



## KÜRESELLEŞME SÜRECİNİN KONAKLAMA SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİNE ETKİSİ

Nurettin İmre<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Dr., Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Kemaliye Hacı Ali Akın Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

\*nimre@erzincan.edu.tr

+ORCID: 0000-0001-7385-5294

**Öz-** Yirmi birinci yüzyılın hayatımıza getirdiği kolaylıklar sayesinde günlük yaşamımızda daha önceleri çok uzun sürede yapılan işler çok kısa sürede yapılı hale gelmiştir. Daha önceleri mağaza mağaza dolaşarak yapılan alışverişler bir tuşla ayağa gelir hale dönüşmüştür. Yaşanılan bu kolaylıklar işletmeler tarafından daha fazla müşteriye ulaşabilmek için uygulanmaktadır. Küreselleşme sürecinin ve teknolojinin işletmelere sunduğu imkanlar sayesinde işletmeler müşteri açısından sınırlarını genişletmiş ve buldukları bölgenin, hatta ülkenin sınırları dışına çıkmışlardır. Birçok işletme ulusal olmaktan öteye uluslararası birer işletme olmuşlardır. Uluslararası işletmeler de küresel işletme statüsüne kavuşmuşlardır. Turizm sektöründe de küreselleşen işletmeler daha çok turist ağırlamaya başlamışlardır. Daha önceden keşfedilmemiş yerleri teknoloji sayesinde küresel boyutta tanıtmış ve daha çok turist çekerek, karlılıklarını artırmışlardır. Küreselleşmeyle beraber müşteri beklentilerinin de sürekli artış gösterdiği düşünüldüğünde, turizm işletmeleri için rekabet vazgeçilmez olmuştur. Turizm işletmeleri için kaliteli hizmet sunma daha önemli bir boyut kazanmıştır. Küreselleşen dünyada, işletmelerin rekabet ortamında tutunabilmesi için çağın gelişmelerine ayak uydurarak kendilerini sürekli yenilemelidir. Bu çalışmanın amacı, küreselleşmenin konaklama sektörü ve ağırlıklı olarak da otel işletmeleri üzerindeki olumlu etkilerini ilgili literatür kapsamında incelemek ve çözüm önerileri sunmaktır.

**Anahtar Kelimeler** – Konaklama sektörü, otel işletmeleri, küreselleşme süreci, rekabet

### IMPACT OF GLOBALIZATION PROCESS ON THE DEVELOPMENT OF ACCOMMODATION SECTOR

**Abstract** – Thanks to the conveniences that the twenty-first century brought to our lives, the things that were previously done in a very long time in our daily life have become very soon. Previously, the shoppings done by wandering from one store to another turned into coming to your feet with a click. These conveniences are implemented by businesses to reach more customers. Thanks to the opportunities offered by the globalization process and technology to businesses, enterprises have expanded their borders in terms of customers and have gone beyond the borders of the region they are located in, even the country. Many businesses have become international businesses rather than national ones. International businesses have also gained global business status. In the tourism sector too, globalizing businesses have started to host more tourists. They introduced previously unexplored places on a global scale thanks to technology and increased their profitability by attracting more tourists. Considering that customer expectations have increased continuously with globalization, competition has become indispensable for tourism businesses. Providing quality services for tourism businesses has gained a more important dimension. In a globalizing world, companies must constantly renew themselves by keeping up with the developments of the age in order to keep them in a competitive environment. The aim of this study is to examine the positive effects of globalization on the accommodation sector and mainly on hotel businesses within the context of the related literature and offer solutions.

