1. BÖLÜM / CHAPTER 1

SEYAHAT VE SEYAHAT İŞLETMELERİNİN GELİŞİM SÜRECİ

DEVELOPMENT PROCESS OF TRAVEL AND TRAVEL BUSINESSES

İsmail KIZILIRMAK[1], Kartal Doğukan ÇIKI[2]

[1]İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, İstanbul, Türkiye
E-mail: ikizilirmak@istanbul.edu.tr

[2]İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, İstanbul, Türkiye
E-mail: kdciki@gelisim.edu.tr

DOI: 10.26650/B/SSc4.2024.36.001

ÖZ

Seyahatlerin kolaylaştıkça daha fazla ilgi çektiği ve çeşitli nedenlerin etkisiyle seyahate çıkan insanların sayısının tarih boyunca arttığı görülmektedir. Ulaşım araçlarının gelişmesi ve işleri kolaylaştıran ticari işletmelerinin ve ticaretin ortaya çıkması, seyahatin kolaylaşmasının ve ilgi görmesinin altında yatan temel nedenler arasında yer almaktadır. Bu bölümde, seyahat ve turizm hareketlerinin önemli unsurlarından olan ulaştırma ve seyahat hizmetlerinin dünyada ve Türkiye'deki gelişim süreçleriyle ilgili bilgi verilmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda sırasıyla seyahat kavramı ve insanları seyahat etmeye yönelten etmenler, seyahat hareketlerinin dünyada ve Türkiye'de tarihsel evrimi, seyahat acentacılığının tarihsel gelişimi ve bu gelişim sürecinde rol oynayan unsurlar ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Seyahat, Seyahat İşletmeleri, Gelişim Süreci, Turizm

ABSTRACT

It is seen that the easier the travel, the more attention it attracts, and the number of people traveling for various reasons has increased throughout history. The development of transportation vehicles and the emergence of commercial enterprises that make things easier are among the main reasons behind the ease and interest of travel. In this section, it is aimed to give information about the development processes of transportation and travel services, which are important parts of travel and tourism movements, in the world and in Turkey. In this direction, the concept of travel and the factors that lead people to travel, the historical evolution of travel movements in the world and in

Turkey, the historical development of travel agency and the factors that play a role in this development process are discussed.

Keywords: Travel, Travel businesses, Development Process, Tourism

1. Seyahat Kavramı

İnsanoğlu, binlerce yıl önce daha yaşanabilir yerler bulmak amacıyla seyahat etmiş ve varoluşundan dünyanın modern bir hal aldığı günümüze kadar gelişen süreçte bu hareketlilik sürekli devam etmiştir (Goeldner ve Ritchie, 2006). Başlangıçta coğrafi şartlar, temel ihtiyaçlar, sağlık, savaşlar, ticaret ve din gibi nedenlerle seyahat eden insanlar zaman içinde daha keyfi nedenlerle seyahat etmeye başlamıştır. İlk çağlarda gerçekleşen seyahatlerin zorluk ve güvenlik tehlikeleri içermesi ve uzun süreler alması vb. nedenler ile, insanları oldukça zorladığı için seyahat kavramına çile çekmek anlamının dahi yüklendiği bilinmektedir (Leiper, 1979). Tarihi bir kavram olan seyahat kavramının anlamı, zaman geçtikçe değişime uğramış ve olumsuz düşüncelerden arınmıştır. Günümüzde seyahat etmek, artık deneyimsel amaçlar taşıyan ve kültürel açıdan merak uyandıran, kimilerine göre belirli dönemlerde ihtiyaç olarak dahi görünen bir kavram haline dönüşmüştür. Başka bir ifadeyle, seyahat ve temelini oluşturduğu turizm kavramları, bir süredir statü sembolü ve insanların giderek daha fazla arzuladığı bir ihtiyaç haline gelmiştir (Sharpley, 2006).

Geçmişte seyahate neden olan birçok ihtiyaç, günümüzde geçerliliğini korumakla birlikte seyahat denince akla gelen ilk neden, turistik hareketlerdir. İnsanların günümüzdeki seyahat nedenlerini ortaya koyan uluslararası istatistikler göz önüne alındığında, dinlenme ve eğlenme gibi nedenlerle yani turistik amaçlarla gerçekleştirilen seyahatlerin ilk sırada yer alması bu durumu açıklar niteliktedir (Mısırlı, 2018). Seyahat ve zevk kavramlarının birlikte kullanımı, zaman içinde zorluk ve sıkıntı kat sayısının giderek ortadan kalkması, uzak mesafelere olabildiğince kısa sürelerde ulaşımın gerçekleştirilebilmesi, seyahatin kolay ulaşılabilir ve satın alınabilir hale gelmesi gibi unsurların etkisiyle başlamıştır (Resim 1).



Resim 1. Seyahat
Kaynak: Editörler tarafından yapay zeka programıyla geliştirilmiştir.

İngilizce karşılığı "travel" olan seyahat kelimesinin, Latince "travail" kelimesinden türediği bilinmektedir (Euben, 2006). Sözlük anlamı "uzak yerleri gezerek görmek, yolculuk etmek" olan seyahat kavramı dilimize Arapçadan geçmiştir (Seçkiner, 2020; TDK, 2021). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), seyahat kavramının turizmin bir alt kategorisi olduğunu vurgulayarak kavramı "gezginlerin/turistlerin herhangi bir amaç ve süre içinde farklı coğrafi konumlar arasında hareket etmesi" şeklinde tanımlamıştır (UNWTO, 2008).

Turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesinde rol oynayan temel unsur olarak kabul edilen seyahat eylemlerinin tamamı, turistik hareketlilik olarak ifade edilemezken, gerçekleşen seyahatin amacıyla kat edilen mesafe belirleyici olarak dikkate alınmaktadır (Kozak vd., 2020). Bununla birlikte seyahatin turizm kapsamı içerisinde değerlendirilebilmesi için bazı özellikler gerekmektedir. Bu özellikler (Demir, 2017);

- Seyahat süresinin sınırları bulunur,
- Seyahat, turizmin önemli bir parçası olmakla birlikte dinamik boyutunu da oluşturmaktadır,
- Seyahat, farklı ulaşım araçlarıyla gerçekleştirilebilir,
- Seyahat, turistlerin turistik ürünle buluşmasına aracı olmaktadır,
- Ekonomik bir bedeli bulunur,
- Paket turların bir bileşeni olarak kabul edilir,
- Bulunulan yerden uzaklaşma ihtiyacı sonucu ortaya çıkar,
- Seyahat, grup halinde veya bireysel şekilde gerçekleşebilir,
- Bireyler turistik amaçlı seyahatlere çıkmak zorunda değildir. Ancak çıkılan seyahatlerin başlangıç noktasında son bulma zorunluluğu mevcut olma şeklinde sıralanabilir.

1.1. İnsanları Seyahat Etmeye Yönelten Unsurlar

İnsanoğlu, var olduğu sürece seyahat etmek için hep bir nedeni olmuştur. Özellikle 1970'li yıllardan itibaren araştırmacılar, insanları seyahat etmeye yönelten nedenleri ortaya çıkarmak ve kategorize etmek amacıyla çeşitli araştırmalar yapmaya başlamıştır. İnsanların seyahat motivasyonlarıyla ilgili elde edilen her bulgu, pazarlama stratejileri geliştirme noktasında turizm sektörüne ipuçları sağlamıştır. Turistlerin seyahat motivasyonlarını değerlendirmek için standart olarak kabul edilen tek bir yaklaşım veya model yoktur. Bunun nedeni, turizm sektörünü oluşturan çeşitli ürün ve deneyimlerin kombinasyonu ve buna bağlı olarak çok

çeşitli turistik ilgi ve ihtiyaçlardır (Lew vd., 2008).

İnsanları seyahat etmeye yönelten unsurlar, literatürde çeşitli yazarlar tarafından ele alınmıştır. Bunlar:

- Hudman (1980), insanları seyahat etmeye yönelten unsurları dokuz başlık ve ek olarak otuz üç alt başlık altında toplamıştır. Bu sıralamadaki dokuz temel başlık; zevk, spor, sağlık, din, merak, arkadaş, akraba, saygınlık ve iş ile ilgilidir.
- Crompton (1979), seyahat motivasyonlarını sosyo-psikolojik ve kültürel motivasyonlar olmak üzere iki başlık altında toplamıştır.
- Mayo ve Jarvis (1981) ise, seyahat motivasyonunun, turistlerin seyahatte en çok ne elde etmek, görmek veya deneyimlemek istediklerine bağlı olarak dört gruba ayrılabileceğini öne sürmüştür. Bunlar; fiziksel motivasyonlar, kültürel motivasyonlar, sosyal faaliyetleri içeren motivasyonlar, statü ve prestijtir.
- Mayo ve Jarvis'e (1981) göre, birden fazla unsur aynı anda meydana gelebilmektedir.
- Pearce (1988), Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi kuramını uyarlayarak seyahat kariyer merdiveni modelini geliştirmiştir.
- Ayrıca, allosentrizm ve psikosentrizm modeli (Plog, 1974), kaçış ve arayış (Dunn Ross ve Iso-Ahola, 1991) gibi çeşitli modeller de geliştirilmiştir.

Turizm araştırmacıları, konuyla ilgili birçok araştırma yapmış ve turist motivasyonlarını genel olarak, iten veya çeken faktörler olarak gruplandırmıştır (Page, 2007). Bu noktada temel amaç; turistlerin kişilik özellikleri ve/veya bireysel ihtiyaçları/istekleri tarafından seyahat etmeye itildiği, destinasyonların çekici nitelikleri tarafından seyahat etmeye çekildiğini ortaya koymaktır. Genel olarak, itme motivasyonları seyahat arzusunu açıklamak için faydalıdır, çekme motivasyonları ise gerçek hedef seçimini açıklamak için kullanışlıdır (Cook vd., 2018).

UNWTO (2008), bir seyahatin asıl amacına göre sınıflandırılması ve bu sınıflandırmanın seyahat sırasında gerçekleştirilen ana faaliyetlerle ilgili olması gerektiğini vurgulamıştır. Bu kriterlere uygun olarak aşağıdaki tablo 1'deki liste oluşturulmuştur (UNWTO, 2008).

Tablo 1: Seyahatin Asıl Amacına Göre Sınıflandırılması
1-Kişisel seyahatler • Tatil, eğlence ve rekreasyon • Akraba ve arkadaş ziyareti • Eğitim • Sağlık • Din/hac • Alışveriş • Transit • Diğer
2-Profesyonel ve iş seyahatleri
Kaynak: (UNWTO, 2008).

Her turizm gezisinin yalnızca bir ana amacı vardır. Ancak bir ziyaretçi, seyahati sırasında ikincil faaliyetler de üstlenebilir. Her bir ana amaç (Transit durumu hariç), yolculuk sırasında gerçekleştirilen bir grup ana faaliyetle bağlantılıdır. Birinci kategoride yer alan seyahatler, ticari ve profesyonel olarak sınıflandırılmayan turizm gezilerinin tüm amaçlarını içermektedir. İkinci kategorideki seyahatler ise, ziyaret edilen ülke veya destinasyondaki bir üreticiyle, yatırımcıların, işadamlarının vb. ile örtülü veya açık bir işveren-işçi ilişkisine denk gelmediği sürece, serbest meslek sahipleri ve çalışanların faaliyetlerini içermektedir (UNWTO, 2008).

2. Dünyada Seyahat Hareketlerinin Tarihsel Gelişimi

Modern anlamda bilinen turizm kavramının ortaya çıkmasına yol açan seyahat kavramı, eski çağlardan günümüze kadar gelişen süreçte çeşitli evrelerden geçmiştir (Arslantürk, 2015). Geçmişten günümüze gerçekleşen seyahatler incelendiğinde, dönemsel olarak bazı seyahat amaçlarının diğerlerine göre biraz daha fazla ön plana çıktığı görülmektedir.

2.1. Sanayi Devrimi Öncesi Seyahatler

İnsanoğlunun bilinen ilkel dönemlerinde gerçekleştirdikleri seyahatlerin yaya olarak ve daha çok yakın bölgelere doğru gerçekleştiği bilinmektedir (Ahipaşaoğlu, 2002). Yaşam koşullarının oldukça zor olduğu bu dönemlerde seyahat etmenin temelinde, çok zorlu coğrafi şartlardan kaçmak, barınma alanı ve beslenme ihtiyaçlarının karşılanması gibi nedenler bulunmaktaydı. Binlerce yıl önce insanoğlu, Afrika'nın güney ve doğu bölgelerinden yola çıkarak yaşamak için Asya ve Orta Doğu'ya doğru seyahat etmiştir (Goeldner ve Ritchie, 2006). Paleolitik dönemde yaşanan en önemli gelişmelerden biri olarak sayılan ateşin bulunması ve yeni yerlerin keşfedilmesiyle birlikte seyahatlerin artış gösterdiği görülmektedir (Bhatia, 2002).

