



## Global Distribution Systems And Airline Companies Küresel Dağıtım Sistemleri ve Havayolu Şirketleri

Ebru BAĞCI<sup>a</sup>, Merve AYCAN<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Department of Civil Aviation, Beykent University, Istanbul, Turkey. ORCID: 0000-0002-2763-069X

<sup>b</sup>Department of Tourist Guidance, Istanbul Arel University, Istanbul, Turkey. ORCID: 0000-0002-1417-4998

### Abstract / Öz

Globalization and the development of information systems have brought many changes in economic and social life. Changes in business life have gradually affected the sectors. The basic principle of competitiveness, the importance of which is increasing day by day in the global economy, is that businesses need to get help from information systems in order to make a difference and provide superiority. One of the first sectors to be affected by these changes in the aviation sector. Communication theorist McLuhan defines the development of information technologies and communication networks as “the world is a global village”. The village here is a concept used to describe the world evolving into the electronic culture. This situation has also increased the competition between businesses. The competitive environment and electronic culture have also caused the manual systems used in the travel industry to become electronic by adapting them to the environment. One of the auxiliary information systems used in this sense is Global Distribution Systems. Global Distribution Systems entered our lives in the 1980s. These systems have an important place in travel businesses. For businesses, being involved in global distribution systems means maintaining the existence of businesses and increasing their profitability. The aim of this study is to determine the status of global distribution systems used in airline companies and to convey the operation of these systems. The research consists of a literature review. In this context, the descriptive analysis method was preferred in the research. In the descriptive analysis, the previously obtained findings are summarized under the headings as they were obtained. The study aims to fill an important gap in order to understand the working principles of GDS systems.

*Küreselleşme ve bilgi sistemlerindeki gelişme, ekonomik ve sosyal yaşamda değişiklikleri beraberinde getirmiştir. İş yaşamındaki değişiklikler sektörleri kademeli olarak etkilemiştir. Küresel ekonomide önemi her geçen gün artan rekabet edebilirliğin temel ilkesi, işletmelerin fark yaratarak üstünlüğün sağlanması için bilgi sistemlerinden yardım almaları gerekmektedir. Bu değişikliklerden etkilenen ilk sektörlerden biri de havacılık sektörüdür. İletişim kuramcısı McLuhan bilişim teknolojileri ve iletişim ağlarının gelişimini “dünya küresel bir köydür” şeklinde tanımlamaktadır. Burada bahsedilen köy kırsallık kavramına karşılık gelen köy değil, elektronik kültüre evrilen dünyayı tanımlamak için kullanılan bir kavramdır. Bu durum işletmeler arasındaki rekabeti de arttırmıştır. Rekabet ortamı ve elektronik kültür seyahat sektöründe kullanılan manuel sistemlerin de ortama uyumlaştırılarak elektronikleşmesine neden olmuştur. Bu anlamda kullanılan yardımcı bilgi sistemlerinden biri de Küresel Dağıtım Sistemleridir. Küresel Dağıtım Sistemleri 1980’lerde hayatımıza girmiştir. Bu sistemler, seyahat işletmeleri üzerinde önemli bir yer sahibidir. İşletmeler açısından küresel dağıtım sistemlerine dahil olmak, işletmelerin varlığını devam ettirmek ve karlılığını arttırmak anlamı taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, havayolu şirketlerinde kullanılan küresel dağıtım sistemlerinin durum tespitinin yapılması ve bu sistemlerin işleyişinin aktarılmasıdır. Araştırma, derleme çalışmasından oluşmaktadır. Bu bağlamda araştırmada betimsel analiz yöntemi tercih edilmiştir. Betimsel analiz, daha önce elde edilen bulgular, elde edildiği şekliyle başlıklar altında özetlenerek aktarılır. GDS sistemlerinin çalışma prensiplerini anlamak adına çalışma önemli bir boşluğu doldurma amacı taşımaktadır.*

**To cite:** Bağcı E. & Aycan M. (2021). Global Distribution Systems And Airline Companies. *Geographies, Planning & Tourism Studios*, 1(1):54-62. DOI: 10.5505/gpts.2021.76486

### Article History

Received : 12.06.2021

Accepted : 30.06.2021

### Keywords

CRS, GDS, the system of information, airway companies, tourism

### Corresponding Author

E. Bağcı:

bagciebru@hotmail.com



## 1. Giriş

Sermayenin uluslararası akışkanlığının hızlanması, dünya çapında iş birliklerinin artması ve ülkelerin ekonomik yapılarının değişmesiyle birlikte dünya küreselleşme sürecine girmiştir. Küreselleşmenin temelinde bilişim teknolojileri yer almaktadır. Bilişim teknolojileri, bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bilgi

<sup>1</sup>McLuhan, 1964:101

\*Bu çalışmanın özeti MITCON’2020’de sunulmuş ve özeti de bildiri kitapçığında yayınlanmıştır. This study was presented in MITCON’2020 and its abstract published in the abstract book.

ve iletişim teknolojileri, işletmelerin sunduğu ürün ve hizmet arzlarına ulaşmak, rezervasyonları gerçekleştirmek ve kurumsal performanslarını yönetmeye izin vermek için tasarlanmıştır (Page, 2016: 259). Bilişim teknolojileri örgütlere karar ve kontrol süreçlerinde destek olmaktadır. Aynı zamanda konaklama, seyahat, havayolu işletmeleri gibi işletmelerin yönetim ve üretim süreçlerinde yenilikleri kullanma, pazarda rekabet gücünü artırma ve pazarlama faaliyetlerinde katkıda bulunmaktadır (Yüksek, 2013: 54). 1950'li yıllarda turizme destek sağlayan kamu kurum/kuruluşlarının ve turizm işletmelerinin bilgi ve iletişim teknolojilerine yatırımları başlamıştır (Kuşat, 2011: 120). Küreselleşmeyle birlikte uluslararası coğrafi sınırlamaların ortadan kaldırılması, dünyanın tek büyük bir pazar haline gelmesi, kültürel, sosyal ve siyasal yapılar arasındaki çok boyutlu ilişkilerin bir bütünlük içerisinde ele alınması turizm sektörünü önemli derecede etkilemiştir (Balay, 2004: 63; Akbulut, 2009: 201; Atsız ve Kızıllırmak, 2016; Garda, Temizel ve Temizel, 2017: 30). Bu kapsamda bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerde büyük bir ivme kazanmıştır. Günümüzde bilişim teknolojilerinin kullanımı bir zorunluluk halini almıştır. Bilişim teknolojilerinden faydalanamayan işletmeler, zarar etmenin yanı sıra faaliyetlerini sonlandırmaya varabilecek tehlikelerle karşı karşıya kalmaktadır. Bilgi sistemleri talep tahminleri yaparak gerekli önlemleri almak, mevcut ve potansiyel pazar ile etkileşimin artırılması, uzun dönemde sürekliliği sağlamak ve en uygun seçeneklerin değerlendirilmesi açısından oldukça önemlidir. Bilgi ve iletişim teknolojileri turizmde tüketicilerin bilgiye olan gereksinim yoğunluğundan dolayı otel rezervasyonları oluşturma, rehberlik hizmetleri, bilet rezervasyon-satış, oda kiralama, gibi pek çok alanda sıkça kullanılmaktadır. Seyahat sektörü de uluslararası niteliği olan ve küreselleşmeden oldukça etkilenen önemli alanlardan biridir. Uluslararası seyahatler ulaştırma, bilgi iletişim teknolojileri ve internetteki gelişmelerin etkisiyle giderek artmaktadır (Zengin, Şengel ve Yılmaz, 2017: 31). Küreselleşme ve bilgi iletişim teknolojilerinde gelişmelerle birlikte dünyadaki yeni yapılanma ve değişimler tüm sektörleri farklı bir oluşumun içerisine sürüklemiştir (Cerovic, Vukadinovic ve Knezevic, 2015: 47). Sektörde büyük oranda bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanıldığı alanlardan biri de havayolu işletmeleridir. Bu çalışmada küreselleşen dünyada rekabet üstünlüğü sağlamak için kullanılan sistemlerden biri olan küresel dağıtım sistemlerinin kullanım alanlarına ve bu sistemlerin havayolu firmalarında kullanımının önemine değinilmiştir.