**Keywords** – Hospitality industry, hotel businesses, globalization process, competition

## 1. GİRİŞ

Dünya turizm örgütünün yaptığı araştırma sonucuna göre, 2020 yılında uluslararası turizme katılanların sayısının 1 milyar 400 milyon, 2030 yılında ise 1 milyar 800 milyona ulaşması tahmin edilmektedir. Uluslararası turistik geziler sonucu ticaret büyüklüğünün 1 trilyon 159 milyar dolara kadar ulaşacağı tahmin edilmektedir (Kaşlı vd. 2014:16). Ticaret büyüklüğünün bu kadar fazla olduğu düşünüldüğünde, Türkiye’de de turizm işletmeleri bazı adımlar atarak işletmelerini ülke dışına da açmalı ve bu gelirden daha fazla pay sahibi olmalıdır. Ülke dışına açılmayı gerektiren daha bir çok sebep vardır. Koparal (2010:5-7) küreselleşme, siyasi etkiler, ekonomik bütünleşme, standartlaşma, iş çevresinin genişlemesi, rekabetin artması ve teknolojik yenilikler uluslararası bir işletme olmayı bu denli önemli hale getiren gelişmeler olarak belirtmiştir.

Gelir artışları, alternatif ulaşım olanaklarının çoğalması ve hayatımıza giren diğer teknolojik yenilikler sayesinde uzaklıklar kısalarak dünyanın küreselleşmesi, kitlesel hareketlerle insanların seyahat faaliyetlerine katılması ve konaklama ihtiyacı duyması konaklama sektörünün gelişmesinde önemli rol oynamıştır. Her ne kadar dünya bir köy olarak görülse de ülkeleri dışına çıkan insanlar güvenli bir ortam aramaktadır. Bu durum, insanlara güven veren küresel uluslararası konaklama işletmelerini ve zincir otelleri ortaya çıkarmıştır. İnsanların ilk aradıkları güvenlidir, can emniyetidir. İnsanlar bildikleri ve güven duydukları işletmeleri tercih etmekte ve işletmeler de insanların güvenini kazanmak için vaatlerde bulunarak markalaşma yoluna gitmektedir.

Bu çalışmada konaklama sektörünün küresel boyutuna, küreselleşmenin konaklama sektörü üzerindeki etkisine ve küreselleşme ile ortaya çıkan uluslararası konaklama işletmelerine değinilerek, ağırlıklı olarak küreselleşmenin otel işletmelerinin gelişimine etkisi incelenmiştir. Türkiye’de de olduğu gibi turizm sektörünün ülke gelirlerine önemli etkilerinin olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Hatta bazı ülkelerin gelirlerinin tamamına yakınına turizm gelirleri oluşturmaktadır. Turizmin bu denli önemli olması onu üzerinde daha çok çalışılması gereken bir mesele haline getirmiştir. Dünyanın büyük bir köy haline gelmesiyle de turizm yaygınlaşmış ve turizm işletmeleri ülke sınırlarını aşarak küresel işletmeler haline gelmişlerdir. Türkiye’deki turizm işletmeleri de dahil olmak üzere turizm işletmelerinin rekabet ortamında küreselleşmesi kaçınılmaz olmuştur. Türkiye ekonomisi içinde turizm sektörü kaynaklı gelirler önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle Türkiye’deki turizm işletmelerinin küresel gelişmeleri ve değişimleri yakinen takip etmesi gerekmektedir. Bu çalışmada, ağırlıklı olarak konaklama işletmelerinin, küreselleşen turizm sektörüne uyum sağlayarak elde edebileceği katkılara değinilmiş olması bu çalışmanın önemini artırmaktadır.

## 2. KÜRESELLEŞME

Küreselleşme, ekonomik içerikli bir kavram olarak ortaya çıkmıştır (Balay, 2004:62). Küreselleşme, tüm alanlarda uzaklıkların yakınlaşmasıyla, toplumsal, politik, ekonomik ve kültürel anlamda ülkelerin bütünleşmesini ifade etmektedir.