Mısır kraliçesi Hatshepsut, M.Ö. 1500'lü yıllarda Mısır'dan savaş, sağlık veya ticari bir amacı olmadan yola çıkmış, Afrika'nın doğu kıyısı boyunca devam ederek gemi yolculuğunu

tamamlamıştır. Bu yolculuğun, Luksor tapınaklarının kayıtlarında mevcut olduğu bilinmektedir (Yeoman, 2008). Antik Yunan döneminde (M.Ö. 776) düzenlenmeye başlayan olimpiyat oyunları, insanları yarışmak veya izlemek için dönemin şartlarında seyahat etmeye teşvik etmiş ve söz konusu dönemde oldukça önemsenmiştir. İlk yıllarında Yunan halkıyla birlikte komşu ülkeler de bu festivale ilgi göstermeye başlamış, daha sonraki yıllardaysa uzak ülkelerden de insanlar bölgeye seyahat etmiştir (Swaddling, 2000). Bölge giderek daha fazla ilgi görmeye başlamış ve dolayısıyla seyahatler, daha organize bir hale dönüşmüştür. Etkinliklere katılmak isteyenler, bölgeyi iyi bilen rehberlere ihtiyaç duymuştur (Pond, 1993). Olimpiyat oyunlarının yeniden düzenlenmeye başlaması, modern çağda da büyük ilgi görmüş ve kimi araştırmacılara göre de modern turizmin başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir (Page, 2007).

Yunanlılar gibi bu dönemde seyahat hareketlerinin ve dolayısıyla turizm faaliyetlerinin gelişimine katkı sağlayan bir başka medeniyette Romalılardır (Lomine, 2005). Romalıların seyahatin gelişmesine sağladığı en önemli katkılardan biri, yaptırdıkları yollardır. Söz konusu yollar, bazen Mısır piramitlerine ve bazen de farklı açılardan ilgi duydukları Antik Yunan'a doğru uzanmaktadır (Kaya ve Buldu, 2018; Lew vd., 2008). Romalılar döneminde, yaklaşık 90 yıl süren ve M.Ö. 312 yılında tamamlanan "Via Appia" adı verilen yol (Resim 2), tüm imparatorluğu kapsayan ve seyahati kolaylaştırmak amacıyla yapılan tarihin bilinen ilk karayollarından biridir (Mısırlı, 2018).

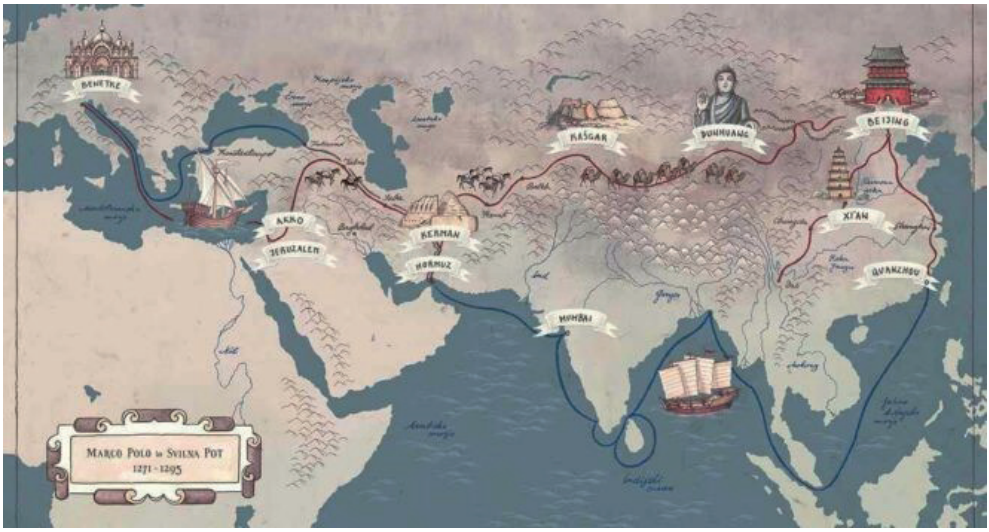


Resim 2*:* Via Appia Yolu Güzergahı
Kaynak: https://tr.wikipedia.org/wiki/Via_Appia#/media/

Roma İmparatorluğu'nun çöküşüyle beraber yeni bir dönem başlamıştır. Orta çağ olarak adlandırılan bu dönemde, seyahatlerin daha durağan bir hal aldığı görülmektedir (Bhatia, 2002). Zengin ve soylu kesimin gücünü kaybetmesiyle feodal yönetim hakim olmuş ve bunun da etkisiyle şövalyelerin katılım gösterdiği turnuvalar düzenlenmeye başlamıştır. Düzenlenen bu turnuvalarla birlikte şövalyeler, bölgeye seyahat etmiş ve konaklama ihtiyacı doğmuştur (Page, 2007). Ayrıca ticaret ve sağlık amaçlı seyahatler de, bu dönemde görülmektedir.

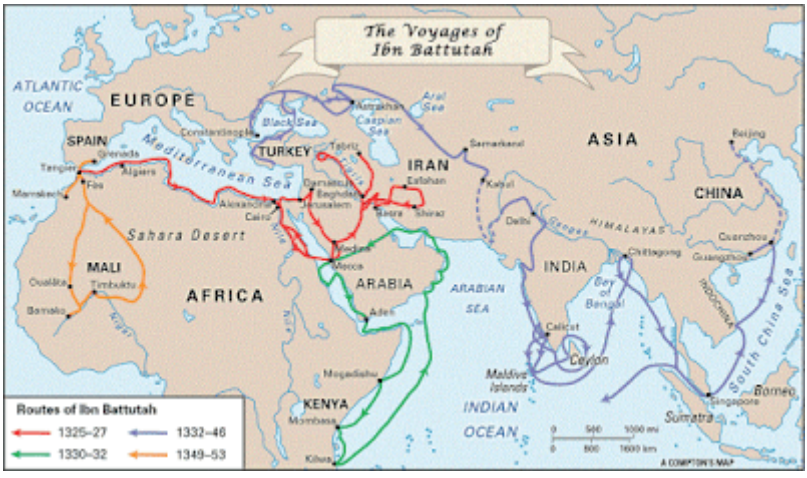
Fransa'da gerçekleştirilen ve Avrupa' nın çeşitli noktalarından binlerce insanın katıldığı "Beaucaire Ticaret Fuarı" gibi çeşitli bölgelerde düzenlenen ticaret fuarlarına rağbet gösterilmiştir (Swarbrooke ve Horner, 2001). Ancak yine de birçok farklı amaçlarla yapılan seyahatlere rağmen dini amaçlı çıkılan seyahatler, dönemin en yaygın seyahat türü olarak dikkat çekmektedir. Söz konusu dönemin ilk yılları karanlık çağ olarak ifade edilirken, ilerleyen zaman diliminde Hristiyanlığın yükselişi ve kiliselerin güçlenmesiyle birlikte dini seyahatler önem kazanmıştır (Page, 2007). Dini amaçlı çıkılan seyahatlere örnek olarak, Kudüs'e gerçekleştirilen hac seyahatleri, üst ve orta sınıfın İngiltere ve İspanya'da çeşitli bölgelere yaptığı seyahatler gösterilebilir (Arslantürk, 2015).

Dönemin önemli seyahatlerinden biri de, Polinezyalılar tarafından Society Adaları'ndan başlayarak Hawaii'de doğru yaklaşık 2000 millik mesafe kat edilerek yapılan yolculuktur. Ticari amaçlarla XIII. yüz yılda İtalya'dan Çin'e seyahat eden Marco Polo, tarihin en uzun süreli ve en bilinen seyahatlerden birini gerçekleştiren ilk Batılı kaşif olarak kayıtlara geçmiştir (Resim 3).



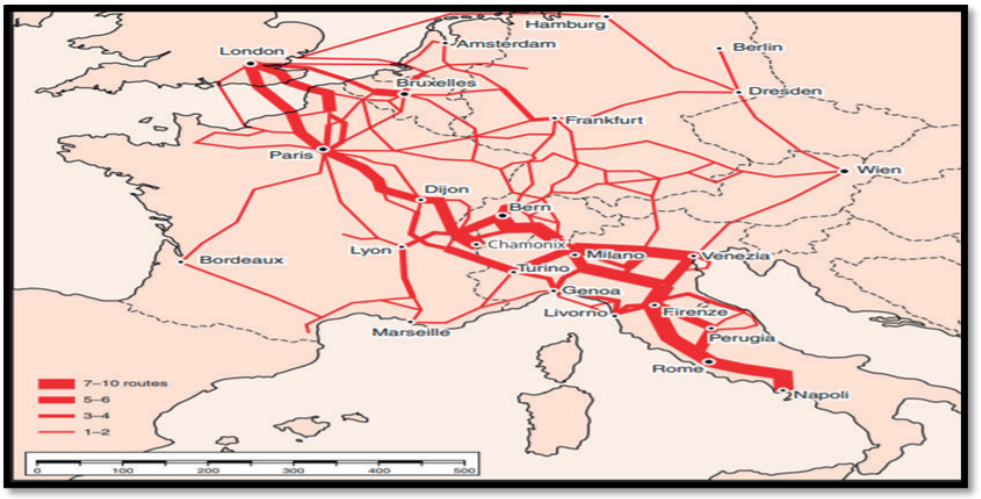
Resim 3*:* Marco Polo' nun Yaptığı Seyahatin Güzergahı
Kaynak*:* https://kayiprihtim.com/liste/marco-polo-hakkinda-bilgi/

Marco Polo gibi oldukça uzun bir seyahate çıkan İbn-i Batuta, 1325 ile 1354 yılları arasında Hindistan, Çin, İspanya ve Afrika'da Timbuktu'ya seyahat etmiş (Resim 4) ve yine bu tarihler arasında altı kez hac ziyaretinde bulunmuştur (Goeldner ve Ritchie, 2006; Komroff, 2001).



Resim 4*:* İbn-i Batuta' nın Yaptığı Seyahatin Güzergahı
Kaynak*:* https://kaynaklarlatarih.blogspot.com/2019/02/

XIV. Yüz yıla gelindiğinde, dini amaçlarla yapılan hac seyahatlerine çok sayıda insan katılmış ve dönemin en popüler seyahat amaçlarının başında yer almıştır. Bu yüzyılda, Rönesans'ın Avrupa'da ortaya çıkması ve ardından tüm dünyaya yayılması, seyahat ve turizm hareketlerini de derinden etkilemiştir (Lew vd., 2008). Rönesans, insanların seyahat amaçlarının değişmesine yol açmış, öğrenmek ve gezmek amaçlı seyahatler dönemin şartları el verdiğince sıklaşmaya başlamıştır (Cook vd., 2018). Rönesans, İtalyan topraklarının ilgi odağı olmasına yol açmış, söz konusu dönemde savaşların yoğun şekilde yaşanması dahi bu ilginin düşmesine sebep olamamıştır. Bu savaşlar, Rönesans ile birlikte "Grand Tour" olarak adlandırılan seyahatlerin (Resim 5) ortaya çıkmasında rol oynamıştır (Bhatia, 2002).



Resim 5. Grand Tur Rotası (1814-1820)
Kaynak: Towner, 1985

Grand Tour, aristokrat kesimin eğitim, eğlence ve kültürel amaçlarla İtalya, Almanya, İspanya, Fransa, Portekiz, Balkan ve Baltık ülkeleri gibi önemli destinasyonları içine alan bir güzergahta düzenlenmiş uzun süreli turlardır (Towner, 1985; Black, 2011). Daha çok karayolundan atlarla gerçekleştirilen bu turlara katılım gösteren bireylerin, yeterli seviyede yabancı dil bilgisine sahip olması beklenmekteydi. Aynı zamanda bu turlara rehberlik edecek bireylerin de, iyi bir eğitim almış olması ve iyi bir yabancı dilinin olması beklenirdi (Pond, 1993).