## 2. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu çalışmanın temel amacı, havayolu şirketlerinde kullanılan küresel dağıtım sistemlerinin durum tespitinin yapılması ve bu sistemlerin işleyişinin aktarılmasıdır. Araştırma, derleme çalışmasından oluşmaktadır. Bu bağlamda araştırmada betimsel analiz yöntemi tercih edilmiştir. Betimsel analiz, daha önce elde edilen bulgular, elde edildiği şekliyle başlıklar altında özetlenerek aktarılır. Betimleme yöntemi; Olayların, objelerin, varlıkların, kurumların, grupların ve çeşitli alanların "ne" olduğunu betimlemeye, açıklamaya çalışan incelemelerdir. Mevcut durumları, koşulları ve özellikleri aynen ortaya koymaya çalışır. Mevcut olayların daha önceki olay ve koşullarla ilişkilerini de dikkate alarak, durumlar arasındaki etkisini açıklamaya çalışmaktadır (Kaptan 1977: 129).

## 3. Kavramsal Çerçeve

### 3.1. Küresel Dağıtım Sistemleri (GDS-Global Distribution System)

Ürünlerin, doğru yer ve miktarlarda, tam zamanında bulunmasını sağlamak dağıtım kanallarının amacıdır (Wayne & Berthon, 2000: 425). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin seyahat sektöründeki gelişmelerine bakıldığında, öncelikli olarak merkezi rezervasyon sistemleri (CRS), daha sonra küresel dağıtım sistemleri (GDS) ortaya çıkmıştır. Teknolojinin daha etkin olarak kullanılması 1970'li yıllarda gerçekleşmiştir. Bu dönem merkezi rezervasyon sistemleri ile başlayıp, 1980'lerde küresel dağıtım sistemleri 1990'lı yıllarda internetin tüketiciler tarafından kullanılmasıyla devam etmiştir (Birkan, 1998: 29; Pemberton, Stonehouse & Barber, 2001: 60; Kurgun, Kurgun & Güripek, 2007: 2; Bohur & Kiralı, 2015: 87; Akyol & İbiş, 2017: 287). Küresel dağıtım sistemleri; turizm-otelcilik alanları ve havayolu firmaları gibi firmaların yoğunlukla kullandığı web rezervasyon motorları ve internet tabanlı tüm dağıtım kanallarını kapsayan elektronik seyahat dağıtımını olarak da adlandırılan sistemlerdir (<https://www.dersimiz.com/terimler-sozlugu>). Başka bir tanıma göre ise küresel dağıtım sistemleri; araç kiralama şirketleri, tur operatörleri, havayolu şirketleri, oteller vb. farklı rezervasyon sistemlerinin birleşmesiyle ortaya çıkan sistemlerdir (Yüksek, 2013).

Bilgisayarların 1950'li yıllarda seyahat sektörüne girişiyle birlikte hızlı ve etkin olarak kullanılabilen bir sistem olan "Merkezi Rezervasyon Sistemleri" kurulmuş ve 1970'lerde geliştirilmiştir (Uğurlu, 2013: 243; Bohur & Kiralı, 2015: 90). Turizm ve seyahat endüstrisinde oldukça yoğun kullanılan "Bilgisayarlı Rezervasyon Sistemleri" adı verilen ve İngilizce kısaltması CRS (Computerized Reservation Systems) olarak adlandırılan sistemdir (Mısırlı, 2010: 33). Merkezi rezervasyon sistemleri, turizm işletmelerinin bilgilerini uzak satış ofislerine elektronik olarak aktaran bir dağıtım

kanalıdır (Buhalis & Licata, 1998: 412) . Başka bir ifadeyle turistik ürünleri, tüketicilere daha hızlı ve kolay bir şekilde ulaştırmak amacıyla kurulan dağıtım kanalıdır (Uğurlu, 2013: 243). Havaçılık endüstrisindeki hızlı büyüme havayolları ile seyahat acentaları arasındaki iletişim ihtiyacını daha da artırmış, bu gelişmeler neticesinde bilgisayarlı rezervasyon sistemleri (CRS) ortaya çıkmıştır. 1970-1980 yılları arasında ABD’de American Airlines Sabre’yi, United Airlines Appollo’yu, Transworld Airline<sup>2</sup> PARS’I, Continental Airlines System One’ı ve Delta Airlines DATAS II sistemlerini kullanmaya başlamışlardır (Beatrice, Cezar & Alexandra, 2013: 8). Avrupa bölgesinde de benzer gelişmeler yaşanarak, sistemler ulusal havayolu işletmeleri tarafından geliştirilmeye başlanmıştır. Galileo (British Airways, Swiss Air, KLM ve Alitalia’dan, Appolo yazılımına dayalı) ve Amadeus (Air France, Iberia, Lufthansa ve SAS’tan, System One yazılımına dayalı) 1987’de tasarlanmıştır (Beatrice, Cezar & Alexandra, 2013: 8). Asya pazarı ise Quantas & JAL, Fantasia tarafından SABER yazılımına dayalı olarak oluşturulmuş ve Singapur Havayolları, Thai ve Cathay Pacific, sistemleri Abacus için yazılım olarak PARS’I seçmiştir (Beatrice, Cezar & Alexandra, 2013: 8). Sayıdaki artışın yanı sıra havayolu sistemleri işlevsellik olarak da gelişmeye başlamıştır. Bu sistemler ilk etapta, yalnızca havayolları için bilet satışı gerçekleştirmiştir. Böylece uçuş satabileceği destinasyonların sayısı artmış acentalar için büyük bir fırsat oluşmuştur (Beatrice, Cezar & Alexandra, 2013: 9). Sistemler, her bir havayoluna özel olduğu için seyahat acentaları sadece o havayolunun uçuş yaptığı yere bilet satabilmektedir. Ancak uçuşlar arasındaki farklı bağlantıları yapabilmek için sistemleri değiştirmek veya manuel yöntemle geçmek zorunda kalıyorlardı (Beatrice, Cezar & Alexandra, 2013: 9).