Küreselleşme ile birlikte, ülkeler birbirlerine daha bağımlı hale gelerek ülkeler arası sınırlar belirginliğini kaybetmiş, yer ve zaman olguları eski anlamlarını yitirmeye başlamıştır (Çalık ve Sezgin, 2005:56). Amerikan Ulusal Savunma Enstitüsünün yaptığı bir araştırmaya göre; küreselleşme ile birlikte dışa açık ülkelerin ekonomileri daha önce örneği görülmeyecek şekilde bütünleşik hale gelmiştir. Ayrıca, küreselleşme ile bilgi ve bilgilendirme devrimi yaşanmakta ve pazarlar, şirketler, örgütler ve yönetimler uluslararasılaşmaktadır (Tağraf, 2002:35). Küreselleşme, kuruluşların ülke hudutlarını aşan aktivitelerinin çoğalmasıyla alakalı bir kavramdır. Kuruluşlar uluslararası pazarlarda tutunmayı başardığında uluslararası kabiliyetlerinde de artış görülür (Erkutlu ve Eryiğit, 2001: 150).

Küreselleşmenin yoğun olarak yaşandığı günümüz dünyasında bir çok farklı ülke pazarına giren şirketlerin, yatırım stratejilerine dikkat etmeleri gerekmektedir. Ayrıca bu şirketlerin üretimlerini yerel olmaktan çıkararak farklı bölge ve ülkelerde üretim hattının kurulmasına yönelik faaliyetler gerçekleştirmeleri önem arz etmektedir (Türker ve Örerler, 2004:18).

Uluslararası işletmecilik, bulunduğu ülke sınırlarını aşarak ekonomik faaliyetlerini gerçekleştiren işletmeleri kapsamaktadır. Uluslararası işletmecilik, işletmelerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere gerçekleştirilen ulusal sınırları aşan yani iki veya daha fazla ülkede faaliyet gösteren işletmecilik faaliyetlerinin bütününe denmektedir.

Uluslararası işletme, bir ülkede tam anlamıyla güçlü bir biçimde var olarak merkezi yönetim anlayışından yararlanmak suretiyle başka ülkelerde var olmaya çabalayan firmalara denmektedir (Kutal, 1982:14; Akben, 2008: 6; Yazıcı, 2001: 11).

## 3. KÜRESELLEŞME VE TURİZM

Ekonomik bir süreç olarak ele alınan küreselleşme, esasında çok farklı boyutları içerisinde barındıran bir faaliyetler dizisidir. Bu faaliyetlerin tek bir boyutta incelenmesi, küreselleşme ivmesinin yakalanamayacağı anlamını taşımaktadır. Bu nedenle, küreselleşme sürecinin ekonomik boyutu yanında siyasal, sosyal, kültürel, hukuksal, ekolojik ve teknolojik boyutları da birlikte değerlendirilmelidir. Tüm bu alanlar birbiriyle ilişkili bir yapıda parçaları gibidir (Çeken, 2004: 1-2).

Dünyanın her yerinde olduğu gibi Türkiye’de de küreselleşme en çok ekonomik anlamda gerçekleşmektedir. Küresel anlamda üretim ve tüketim anlayışlarının değişimi ve özellikle turist gönderen batı ülkelerinin gelir düzeyinin yükselmesi dünyada turist sayısında artışlara yol açmıştır. Bu durumun bir sonucu olarak; Türkiye önemli turizm çekim merkezi haline gelmiş ve yıllar içinde turist sayılarında önemli artışlar olmuştur (Akbulut, 2009: 204).

Turizm; insan ilişkilerinin gelişmesi açısından insanların kaynaşmasına ve aralarındaki sorunların giderilmesine de yardımcı olmaktadır. Ayrıca turizm hem insanların

ilişkilerine hem de uluslararası ilişkilere pozitif etkisinin yanı sıra ithalat-ihracat dengesini sağlaması, istihdam oluşturmaya ve bölgesel kalkınmaya etkisi gibi nedenlerden dolayı gelişmekte olan ülkeler için çok önemlidir (Çeken vd., 2009: 25). Turizm sektöründe, küreselleşmenin etkileri incelendiğinde, turizm ile ilgili sektörlerin oligopol yapılar kurdukları görülmektedir. Turizmle ilgili belli başlı ekonomik çalışmaları bünyesinde barındıran çok uluslu dev şirketler oligopol pazar ve piyasa yapısı içinde çalışmaktadır. Potansiyel turist açısından çokuluslu dev şirketlerin varlığı hizmet standardı, turistik ürün güvencesi ve marka imajı oluşturmaya sağlamaktadır (Aksu, 2000: 273).