O dönemlerde lüks seyahat ve turizm aktivitelerinin zirvesi olarak kabul edilen bu turların, İngiltere'de ortaya çıktığı ve kısa sürede popüler olduğu bilinmektedir (Page, 2007). Ancak Sanayi Devrimiyle birlikte ekonomik ve sosyal yapılar büyük bir değişime uğramış ve süresi oldukça uzun olan bu tür turlara olan ilgi giderek azalmıştır. Yaşanan tüm gelişmeler, bu uzun seyahatlerin ortadan kalkmasına sebep olmuştur (Towner, 1985; Cook vd., 2008).

2.2. Sanayi Devrimi Sonrası Seyahatler

XVII ve XIX. yüzyılda çeşitli buluşların ve teknolojik ilerlemelerin sonucu olan buharlı makinelerin kullanımıyla birlikte makineleşmiş endüstriyi ortaya çıkarmıştır. Birleşik Krallık'tan dünyaya yayılan Sanayi Devrimi, değişen ekonomik ve sosyal sistemlerin sorumlusu olmuştur (Bhatia, 2002). Fabrikaların istihdam sağlaması nedeniyle, nüfus yoğunluğu fabrikaların bulunduğu şehirlerde hızlı artışlara yol açmış ve sağlıksız koşullar doğurmuştur. Uzun çalışma saatleri ve zorlu koşullar nedeniyle işçi sınıfı günlük yaşamdan uzaklaşma ihtiyacı

duymaya başlamıştır. Zaman geçtikçe iş koşullarının iyileşmesi ve sonrasında oluşan boş zaman, ulaşım alanında yaşanan gelişmelerle birlikte yakınlaşan ülkeler, seyahat hareketlerinin ve turizm faaliyetlerinin artmasında önemli rol oynamıştır (Mason, 2003).

Ulaşım ve teknolojide yaşanan gelişmelerle birlikte seyahat ucuzlamış ve seyahat olanakları halkın farklı kesimlerine hitap etmeye başlamıştır. Bu sayede kitle turizminin önü açılmış ve başta İngiltere olmak üzere orta sınıftan insanlar, daha fazla turistik hareketlere katılmaya başlamıştır (Theobald, 2005). Gündelik yaşamdan uzaklaşmak amacıyla denize girmeye olan ilgi, özellikle 1750 yılından itibaren artmaya başlamış ve giderek daha popüler bir hale dönüşmüştür. Demiryollarında gerçekleşen gelişim sayesinde kıyı şeridinde yer alan destinasyonlara ulaşım kolaylaşmış ve bu da turist sayısına ve turizm amaçlı yer değiştirmelere yansımıştır (Yeoman, 2008).

Thomas Cook tarafından ticari olarak organize edilen turların ortaya çıkmasıyla birlikte, modern turizm sektörünün kökenleri, kitle turizmi olgusuna paralel şekilde ilerlemiştir. Thomas Cook'un 1841 yılında, 12 millik mesafe olan "Leichester ile Loughborough" arası düzenlediği tur (Resim 6), tarihin ilk organize turu olarak kayıtlara geçmiş ve 570 yolcu taşınmıştır (Goeldner ve Ritchie, 2006). Söz konusu tur, paket turların ortaya çıkış noktası olarak kabul edilmektedir (Balta ve Altıntaş, 2010).



Resim 6. Leichester ile Loughborough" Arası Düzenlenen Tur
Kaynak: https://www.bbc.com/news/uk-england-leicestershire-36672483

Cook, ayrıca 1848 yılında İskoçya'da demiryolu turları düzenlerken, 1850'li yıllardaysa denizaşırı turlar düzenlemeye başlamış, 1866'da ilk Amerika turunun, 1880'li yıllardaysa

Nil Nehri'ne turlar düzenlemiştir. Cook'un kurduğu seyahat organizasyon işletmesi hızla büyümüş ve dünyanın çeşitli noktalarına yayılarak birçok noktaya turlar düzenlemiştir (Page, 2007).

Seyahat etmek, giderek daha popüler bir hal almış ve bu sayede yer değiştirme hareketleri hız kazanmıştır. Ancak Birinci Dünya Savaşı ile birlikte seyahatler durma noktasına gelmiştir. Seyahatlerin kısa sürede yaşadığı bu ciddi duraksama dönemi, ulaştırma sistemlerinde büyük gelişmeler yaşanmasına yol açmış ve bu da savaş sonrası turizm hareketlerini olumlu yönde etkilemiştir. Çok sayıda seyahat işletmesi, bu dönemde ucuz turistik seyahatler düzenlemeyi başarmıştır (Lickorish ve Jenkins, 1997). Savaşın sona ermesiyle birlikte otobüslerle Akdeniz'e paket turlar düzenlenmeye başlamıştır (Bahçe, 2012). Ayrıca turistik anlamda yeni eğilimler ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu eğilimlere örnek olarak; yurt dışı seyahatlerine olan ilginin artması, motorlu araçlar sayesinde ucuz ulaşım ve karayolu turları, sosyal turizm ve karavan ve kamp amaçlı seyahatler gösterilebilir. Ancak 1929 yılında yaşanan Büyük Buhran ve İkinci Dünya Savaşı, seyahatlere olan ilgiyi sekteye uğratmıştır (Lickorish ve Jenkins, 1997).

2.3. İkinci Dünya Savaşı Sonrası Seyahatler

Birinci Dünya Savaşı gibi İkinci Dünya Savaşı da seyahatleri oldukça olumsuz etkilemiştir. Savaşın ardından kullanım dışı kalan askeri uçaklar, yolcu hizmetlerine dönüştürülmüştür (Goeldner ve Ritchie, 2006). Teknolojide ve endüstride yaşanan gelişmeler, savaş sonrasında bireysel ve toplumsal yaşamları değiştirmiş ve ayrıca seyahatlerin daha fazla çeşitlenmesine yol açmıştır. Bu tarihten itibaren seyahate olan talep büyük bir artış göstermiştir. Turizm hareketindeki hızlı yükseliş, belirli dönemlerde yaşanan kesintilere maruz kalsa da yıldan yıla artarak devam etmiştir (Lickorish ve Jenkins, 1997).



Resim 7. İlk Yolcu Uçağı
Kaynak*:* https://www.kamprota.com/dunyada-ilk-ucak-yolculugu/

İkinci Dünya Savaşı öncesinde hava yolu taşımacılığı, küçük bir güce sahip durumdaydı (Resim 7) ve bu dönemde Transatlantik seyahatler, deniz yolu aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Savaştan sonra hava yolcu taşımacılığının hızlı ve büyük ölçekli gelişimine, geniş gövdeli jet uçaklarının tanıtımıyla birlikte maliyette yaşanan düşüş ve araçlardan elde edilen verimlilik büyük ölçüde yardımcı olmuştur. Özellikle Avrupa'da seyahat işletmeleri tarafından yaygın bir şekilde kullanılan charter hizmetleri, talepteki çok hızlı büyümeyi karşılayacak şekilde genişletilmiştir (Lickorish ve Jenkins, 1997; Theobald, 2005).

Birleşik Krallık'ta Vladimir Raitz (Resim 8), hava yolu ulaşımının içine alan ilk paket tatili, ilgilenen turistlere sunmuştur (Page, 2007).



Resim 8. İlk Uçaklı Paket Turu Düzenleyen Vladimir Raitz
Kaynak: https://www.shutterstock.com/tr/editorial/image-editorial/mr-vladimir-raitz

1960 yılında Avrupa, en çok tercih edilen turizm bölgesi ve dünya çapında tüm varışların % 70'inden fazlasını oluşturuyordu (Lickorish ve Jenkins, 1997). Uzun mesafeli seyahatlerde maliyetler azalmış, seyahat süreleri kısalmış ve bu dönemde uzman yardımı talebi artış göstermiştir. İş, kültürel ve eğitim seyahatleri giderek önem kazanmaya başlamıştır. Spor ve hobiler için seyahatler gelişmiş ve savaştan sonraki yıllarda büyük göç akışları sonucu bazı rotalarda arkadaş ve akraba ziyaretleri önemli hale gelmiştir (Camilleri, 2018; Cook vd, 2018). Seyahatlerde XX. yüzyılın sonlarına doğru yüksek kalite beklentisi ve çevresel memnuniyetlere gösterilen ilgi, genel talebi etkileyen önemli ve yeni faktörler olarak öne çıkmıştır (Lickorish ve Jenkins, 1997).

2.4. Günümüzde Seyahatler

XXI. Yüzyılda deniz, kum ve güneş üçlemesini içeren kitlesel ürünlerin çekiciliği, uzun vadeli başarıyı sağlamak için artık yeterli gelmemeye başlamıştır. Yeni arayışlar içine girilmiş ve çeşitli turizm türleri ortaya çıkmıştır. 2001 yılında Uluslararası Uzay Üssü'ne yapılan ilk seyahat, bu farklı arayışlara gösterilebilecek en uç örneklerden bir tanesidir (Otto, 2010). Özellikle Covid-19 salgınıyla birlikte sanal turlar ortaya çıkmıştır.

Turizm ve turizme hizmet veren kategorilerde robot teknolojisinden faydalanılmaya başlanmıştır. Ulaşımın giderek kolaylaşmasıyla birlikte, ülkeler birbirine eskisinden çok daha yakın hale gelmiş ve bu sayede insanlar, mesafeleri çok uzak olan ülkelere sadece kültürünü merak ettiği için bile seyahat edebilir duruma gelmiştir (Çeken, 2003). Ayrıca ulaşım araçlarındaki gelişmeler, insanların zamandan tasarruf etmelerine olanak sağlamakla birlikte konfor ve kaliteli hizmeti de beraberinde getirmiştir (Kafa, 2020).

Teknolojik gelişmelerle birlikte tüketicilerin bilgiye ulaşması oldukça kolaylaşmış, internet başta olmak üzere, bilgisayarlı ve küresel rezervasyon sistemleri, mobil iletişim araçları, video broşürler, havalimanı bilgi sistemleri ve yönetim bilgi sistemleri gibi araç ve sistemlerin kullanımıyla birlikte turizm talebi ivme kazanmıştır (Zuelow, 2016). Çevrimiçi rezervasyon sistemlerinin gelişmesi seyahat işletmelerinin satışlarına katkı sağlamış ve ayrıca turistler, seyahat acentalarına gitmeden istedikleri her noktadan, kendilerine uygun seçeneği diğer acentalarla karşılaştırarak satın alma işlemini gerçekleştirebilmektedir (Buluk ve Özkök, 2016).

Uluslararası geçişlerin kolay bir hal alması sonucu, farklı ülkelere yatırımlar yaygınlaşmıştır. Turizmin ekonomik gücünün farkına varmaya başlayan ülkeler, turistleri zorlayıcı formaliteleri kaldırmaya başlamış ve uluslararası turizm hareketleri hız kazanmıştır. İletişim araçlarının gücünün artması, yapay zekaların seyahat ve turizm sektörünün içine dahil edilmesi (Cornelissen, 2015), ödeme olanaklarının çoğalması ve daha birçok unsurun da etkisiyle günümüz turizm ve seyahat hareketleri, büyük bir gelişim göstermiş, böylece turizm istatistiklerini olumlu yönde etkilemiştir (Buhalis ve Costa, 2015).Yaşanan tüm gelişmelerin ardından turizm, dünyanın en önde gelen sektörlerinden biri haline gelmiştir.

3. Türkiye'de Seyahatin Tarihsel Gelişimi

Cumhuriyet'in kurulmasına yakın dönemlerde Osmanlı İmparatorluğu'nda çeşitli sergi organizasyonlarına ve bağlantılı seyahat hareketlerine rastlamak mümkündür. Özellikle hac için yola çıkan vatandaşların ulaştırma ve konaklamayla birlikte yol güvenliği gibi konularda hizmet sunulduğu görülmektedir. Cumhuriyet'in kurulmasıyla birlikte seyahatlere ve turizm faaliyetlerine giderek artacak şekilde önem verilmiştir. Bunun en önemli göstergesiyse, örgütlenme ve kurumsallaşma amacıyla atılan adımlardır. Yasal oluşumlar, yapılan düzenlemeler ve atılan resmi adımlarla birlikte Türkiye'de seyahat ve turizm günümüzdeki haline dönüşmüştür (Demir, 2017).

