	ÖZEL	TOPLAM	TİCARİ	ÖZEL	TOPLAM	
1988	327	110	437	925	2.495	3.420	**3.857**
1989	333	93	426	881	2.253	3.134	**3.560**
1990	696	212	908	600	2.954	3.554	**4.462**
1991	360	96	456	278	1.576	1.854	**2.310**
1992	538	46	584	921	1.608	2.529	**3.113**
1993	335	32	367	645	1.949	2.594	**2.961**
1994	395	16	411	593	2.081	2.674	**3.085**
1995	447	13	460	793	1.787	2.580	**3.040**
1996	902	33	935	667	2.124	2.791	**3.726**
1997	693	38	731	391	2.421	2.812	**3.543**
1998	1497	63	1.560	482	1.744	2.226	**3.786**
1999	369	60	429	340	1.805	2.145	**2.574**
2000	600	70	670	189	1.046	1.235	**1.905**
2001	723	85	808	345	2.089	2.434	**3.242**
2002	991	46	1.037	249	2.088	2.337	**3.374**
2003	1.023	71	1.094	767	3.397	4.164	**5.258**
2004	1.500	49	1.549	339	3.303	3.642	**5.191**
2005	1.911	68	1.979	627	3.604	4.231	**6.210**
2006	2.122	282	2.404	1.440	4.661	6.101	**8.505**
2007	2.061	754	2.815	1.358	6.360	7.718	**10.533**
2008	2.600	89	2.689	488	5.738	6.226	**8.915**
2009	1.969	186	2.155	1.199	7.914	9.113	**11.268**
2010	1.687	388	2.075	567	5.643	6.210	**8.285**
2011	1.799	405	2.204	606	6.247	6.853	**9.057**
2012	1.237	483	1.720	584	6.564	7.148	**8.868**
2013	**1.966**	**550**	**2.516**	**1.287**	**6.493**	**7.780**	**10.296**

ÜLKEMİZ LİMANLARINA GELEN SARI BAYRAKLI YATLARIN YOLCU SAYILARI

	YERLİ			YABANCI			GENEL TOPLAM
	TİCARİ	ÖZEL	TOPLAM	TİCARİ	ÖZEL	TOPLAM	
1988	305	405	710	5.268	9.604	14.872	**15.582**
1989	287	337	624	5.331	8.495	13.826	**14.450**
1990	656	541	1197	5.845	10.770	16.615	**17.812**
1991	352	286	638	2.828	5.368	8.196	**8.834**
1992	439	186	625	6.401	5.515	11.916	**12.541**
1993	346	200	546	4.622	6.636	11.258	**11.804**
1994	195	128	323	5.010	6.825	11.835	**12.158**
1995	324	82	406	6.165	5.251	11.416	**11.822**
1996	432	227	659	6.898	7.287	14.185	**14.844**
1997	480	288	768	3.481	7.514	10.995	**11.763**
1998	572	314	886	6.853	5.980	12.833	**13.719**
1999	389	454	843	3.142	5.521	8.663	**9.506**
2000	536	226	762	4.162	2.466	6.628	**7.390**
2001	750	260	1.010	5.577	4.300	9.877	**10.887**
2002	960	318	1.278	7.684	4.894	12.578	**13.856**
2003	1.048	513	1.561	6.836	2.727	9.563	**11.124**
2004	1.307	605	1.912	9.932	3.528	13.460	**15.372**
2005	1.511	675	2.186	13.574	3.660	17.234	**19.420**
2006	1.859	1.152	3.011	16.649	5.984	22.633	**25.644**
2007	2.155	2.159	4.314	15.456	10.627	26.083	**30.397**
2008	2.065	1.821	3.886	18.984	6.340	25.324	**29.210**
2009	2.467	3.746	6.213	15.104	9.419	24.523	**30.736**
2010	2.152	3.480	5.632	11.386	10.025	21.411	**27.043**
2011	2.797	4.673	7.470	12.042	8.780	20.822	**28.292**
2012	2.520	5.964	8.484	8.141	8.511	16.652	**25.136**
2013	**4.726**	**7.619**	**12.345**	**15.086**	**8.404**	**23.490**	**35.835**



YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİ

YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİ

- Müşterilere rahat ve huzurlu bir şekilde yeme ve içme olanağı sağlayan, gerek tek başına ve gerekse bir konaklama tesisine bağlı olarak çalışan kuruluşlardır.

Yiyecek-içecek hizmeti veren İşletmeler

- Restoran, kafeterya, fast food, catering işletmeleri ve otellerde hizmet veren yiyecek içecek birimleridir.
- Bunların dışında büyük işletmelerde, kuruluşlarda, hastane, okul, huzurevi, ceza ve ıslah evleri ile askeri birliklerde yiyecek-içecek hizmeti sunan birimler bulunmaktadır

352

Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yönetim Süreci

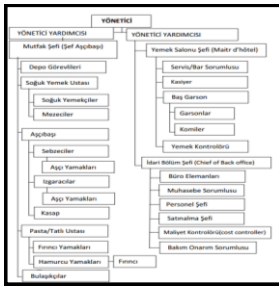
- Basit anlamda yönetim, eldeki kaynaklarla örgütsel hedeflere nasıl ulaşılabileceği ile ilgilidir. Bir yiyecek ve içecek yöneticisinin elinde bir çok kaynak vardır; personel, para, zaman, enerji, ürün, malzeme, ekipman ve prosedürler gibi