Hemen hemen her sektör üzerinde ciddi etkisi görülen küreselleşme turizm sektöründe de oldukça etkilidir. Turizm, geleneksel olarak hizmet üreten ve uluslararası ticaret yapan sektörlerin başında gelmektedir. Çağımızın getirmiş olduğu küreselleşmenin de tesiriyle, milletler arası etkileşimin artması, ülkeler arası serbest dolaşımın ve geçişlerin artması, uluslararası işletmelerin daha fazla yatırım yapmaları, ulaştırmadaki kolaylıklar ve küresel anlamda geçerliliği olan ortak lisansların kullanılması turizm sektörünün süratle ilerlemesinde önemli rol oynamıştır. (Çeken vd., 2009: 26). Bu bağlamda küreselleşmenin iletişimi kolaylaştırması ve bilgiye kolay ulaşımı sağlaması açısından turizm sektörünü önemli ölçüde etkilediği söylenebilir.

#### 4. TURİZM SEKTÖRÜ

Çağımızda, küreselleşmenin her geçen gün artmasıyla, uluslararası ilişkiler artış göstermiş ve bölgesel entegrasyon artmıştır. Bilişim dünyasındaki gelişmelerin artması, ülkelerin hudut hatlarının belirginliğini kaybetmesi, değişik kültürlerdeki insanların birbirleri ile daha iyi bağlantılar kurarak karşılıklı kültürlerin kaynaşmasına vesile olmuştur. Karşılıklı ilişkilerin gelişmesi turizm sektörünün ilerlemesine ve yeniden planlanmasına sebep olmuştur. Bilhassa teknolojinin getirdiği yenilikler sayesinde turistlerin bilgiyi arama ve turistik mal ve hizmet satın alma davranışını etkilemiştir. Bu etkilenme turizm sektörüne de yansımıştır (Boz, 2006: 27-31).

Küreselleşen dünya ekonomisinin güçlü ve hızla gelişen sektörleri arasında yer alan ve tüm dünyada geniş kitleleri ilgilendiren turizm sektörünün oluşturduğu ekonomik, toplumsal, kültürel ve politik etkiler ulusal ve uluslararası düzeyde önem taşımaktadır (Yılmaz ve Yılmaz, 2005: 40). Netice itibariyle küreselleşmenin meydana getirdiği değişim birçok sektörde değişime neden olmuştur. Özellikle turizm sektörünün de bu değişimden en çok etkilenen sektörlerden biri olduğunu söylemek mümkündür.

Aşağıda Tablo 1’de Dünyada en çok turist kabul eden ve en çok gelir elde eden ülkeler görülmektedir. Buna göre; en çok turist kabul eden ülkeler sırasıyla Fransa, İspanya, Amerika Birleşik Devletleri, Çin ve İtalya olarak sıralanmıştır. Türkiye ise en çok turist kabul eden ülkeler sıralamasında altıncı sırada yerini almıştır. En çok gelir elde eden ülkeler sıralaması incelendiğinde Amerika Birleşik Devletleri, İspanya, Fransa, Tayland şeklinde bir sıralama oluşmuştur.

Türkiye en çok gelir elde eden ilk on ülke arasında yer alamamıştır.