Merkezi rezervasyon sistemleri 1980’lerin ortalarından itibaren coğrafi kapsamını genişleterek diğer işletmelerle yatay ve dikey birleşmeler yaşamıştır (Akyol & İbiş, 2017: 289). Bu gelişimlerin devamında seyahat acentalarının faaliyetlerini en kısa zamanda, en iyi şekilde, daha az maliyetle ve garanti rezervasyonlu olmasına imkan tanıyan ‘Küresel Dağıtım Sistemleri’ yerini almıştır (Hançer & Ataman, 2006). Sistemler daha fazla sayıda uçuşa erişebilme, daha işlevsel ve düşük ölçekli hale gelerek, bölgesellikten küreselliğe dönüşmüştür (Beatrice, Cezar & Alexandra, 2013: 9).

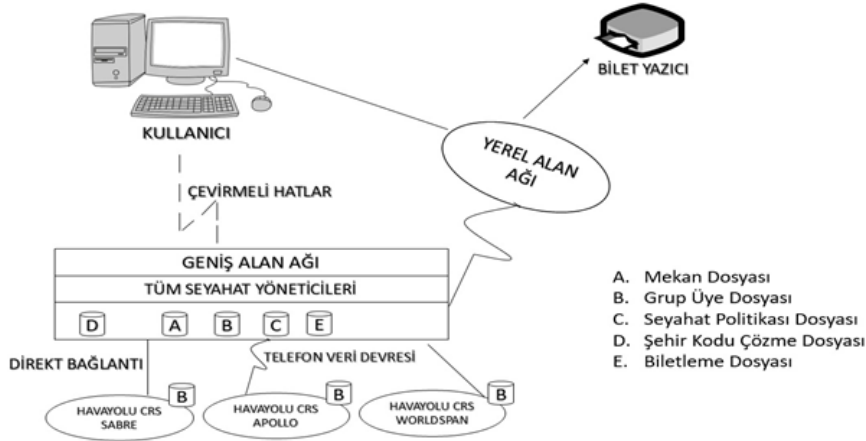
Küresel dağıtım sistemi, ürünlerin dağıtılması ve dünyanın farklı ülkelerindeki sistemlere dahil olmak için bir veya birden fazla merkezi rezervasyon sisteminin bir araya gelmesidir (Kurgun, 2003: 48). Başka bir ifadeyle merkezi rezervasyon sistemleri daha da gelişerek global rezervasyon sistemleri halini almıştır.

Örneğin; Sabre (ilk GDS), American Airlines’a bağlı merkezi rezervasyon dağıtım sistemi iken, birçok havayolu işletmesi, zincir otel, kruvaziyer gemi ve oto kiralama şirketlerinin kendi sistemlerine bağlanması ile global sisteme dönüşmüştür (Uğurlu, 2013: 244). Bu anlamda farklı rezervasyon sistemlerinin bir araya getirilmesiyle (tur operatörleri, havayolu işletmeleri, araba, oteller, kiralama şirketleri vb.) ortaya çıkan sistemler, küresel rezervasyon sistemleridir (Yarcan, 1998: 117). Küresel dağıtım sistemleri kavramı, ürün dağıtımı ve dünyanın farklı bölgelerinde ki sistemlere dahil olmak için bir veya daha fazla merkezi rezervasyon sistemini ifade etmektedir. Bu sistemler aracılığıyla seyahat acentaları, otellere ya da uçaklara çevrimiçi rezervasyon yapabilmektedir (Kracht & Wang, 2010: 739). Ayrıca bu sistemler işletme maliyetlerini azaltıp, işletmelerin verimliliği artırmaktadır (Bohur & Kiralı, 2015: 90; Akyol & İbiş, 2017: 289). Küresel dağıtım sistemleri, otellerin, havayollarının, araç kiralama ve gemi seyahati şirketlerinin erişilebilirliği önemli ölçüde artırarak, küresel turizm ve seyahat endüstrisi canlandırmıştır. Bu dönemde tüm dünya da seyahat acentaları büyüme göstermiştir (Thakran & Verma, 2013). Bu durum zaman içerisinde işletmeler arasındaki rekabeti önemli derecede arttırdı ve dağıtım sistemlerine araçlar eklenmeye başlamıştır.

Günümüzde turistik ürün satın almak isteyen herkes internet yoluyla küresel rezervasyon sistemlerine bağlanabilmekte (Uğurlu, 2013: 244) ve bu sistemler aracılığıyla seyahat acentaları, otellere ya da uçaklara çevrimiçi rezervasyon yapabilmektedir (Kracht & Wang, 2010: 739). Küresel dağıtım sistemleri çok sayıda işletme ile bağlantılı olmasından dolayı karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu karmaşık olarak görünen yapıya rağmen küresel dağıtım sistemleri, iş sistematizasyonunun oluşturulmasında, bilgi aktarma ve gerekli iletişimin sağlanmasında arz ve talep sağlayıcılarını karşılaştıran sistemlerdir (Yüksek, 2013: 60). Havayolu şirketlerinin değişik bölge ve ülkelerdeki kendi satış büroları ile düzenli iletişim sağlamak amacıyla geliştirdikleri küresel dağıtım sistemlerine, seyahat acentaları, oteller ve araba kiralama işletmelerini de katarak bütünleşmiş bir yapı kazanmıştır (Öğüt, Güleş & Çetinkaya, 2003: 260). Seyahat acentalarının sıklıkla kullandığı küresel dağıtım kanalları seyahat organizasyonlarının yapılmasını oldukça kolaylaştırmaktadır. Çok hızlı ve kapsamlı olan ‘Galileo, Amadeus’ gibi sistemler sayesinde yalnız uçak bileti organizasyonları değil, eğlence yerleri biletleri, araba kiralama gibi organizasyonlar da sağlanabilmektedir (Birkan, 1998: 29). Küresel dağıtım kanallarının sağladıkları en önemli avantaj rezervasyon için acil bilgi temin edilmesi ve rezervasyon onayının o an içinde yapılabilmesidir (Emmer, Wilkinson & Moore, 1993).

