

Konaklama endüstrisi ve konaklama işletmelerinin sınıflandırılması

DR. HİKMET ÖZTEKİN
İBRAHİM İLHAN

Konu ile ilgili bir literatür taraması yapıldığında amaçlanan perspektiflerin önemine ilişkin turizm tanımlarının değişik tipler gösterdiği müşahade edilir. Turizmin, ilgili bütün taraflarca kabul edilebilir açık, anlamlı ve kapsamlı bir tanımını yapmakta gerçekten birtakım güçlükler vardır. Ancak, amaç doğrultusunda turizme bir perspektif getirilecek olursa; turizmin, modern ekonomik yapı içerisinde ulaştırma endüstrisinin önemli sektörleri ile tur operatörleri, seyahat acenteleri ve konaklama tesislerinin temel unsurlarının oluşturduğu bir sektörler kesiti ve bileşiminden oluşan bir hizmet endüstrisi olduğu söylenebilir.

Turizm sektörünün temel unsurlarından olan konaklama endüstrisi; insanların kendi konutlarının bulunduğu yer dışında değişik nedenlerle yaptıkları seyahatlerde birinci planda geçici konaklama, ikinci planda yeme-içme gibi zorunlu ihtiyaçların karşılanması için hammadeden veya yarı mamul maddelerden yararlanarak mal ve hizmet üreten ticari nitelikli işletme faaliyetleridir. Bu faaliyetlerin amacı, insanların sadece ekonomik ihtiyaçlarının değil, aynı zamanda sosyal ihtiyaçlarının da karşılanmasıdır. Konaklama işletmeleri ise, turistlerin konaklama ve yiyecek-içecek, kısım eğlence ve diğer bazı sosyal ihtiyaçlarını karşılama amacıyla turistik mal ve hizmetleri ekonomik prensiplere uygun olarak hazırlayan, üreten, arzeden ve sonunda da katma değer yaratan ekonomik birimlerdir.

Konaklama endüstrisinin yapısı

Konaklama endüstrisi ya da konaklama ürünü, turizm ve seyahat endüstrisinin temel unsurlarından biri olarak, bu endüstri içindeki diğer sektörlerden belki de en çok bölüm ve çeşit fazlalığı olanıdır. Ticari olarak sağlanan konaklama, turist geceleme (buna iş turizmi de dahil edilebilir) % 30-50'sini tutar akraba ve arkadaş tarafından ağırlama ile rekabet halindedir. Diğer bir ifade ile ziyaretçi ve turistlerin önemli bir kısmı arkadaş ve akrabalarının konutlarında konaklamaktadır. Ürün tiplerinin çeşitliliği, çalılık kamp alanlarından lüks otellere ve uçaklara kadar geniş bir yelpaze içerisinde dağılım gösterir. Bölgesel özelliklerden başlamak üzere neredeyse sonsuz bir ürün farklılığı söz konusudur. Ayrıca, ekonomik sebeplerden çok, sosyal nedenlerle ücretsiz ürün sunan devletir-sahip olduğu konaklama tesislerinden, kendi evini ya da tatil evini kiralayarak kişi veya ailelerden, kârını maksimize etmeye çalışan çok uluslu firmalara kadar bir yönetim çeşitliliği mevcuttur. Genel olarak, konaklama ürünü üç temel alt-ürüne bölünebilir. Bu alt-ürünler belirli konaklama pazarları üzerinde kontrol sahibi; mesela, lüks bir yolcu gemisi birincil olarak, güverteden öte yolcularına çeşitli limanlar sunarken, aynı zamanda bir kıyı resort oteli ile de rekabet halindedir. Arz açısından buradaki tek önemli fark ise, belki de sadece birinin mobil bir konaklama, diğerinin de sabit konaklama sunmasıdır.