3.1. Cumhuriyet Dönemi Öncesinde Seyahatler

Zengin ve verimli toprakları, dini açıdan önem taşıyan merkezleri ve termal kaynakların varlığı dolayısıyla sadece modern çağda değil, eski dönemlerde de insanları seyahat etmeye teşvik eden Anadolu topraklarının daha cazip hale getirilmesi ve seyahatlerin kolaylaşması amacıyla, Selçuklu döneminde kervansaraylar ve hanlar inşa edilmiştir (Avcıkurt, 2009). Seyahatlerin rahat şekilde gerçekleştirilebilmesi adına her 40 kilometrede bir yapılan kervansaraylarda (Resim 9), yiyecek içecek ihtiyaçlarının karşılanmasının yanı sıra binek hayvanların bakımıyla da ilgilenilmiş ve daha sonra söz konusu kervansaraylar, Osmanlı İmparatorluğu tarafından da kullanılmıştır (Kozak vd., 2020).

Osmanlı İmparatorluğu'nda vatandaşların, ülke içinde seyahat edebilmesi için bir izin kağıdına sahip olması gerekiyordu. İmparatorluk dışından ülkeye seyahat eden insanlar için de durum farklı değildi. Yol emri ve tezkeresi bulunan yabancı yolcular, imparatorluk toprakları içerisinde güvenle seyahat edebiliyordu. Yabancı ülkelerin vatandaşları, Osmanlı İmparatorluğu ile yaptığı anlaşmalar ve çizilen sınırlar doğrultusunda yolculuk yapabiliyordu. 1841 yılında yürürlüğe giren "Men-i Mürur Nizamnamesi"ile birlikte ülke içindeki seyahatlerin belirlenen kurallar çerçevesinde yapılması sağlanmıştır (Sezer, 2003). Söz konusu düzenleme 1867 yılına gelindiğindeyse "Pasaport Odası



Resim 9. Kervansaray Örneği
Kaynak*:* https://erdemzengin.com.tr/index.php/2020/04/28/iki-kapili-bir-han-sultanhani/

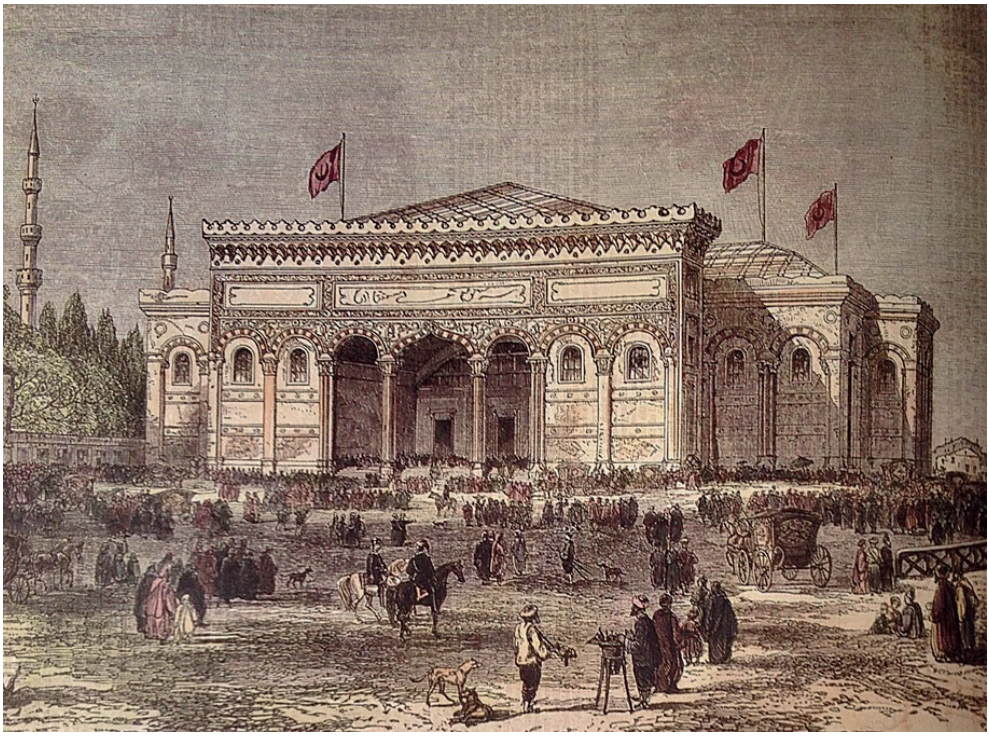
Nizamnamesi" adı altında tekrar düzenlenerek yürürlüğe konmuş ve 1918 yılına kadar bu nizamnameler belirli aralıklarla güncellenmiştir (Turna, 2019).

Osmanlı İmparatorluğu'nda büyük kervanlarla gerçekleştirilen hac seyahatleri, her zaman önem verilen seyahatlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Osmanlı İmparatorluğu'nda hacmi değişen çeşitli seyahatler zaman zaman görülse de, turistik anlamda gerçekleşen en önemli gelişme, 1829 yılında yaşanmıştır. Sultan Mahmut döneminde buharlı gemilerin satın alımı ve yapımı modern anlamda bilinen seyahatlerin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Erkmen, 2019).



Resim 10. Sergi-i Umumi-i Osmani İçin Basılan Hatıra Sikkesi

1863 yılında İstanbul'da düzenlenen "Sergi-i Umumi-i Osmani" Osmanlı İmparatorluğu'nda turizme yönelik gerçekleştirilen ilk faaliyetlerden bir tanesi olarak kayıtlara geçmiştir (Resim 10, 11). Bu sergi için Viyana'dan İstanbul'a gelen heyet, serginin bitiminden sonra seyahatini İzmir'de tamamlamıştır (TÜRSAB, 2019). 1890 yılının Ekim ayında yurt dışından gelen misafirlere rehberlik edecekler için "Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında 190 Sayılı Nizamname" yayınlanmıştır (Zengin ve Eker, 2017).



Resim 11. Sergi-i Umumi-i Osmani için inşa edilen geçici sergi binası

Wagon-Lits işletmesine ait olan Orient Express diğer adıyla Şark Ekspresi adlı tren, 1883 yılında Paris ile İstanbul arasında hizmete başlamış ve uzun yıllar demir yolu seferleri ile Osmanlı-Avrupa arasında köprü görevi görmüştür. 1895 yılına gelindiğinde ise, Şark Ekspres ile İstanbul'a gelen yolcular aynı işletmenin satın aldığı Pera Palas Oteli'nde (Resim 12) konaklamaya başlamıştır.



Resim 12. *Pera Palas Oteli*
Kaynak: https://perapalace.com/hakkimizda

3.2. Cumhuriyet Dönemi ile Birlikte Türkiye'de Seyahatler

1923 yılında Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla birlikte, turizm alanında faaliyet göstermesi planlanan "Türkiye Seyyahin Cemiyeti" de kurulmuştur. Bu örgüt, turistik seyahatlere yönelik kurulan ilk örgüt olma unvanını elinde bulundurmakla birlikte ismi önce "Türkiye Turing Kulubü" ardından ise "Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu" olarak değiştirilmiştir (Kaya, 2009, Resim 13).



Resim 13. TURİNG Logosu
Kaynak: https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye_Turing_ve_Otomobil_Kurumu

Türkiye'nin ilk yataklı tren vagonu, 1924 yılında faaliyete geçerken, trende yiyecek-içecek hizmeti ise bir yıl sonra Haydarpaşa-Sincanköy seferinde hizmete sunulmuştur. Demiryolundaki atılımlar bu yıllarda devam ederken, deniz taşımacılığını düzenlemek amacıyla 1925 yılında "Seyri Sefain İdaresi" kurulmuştur. Aynı yıl "Türk Teyyare Cemiyeti" adıyla kurulmuş ve 1933 yılında "Türk Havayolları İşletme İdaresi" olarak ismi değiştirilmiştir. Türk Hava Yolları" adı, 1955'te kullanılmaya başlanmış ve Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği IATA'nın üyeleri arasında yerini almıştır. Günümüzde THY 458 adet uçağı ile 120'nin üzerinde ülkeye uçmaktadır (https://www.turkishairlines.com/tr-int/basin-odasi/hakkimizda, Resim 14).



Resim 14. THY Uçakları
Kaynak: https://www.dunya.com/sirketler/thy-

1930'lu yıllarda ülkeye gelen turist rakamları, 50.000 seviyelerine yükselmiştir. Turizm alanında ilk kamulaşmaysa 1934 yılında "Türk Ofis" adıyla oluşturulan büroyla gerçekleşmiştir (Kozak vd., 2020). 1950'li yıllarda seyahat acenta sayısı, üç haneli rakamlara kadar ulaşmıştır. "Le Globe Vapur", "Şevki Seyahat Acentası", "Buleks" ve TUTTA" (Resim 15) gibi acentalar, 1920'li yıllarda faaliyet gösteren diğer acentalardır. 1950'li yıllarda "Türkiye Milli Gençlik Teşkilatı" adıyla kurulan seyahat acentası, okul işlevi görmüştür (Güçlü ve Çorbacı, 2020).



Resim 15. TUTTA Seyahat Acentası Bürosu
Kaynak: https://www.flickr.com/photos/saltonline

Cumhuriyetin ilk yıllarında bir elin parmaklarını geçmeyecek sayıda olan acenta sayısı, 1950'li yıllarda 100 acenta sayısına ulaşmıştır. Acenta sayısındaki yükselişin de etkisiyle aynı dönemde "Türkiye Seyahat Acentaları Cemiyeti (TÜSTAC)" kurulmuştur. TÜSTAC, acentalar arası ilişkileri sağlamak ve oluşacak sorunların giderilmesi amacıyla kurulmuştur.

1972 yılına gelindiğinde ise, 1618 sayılı kanunla "Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB)" kurulmuştur. Faaliyetlerini günümüzde devam ettiren TÜRSAB, dünyanın sayılı acenta birliklerinden bir tanesidir (Peköz ve Yarcan, 1998).

1960'lı yıllar, kalkınma planlarının yapılmaya başladığı ve turizm ile ilgili gelişmelerin yaşandığı bir dönemdir ve "planlı dönem" olarak adlandırılmaktadır (Ünlüönen ve Kılıçlar, 2004). Türkiye'ye gelen turist sayısı 1960'lı yıllarda 94.000, turizm geliriyse altı milyon dolara ulaşmıştır. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın 1963 yılında faaliyete geçmesiyle birlikte turizm alanında kurumsallaşma başlamıştır. 1961 yılında Türkiye'nin turizm alanında eğitim veren ilk lisesi olan Ankara Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi açılmıştır (TÜRSAB, 2019, Resim 16). 1968 yılında Türkiye'de faaliyet gösteren seyahat acenta sayısı 281 rakamına ulaşmıştır (Kozak vd. 2020). Seyahat acentacılığında yaşanan gelişmeler sonucunda, "Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB)", 1618 sayılı kanun ile birlikte 1972 yılında resmi olarak kurulmuştur (TÜRSAB, 2019).



Resim 16. *TÜRSAB Logo*

1980 yılından itibaren ise Türkiye'deki seyahat ve turizm hareketleri hızla gelişmeye başlamıştır. Bu dönemden itibaren alınan en önemli kararlardan biri, Turizmi Teşvik Kanunu'dur. 2634 sayılı "Turizmi Teşvik Kanunu" 12 Mart 1982 tarihinde yürürlüğe girmiştir (Dinçer ve İstanbullu Dinçer, 2011). Kanun içerisinde düşük faizli kredi, teşvik primi, katma değer vergisi erteleme gibi çeşitli turizmi teşvik edici maddeler yer almaktadır (Kozak vd., 2020).

Kurumsal yapılaşmanın oturmasıyla birlikte 2000'li yıllardan itibaren Türkiye, uluslararasılaşma noktasında da büyük ilerleme kaydetmiştir (Demir, 2017). 2019 yılına gelindiğinde Türkiye, yurt dışından ülkeye seyahat eden turist sayısında kendi rekorlarını kırmış ve önemli bir istatistik elde etmiştir. Elde edilen gelir ve seyahat eden turist sayılarıyla birlikte gelecek yıldan beklenti daha fazla artmıştır. Ancak Covid-19 salgınıyla birlikte tüm dünyadaki seyahat akışları yavaşlamış ve turizm sektöründe dünyada olduğu gibi Türkiye'de de birçok seyahat organizasyonu ciddi kayıplar yaşamıştır. Ancak bu olumsuz gelişmeler, salgının azalmaya başlamasıyla birlikte ortadan kalkmaya başlamış ve son iki yıldan bu yana eski sayılara ulaşmaya başlamıştır.