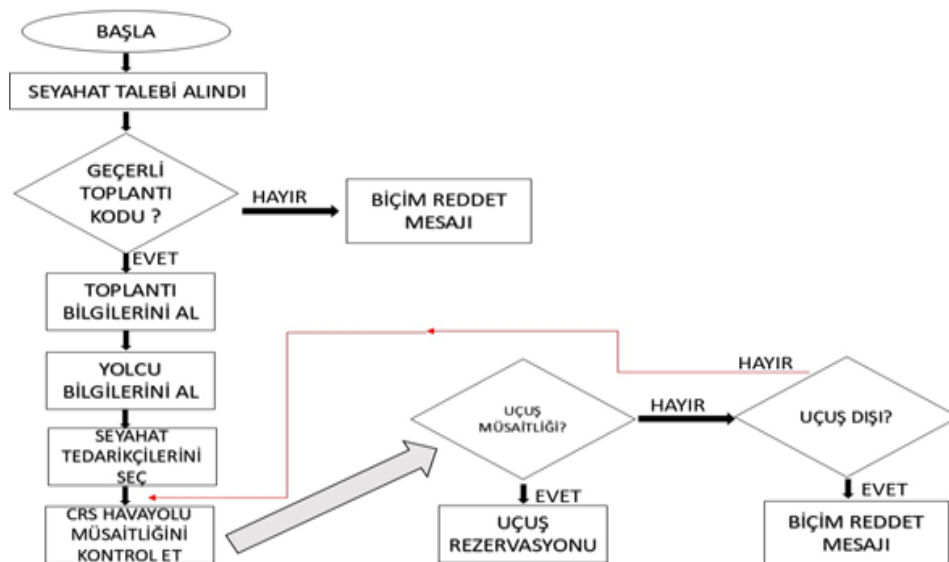
<sup>2</sup> CRS: “Computerized Reservation Systems”, “Central Reservation Systems” olarak kullanılmaktadır. Dolayısı ile Türkçe “Bilgisayarlı Rezervasyon Sistemleri”, “Merkezi Rezervasyon Sistemleri” şekilleri ile kullanılmaktadır. Farklı kavram olarak kullanılmamaktadır. İki şeklinin de kullanımı doğrudur.

Küresel dağıtım sistemlerinin çalışma şekli ve genel yapısı aşağıdaki şekillerle modellenmiştir (Garback, 1993). Kullanıcı sahip olduğu internet ağı üzerinden tüm seyahat yöneticilerinin önceden tanımladığı bilgilerin sunulduğu (A, B, C, D, E) rezervasyon sistemine bağlanmaktadır. Yaptığı işlemlerin sonucunda bilet yazıcısı ya da genel yazıcı aracılığıyla rezervasyon dökümünü almaktadır (Şekil 1).



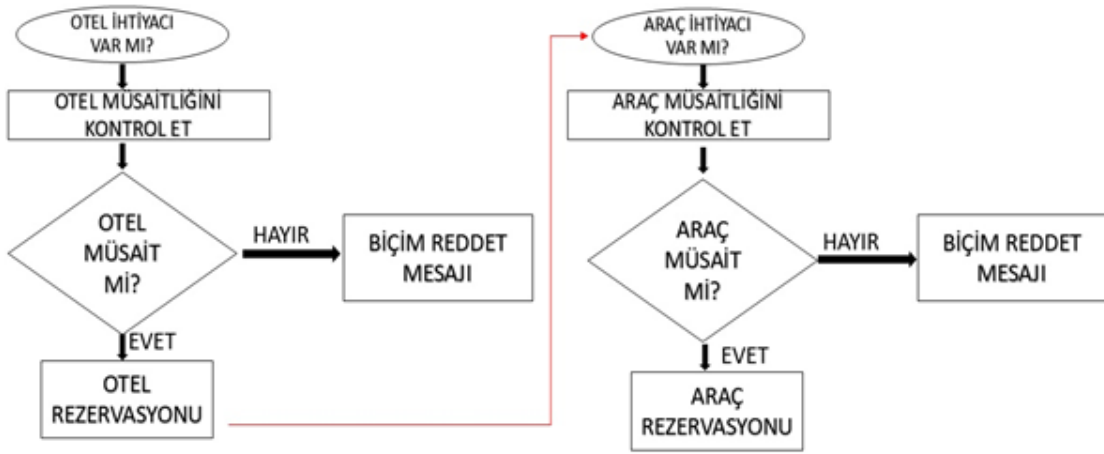
Şekil 1. Küresel Dağıtım Sistemlerinde İşleyiş (Kaynak: Şekil yazarlar tarafından oluşturulmuştur.)

Küresel dağıtım sistemi üzerinden rezervasyon talebinde bulunan bireysel kullanıcı, geçerli bir toplantı kodunu sistemde sorgular (gidilecek destinasyon, destinasyona ulaşım da kullanılacak araç, bu aracın uygunluk durumu vb.) ve sonrasında sisteme, kendisine ait kişisel bilgi girişini yaparak seyahat tedarikçisini seçmektedir. Seçimdeki duruma göre ya rezervasyonunu tamamlar ya da tekrardan seyahat tedarikçisi alanına geçerek yeni bir seçim yapmaktadır (Şekil 2).