**Tablo 1:** En Çok Turist Kabul Eden ve En Çok Gelir Elde Eden Ülkeler

Ülkelere Göre Turizm Gelirleri				Ülkelere Göre Gelen Turist Sayısı		
	Ülke	Milyar Dolar		Ülke	Milyon Kişi	
		2017	2018		2017	2018
1	ABD	210.7	214.5	Fransa	86.9	89.4
2	İspanya	75.3	81.5	İspanya	81.9	82.8
3	Fransa	58.9	65.5	ABD	76.9	79.7
4	Tayland	56.9	63.0	Çin	60.7	62.9
5	İngiltere	47.5	51.9	İtalya	58.3	61.6
6	İtalya	44.2	49.3	Türkiye	37.6	45.8
7	Avustralya	41.7	45.0	Meksika	39.3	41.3
8	Almanya	39.9	43.0	Almanya	37.5	38.9
9	Japonya	34.1	42.1	Tayland	35.6	38.2
10	Macao	35.6	40.5	İngiltere	37.7	36.3
11	Çin	38.6	40.4	Japonya	28.7	31.2
12	Hong Kong	33.3	36.8	Avusturya	29.5	30.8
13	Hindistan	27.4	28.6	Yunanistan	27.2	30.1
14	Kanada	25.0	26.4	Hong Kong	27.9	29.3
15	Türkiye	22.5	25.2	Malezya	25.9	25.8

Kaynak: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1>

Türkiye, ilerlemekte olan sosyo-ekonomik altyapısı ve jeopolitik pozisyonu itibariyle küreselleşmeden önemli oranda etkilenmektedir. Ayrıca turizm sektöründeki küreselleşme trendine de uyum göstermiştir. Türkiye, tabii güzellikleri ve ayrı kültürleri bir arada barındırması bakımından turizm açısından önemli bir ülkedir. Ulaştırma ve konaklama hizmetlerinin kalitesi bakımından da belli bir ivme kazanmıştır. Bu gelişmeler Türkiye’yi dünya turizminde üst seviyelere çıkartmıştır (Emekli vd., 2006:2). Türkiye’nin turizmdeki gelişmeleri 2014 yılına kadar büyük ivme kazanmasına rağmen bu durum son yıllarda değişen dünya siyaseti, ekonomik etkiler ve yaşanan savaşlar dünya turizm varış noktalarında büyük değişimlere sebep olduğu gibi Türkiye’de de olmuştur. Bu durum Türkiye’ye olan turizm talebini olumsuz etkileyerek Türkiye’nin turizm gelirlerini olumsuz etkilemiştir.

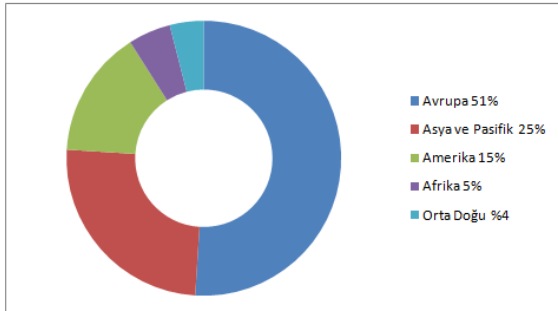
Aşağıda Tablo 2’de turizm gelirlerinin gayri safi yurt içi hasıla içindeki payı yıllara göre verilmiştir. Bu tablodan da anlaşılacağı üzere turizm, Türkiye için önemli bir gelir kaynağıdır. Türkiye’deki konaklama işletmeleri başta olmak üzere turizm işletmeleri, küreselleşme sürecini iyi yönetmeli ve dünya turizm gelirlerinden daha fazla pay elde etmeye çalışmalıdır. Küresel boyut kazanabilmek için kalite standartlarının da iyileştirilmesi ve dünya standartlarında sunulması gerekmektedir.