Konaklama işletmeleri, kendilerinin farklı alt-ürünleri sunduklarının farkına

ABSTRACT

THE ACCOMMODATION INDUSTRY AND THE CLASSIFICATION OF ACCOMMODATION FACILITIES

For marketing purposes this article examines the different approaches to the classification of the accommodation facilities. As a marketing tool, the product based classification lessens the problems to which both hosts and guests may face in the period of marketing. Positioning your product in the market and putting across the right message is very important to achieve marketing goals. Because of the intangible nature of accommodation product, at this point, naming your product rightly and showing the differences your product has against the others mainly depends on the classification in which your product takes part.

Dr. Hikmet Öztekin - İbrahim İlhan, Erciyes University, Nevşehir School Tourism and Hotel Management, Nevşehir, Turkey.

D. Hikmet Öztekin ve İbrahim İlhan, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulunda öğretim elemanıdır.

armakta ve bu nedenle hızla pazar bölümlenmelerine yönelmektedirler. Konaklama endüstrisini ürün bazında Şekil 1'de olduğu gibi üç temel alt-ürüne bölmek mümkündür.

Otel yönetim firmaları; örneğin, Hilton veya Hyatt, konaklama hizmetleri, sim ve pazarlama faaliyetleri aracılığı ile bir "tarz" sunarlar, fakat her otel binası farklı işletmelerin mülkiyetindedir. Konaklamada rekabet aynı zamanda mevcut coğrafik pazar ile de sınırlıdır. Sunulan konaklamanın çoğunluğu sadece ülkesel, bölgesel bazen de sadece yerel pazardır. Bu durumda rekabet, pazarın büyüklüğüne bağlı olarak sınırlandırılır. Ancak, konaklama işletmeleri uluslararası pazarlara hitap ettiği zaman farklı maliyet yapılarının bulunduğu diğer ülkelerde öteki büyük ve etkin işletmelerle ve çok değişken talep paternleri rekabet ediyor demektir. Bu yapı özellikle şunlar için geçerlidir:

- Çok uluslu konaklama zincirleri; mesela, Holiday Coportion, Sheraton, Ramada veya Clup Mediterranee,
- Çok uluslu referral zincirler; örneğin, Best Western,
- Global bir müşteri kesimine hitap eden, ancak talebi kalite, yüksek fiyat ve tarzları ili sınırlandıranlar, mesela, Paris Ritz, Cunard Cruises,
- Uluslararası zaman bölüşümlü konsorsiyumlar.

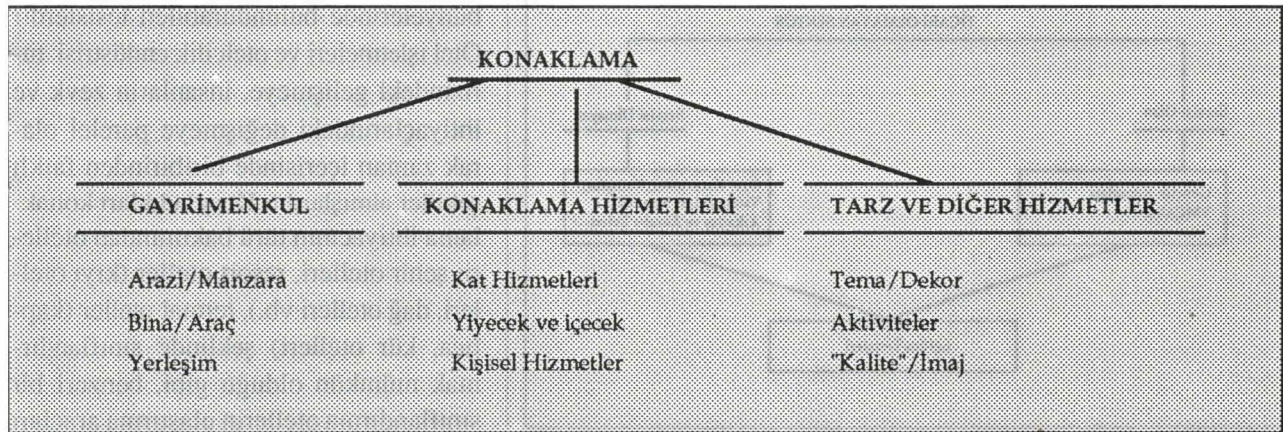
Konaklama endüstrisinin yapısını kesin hatlarıyla çizmek kolay değildir. Ancak, fikir edinmek açısından "ticari" ve "ticari olmayan" konaklama tesisleri diye şekil 2'deki gibi bir ayırım yapmak mümkündür.