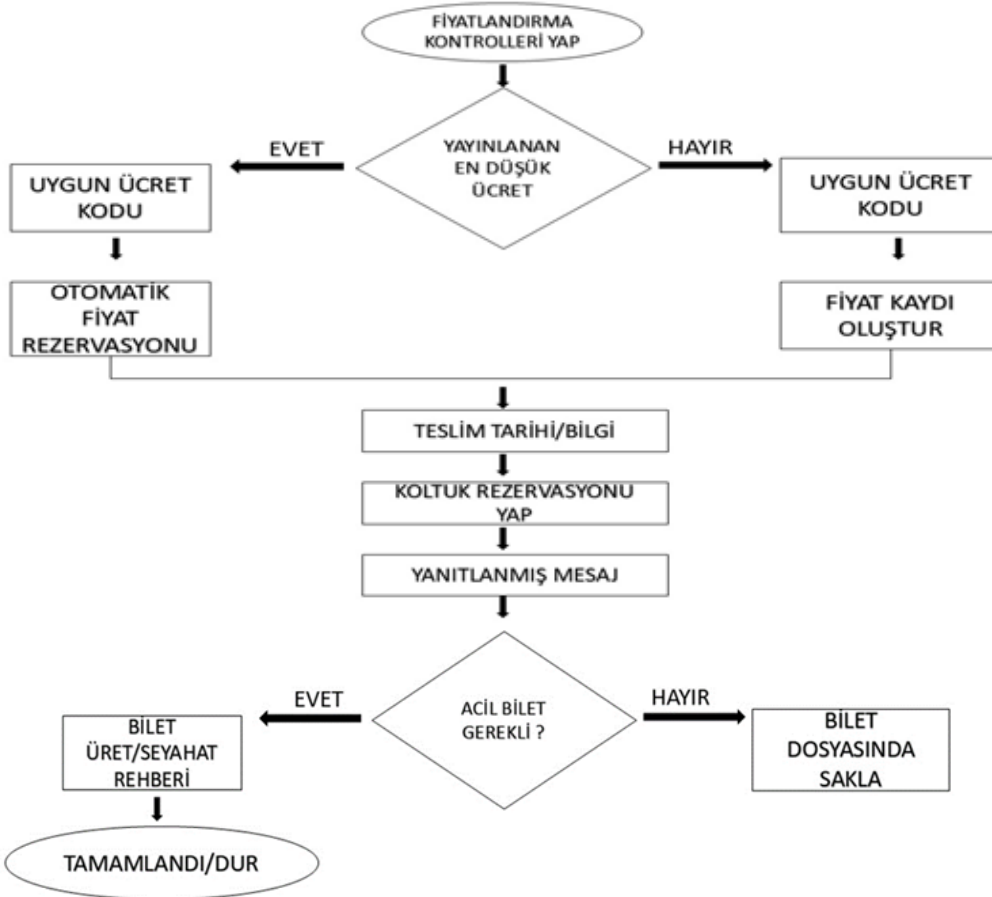
Şekil 2. Bireysel Kullanıcının Küresel Dağıtım Sistemindeki Temel Hareketleri (Kaynak: Şekil yazarlar tarafından oluşturulmuştur.)

Uçuş rezervasyonu ile biten işlem sonrası Şekil 3'de görüldüğü üzere küresel dağıtım sistemi bireysel kullanıcının otel ihtiyacını sorgulamaktadır. Soru neticesinde otelin uygunluğunun olması durumunda rezervasyon tamamlanmaktadır. Rezervasyon neticelendiğinde bireysel kullanıcının araç ihtiyacı sorgulanır. Aracın müsait olması durumunda araç rezervasyonu tamamlanmaktadır (Şekil 3).



Şekil 3. Bireysel Kullanıcının Küresel Dağıtım Sistemindeki Temel Hareketleri-2 (Kaynak: Şekil yazarlar tarafından oluşturulmuştur.)

Rezervasyon işlemlerini tamamlayan kullanıcı, fiyatlandırma kontrolü alanına geçiş yapmaktadır. Alanda en düşük ücreti bulması durumunda ya da fiyat kaydı yapması durumunda rezervasyon tarih ve saat bilgileri kaydedilmektedir (rezervasyonun yapıldığı an ve rezervasyon tarihi vb. bilgiler). Bu kayıt sonrası kullanıcı, koltuk rezervasyon alanına geçiş yapmaktadır. Kullanıcının acil bilet ihtiyacı yoksa üretilen bilet saklanır, varsa bilet üretilip seyahat rehberine geçiş sağlanarak rezervasyon tamamlanmaktadır (Şekil 4).



Şekil 4. Bireysel Kullanıcının Küresel Dağıtım Sistemindeki Temel Hareketleri-3 (Kaynak: Şekil yazarlar tarafından oluşturulmuştur.)

### 3.2. Havayolu İşletmeleri

Hava araçları vasıtasıyla ticari amaçlı, belirli hatlar üzerinde belirli ücret karşılığında yolcu veya yük veya ikisinin birlikte taşınmasını yapan işletmeler ile ticari hava taşımacılığı kapsamı dışında olan yolcu ve yük taşımacılığı ile ücret karşılığı olup olmadığına bakılmaksızın eğitim faaliyetlerini yürüten ve havacılık işi yapan işletmelere hava taşıma işletmeleri denilmektedir (SHGM, 2018). 2013 Kasım'da yayımlanan Ticari Hava Taşıma İşletmeleri Yönetmeliği (SHY-6A)'ne göre; "koltuk kapasitesi yirmi ve üzeri olan uçaklarla yolcu taşımacılığı ile sadece yük taşımacılığı yapan ticari hava taşıma işletmeleri" şeklinde tanımlanmıştır (SHGM, 2013). Hava işletmeleri dört gruba ayrılmaktadır;

- Havayolu İşletmesi
- Hava Taksi
- Genel Havacılık
- Balon İşletmeleri

Sadece yolcu ve yük taşımacılığı yapan, koltuk kapasitesi yirmi ve üzerinde olan ticari hava taşıma işletmelerine havayolu işletmeleri denir (SHGM, 2018). Havayolu işletmeleri geleneksel havayolu işletmeleri, düşük maliyetli havayolu işletmeleri, tarifersiz (charter) havayolu işletmeleri ve bölgesel havayolu işletmeleri olarak dört bölümde sınıflandırılmaktadır.

### 3.2.1. Geleneksel Havayolu İşletmeleri

Havayolu pazarındaki tüm yolcu pazar bölümlerine hizmet vermek için küresel dağıtım sistemlerini kullanarak, toplu dağıtım sistemi gibi karışık ağ yapıları ve genellikle büyük iş birliği üyesi olan başka havayolu şirketleriyle, birbirlerinden farklı tipteki uçaklarla faaliyette bulunan havayolu işletmelerine geleneksel havayolu işletmeleri denir (Karasu, 2015). Geleneksel havayolu işletmeleri belirli bir hizmet kalitesine sahiptirler ve bu hizmet kalitesinden ödün vermemektedirler. Taşınan yolcu sayısı, sahip olduğu uçak sayısı, hizmet vermek için istihdam ettiği personel sayısı ve bu durumlara bağlı olarak trafik yoğunluğu bakımından havacılık sektörü içerisinde ağırlığı kendisinde bulunduran işletmelerdir. Uluslararası büyük taşıyıcılar, ulusal taşıyıcılar, ağ taşıyıcılar, iç hat taşıyıcılar ve tam hizmet sunan taşıyıcılar olarak kendi içerisinde beş grupta sınıflandırılmaktadır (Şengür, 2004).

### 3.2.2. Düşük Maliyetli Havayolu İşletmeleri

Temelde müşterilere düşük maliyetli hizmet sunmak amacıyla olan bu nedenle geleneksel havayolu işletmelerinin sunduğu bazı hizmetlerden feragat ederek çalışmasını sürdüren havayolu işletmelerine düşük maliyetli havayolu işletmeleri denir. Maliyeti düşürmek için özellikle kısa mesafeli uçuşlarda yiyecek-içecek hizmetlerini vermemektedirler ya da çok kısıtlı vermektedirler. Gazete ve internet hizmeti vermemektedir. Dağıtım kanallarında aracı firmaları çıkartıp, küresel dağıtım sistemlerine dahil olarak direkt rezervasyon hizmeti sağlamak suretiyle aracı acentalara komisyon ödemeyerek maliyet kalemlerini % 40-50 oranında düşürmektedirler (Önen, 2016).