**Tablo 2:** Turizm Gelirlerinin GSYİH İçindeki Payı

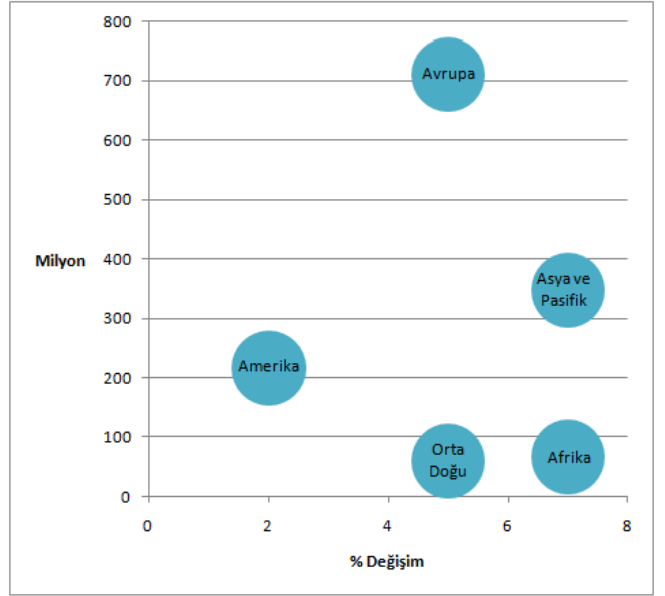
TURİZM GELİRİ, ORTALAMA HARCAMANIN YILLARA GÖRE DAĞILIMI			
YILLAR	TURİZM GELİRİ	ORTALAMA HARCAMA	TURİZM GELİRİNİN GSYİH İÇİNDEKİ PAYI (%)
	(1000 \$)	(\$)	
2003	13 854 866	850	4,4
2004	17 076 607	843	4,2
2005	20 322 111	842	4,1
2006	18 593 951	803	3,4
2007	20 942 500	770	3,1
2008	25 415 067	820	3,3
2009	25 064 482	783	3,9
2010	24 930 997	755	3,2
2011	28 115 692	778	3,4
2012	29 007 003	795	3,3
2013	32 308 991	824	3,4
2014	34 305 903	828	3,7
2015	31 464 777	756	3,7
2016	22 107 440	705	2,6
2017	26 283 656	681	3,1
2018	29 512 926	647	3,8
2019	34 520 332	666	

Kaynak: <https://www.tursab.org.tr/istatistikler-icerik/turizm-geliri>

Dünya Turizm Örgütü verileri incelendiğinde aşağıda şekil 1'de 2018 yılında dünyada uluslararası turizm hareketleri verilmiştir. Şekil 1 incelendiğinde birinci sırada Avrupa kıtasında, ikinci olarak Asya Pasifik bölgesinde turizm hareketlerinin yoğunlaştığı anlaşılmaktadır.

**Şekil 1:** Bölgelere Göre Uluslararası Turist Varışları (2018)

Kaynak: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>

**Şekil 2:** Bölgelere Göre Uluslararası Turist Varışlarının Değişim Oranları

Kaynak: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>

2018 yılı dünya genelindeki turist sayılarını bölgesel olarak incelediğimizde sırasıyla Asya Pasifik bölgesinde %7, Afrika bölgesinde %7, Ortadoğu bölgesinde %5, Avrupa bölgesinde %5 ve Amerika bölgesinde %2 oranında bir değişimin olduğu anlaşılmaktadır.

## 5. KONAKLAMA SEKTÖRÜNÜN TARİHSEL GELİŞİMİ VE ULUSLARARASILAŞMASI

Yazılı kaynaklardan elde edilen bilgilere göre ilk konaklama işletmeleri; seyahatlara geceleme imkânı sağlayan özel mülkiyetli evlerdi. M.Ö. 500'üncü yıllara kadar, Yunanistan'daki Corint Şehri gibi antik şehirler, seyahatlara gecelemeyle birlikte yeme-içme olanağı sunabilen önemli sayıda işletmeye sahipti. Muhtelif nedenlerle seyahat edenlerin konaklama ihtiyaçlarını karşılamak üzere Avrupa'da hanlar, Anadolu'da kervansaraylar vardı. Fakat bu tesisler işletme açısından farklılıklar göstermekteydi. Avrupa'da hanların kâr etme amacıyla açılmış olmalarına rağmen, Anadolu'da kervansaraylar, birer vakıf kurumu gibi kâr amaçsız hizmet vermişlerdi. Kervansaray hizmeti verenlerin tek amacı Allah'ın rızasını kazanmaktı. Fakat zamanla kervansaray işletme sahiplerini daha doğrusu vakıf sahiplerinin mali durumlarının kötüye gitmesiyle kervansaraylar işlemine devam edemeyip yok olmaya mahkum edilmiş harabeye dönmüşlerdir (Akıncı, 2010: 3-4).