353

Yiyecek-içecek işletmelerinde Yönetim Faaliyetleri Süreci

- Menü Planlama Aşaması (İşletme Yöneticisi, Aşçıbaşı ve Şefler)
- Satın Alma Aşaması (Satın Alma Görevlileri),
- Teslim Alma Aşaması (Teslim Alma Görevlileri),
- Depolama Aşaması (Depo Görevlileri),
- Depodan Mal/Ürün Dağıtım Aşaması (Görevliler),
- Ön Hazırlık Aşaması (Aşçı Yamakları, Kasap, Hamur Ustaları, Hamurcu Yamakları, Salatacılar),
- Hazırlık Aşaması (Sebzeci, Izgaracı, Fırıncı, Pastacı ve Tatlıcılar),
- Servis Aşaması (Restoran Müdürü, Şef Garson, Kaptanlar, Garsonlar, Komiler),
- Sanitasyon ve Hijyen Aşaması (Hijyen Sorumlusu ve Bulaşıkçılar

354



Yiyecek-içecek hizmeti veren işletmelerin organizasyon yapısı oluşturulurken, yetenekleri ve görev tanımları belirlenmiş kişilere yetenekleri kapsamında ast-üst ilişkisinin yer aldığı yetki ve sorumluluklar verilmelidir.

355

Yiyecek ve İçecek İşletmelerinin Sınıflandırılması

- Büyüklüklerine Göre Yiyecek-İçecek İşletmeleri
  - Büyük ölçekli yiyecek-içecek işletmeleri,
  - Orta veya küçük ölçekli işletmeler.
- Mülkiyete Göre Yiyecek-İçecek İşletmeleri
  - Özel İşletmeler (Sermayesinin tamamı veya büyük çoğunluğu özel kişilere ait işletmelerdir),
  - Kamu İşletmeleri (Sermayesinin tamamı veya büyük çoğunluğu kamuya ait işletmelerdir),
  - Karma İşletmeler (Sermayesinin bir kısmı özel kişilere bir kısmı devlete ait olan işletmelerdir).

356

Yiyecek ve İçecek İşletmelerinin Sınıflandırılması

Hukuki Bakımdan Sınıflandırma

- Turizm işletme belgeli Yiyecek İçecek işletmeleri
  (Turizm Tesisleri Yönetmeliği-2634)
  - Lokantalar (1. ve 2. sınıf lokantalar, kafeteryalar, vd)
- Belediye belgeli Yiyecek İçecek işletmeleri

Yiyecek ve İçecek İşletmelerinin Sınıflandırılması

- Geleneksel Restoran İşletmeleri
  - Lüks Restoran İşletmeleri
  - Mop ve Pop Restoran İşletmeleri
  - Büyük Ölçekli Restoran İşletmeleri

358

Yiyecek ve İçecek İşletmelerinin Sınıflandırılması

- Özellikli Restoran İşletmeleri
  - Fast Food İşletmeleri
  - Aile Restoran İşletmeleri
  - Ucuz Kebap Restoran İşletmeleri
  - Pizza Restoran İşletmeleri
  - Değişik Atmosferde Restoran İşletmeleri

359

Yiyecek ve İçecek İşletmelerinin Sınıflandırılması

Fast Food İşletmeleri

- Bu işletmelerin konusu genellikle bir ürün (örn, hamburger), bir ürün dizisi (örn, pizza), ya da bir ülkenin ürünleridir (örn, Çin mutfağı gibi).
- İşletmeler genellikle büyük bir zincir aittirler, imtiyaz sahibidirler
- Ürün çok iyi pazarlanmıştır; örneğin, dekor, atmosfer, ürünün yüksek ve aynı düzeyde kalitesi, paket servis için özel kutular.
- Fiyatlandırma, belirli bir fiyat aralığındadır.
- Kullanılan malzemeler, genellikle kullanılması pratik ürünlerdir (örneğin, dondurulmuş patates, konsantre şuruplar)
- Yiyeceğin üretim yöntemi kısmen veya tamamen otomatiktir.
- Yiyecek servisi yöntemi sade ve basittir.

360

Yiyecek ve İçecek İşletmelerinin Sınıflandırılması

Fast Food İşletmeleri

- Türkiye: Simit, döner, mantı, pide, börek, dürüm, çiğ köfte, kokoreç.
- Amerika: Hamburger, cheeseburger.
- İtalya: Pizza-makarna.
- Meksika: Tako, madrano. vb.

361

Menü Çeşitleri

Yemekler arasından seçim yapılmasına göre menüler:

- a. Seçmeli menüler
- b. Kısmi seçmeli menüler
- c. Set-seçimsiz menüler
- d. Günün menüsü

Kullanım sürelerine göre menüler:

- a. Dönüşümlü menüler
- b. Sabit (Fix) menüler

362

Menü Çeşitleri

Öğünlere ait menüler:

- a. Kahvaltı menüsü
- b. Öğle ve akşam menüleri
- c. Brunch menüsü
- d. Fast-food menüsü

Aktivitelere ait menüler:

- a. Banket menüleri
- b. Büfe menüleri
- c. Kokteyl menüleri

363