### 3.2.3. Tarifersiz (Charter) Havayolu İşletmeleri

Tarifersiz havayolu işletmeleri, genellikle paket turların turistik destinasyonlara düzenledikleri turlarda uçuş hizmeti sunan işletmelerdir (Sarılgan, 2011). Halkın kullanımına açık olarak seyahatin tamamının havayoluyla veya kısmen havayolu kısmen de deniz/kara yolu ile yapılan önceden düzenlenmiş bir tur kapsamında bir ya da daha fazla seyahat acentası ile uçağın tamamının kiralanması suretiyle geliş-gidiş esasına dayalı, rezervasyonlu yolcuların taşınması amacıyla hizmet veren işletmelerdir (SHGM, Uçuş İzinleri, 2018).

### 3.2.4. Bölgesel Havayolu İşletmeleri

Bölgesel havayolu işletmeleri, çoğunlukla büyük yerleşim yerleri ya da toplanma merkezi olarak adlandırılan havaa-lanları ile küçük yerleşim yerleri arasında posta, kargo ve yolcuları küçük uçaklarla tarifeli/tarifersiz olarak taşıyan işletmelerdir (Sarılgan, 2011). 2007 Haziran'da yayınlanan Ticari Hava Taşıma İşletmeleri Yönetmeliği (SHY-6A)'ne göre; "koltuk kapasitesi en az yirmi en fazla doksan dokuz olan uçaklar ile iç veya dış hatlarda yapılan ticari hava taşımacılığı" şeklinde tanımlanmıştır (SHGM, Duyurular, 2018).

## 4. Sonuç

Bilgi iletişim teknolojileri ve küreselleşme tüm sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de değişim ve yeniliklere sebep olmuştur. Özellikle seyahat acentaları ve dağıtım kanalları kökten bir değişim içerisinde olup bu alandaki tanımlar, uygulamalar ve yönetim yaklaşımları bilgi iletişim teknolojileri doğrultusunda değişim göstermektedir. Bilgi teknolojilerinin seyahat acentalarına girişi 1970'lerde merkezi rezervasyon sistemleri ile başlayıp, 1980'lerde küresel dağıtım sistemleri, 1990'lı yıllarda internetin tüketiciler tarafından kullanılmasıyla devam etmiştir. Tüketicilerin zamanla bilgi ve iletişim teknolojilerini yaygın ve daha yoğun bir şekilde kullanmasıyla turizm endüstrisinde yer alan söz konusu geleneksel dağıtım kanalları da dönüşüm içerisinde girmiştir. Turizm işletmeleri rekabete karşı direnmek ve diğer işletmeler arasında bir adım öne çıkabilmek için yeni pazarlama şekillerini kullanmak zorundadırlar. Rekabetin giderek arttığı küresel dünyada dijitalleşmenin önemli ölçüde artmış olması, tüketicilerin seyahat alışkanlıklarına

da yansımaktadır. Turizm işletmelerinin sürekli gelişim sağlayabilmeleri, faaliyet gösterdikleri pazarlarda etkin olabilmeleri, müşterileriyle, ortaklarıyla ve çalışanlarıyla sürekli iletişim sağlayacak, yeniliklere uyum sağlayabilen bir iletişim sisteminin oluşturulabilmesine bağlıdır.

Küreselleşmeyi hızlandıran en önemli faktör şüphesiz ki gelişen ve yaygınlaşan internet kullanımı ve bilişim sistemleridir. Bu sistemler sayesinde yeni ürün ve hizmetler ortaya çıkmaktadır. Bu durum toplam üretimi artırmanın yanında işletmelere yeni iş olanakları sunmaktadır. İşletmeler açısından düşünüldüğünde dünyaya açılmak isteyen, küresel ekonomik pastadan büyük paylar elde etmek isteyen işletmeler bu bilişim sistemlerini etkin kullanmak durumundalardır.

Dünya genelinde ve özellikle gelişmekte olan ülkeler bazında düşünüldüğünde turizm ülke kalkınmasında önemli rol oynamaktadır. Turizm ve seyahat endüstrisi de gelişen ve yaygınlaşan internet kullanımı ve bilgi sistemleri nedeniyle büyük değişimlere uğramıştır. Bu endüstrilerde hizmet veren şirketlerinde devamlılıklarını sürdürebilmek adına değişimlere ayak uydurmaları gerekmektedir. Havayolu işletmeleri küresel dağıtım sistemleri ile bu değişimden faydalanmaktadır. Küresel dağıtım sistemleri turizm ve seyahat hizmetleri için gerekli tüm bilgileri bünyesinde barındıran sistemlerdir. Bu sistemler başta havayolu işletmeleri ve turizm seyahat acentaları tarafından kullanılıyorken bugün internetin yaygınlaşmasıyla birlikte münferit kullanılabilir sistemler haline almıştır. Küresel dağıtım sistemleri işletmelere kuruluş aşamasında ek maliyetler getirmesinin yanı sıra seyahat endüstrisi içerisinde geleneksel yöntemlere göre faaliyetleri kolaylaştırdığı söylenebilir. Arz eden taraf ve talep eden taraf arasında iletişimi hızlandırmaktadır. 2013 yılı bazı endüstrisi uzmanları tarafından bilgisayarlar, tabletler ve akıllı telefonlar olarak üç ekran yılı olarak ilan edilmiştir. Tüketicilerin giderek daha fazla çevrimiçi bilgi aradığı hem sistemlerin hem de Web 2.0 etkileşimli internet sitelerinin sıklıkla kullanıldığı karma bir çağda bulunmaktayız (Thakran ve vd., 2013). Seyahat tedarikçileri bu çerçevede doğrudan kanallara yatırım yaparak, tüketicilere özelleştirilmiş ve kaliteli bir bilgi sunmaya çalışmaktadır. Küresel dağıtım sistemi destekleri seyahat acentaları, çevrimiçi seyahat acentaları ve arama motorları dahil olmak üzere turizm ve seyahat endüstrisinin dağıtım kanallarının önemli bir parçası olmaya devam ettiğini söylemek mümkündür (Thakran ve vd., 2013).