Bilinen tarihten bu yana insanoğlunun yolculuğu sürekli devam etmiştir. İnsanoğlunun ilk yolculuklarını ticari sebeplerle gerçekleştirdiği bilinmektedir. Orhun Yazıtlar'ında Moyanlık ismiyle anılan konaklama mekanlarından söz edilmektedir. Anadolu Selçuklu ve Osmanlı İmparatorluğu yıllarında yerleşim bölgelerinde yapılan hanlar ve yol güzergahları üzerinde bilhassa ticaret kervanları için inşa edilen kervansaraylar konaklama işletmelerinin Türkiye'deki ilk örnekleridir. Türkiye'de çağdaş manadaki ilk otel örneği

olan Pera Palas, İstanbul'un Galat bölgesinde, 1892 yılında inşa edilmiştir (Keskin, 2013: 15-16).

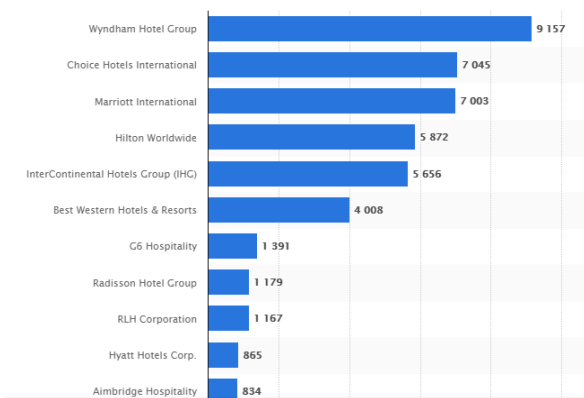
Küreselleşmeyle şiddeti artan rekabet ortamı, gerek ulusal gerekse uluslararası turizm pazarında, konaklama işletmelerinin geleceğe yönelik daha doğru stratejik planlar yapmalarını mecburi hale getirmiştir. Turizmin ilerlemesinde rol oynayan ulaşım kolaylıklarının artması, uluslararası siyasi ve ekonomik bağlantıların güçlenmesi, kişi başına düşen gelirdeki artış ve teknolojik gelişmeler neticesinde büyük konaklama işletmelerinin sayısında önemli oranda artış gözlenmiştir. Bu nedenlerden dolayı büyük konaklama işletmeleri farklı ülkelerdeki yerel marka işletmelerini kendi bünyelerine katarak ya da farklı ülkelerde işletmeler açarak küreselleşmektedirler (Durna vd., 2013: 721). Bu da işletmelerin zamanla zincir işletme konumuna gelmesine neden olmaktadır.

Ellsworth M. Statler, otelcilik tarihinde birden fazla yerde otel açarak zincir otel kavramının ilk başarılı müteşebbislerinden biri olmuştur. 1930'lu yıllardan sonra otel zincirlerine Hilton, Sheraton ve diğerleri eklenmiştir. Ellsworth M. Statler, ilk modern zincir otellerden bir tanesini geliştirmiştir. 1901 yılında bir otelle başlamış ve sonra otel sayısı 10 büyük zincir otele ulaşmıştır. Statler, tek bir yönetim altında pek çok otelin olmasının ekonomik ve finansal avantajlarına dikkat çekmiştir (İbiş ve Orhan, 2015: 72).

## 6. ULUSLARARASI KONAKLAMA SEKTÖRÜNÜN BOYUTLARI

Konaklama işletmelerinin bulunduğu ülkenin dışına çıkarak uluslararasılaşmasını sağlayan büyüme boyutları çok farklı yöntemlerle ortaya çıkabilmektedir. Küreselleşme boyutları her ne olursa olsun bir grup konaklama işletmesi olarak ortaya çıkan büyük ölçekli bu konaklama işletmeleri çoğunlukla merkezi bir yönetim, rezervasyon ve reklâm sistemi ile milyonlarca turist talep ve eğilimlerini yönlendirmektedir. Uluslararası otel gruplarının ilk ortaya çıkışı E.M. Statler ile 1908 yılında ABD'de başlamıştır (Türksoy vd., 2013: 95).