4. Seyahat Acentacılığının Tarihsel Gelişimi

İnsanoğlunun sürekli gelişimi seyahatleri kolaylaştırmış ve bu da gerçekleşen seyahatlerin sıklaşmasına yol açmıştır. Seyahatlerin sıklaşması ve çeşitlilik göstermesiyle birlikte seyahat eden bireyler için yardım alma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda bir rehber ve organizatör arayışı oluşmuştur. Seyahat işletmeleriyle ilgili ilk girişim, 1822 yılında Robert Smart tarafından İngiltere'de gerçekleştirilmiştir. Smart, Bristol'de buharlı gemi acentası olarak faaliyetlerine başlamış ve çeşitli destinasyonlara rezervasyon yapmıştır (Goeldner ve Ritchie, 2006). Ancak modern seyahatler ve seyahat işletmeciliği anlamında dönüm noktası, Thomas Cook'un gerçekleştirdiği Leichester-Loughborough arası seyahattir. Modern anlamda ilk tur

olarak kayıtlara geçen bu seyahat, katılımcıların beğenisini kazanmıştır. Cook,,turdan kar elde edemese de bu seyahatleri sürekli hale getirip kazanç elde edebileceğinin farkına varmıştır. Cook, faaliyet alanını genişlettikçe isminin bilinirliği artmış ve 1860 yılında "Thomas Cook Travel" adlı işletmesini kurmuştur.



Resim 17. NATTA Seyahat Acentası Bürosu
Kaynak: https://www.kobipostasi.net/mobil/single.php?haber=109433

Seyahat organizasyonlarına yönelik dönemin tek girişimi Tomas Cook tarafından gerçekleştirilmemiştir. 1850'li yıllarda faaliyetlerine başlayan The American Express Company, günümüzde misafirlerine seyahat ve konaklama hizmetleri, finans ve eğitim gibi alanlarda hizmet sunmaya devam eden bir başka önemli seyahat organizasyonudur. İtalya'da 1878 yılında Massimiliano Chiari ülkesinde seyahat acentası kurarken, 1878 yılında Belçika'da Wagon Lits, 1906 yılında İsviçre'de Kuoni seyahat işletmeleri kurulmuştur. Norveç, Oslo'daki İngiliz başkonsolosluğu sekreteri Thomas Bennett, bireysel zevklere dayalı seyahat güzergahları ve diğer hizmetleri sağlamayı amaçlamış ve gezi organizatörü olarak faaliyetlere başlamıştır (Goeldner ve Ritchie, 2006; Page, 2007).

Türkiye'de seyahat acentacılığının gelişimine birçok kurumun katkısı bulunmaktadır. Cumhuriyetin ilanıyla birlikte kurulan "Milli Türk Seyahat Acentacılığı Ziya ve Şürekası (NATTA)", Türkiye'de acentacılığının öncü işletmelerinden bir tanesidir (TÜRSAB, 2010,

Resim 17). Bilet satışı, rehberlik hizmeti, otomobil kiralama, seyahat düzenleme ve broşür basma gibi faaliyetlerde bulunan NATTA, 1940'lı yıllara gelindiğinde kapanmıştır. Türk turizmine değer katmış bir başka acentaysa "PASRAPID"dir (İçöz 2003). Yurtdışına seyahat etmek isteyenlerin pasaport işlemleri, gelen turistlere rehber sağlanması, oda kiralama, vapur ve tren biletleri satışı gibi faaliyetlerde bulunmuştur. Söz konusu işletme, 1927 yılında faaliyetlerine başlamış ve 1937 yılına gelindiğindeyse kapanmıştır (TÜRSAB, 2010).

"Le Globe Vapur", "Şevki Seyahat Acentası", "Buleks" ve TUTTA" gibi acentalar da, 1920'li yıllarda faaliyet gösteren diğer acentalardır. 1950'li yıllarda "Türkiye Milli Gençlik Teşkilatı" adıyla kurulan seyahat acentası okul işlevi görmüştür (Güçlü ve Çorbacı, 2020). Cumhuriyetin ilk yıllarında bir elin parmaklarını geçmeyecek sayıda olan acenta sayısı 1950'li yıllarda 100 rakamına ulaşmıştır. Acenta sayısındaki yükselişin de etkisiyle aynı dönemde "Türkiye Seyahat Acentaları Cemiyeti (TÜSTAC)" kurulmuştur. TÜSTAC, acentalar arası ilişkileri sağlamak ve oluşacak sorunların giderilmesi amacıyla kurulmuştur. 1972 yılına gelindiğinde ise, 1618 sayılı kanunla "Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB)" kurulmuştur. Faaliyetlerini günümüzde devam ettiren TÜRSAB, dünyanın sayılı acenta birliklerinden bir tanesidir (Peköz ve Yercan, 1998).

Birinci Dünya Savaşı sırasında diğer tüm faaliyetlerde olduğu gibi acentacılık faaliyetlerinde de durgunluk yaşanmıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında, havacılık sektöründe yaşanan olumlu gelişmeler, acentaları da olumlu etkilemiştir. Ekonomik anlamda yaşanan rahatlama, seyahat sektörüne can suyu olmuştur. 1980'li yıllara gelindiğinde bilgi, iletişim ve haberleşme teknolojisinde yaşanan gelişmeler, acentaların tüm dünyada geniş kitlelere ulaşmasını oldukça kolaylaştırmaya başlamıştır. İnsanların seyahate ve turizme olan ilgisinin artması, dünyanın her yerinde olacak şekilde seyahat işletmelerinin sayısının artmasına yol açmıştır. Bu artış, işletmeler arası rekabete yol açmaktadır. Artan rekabet koşullarında turistler birçok seçenek arasından kendine uygun turu ve ödeme şeklini seçerek seyahat edebilmektedir.

5. Seyahat Acentacılığının Gelişiminde Rol Oynayan Unsurlar

Seyahat organizasyonlarının günümüzdeki durumu birçok faktörün etkisiyle oluşmuştur. Ekonomik, sosyal ve siyasi alanlardaki değişimlerin yanı sıra tüketici eğilimleri, teknolojide yaşanan gelişmeler seyahat hizmetlerinin gelişmesinde pay sahibidir (Sharpley, 2006). Seyahat sektörünün temelini oluşturan ulaşım konusunda yaşanan gelişmeler, seyahat faaliyetlerini etkilediği gibi seyahat organizasyonlarını da derinden etkilemiştir. Seyahat acentacılığının gelişmesinde rol oynayan unsurları; ulaştırma sistemlerinde yaşanan gelişmeler, teknolojik gelişmeler ve tüketici kaynaklı gelişmeler ve diğer gelişmeler olarak sıralamak mümkündür.

5.1. Ulaştırma Sistemlerinde Yaşanan Gelişmeler

Seyahat hareketlerinin olmazsa olmazı olan ulaştırma sistemleri, turizm ile ayrılmaz derecede bağlantılıdır. Ulaştırma sistemleri geliştikçe, seyahat ve turizm hareketlerine olan ilgi ve talep artmıştır. Ulaştırma sistemlerinde yaşanan gelişimler, insanları yeni destinasyonları keşfetmeye, yeni deneyimler yaşamaya ve değişik insanlarla tanışmaya teşvik etmiştir. Ulaştırmada yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte yolcular daha hızlı, güvenli ve konforlu şekilde seyahat etmeye başlamıştır. Bu bölümde, ulaştırma hizmetlerindeki gelişmelerin tarihsel bir süreç içerisinde seyahat sektörüne etkileri ele alınmıştır.

Tablo 2. Dünya Turizm Örgütü Ulaşım Sınıflandırması

Karayolu Ulaşımı	**Denizyolu Ulaşımı**	**Havayolu Ulaşımı**
Otobüs ve diğer toplu taşıma araçları	Yolcu gemileri	Tarifeli uçuş
Kiralık araç (8 kişilik)	Kruvaziyer gemileri	Tarifesiz uçuş
Özel araç (8 kişilik)	Yat	Diğer hava taşımacılığı hizmetleri
Şoförlü araç kiralama	Diğer denizyolu taşımacılığı hizmetleri	
Taksiler, limuzinler vb. motorlu taşıtların özel şoförlü olarak kiralanması		
İnsan veya hayvan tarafından çekilen araçların kiralanması		
Diğer kara taşımacılığı türleri; bisiklet, motosiklet vb.		
Demiryolu		

Kaynak: UNWTO, 2008.

5.1.1. Kara Yolu Ulaşımı

Tarihin ilk dönemlerinden bu yana kullanılan kara yolu ulaşım şekli, turistik amaçlarla gerçekleştirilen seyahatlerde insanlara serbestlik sunan önemli bir sistemdir (Gürdal, 1995). 1908 yılında Henry Ford'un Model T'yi tanıtmasıyla birlikte otomobiller, Amerika Birleşik Devletleri'nde seyahat sahnesine giriş yapmıştır (Goeldner ve Ritchie, 2006). Turistik amaçlı seyahatlerde trenin kullanımı azalırken, otomobilin seyahatlerde kullanımı da artış göstermiştir. Otobüsle yapılan ilk gezi, 1910 yılında İngiltere'de gerçekleştirilmiş ve bu geziler, daha sonraki dönemde Avrupa'nın çeşitli bölgelerinde de görülmeye başlamıştır (Hacıoğlu, 2016). Savaş sonrası dönemde, araba sahipliğinin artmasıyla birlikte turistik seyahatler daha esnek hale gelmiş ve ayrıca erişilebilir yerlerde daha fazla tercih edilmesini de teşvik etmiştir. Bu yıllardan itibaren birçok ülkede yol yapımı ve iyileştirilmeleriyle beslenen erişim kolaylığı, aşırı kullanıma ve eğlence etkinliklerinin ivme kazanmasına yol açmıştır. 1970 ve 1980'lerde

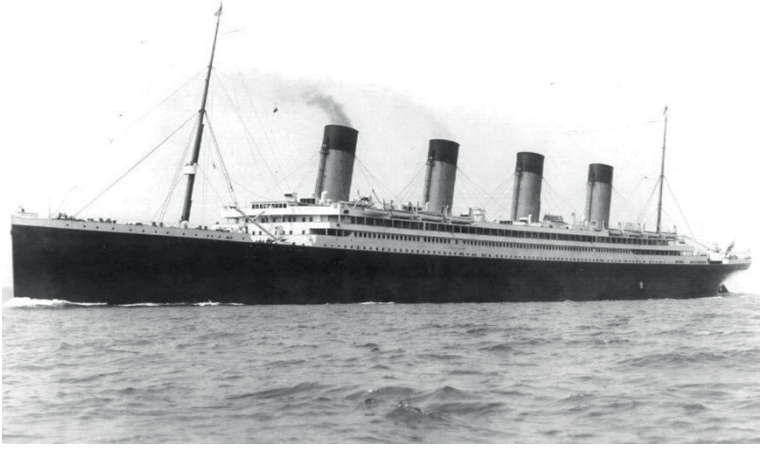
çoğu ülkede otomobil kullanımı hızla yayılmış ve bu turistik seyahatlere de yansımıştır (Page, 2007).

Teknolojik gelişmeler ve bireysel araç kullanımının artmasıyla birlikte ulaşım yolları boyunca motel ve oteller, yol kenarı kafe ve restoranlar giderek yaygınlaşmıştır. Karayolu ulaşım araçlarının uluslararası turistik seyahatler içerisinde kullanım yoğunluğu, hava yolu ulaşımına göre daha az olsa da, diğer ulaşım sistemlerini tamamlayıcı bir rol üstlenmektedir ve dolayısıyla turizm faaliyetleri için oldukça önemlidir. 2013 yılındaki uluslararası turistik yolculukların %53'ü havayolu ile yapılmış, % 40'ı karayolu ulaşımı ile gerçekleştirilmiştir (UNWTO, 2014).

Türkiye'nin ulaşılan karayolu ağı uzunluğu 68.633 kilometreye kadar yükselmiştir (KGM, 2021).Birçok ülkenin modern karayolu ağlarına sahip olmasıyla birlikte dünyada, yük ve yolcu taşımacılığında karayolu ulaşımı ön plana çıkmaktadır (Kalkınma Bakanlığı, 2018). Türkiye'de karayolu seyahatleriyle yolcu taşımacılığı diğer ulaşım araçlarının önünde yer almakta ve iç turizm kapsamında düzenlenen turlarda karayolu ulaşımı çok fazla tercih edilmektedir.