Teknolojinin gelişmeye devam etmesiyle birlikte küresel dağıtım sistemleri de gelişmeye devam edecektir. Küresel dağıtım sistemlerinin pazardaki rolünü etkileyen en önemli unsurlardan biri bilgi ve fiyat karşılaştırması yapabilen çevrimiçi seyahat web sitelerinin artması diğeri ise tüketicilerin doğrudan web siteleri üzerinden rezervasyon yapmalarını teşvik eden turizm ve seyahat hizmet sağlayıcılarıdır. Teknolojik gelişmeler beraberinde ihtiyaçların çeşitlenmesine sebep olmaktadır. Dolayısıyla bu sistemler için gelişme zorunlu hale gelmektedir. Bazı turizm işletmeleri (örn, oteller) daha çok paket turlar kapsamında yer alsalar da küresel dağıtım kanallarında da yer almak pazarlama açısından da oldukça önemlidir. Rezervasyon akışı olmasa dahi çevrimiçi tanınırlık ve bulunabilirlik artacağı için işletmelerin marka bilinirliğine de doğrudan fayda sağlayacaktır. Küresel dağıtım kanallarında yer almanın maliyeti genelde gerçekleşen rezervasyonlara dayalıdır. Dolayısıyla dağıtım sistemlerinde yer almak işletmelere ilave bir maliyete neden olmayacaktır. Ayrıca birçok işletme, küresel dağıtım kanallarını kullandığı için rezervasyon akışına şüphesiz katkı sağlayacaktır. İşletmelerin bu hususta dikkat etmesi gereken bir durum internet ve mobil teknolojilerdeki gelişmelerdir. Eğer küresel dağıtım sistemleri gelişen internet ve mobil sistemleri ile birlikte karma sistemler haline getirilmezse çağın gerisinde kalabilir.

Küresel dağıtım sistemleri için önemli olan bir konu ise fiyat istikrarıdır. Ülke ya da para birimi fark etmeksizin standart bir fiyatlandırma oluşturmaları önemlidir. İşletmeler açısından küresel dağıtım sistemleri güvenilirliği, hızı ve doğruluğu nedeniyle yıllardır turizm ve seyahat pazarında önemli hizmetler sunmuştur (<https://www.wns.com>).

Günümüz seyahat işletmelerinin pazardan beklentileri, güncel yazımlar, esnek ve sağlam ticaret platformlarıdır. Ayrıca detaylı ücret bilgileri, ürün şeffaflığı, dinamik fiyatlandırma, yardımcı ürün satışları, perakende ve toptan satışlar vb. faktörleri güvenli bir şekilde işleme becerisine sahip sistemler ön planda olacaktır. Teknolojinin, mobil uygulamalarının ve internet kullanım hızının artmasıyla birlikte küresel dağıtım sistemleri hem işletmelerin hem de tüketicilerin değişen istek ve taleplerine uyum sağlamalıdır.

Günümüzde yaşanan Covid-19 pandemisi ile birlikte çok sayıda işletme küresel ve politik zorluklar yaşamıştır. İşletmeler esnek veya evlerinden çalışmaya mecbur kalmıştır. Bu noktada işletmeler, güvenlik riskini de azaltacak, daha iyi veri sağlayacak ve kolay erişim sağlayabilecek sistemlere daha fazla ihtiyaç duymuşlardır (<https://syncaroo.com/global-distribution-system-gds-for-future-of-work/>). Küresel dağıtım kanalları uzun yıllardır var olan sistemlerdir. Gelecek yıllarda ne gibi alternatif satış kanallarının olacağını tahmin etmek oldukça zordur. Fakat alternatif satış kanallarının daha az maliyetli, daha hızlı, çevrimiçi ve mobil sistemle bütünleşik bir yapıda olacağı açıktır.

Yapılan alanyazın araştırmalarının sonucunda küresel dağıtım sistemleri, rekabet üstünlüğü yaratmak isteyen işletmeler tarafından tercih edilmektedir. Sistem, genel işleyişine ilişkin detaylı modellemelerin, sistemin kullanım amacının anlaşılması bakımından önemli olduğu ancak modellemeye ilişkin yeterli verinin bulunmadığı sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda makalede; küresel dağıtım sistemlerinde işleyiş, sistemde bireysel kullanıcının küresel dağıtım sistemindeki temel hareketleri modellenmiştir.