Konaklama işletmelerinin sınıflandırılması

Konaklama işletmelerini farklı tiplere ve standartlara göre ayırmak kolay bir iş değildir. İster yasal sebeplerle isterse iş faaliyetlerinin incelenmesi amacıyla olsun, otellerin sınıflandırılması için değişik zamanlarda pek çok gayret sarfedilmiştir. Bütün bu çabalara rağmen; mesela, motel ile motor otel arasındaki fark bile açık bir şekilde ortaya konamamıştır. Kategorilere ayırma, sınıflandırma ve derecelendirme terimleri sıklıkla birbirinin yerine kullanılmaktadır. Halbuki bu terimler konaklama işletmelerinin farklı özelliklerini tanımlamak içindir. Genel olarak kabul görmüş anlamları ile bu terimler kullanılırsa; kategorilere ayırma oteller, moteller, misafirhaneler gibi konaklama tiplerine ayrılmasını ifade eder. Sınıflandırma, konaklama işletmelerinin özel banyolu oda sayısı gibi belirgin fiziksel niteliklere göre ayrılmasını ifade eder. Derecelendirme ise, konaklama biriminin çalıştırdığı personel sayısı, restoranındaki menünün çeşiti gibi sunulan hizmetlere göre ayırımını ifade eder .

Konaklama endüstrisinin yapısını kesin hatlarıyla çizmek kolay değildir. Ancak, fikir edinmek açısından "ticari" ve "ticari olmayan" konaklama tesisleri diye bir ayırım yapmak mümkündür.

ŞEKİL 1 : KONAKLAMANIN ALT ÜRÜNLERİNİN BÖLÜMLENDİRİLMESİ



Konaklama, müşterinin ihtiyaç ve isteklerinin en üst seviyede tatmin edildiği bir üretim tarzıdır. Bunun anlamı ise, mal ve hizmetlerin müşterinin aradığı kalite, miktar ve kabul edileceği bir fiyata sunulması ve böylece müşterinin aldığı ürünün ödediği fiyata değerini düşürmesinin sağlanmasıdır.

Konaklama birimlerinin sınıflandırılmasının arzdan farklı olarak bir diğer yanı da taleptir. Turistlerin seyahat nedenleri, seyahat şekilleri, konaklama işletmelerinden beklentileri, gelir düzeyleri, zevk ve tercihleri birbirinden farklı olduğundan konaklama işletmeleri de bu eğilimlere uyum sağlamak için farklı uygulamalara girmişlerdir. Bu farklılıklar şu şekilde ortaya çıkmaktadır:

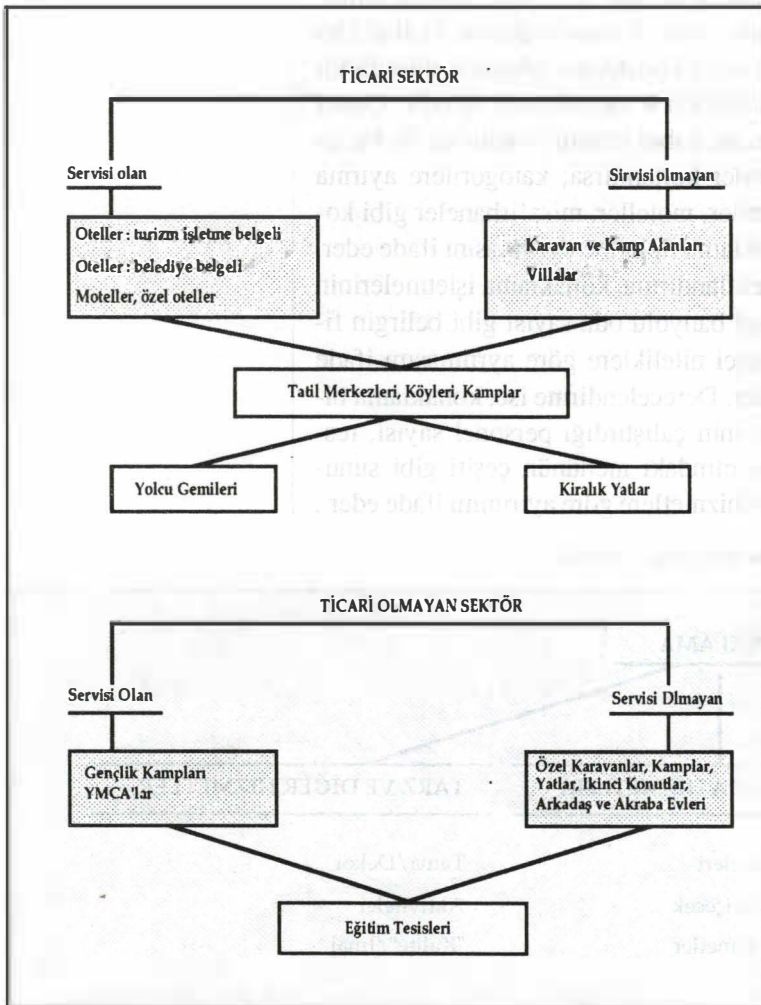
1. Yönetim tiplerine göre;
 - Ticari amaçlı konaklama işletmeleri
 - Sosyal amaçlı konaklama işletmeleri

2. Kullanım tiplerine göre;
 - Herkese açık olan ticari konaklama işletmeleri
 - Belli müşteri gruplarına ayrılmış özel tipteki konaklama işletmeleri
3. Faaliyet sürelerine göre;
 - Bütün yıl faaliyet gösteren konaklama işletmeleri
 - Mevsimlik konaklama işletmeleri
4. Konfor ve fiyata göre;
 - Lüks oteller
 - Ekonomik oteller
5. Yapı tiplerine göre;
 - Sabit konaklama işletmeleri
 - Mobil konaklama işletmeleri
6. Belgelendirme şekline göre;
 - Turistik işletme belgeli konaklama işletmeleri
 - Belediye belgeli konaklama işletmeleri

Otellerin sınıflandırılması

Konaklama endüstrisinin önemli unsurlarından olan oteller, asıl fonksiyonları müşterilerinin geceleme ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında, yeme-içme, eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimlerini de bünyelerinde bulundurabilen tesislerdir. Otel işletmeleri ve otelcilik endüstrisi turizmdeki gelişmeye, insanların zevk ve ihtiyaçlarındaki değişmeye paralel olarak zaman içerisinde birbirinden farklı şekiller almışlardır. Karşılıklı konaklama ihtiyacının türü bakımından otelleri; şehir otelleri, resort oteller (kıyı otelleri, dağ otelleri vb.), termal oteller (kaplıca, kür otelleri) şeklinde sınıflandırmak mümkün olduğu gibi, benzeri bir sınıflandırma otellerin ulaştırma araçları

ŞEKİL 2
KONAKLAMA ENDÜSTRİSİNİN YAPISI



ile bağıntılarını dikkate alarak da havaalanı otelleri, gar otelleri, liman otelleri, terminal otelleri gibi de yapılabilir. Otel işletmelerinin yasal bakımdan bağlı oldukları statülere göre sınıflandırılması ve otellerin yer aldığı sınıfın sembollerle gösterilmesi, kamu yönetiminin önceden saptadığı standartlara uyarak bir otelin hangi kategori içerisinde yer alabileceğini gösteren yönetim kararıdır. Ülkemizde ise, turizm yatırım ve işletmelerinin geliştirilmesi, günün şartlarına uygun hale getirilmesi ve belgeli turizm yatırım ve işletmelerinin asgari niteliklerini belirleyerek bu işletmeler arasında standart birliğinin sağlanması amacı ile Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği, 14 Ekim 1993 tarih ve 21728 sayılı Resmi Gazete'de mevzuata daha uygun hale getirilerek yayımlanmıştır. Bu yönetmeliğe göre oteller beş yıldızlı oteller, dört yıldızlı oteller, üç yıldızlı oteller, iki yıldızlı oteller ve bir yıldızlı oteller olarak sınıflandırılmakta ve bu otellerin taşıması gereken vasıflar belirtilmektedir.