5.1.2. Deniz Yolu Ulaşımı

Hava yolu ulaşımında hız, kapasite ve teknolojik olarak sağlanan gelişmeler, deniz yolu ulaşımını olumsuz olarak etkilemiş ve taşımacılıktaki payını azaltmıştır. Deniz yolu taşımacılığı, özellikle kıtalararası uzak mesafelere ulaşım noktasında önem taşımaktadır. Sadece insan taşımacılığını değil, büyük ve tonlarca ağırlıkta olan malların uzak mesafelere götürülmesini de mümkün kılmaktadır. Özellikle XIX. Yüzyılda Atlantik üzerindeki gemi taşımacılığı (Resim 18), önem kazanmış ve aynı dönemde büyük göçler yaşanmış, bu göçler denizyolu ulaşımıyla sağlanmıştır (Hacıoğlu, 2016).



Resim 18. Transatlantik Yolcu Gemisi RMS Olympic

Günümüzde deniz taşımacılığının seyahat ve turizme katkısı sadece ulaşım kaynaklı değildir. İnsanlara konaklama, yeme-içme ve eğlence gibi kaliteli hizmetler sunan, belirli rotalar üzerinde ilerleyen ve bir otelden farksız şekilde tasarlanmış imkanlara sahip olan gemiler bulunmaktadır. Söz konusu gemiler, kruvaziyer gemileri olarak ifade edilmektedir. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (Cruise Lines International Association, CLIA)'ne göre kruvaziyer gemileri; "Seyahati programlanmış, derin sularda iki gün ya da daha fazla kalan, en az 100 yolcu kapasiteli gemidir". Bu tanıma göre yük taşıyan gemilerle kısa mesafeli tur yapan operatörler, feribotlar ve teknelerin kapsam dışı tutulduğu görülmektedir. Kruvaziyer gemilerle yapılan yolculuğun ilk kez "Albert Ballin" tarafından XIX. yüzyıl sonlarında gerçekleştirildiği ancak büyük bir ilgiyle karşılanmadığı bilinmektedir (KUTO, 2021).

CLIA verilerine göre, dünya genelinde kruvaziyer turizminin en yoğun bölgesi Karayipler bölgesidir. Türkiye'deyse Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı verilerine göre en çok geminin yanaştığı liman Kuşadası'dır. Ayrıca, 2013 yılında yaklaşık 2.200.000 turistin Türkiye limanlarına seyahat ettiği ve bu rakamın tüm pazarın % 11'ine denk geldiği görülmektedir (TÜRSAB, 2014).

5.1.3. Demir Yolu Ulaşımı

Tarihin ilk demir yolu taşımacılığı, 1825 yılında İskoçya'nın Darlington ile Stockton kasabaları arasında Stephenson tarafından gerçekleştirilmiştir (Şahbaz, 2013). Modern anlamda bilinen ilk demir yoluysa, 1825 yılında İngiltere'de inşa edilmiş ve 1830'dan itibaren yolcu taşımaya başlamıştır. Mil başına sadece 1 penny ücret talep edilmesi, demir yolu seyahatine oldukça büyük bir ilgi gösterilmesini beraberinde getirmiştir. Bu ücretler, posta arabası ücretlerinden çok daha düşük olduğu için, demiryolu seyahati düşük gelirliler için bile yaygın olarak kullanılmaya başlamıştır (Goeldner ve Ritchie, 2006). Turistik amaçlı ilk demiryolu seyahati, önceki bölümde ifade edildiği gibi Thomas Cook tarafından gerçekleştirilmiştir.



Resim 19. Tokyo Osaka Arası Yolcu Taşıyan Şinkansen Treni

Demir yolu ulaşımı, İkinci Dünya Savaşı sonrasında önemini yitirmeye başlamıştır (Hacıoğlu, 2016). Başta Fransa, Almanya ve İtalya olmak üzere birçok Avrupa ülkesi, demir yolu pazar paylarındaki düşüşün üstesinden gelmeyi amaçlayan yeni teknolojiler ve yenilikler geliştirme çabası içine girmiştir. Fransız ulusal demir yolu işletmesi (SNCF), 27 Eylül 1981'de Paris ve Lyon arasındaki ilk yüksek hızlı hattın işletmesine başlamıştır. Japonya ve Fransa'nın başarılı adımlarının ardından çeşitli ülkeler ya kendi teknolojilerini geliştirerek ya da ithal ederek yeni nesil rekabetçi uzun ve orta mesafe yolcu demiryolu hizmetleri oluşturmaya başlamıştır (Resim 19). 1988'de İtalya ve Almanya, 1992'de İspanya, 1997'de Belçika, 2003'te Birleşik Krallık, 2009'da Hollanda, 2003'te Çin, 2004'te Güney Kore, 2007'de Tayvan ve 2009'da Türkiye gibi çeşitli ülkeler yüksek hızlı demiryolu hizmeti sunan ülkeler arasına girmiştir (UIC, 2022).Ulaşımda önemli teknolojik gelişmelerden biri olarak kabul edilen yüksek hızlı trenler (YHT), dünya çapında yolcular için önemli ulaşım alternatiflerinden biri haline gelmiştir (Kim vd., 2018). YHT hizmeti, turistler için ulaşım süresini ve maliyetlerini önemli ölçüde değiştirir ve bölgeler arasındaki erişilebilirliği kolaylaştırır. Diğer sektörlere kıyasla turizm sektörü, gelişmiş ulaşım altyapılarına daha fazla ihtiyaç duymaktadır. Hızın artmasıyla birlikte demir yolu ulaşımının diğer ulaşım sistemleriyle rekabet gücü artış göstermiştir.

Demir yolu ulaşımına olan ilgi ve turistik seyahatlerde kullanımı tarih içerisinde dalgalı bir görünüme sahip olsa da günümüzde turistik tren seyahatleri ilgi gören turizm türlerinden bir tanesi olarak gösterilebilir. Türkiye'de oldukça ilgi gören Doğu Ekspresi, turistik tren seyahatlerinin önemli örneklerinden bir tanesidir. Ayrıca Sofya Ekspres ve Van Gölü Ekspres ilgi gören diğer tren seferleridir.

5.1.4. Hava Yolu Ulaşımı

1903 yılında Orville ve Wilbur Wright kardeşlerin Kuzey Carolina-Kitty Hawk'taki başarılı uçak testleri sonucu hava yolu ulaştırmasıyla ilgili çalışmalar artmıştır. Bu gelişmeyle birlikte uçmak hayal olmaktan çıkmıştır (Cook vd., 2018). 1910 ile 1914 yılları arasında Ferdinand Von Zeppelin tarafından kurulan ticari hava yolu işletmesiyle 1600 sefer gerçekleştirilmiştir. Birinci Dünya Savaşı'nın etkisiyle hava yolu taşımacılığında ağırlıklı olarak askeri amaçlar ön plana çıkmaya başlamıştır. Savaş sonrasında sivil amaçlarla kullanımı artan hava yolu taşımacılığı, deniz yolu ve demir yolu taşımacılığını olumsuz etkilemiştir (Demir, 2017). 1927 yılında Roosevelt Havaalanı-Le Bourget Havaalanı arasında Lindbergh tarafından ilk kıtalararası uçuş gerçekleştirilmiştir. İkinci Dünya Savaşı ile birlikte tekrar askeri bir amaca bürünen havacılık sektörü, savaşın bitimiyle birlikte askeri amaçlı kullanılan fazla uçaklar sivil taşımacılıkta kullanılmaya başlamıştır (Hacıoğlu, 2016).



Resim 20. Geniş Gövdeli Yolcu Uçağı A380

Sivil yolcu taşımacılığının hız kazanmaya başlaması, turizmin gelişimine de olanak sağlamıştır. 1950'li yıllardan itibaren havayollarındaki gelişimden yararlanan seyahat organizasyonları yeni ürünler geliştirmeye başlamıştır (Theobald, 2005). 1974 yılında yaşanan petrol krizinden etkilenen hava yolu taşımacılığı birkaç yıl içerisinde tekrar ivme kazanmıştır (Witt ve Moutinho, 1989).

1990 yılına gelindiğinde Körfez Savaşı patlak vermiş ve bir süre hava yolu taşımacılığını oldukça olumsuz etkilemiştir. Savaşın bitimiyle birlikte hava yolu ulaşımına olan ilgi tekrar artmış ve yıllık en az 1 milyar yolcu havayolu taşımacılığı aracılığıyla seyahat etmeye başlamıştır. Bu rakam, 2019 yılında 4,5 milyar seviyesini aşmıştır (Resim 20). 2020'de ortaya çıkan Covid-19 salgını, İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana hava yolculuğu ve havacılık endüstrisine en büyük düşüşü yaşatmıştır (UNWTO, 2021). Salgın öncesinde, havacılık sektörünü etkileyen olayların başında 2007-2008 küresel ekonomik krizi, SARS virüsü, Asya krizi, Körfez krizi, İran-Irak savaşı ve 11 Eylül terör saldırıları gösteriliyordu. Ancak bu ve benzeri olayların hiçbiri Covid-19 salgını kadar havacılık sektörünü olumsuz etkilememiştir (IATA, 2020).

Türkiye'de ise havacılık ile ilgili ilk girişimler, 1912 yılında yapılırken, 1925 yılında "Türk Tayyare Cemiyeti" kurulmuştur. Bu kurum daha sonra "Türk Hava Kurumu" ismi ile faaliyetlerine devam etmiş ve Türk sivil havacılığının kurumsal temelleri atılmıştır. 1933 yılına gelindiğindeyse, "Türk Hava Postaları" ismi ile ilk sivil hava taşımacılığı 5 uçaklık bir filoyla başlamıştır. 1954 yılında Ulaştırma Bakanlığı bünyesinde, sivil havacılığın dünyadaki hızlı gelişimi ve teknolojide yaşanan gelişmeler dolayısıyla ulusal çıkarların korumak ve uluslararası ilişkileri geliştirmek amacıyla "Sivil Havacılık Dairesi Başkanlığı" kurulmuş ve 1987 yılında "Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü" olarak yeniden yapılandırılmıştır (SHGM, 2021).

Hava yolu taşımacılığı, ulusal (veya iç) ve uluslararası uçuşlar şeklinde ayrılmaktadır. İç hat uçuşları aynı ülke içinde bir noktadan diğerine hareket ederken, uluslararası uçuşlar ise, bir ülkedeki bir noktadan farklı bir ülkedeki bir noktaya hareket etmektedir. Hava yolları tarifeli veya tarifesiz (charter), düşük maliyetli veya bölgesel hizmetler sunabilir (Camilleri, 2018). Hava yolu taşımacılığında kullanılan tarifeli ve tarifesiz uçuşlar, turizmin uluslararası gelişimine doğrudan etki etmiştir. Tarifeli ve tarifesiz hizmetler arasındaki temel fark fiyattır. Tarifeliseferler sayı ne olursa olsun gerçekleşmektedir ve uçak zararına uçabilir ancak tarifesiz seferlerde koltukların tamamı satılmaktadır. Seyahat işletmeleri tarifeli seferlerden yararlanabilir. Tarifesiz seferler, doğrudan seyahat işletmelerinin faaliyetleri sonucu gerçekleşmektedir (Hacıoğlu, 2016).

Turistik amaçlarla kullanılan charter seferlerinin üç farklı uygulama şekli bulunmaktadır. Bunlar; full charter, pro-rota charter ve split (part) charter olarak sıralanabilir.

- Full charter uygulama şekli, adından da anlaşılacağı üzere, uçağın tüm koltuklarının tek bir seyahat işletmesine kiralanmasıdır. Seyahat işletmesi, koltukları kiralayarak satış riskini tamamen üstlenir.
- Pro-rota charter uygulama şeklinde ise, uçağın bazı koltukları yine tek bir seyahat işletmesine kiralanır.

- Split charter uygulama şeklinde ise, pro-rota charter uygulamasında olduğu gibi uçağın belirli koltukları seyahat işletmelerine kiralanır ancak bu noktada iki uygulamayı birbirinden ayıran fark birden fazla işletmeye kiralamanın gerçekleşmesidir.