## Kaynakça

- Akbulut, G. (2009). Tourism In Turkey The Process of Globalization. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(1), 201-220. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/erziefd/issue/6002/80046>.
- Akyol, C. & İbiş, S. (2017). Uluslararası Seyahat İşletmeciliğinde Bilgi Teknolojileri (Editörler: B. Zengin, M. Sarıışık ve C. Avcıkurt). *Uluslararası Seyahat İşletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık. 283-302. ISBN: 978-605-2323-15-1.
- Atsız, O. & Kızırlı, İ. (2016). Seyahat Acentelerinde Yenilik Yönetimi: Kültürel Deneyim Üzerine Bir Uygulama. *Balıkesir 15. Geleneksel Turizm Sempozyumu*, 22 Nisan, 459-46. [https://personel.omu.edu.tr/docs/ders\\_dokumanlari/9404\\_80492\\_4501.pdf](https://personel.omu.edu.tr/docs/ders_dokumanlari/9404_80492_4501.pdf).
- Balay, R. (2004). Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(2), 61-82. [https://doi.org/10.1501/Egifak\\_0000000097](https://doi.org/10.1501/Egifak_0000000097).
- Beatrice, S., Cezar, M. & Alexandra, M. (2013). The Passage From Airline Reservation Systems To Global Distribution Systems. *Journal of Information Systems & Operations Management*, 1. <https://ideas.repec.org/a/rau/journal/v7y2013i1p93-104.html>.
- Birkan, İ. (1998). Bilgisayar Teknolojisindeki Gelişmelerin Turizm Pazarlaması Üzerindeki Etkileri. *Anatolia:Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 26-32. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atad/issue/53566/713659>.
- Bohur, E. & Kiralı A. (2015). Küreselleşme ve Teknolojinin Turizm Sektörü Pazarlama Faaliyetleri ve Satış Kanallarındaki Etkisi. *Global Business Research Congress*, 4-5 Mayıs, İstanbul, 81-93, <https://doi.org/10.17261/pressacademia.2016118141>.
- Buhalis, D. & Licata, M. C. (1998). The Future E-Tourism Intermediaries. *Tourism Management*, 23. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00085-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00085-1).
- Cerovic, S., Vukadinovic, P. & Knezevic, M. (2015). The Influence of Globalization on Tourism and Impact of Tourism on Other Activities with an Emphasis on Greenfield Investments in Tourism. *Key Issues on Tourism Destination Competitiveness*, Ocak, 47-52. <https://doi.org/10.15308/sitcon-2015-47-52>.
- Emmer, R., Wilkinson, S. & Moore, G. (1993). Marketing Hotels, Using Global Distribution Systems. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 5: 94-104, [https://doi.org/10.1016/S0010-8804\(03\)90113-3](https://doi.org/10.1016/S0010-8804(03)90113-3).
- Garback, B. J. (1993). Computer Travel Planning System. Michigan: United States Patent. WO/1993/010502.
- Garda, B., Temizel, G. & Temizel, M. (2017). Küreselleşmenin Turizm Pazarlama Karması Elemanları Üzerindeki Etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, (14): 29-41. <http://sosyoteknik.selcuk.edu.tr/sustad/article/view/125/98>.
- Hançer, M. & Ataman, C. (2006). Seyahat Acentalarında İletişim Teknolojisinin Kullanımı ve Web Sitelerinin Değerlendirilmesi: Ege Bölgesi Örneği. *DEU, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(3): 193-207. <http://hdl.handle.net/20.500.12397/5620>.
- Karasu, A. (2015). *Havayolu İşletmelerinin Sınıflandırılması*. Prezi.
- Kaptan, S. (1977). *Bilimsel Araştırma Teknikleri*. Ankara, Rehber Dağıtım. ISBN: 9781111115906.
- Kurgun, H. (2003). Büyük Ölçekli Konaklama İşletmelerinde Odalar Bölümünün Karlılığına Dönük Stratejik Bir Araç: Gelir Yönetimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi*.
- Kurgun, O. A., Kurgun, H. & Güripek, E. (2007). Turizm Pazarlamasında Küresel Dağıtım Sisteminin Stratejik Rolü ve Önemi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 9(1), 262-274. <https://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423876360.pdf>.
- Kuşat, N. (2011). Küreselleşen Dünyada Turizm Sektörü: Bilgi İletişim Teknolojileri ve Rekabet Gücü. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 3(5): 114-138. <https://doi.org/10.20990/aacd.08709>.
- Kracht, J. & Wang, Y. (2010). Examining the Tourism Distribution Channel: Evolution and Transformation. *Internal Journal of Contemporary*, 763-757. <https://doi.org/10.1108/09596111011053837>.
- Mcluhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. London: Routledge. ISBN-13: 978-0262631594.
- Mısırlı, İ. (2010). *Seyahat Acentalacılığı ve Tur Operatörlüğü*. (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık. ISBN: 978-975-8326-31-0.
- Öğüt, A., Güleş, H. K. & Çetinkaya, A. Ş. (2003). *Bilişim Teknolojileri Işığında Turizm İşletmelerinde Yönetim*. Ankara: Nobel Yayıncılık. ISBN: 978-975-5914-69-5.
- Önen, V. (2016). Geleneksel Havayolları ile Düşük Maliyetli Taşıyıcılar Arasındaki Stratejik Yönetim ve Pazarlama Karması Farklılıklarının İçerik Analizi, THY-Pegasus Karşılaştırması. *International Journal of Academic Value Studies*, s. 63-94. DOI: <https://doi.org/10.23929/javs.57>.
- Page, J. S. (2016). *Turizm İşletmeciliği* (Çeviri Editörü: Z. Öter). (5. Basımdan Çeviri). Ankara: Nobel Yayıncılık. ISBN: 978-605-3204-87-9.
- Pemberton, J. D., Stonehouse, G. H. & Barber, C. E. (2001). Competing with CRS-Generated Information in The Airline Industry. *Journal of Strategic Information Systems*, 10, 59-76. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0963-8687\(01\)00042-7](https://doi.org/10.1016/S0963-8687(01)00042-7).
- Sarılgan, A. E. (2011). Türkiye'de Bölgesel Havayolu Taşımacılığının Geliştirilmesi İçin Yapılması Gerekenler. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 69-88. ISSN: 1303-0876 / 2667-8683.
- SHGM (2013). *Yönetmelikler*. Resmigazete: <http://web.shgm.gov.tr/doc5/shy-6a.pdf> adresinden alındı.



- SHGM (2018). Duyurular. shgm: <http://web.shgm.gov.tr/tr/genel-duyurular/1047-ticari-hava-tasima-isletmeleri-yonet-meligi-shy-6a-1-haziran-2007-tarih-ve-26539-sayili-resmi-gazetede-yayimlanarak-yururluge-girmistir> adresinden alındı.
- SHGM (2018). *Hava Taşıma İşletmeleri*. Ankara:SHGM. <http://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/pdf/kurumsal/faaliyet/2018.pdf>.
- SHGM (2018). *Uçuş İzinleri*. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü: <http://web.shgm.gov.tr/tr/ucus-izinleri/3900-tarifesiz-ucus-izni> adresinden alındı.
- Şengür, Y. (2004). *Havayolu Taşımacılığında Düşük Maliyetli Taşıyıcılar ve Türkiye'deki Uygulamalarının Araştırılması*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Eskişehir Üniversitesi.
- Thakran, K. & Verma, R. (2013). Seyahat, turizm ve konaklamada hibrit çevrimiçi dağıtım kanallarının ortaya çıkışı. *Cornell Hospitality Quarterly*, 54 (3), 240-247. <https://doi.org/10.1177/1938965513492107>
- Uğurlu, K. (2013). Turizm sektöründe Dağıtım Kanallarının Dönüşümü. (Editör: Ş. A. Tükeltürk ve M. Boz). *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler*. Ankara: Detay Yayıncılık, 233-252. ISBN: 978-605-2540-42-8.
- Wayne, C. & Berthon, P. (2000). The Impact of The Internet on Distribution Value Chain: The Case of South African Tourism Industry, *International Marketing Review*, 18(4): 420-431. Doi: <https://doi.org/10.1108/EUM000000005934>.
- Yarcan, Ş. (1998). *Türkiye'de Turizm ve Uluslararasılaşma*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Matbaası.
- Yüksek, G. (2013). Bilgi Teknolojilerinin Gelişimi. Seyahat İşletmeleri ve Küresel Dağıtım Sistemi Örneği. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, s. 53-68. <https://doi.org/10.5505/iuyd.2013.35744>.
- Zengin, B., Şengel, Ü. & Yılmaz, A.(2017). *Uluslararası Seyahat İşletmeciliğine Giriş*. (Editörler: B. Zengin, M. Sarıışık & C. Avcıkurt). Uluslararası Seyahat İşletmeciliği. Ankara: Detay Yayıncılık. 177-202, ISBN: 978-605-2323-15-1. <https://www.dersimiz.com/terimler-sozlugu/Global-Distribution-System-GDS-Nedir-29264.html> adresinden alındı.
- <https://www.wns.com/insights/blogs/blogdetail/282/future-hold-for-the-global-distribution-system>. Erişim Tarihi: 16.06.2021.
- <https://syncaroo.com/global-distribution-system-gds-for-future-of-work/>. Erişim Tarihi: 10.06.2021.