Sonuç

Konaklama, müşterinin ihtiyaç ve isteklerinin en üst seviyede tatmin edildiği bir üretim tarzıdır. Bunun anlamı ise, mal ve hizmetlerin müşterinin aradığı kalite, miktar ve kabul edileceği bir fiyata sunulması ve böylece müşterinin aldığı ürünün ödediği fiyata değdiğini düşünmesinin sağlanmasıdır. Bu nedenle, ürünün sadece maddi unsurları değil, aynı zamanda ve daha çok manevi unsurları içeren ve çeşitli hizmetleri kapsayan bileşik bir ürün olma özelliği de taşıdığı göz önünde bulundurulmalıdır.

Turizm veya otel ürününün birincil özelliği, bir mal olmaktan öte soyut bir hizmet olmasıdır. Ürünün soyut bir hizmet olması pazarlaması açısından bazı problemleri de beraberinde getirir. Mesala, potansiyel müşteri hizmetleri satın alma-

dan önce görme ya da kontrol etme imkânına sahip değildir. Bu nedenle, bir turizm veya otel ürününün satın alınması oldukça risklidir. Bu riski, tüketici ya da kullanıcı açısından ve pazarlama zorluğunu da üretici ya da satıcı açısından azaltmak amacı ile standartlaşmaya gidilmesi önem arz eder. Bu nedenle de, ülkemizde otel işletmelerinin belgelendirilmesi ve denetimi Turizm Bakanlığı İşletmeler Genel Müdürlüğü'ne bağlı Kontrolörler Kurulu'nca yürütülmektedir. Bu faaliyetlerin amacı, uluslararası standartlara uyumun sağlanması yolu ile rekabet gücü elde edilebilmesidir.

Maalesef birçok otel hak etmediği yıldızları taşımakta ve haksız rekabet ortamı oluşturmaktadır. Turizm Bakanlığı'nın 1993 yılı içerisinde gerçekleştirdiği yoğun çalışmalar sonunda; 549 turistik belgeli tesiste sınıf tesbiti tamamlanmıştır. Bu tesislerden 422 tesis sınıfını korurken, 39 tesis üst sınıflara yükseltilmiş ve 43 tesis alt yıldızlara düşmüştür. Ayrıca, 40 tesiste belgelendirme için gerekli şartların sağlanmadığı tesbit edilmiştir.

Ülkemizde, hem hizmet arzı hem de talebin tatmini açısından uluslararası standartlara uyum sağlanması, ülke turizmi ve konaklama sektörünün gelişmesine önemli katkılar sağlayacaktır. □

Kaynakça

- BULL, Adrian. *The Economics of Travel Tourism*, Pitman Publishing, Melbourne, 1992.
- DEVITSON, Rob, *Tourism*, London, 1991.
- FOSTER, Douglas, *Travel and Tourism Management*, London, 1985.
- HOLLOWAW, J. Christopher, *The Business of Tourism*, Pitman Publishing, London, 1991.
- OLALI, Hasan, Korzay, Meral, *Otel İşletmeciliği*, (İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1991.
- ÖZTEKİN, Hikmet, *Turizm Sektörü Açısından Otel İşletmeleri*, Nevşehir, 1992.

Konaklama işletmelerini farklı tiplere ve standartlara göre ayırmak kolay bir iş değildir. İster yasal sebeplerle, isterse iş faaliyetlerinin incelenmesi amacıyla olsun, otellerin sınıflandırılması için değişik zamanlarda pek çok gayret sarfedilmiştir. Bütün bu çabalara rağmen; mesela, motel ile motor otel arasındaki fark bile açık bir şekilde ortaya konamamıştır