Hava yolu ulaşımının ve havalimanlarının yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte seyahatlerde tercih edilme oranları da artmış ve özellikle turizm amacıyla gerçekleştirilen seyahatlerde hava yolu taşımacılığının rolü giderek büyümüştür. Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü'nün (ICAO) verilerine göre, 2018 yılında yaklaşık 4,3 milyar yolcu havayolu taşımacılığını tercih ederken, bu rakamın yaklaşık 1,4 milyarı turistik amaçlarla seyahat etmiştir (ICAO, 2018). Türkiye açısından değerlendirildiğindeyse, 2019 yılında Türkiye'ye gelen 51,7 milyon turistin yaklaşık 40 milyonu seyahat için havayolu ulaşımını tercih etmiştir (KTB, 2022). Çeşitli amaçlarla havayolunu tercih ederek seyahat etmiş bireyler de istatistiğe eklendiğinde rakamlarda önemli artışlar görülmektedir.

5.2. Teknolojik Gelişmeler

Bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, seyahat işletmelerini etkilediği gibi turistleri de etkilemiştir. Seyahat işletmelerinin kullandıkları pazarlama, dağıtım ve rezervasyon sistemleri, muhasebe, satın alma ve geriye kalan tüm sistemlerde yaşanan teknolojik gelişmeler, işletmeleri olumlu ve olumsuz şekilde etkilenmiştir. Gelişmelerin olumlu yönlerini iyi değerlendirip, olumsuz yönlerinden de kaçınabilen seyahat işletmeleri, zorlu rekabet şartlarında faaliyetlerine devam edebilmiştir (Demir, 2017). Ayrıca turizm sektöründe faaliyetlerini sürdürmek isteyen tüm seyahat işletmelerinin veri toplama tekniklerini de iyi değerlendirmesi gerekmektedir (Chen, vd., 2014).

Maliyetlerin düşmesi, rekabetin artmasıyla birlikte seyahat işletmeleri kendilerini rakiplerinden öne çıkarmak zorunda kalmıştır. Bu durumdan en faydalı çıkanlar ise turistlerdir. İşletmeler ürünlerini daha fazla turistlere ulaştırabilmekte, turistler ise çıkacağı seyahat ve turlarla ilgili bilgilere kolaylıkla ulaşabilmektedir. Ayrıca seyahatler daha keyifli hale gelmiş, turistlere ulaşım aracı içinde seyahat süresince film, oyun ve diğer e-kitap gibi hizmetler sunulmaktadır.

İletişim sistemlerinde yaşanan gelişmeler sayesinde seyahat işletmeleriyle diğer bağlantılı işletmeler arasındaki haberleşme olanakları kolaylaşmış ve ayrıca daha güvenilir bir hale dönüşmüştür. E-posta ve özellikle telefon ve internet gibi iletişim kanallarının kullanımı yaygınlaşmıştır (Mısırlı, 2018). İnternetin yaygın kullanımı öncesinde işletmeler, turistlere tatil, ulaşım, konaklama ve diğer sunacağı hizmetlerle ilgili bilgi vermek ve tanıtım yapmak amacıyla basılı kağıtlardan faydalanmıştır. Günümüzdeyse kullanımı hala mevcut olsa da işletmeler bu tanıtım yollarını çok fazla tercih etmemektedir. Günümüzde işletmeler web si-

teleri, çeşitli sosyal medya platformları aracılığıyla reklam ve tanıtımını kolaylıkla yapmakta, gerçekleşebilecek bir değişikliği anında güncelleyebilmektedir.

Robot teknolojilerinin kullanımı da turizm sektöründe önem kazanmaya başlamıştır. Robotların sadece otellerde kullanımından söz etmek mümkün değildir. Aynı zamanda turistlere hizmet eden robot rehberler ile havaalanında yolculara yardımcı olan ve çeşitli amaçlarda kullanılan birçok robotun kullanımından söz etmek mümkündür. Robotlar gibi yapay zekanın kullanımı da seyahat ve turizm sektörlerine katkı sağlamıştır. Tüketicilerden gelen tüm sorulara saat fark etmeksizin cevap veren robotlar buna örnek olarak gösterilebilir (Ivanov vd., 2017).

Sanal gerçeklik, dünyada yaygınlaşmaya başlayan, turizm sektörünü yakından ilgilendiren ve insanları seyahat etmeye teşvik eden yeni bir uygulamadır. Seyahat işletmelerine önemli avantajlar sağlayan bu uygulama, dünyanın en uzak noktasında yer alan bir destinasyonu, oteli veya söz konusu oteldeki odaları gitmeden görebilme imkanı sağlamaktadır. Satın alma öncesi, ileri teknoloji kullanılarak üretilen gözlükleri takan turistlerin bu uygulamayı kullanması güven vermektedir. Bu sayede seyahat işletmelerinin de satışları ivme kazanmaktadır. Artırılmış gerçeklik teknolojisi seyahat acentalarının sunduğu turistik ürünleri, daha ucuza tüketiciyle buluşturup tanıtan bir başka uygulamadır.

5.3. Tüketici Kaynaklı Gelişmeler

İnsanların sosyal ve çalışma yaşamlarındaki değişimler, tüketim davranışlarını da etkilemiştir. Günümüzde her kesimden insan turizm hareketlerine sosyal çevrelerinin etkileri, gelirleri, izinleri, amaç ve motivasyonları, ihtiyaçları doğrultusunda katılabilmektedir. Tüm bu unsurlar, farklılık göstermekle birlikte, turistlerin tatilden ve çıkacakları seyahatten beklentileri de farklılık gösterebilmektedir. Bu beklentiler ve turist davranışları, seyahat acentasıylaturistler arasında yakın bir ilişki ortaya çıkmıştır (Mısırlı, 2018).

Turistlerin sürekli değişen eğilimleri, tatilden beklentileri ve sonu gelmez istekleri sayesinde seyahat acentaları, sürekli kendini yenilemekte ve gelişmektedir. Turistlere uygun fiyat, güven ve zamandan tasarruf gibi avantajlar sunan seyahat acentaları, gelen talepler doğrultusunda yeni ve ilgi çekici turistik ürünler oluşturmaktadır. Ayrıca seyahat acentaları, mevcut ürünlerin sadece bilgi veya satın almak isteyenlere değil tüm potansiyel turistlerin beğenisine sunulması ve işletmenin sürekli hatırlatılması adına reklam ve tanıtımlar yapmaktadır (Demir, 2017).

Seyahat acentacılığının gelişimine katkı sağlayan bir başka unsur ise, yasal düzenlemelerdir. Dünyada ve Türkiye'de seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğüne yönelik çeşitli dü-

zenlemeler yapılmıştır. Yapılan bu düzenlemeler, seyahat işletmeleriyle birlikte satın alan turistleri de korumakta olup, seyahat işletmeleri ve turistler arasındaki sınırlar ve karşılıklı haklar belirlenmektedir.

5.4. Diğer Gelişmeler

Seyahat acentaları, küresel turizm pazarında aracı olarak ulaşım, konaklama, eğlence operasyonları, araç kiralama hizmetleri vb. gibi turizm ürünlerini satmaktadır. Dolayısıyla ilişkili olduğu tüm sektörlerde yaşanan olumlu veya olumsuz gelişmelerden etkilenmektedir. Aynı zamanda ülkesel ve küresel temelli yaşanan gelişmelerin çoğu da seyahat acentalarını etkilemektedir.

Psikolojik etkenler, seyahat acentalarının gelişiminde rol oynayan unsurlardan biridir ve turizm talebine doğrudan olumlu veya olumsuz etkisi bulunmaktadır (Kozak, 2012). Tercih ettikleri seyahat acentasından memnun kalan turistlerin aynı seyahat acentasını tekrar tercih etme ihtimali yüksektir. Turizm sektöründe talep ve tercihi etkileyen ekonomik unsurlar, seyahat acentalarını da yakından ilgilendirmektedir. Turistlerin refah seviyesi arttıkça istek ve talepleri de farklılaşmakta, bu durum da seyahat acentalarının çeşitli ürünler geliştirmesine yol açmaktadır. Ayrıca siyasi ve politik unsurlar da, seyahatleri ve seyahat acentalarını da etkileyebilmektedir.

Sonuç

Özellikle tarihin ilk çağlarından itibaren insanlar, temel ihtiyaçlarını gidermek ve zorunlu sebepler yüzünden seyahat etmiştir. Zorunlu seyahatler, tarihin her döneminde görülse de temel ihtiyaçlarını gidermiş olan toplumlar da çeşitli nedenlerle seyahat etmeye başlamıştır. Seyahat nedenlerinin giderek daha fazla çeşitlenmesinin de etkisiyle, tarih boyunca seyahatleri kolaylaştıran birçok gelişme yaşanmıştır.

Antik Yunan döneminde Olimpiyat Oyunları düzenlenmiş ve bu oyunlara katılmak veya izlemek için bölgeye seyahatler gerçekleştirilmiştir. Romalılar yaptıkları yollar ile seyahatleri kolaylaştırmış ve daha uzun mesafeli ulaşımı mümkün kılmıştır. Orta çağa kadar gelişen süreçte birçok gelişme ve organize olmayan benzeri seyahat hareketleri yaşanmıştır. Bu dönemde sadece aristokrat kesimin katılabildiği Grand Tour'lar ortaya çıkmıştır. Sanayi Devrimi ile birlikte toplumun her kesimi, seyahat etmeye başlamış ve oldukça uzun süren bu turlar kullanım dışı kalmıştır.

Organize seyahatlerin başlangıcı olarak kabul edilen tur girişimleri sonrasında seyahat işletmeciliği faaliyetleri dünyaya yayılmaya başlamıştır. Organize seyahat hareketlerini daha

iyi karayolları ve demiryollarının inşa edilmesi, otomobillerin, yolcu gemilerinin ve uçakların hızlı gelişimi de desteklemiştir. Söz konusu gelişmelerle birlikte turizm sektörü ortaya çıkmış ve insanlar yoğun çalışma hayatından geriye kalan kısıtlı dönemleri seyahat ederek ve tatile çıkarak değerlendirmeye başlamışlardır. Giderek artan turizm hareketlilikleri, neredeyse her ülke için önemli bir gelir kaynağı haline gelmiş ve bu gelirlerin artırılması amacıyla reklam ve tanıtım başta olmak üzere çeşitli stratejiler geliştirilmiştir. Seyahat işletmeleriyle birlikte konaklama, yiyecek-içecek ve ulaştırma işletmeleri turizm sistemi altında hizmet sunmaya başlamış ve bu işletmelerde dünya çapında milyonlarca insan çalışmaya başlamıştır.

Seyahat işletmeciliği ve turistik seyahatler için önemli bir dönüm noktası olarak kabul edilen ve uzun yıllar hizmet veren Tomas Cook'a ayrı bir parantez açmak gerekmektedir. Paket turlar, uzak destinasyonlara seyahat olanakları, farklı kesimlere hitap eden tur çeşitliliği,ödeme kolaylıkları gibi turizm ve seyahat alanında getirdiği birçok yenilikle bilinen Thomas Cook Seyahat Acentası ekonomik ve yönetimsel sorunlar nedeniyle 2019 yılında iflas etmiştir. 2007 yılıyla birlikte Tomas Cook'u iflas etmeye doğru götüren süreç başlamıştır.

XXI. yüzyılda teknolojinin hızlı gelişimi, tüm sektörleri etkilediği gibi turizm sektörünü de etkilemiş ve özellikle seyahat işletmelerinde teknolojik unsurların kullanımını zorunlu hale getirmiştir. Bu gelişmeler, seyahat işletmelerine birçok avantaj sağlamakla birlikte zorlu rekabet şartlarını da beraberinde getirmiştir. Seyahat acentaları, bilgisayarlı rezervasyon sistemleri ve bilgi yönetim sistemleri kullanmaya ve küresel dağıtım sistemlerinin içinde yer almaya başlamıştır (Yüksek, 2013).Turistlerin bilgiye ulaşmasının kolaylaşması ve rekabetin giderek artmasıyla birlikte seyahat işletmeleri için riskli bir ortam oluşmuştur. Günümüzde seyahat işletmelerinin sağladığı hizmetlerde en ufak bir problem yaşayan turistler deneyiminlerini çevrimiçi sitelerde paylaşmakta ve bu durumda işletmenin satışlarını doğrudan etkilemektedir. Turizm ve seyahatin gelişmeye devam etmesinin beklendiği şartlarda seyahat işletmelerinin de bu gelişime ayak uydurması gerekmektedir.

Kaynakça / References

Ahipaşaoğlu, H. S. (2002). *Seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü*. Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları.

Akoğlan Kozak, M., Evren, S. & Çakır, O. (2013). Tarihsel süreç içinde turizm paradigması**.** *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.

Akoğlan Kozak, M. & Bahçe, A. S. (2009). *Özel ilgi turizmi.* Detay Yayıncılık.

Arslantürk, Y. (2015). *Seyahat kavramı ve seyahatin tarihçesi.* Y. Keleş (Eds.), Seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü (1. Baskı, s. 15-53). Grafiker Yayınları.

Atay, L. ve Yıldırım, H. M. (2009). *Türkiye'de seyahat acentacılığının gelişimi.* Ş. Çavuş, Z. Ege ve E. Çolakoğlu (Eds.), Türk turizm tarihi: Yapısal ve sektörel gelişim (s. 119-136). Detay Yayıncılık.

Avcıkurt, C., Köroğlu, A. ve Sarıoğlan, M. (2009). *Türk turizminin dünya turizmindeki yeri.* Ş. Çavuş, Z. Ege ve

E. Çolakoğlu (Eds.), Türk turizm tarihi: Yapısal ve sektörel gelişim (s. 1-14). Detay Yayıncılık.

Bahçe, A. S. (2012). *Tur planlaması ve yönetimi* (2. Baskı). Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları.

Balta, S. & Altıntaş, V. (2010). *Seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü.* Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları.

Black, J. (2011). *The British and the grand tour.*Taylor & Francis E-Library.

Buhalis, D. & Costa, C. (2005). *Tourism business frontiers.* Butterworth Heinemann.

Buluk, B. & Özkök, F. (2016). Küreselleşme hareketlerinin turizm endüstrisine etkileri. *Akademik Bakış Dergisi*, 54, 37-53.

Camilleri, M. A. (2018). *Travel marketing, tourism economics and the airline product: An introduction to theory and practices.*Springer.

Chen, M., Mao, S., Zhang, Y. & Leung, V. C. M. (2014). *Big data: Related technologies, challenges and future prospects.* Springer.

Cook, R. A., Hsu, C. H. C. & Taylor, L. L. (2018*). Tourism the business of hospitality and travel* (6. Baskı). Pearson.

Cornelissen, S. (2005). *The global tourism system.* Ashgate.

Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research,* 6(4), 408-424.

Çeken, H. (2003). *Küreselleşme, yabancı sermaye ve Türkiye turizmi.* Değişim Yayınları.

Demir, M. (2017). *Seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü.* Detay Yayıncılık.

Devlet Hava Meydanları İşletmesi. (2022). Türkiye'nin Havalimanı Yolcu Trafiği. https://www.dhmi.gov.tr/Sayfalar/Haber/aralik-ayinda-yaklasik-5-milyon-yolcu-hava-yolunu-kullandi.aspx.

Dinçer, M. & İstanbullu Dinçer, F. F. (2011). Türkiye'de konaklama sektörünün gelişimi ve başlıca sorunları üzerine bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 47(1-4), 45-57.

Dunn Ross, E. & Iso-Ahola, S. E. (1991). Sightseeing tourists' motivation and satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 226-237.

Erkmen, A. (2019). *Uluslararası turizmin tarihi gelişim süreci.* A. Akın (Eds.), Uluslararası Turizm Uygulamaları (1. Baskı, s. 5-34). İKSAD Yayıncılık.

Euben, R. L. (2006). *Travel, theory and the search for knowledge: 'Islamic' and 'western' journeys to the other shore.*Princeton University Press.

Goeldner, C. & Ritchie, B. (2006). *Tourism, principles, practices, philosophies.* John Wiley & Sons.

Güçlü, C. ve Çorbacı, A. (2020). *Organize seyahatlerin düzenleyicisi olarak seyahat acentaları.*R. Arıca ve D. Kodaş (Eds.), Seyahat acentacılığı teknolojik değişimin seyahat acentalarına yansımaları (1. Baskı, s. 6-15). Detay Yayıncılık.

Gürdal, M. (1995). *Turizm ulaştırması.* Karınca Matbaası.

Hacıoğlu, N. (2016). *Seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü* (8. Baskı). Nobel Akademik Yayıncılık.

Hudman, L. E. (1980). *Tourism: A shrinking world.*Grid Publications.

International Air Transport Association (IATA). (2020). Annual Review 2020.

https://erdemzengin.com.tr/index.php/2020/04/28/iki-kapili-bir-han-sultanhani/

https://www.iata.org/contentassets/c81222d96c9a4e0bb4ff6ced0126f0bb/iata-annual-review-2020.pdf.

https://kayiprihtim.com/liste/marco-polo-hakkinda-bilgi/.

https://kaynaklarlatarih.blogspot.com/2019/02/.

https://perapalace.com/hakkimizda.

https://tr.wikipedia.org/wiki/Via_Appia#/media/.

https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye_Turing_ve_Otomobil_Kurumu.

https://www.dunya.com/sirketler/thy-.

https://www.flickr.com/photos/saltonline.

https://www.kamprota.com/dunyada-ilk-ucak-yolculugu/.

https://www.kobipostasi.net/mobil/single.php?haber=109433.

https://www.shutterstock.com/tr/editorial/image-editorial/mr-vladimir-raitz.

International Civil Aviation Organization (ICAO). (2018). Annual Report 2018. https://www.icao.int/annual-report-2018/Pages/the-world-of-air-transport-in-2018-statistical-results.aspx.

International Union of Railways (UIC). (2022). High-speed rail history. https://uic.org/passenger/highspeed/article/high-speed-rail-history

Ivanov, S., Webster, C. & Berezina, K. (2017). Adoption of robots and service automation by tourism and hospitality companies. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 27(28), 1501-1517.

İçöz, O. (2003). *Seyahat acentaları ve tur operatörlüğü yönetimi.*Turhan Kitabevi.

Kafa, N. (2020). *Seyahat olayı ve seyahat acentacılığı.* R. Arıca ve D. Kodaş (Eds.), Seyahat acentacılığı teknolojik değişimin seyahat acentalarına yansımaları (1. Baskı, s. 6-15). Detay Yayıncılık.

Karayolları Genel Müdürlüğü. (2021). Kurumsal yol ağı. https://www.kgm.gov.tr/Sayfalar/KGM/SiteTr/Kurumsal/YolAgi.aspx.

Kaya, B. & Buldu, S. (2018). *Seyahat Acentaları Birliği'nin (TÜRSAB) tarihi.* N. Kozak (Eds.), Türkiye turizmi, dünden bugüne Türkiye'de turizm (1. Baskı, s. 317-344). Detay Yayıncılık.

Kaya, İ. (2009). *Türkiye'de turizm örgütlenmesi.* Ş. Çavuş, Z. Ege ve E. Çolakoğlu (Eds.), Türk turizm tarihi: Yapısal ve sektörel gelişim (s. 203-220).

Kim, H., Sultana, S. & Weber, J. (2018). *A geographic assessment of the economic development impact of Korean high-speed rail stations.* Transport Policy, 66, 127–137.

Komroff, M. (2001). *The travels of Marco Polo.* The Modern Library.

Kozak, N. (2012). *Genel turizm bilgisi.* Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Kozak, N., Kozak, M. A. & Kozak, M. (2020), *Genel turizm: İlkeler-kavramlar* (2. Baskı). Detay Yayıncılık.

Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390-407.

Lew, A. A., Hall, C. M. & Timothy, D. J. (2008). *World geography of travel and tourism a regional approach.* Butterworth-Heinemann.

Lomine, L. (2005). *Tourism in Augustan society.* J. K. Walton (Eds.). Histories of tourism: Representation, identity and conflict. Channel View Publications.

Mason, P. (2003). *Tourism impacts, planning and management.* Elsevier Butterworth-Heinemann.

Mayo, E. J. & Jarvis, L. P. (1981). *The psychology of leisure travel, effective marketing and selling of travel services.* CBI Publishing.

Mısırlı, İ. (2018). *Seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü* (6. baskı). Detay Yayıncılık.

Otto, M. (2010). *Feasibility study and future projections of suborbital space tourism at the example of Virgin Galactic.* Diplomica.

Page, S. J. (2007). *Tourism management: Managing for change.* Elsevier Butterworth Heinemann.

Pearce, P. (1988). *The ulysses factor: Evaluation visitors in tourist settings.* Springer-Verlag.

Peköz, M. & Yercan, Ş. (1998). *Seyahat işletmeleri.* Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.

Plog, S. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), 55-58.

Pond, K. L. (1993). *The Professional Guide.* Van Nostrand Reinhold.

Roney, S. A. (2011). *Turizm: Bir sistemin analizi.* Detay Yayıncılık.

Seçkiner, M. H. (2020). Seyahat özgürlüğünün anlamlandırılması bağlamında seyahat kavramının Kur'ân-ı Kerîm perspektifinden analizi. *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 22(42), 511-538.

Sezer, H. (2003). Osmanlı İmparatorluğu'nda seyahat izinleri (18-19. Yüzyıl). *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 22(33), 105-124.

Sharpley, R. (2006). *Travel and tourism* (1. Baskı). Sage Publication.

Swarbrooke, J. &Horner, S. (2001). *Business travel and tourism.*Butterworth-Heinemann.

Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü. (2021). Kurumsal tarihçe. https://web.shgm.gov.tr/tr/kurumsal/1--tarihce.

Swaddling, J. (2004). *Antik Olimpiyat Oyunları* (Çev. Gürün B.). Homer Kitabevi.

Şahbaz, R. P. (2013). *Türkiye'de turistik amaçlı ulaştırma sektörünün gelişimi.* Ş. Çavuş, Z. Ege ve E. Çolakoğlu (Eds.), Türk turizm tarihi: Yapısal ve sektörel gelişim (s. 137-161). Detay Yayıncılık.

Towner, J. (1985). The grand tour: A key phase in the history of tourism. *Annals of Tourism Research*, 12, 297-333.

Turna, N. (2019). Geç dönem Osmanlı İmparatorluğu'nda seyahat varakaları ve kadınlar.*Osmanlı Mirası Araştırmaları Dergisi*, 6(14), 155-177.

T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı. (2019). Denizcilik Genel Müdürlüğü 2019 yılı deniz ticareti istatistikleri. https://denizcilik.uab.gov.tr/uploads/pages/yayinlar/deniz-ticaret-istatistikleri-2019.pdf.

Theobald, F. W. (2005). *The meaning, scope and measurement of travel and tourism.*F. W. Theobald (Eds.). Global tourism. Elsevier Butterworth-Heinemann (s. 5-25).

T.C. Kalkınma Bakanlığı (2018). *Özel ihtisas komisyonu raporu*, *On Birinci Kalkınma Planı*.https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2020/04/UlastirmaOzelIhtisasKomisyonuRaporu.pdf.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB). Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, *Turizm istatistikleri*. https://yigm. ktb.gov.tr/TR-232959/arastirma-ve-raporlar.html

The World Bank. (2022). Air transport, passengers carried. https://data.worldbank.org/indicator/IS.AIR.PSGR?end=2020&start=1982.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2006). Karayolu ile yapılacak olan yolcu taşımaları. https://www.tursab.org.tr/haberler/karayolu-ile-yapilacak-olan-yolcu-tasimalari_387.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2010). Dünden bugüne seyahat acentaları. http://www.tursab.org.tr/tr/seyahat-acentaları/dunden-bugune-seyahat-acentaları_501.html.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2019). Turizme giriş seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü. https://www.tursab.org.tr/assets/pdf/turizme-giris-seyahat-acentaligi-ve-tur-operatorlugu.pdf.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2014). Türkiye kruvaziyer turizmi raporu. https://www.tursab.org.tr/haberler/tursab-turkiye-kruvaziyer-turizmi-raporu_10714.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2008). International recommendations for tourism statistics 2008, UN Publications.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). Faits saillants du tourisme, https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416219.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2021). 020: Worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals.https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals.

Ünlüönen, K. & Kılıçlar, A. (2004). Ekonomik yansımalarıyla Türk turizminin seksen yılı.*Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 131-156.

Witt, F. S. &Moutinho L. (1989). *Tourism and marketing management handbook.* Prentice Hall Int.

Yeoman, I. (2008). *Tomorrow's tourists: Scenarios & trends, world tourism in 2030.* Taylor & Francis.

Yüksek, G. (2013). Bilgi teknolojilerinin gelişimi, seyahat işletmeleri ve küresel dağıtım sistemi örneği.*İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 4(1), 53-68.

Zengin, B. & Eker, N. (2019). Turist rehberliği meslek kanununun profesyonel turist rehberlerince değerlendirilmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 142-156.

Zuelow, E. G. E. (2016). *A history of modern tourism.*Palgrave.