Şekil 3: Dünyanın En Büyük Zincir Otelleri



**Kaynak:** <https://www.statista.com/statistics/197869/us-hotel-companies-by-number-of-properties-worldwide/>

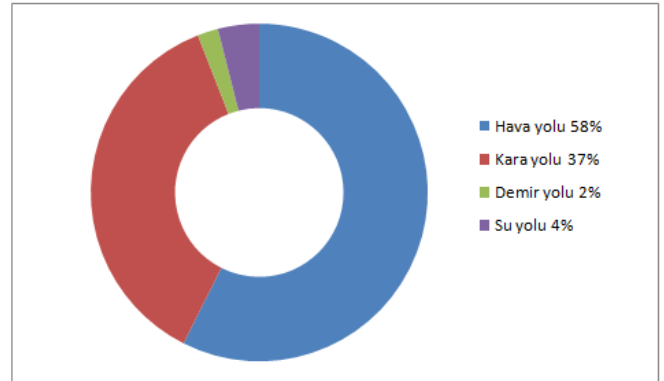
2019 yılı itibariyle dünyadaki en büyük ilk on grup otellerini incelediğimizde en büyük otel zincirinin 9.157 otelle Wyndham Hotel Group olduğunu görüyoruz. İkinci sırada 7.045 otel sayısı ile Choice Hotels International gelmektedir. Bunları 7.003 otel sayısı ile Marriott International izlemektedir.

Dünya ekonomileri geliştikçe uluslararası seyahat etme isteğini artırmakta ve bu durum konaklama arzını harekete geçirmektedir. Uluslararası seyahatlerin artması ile konaklama işletmeleri için büyüme ve uluslararasılaşma fırsatları daha da artmıştır. Bu durum, binlerce konaklama işletmesini ve yüzbinlerce odası olan dev çokuluslu konaklama grup ve zincirleri işletmelerinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Met ve Erdem, 2011: 334).

Turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama işletmeleri bu sektörü oluşturan en önemli işletmelerden biridir. Konaklama işletmelerinin bu sektör içerisinde faaliyetlerini sürdürebilmeleri ve rakipleri ile rekabet edebilmeleri için paydaşlarıyla iyi ilişkiler kurmaları gerekmektedir. Konaklama işletmelerinin en önemli paydaşlarından birisi de hiç kuşkusuz havayolu işletmeleridir.

Hava ulaştırması, hız, güvenlik ve konfor bakımlarından diğer ulaştırma araçlarına nazaran çok üstün özelliklere sahip bulunmaktadır. Günümüzde jet uçaklarının hizmete girmesi seyahat süresini büyük oranda azaltmıştır. Bu durum yolcu miktarını büyük oranda artırmaktadır. Bilindiği üzere insanlar için zamanın büyük bir önemi vardır. Turistler, seyahatlerini kısa sürede yapmaları halinde konaklamaya daha fazla zaman ayırabilmektedir (Sezgin, 2001: 108).

Şekil 4: Uluslararası Seyahatlerde En çok Tercih Edilen Ulaşım Türleri



**Kaynak:** <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>

Dünya turizm örgütü verilerine göre 2018 yılında uluslararası seyahatlere katılan yolcuların en çok kullandığı ulaşım türünde ilk sırada havayolu taşımacılığı gelmektedir. Bu durum konaklama işletmeleri açısından havayolu taşımacılığı işletmeleri ile ikili ilişkilerin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Seyahat süresinin kısaltması insanların gideceği yörelerde daha fazla konaklama yapabileceği ve sadece yakın mesafelere değil bunun yanı sıra uzak destinasyonlara da gidebilmesini sağlamaktadır. Hava yolu taşımacılığı seyahat sürelerini kısaltması açısından

konaklama işletmelerini olumlu yönde etkilemektedir. Tablo 3'de dünyanın en yoğun havalimanları verilmiştir.

**Tablo 3:** 2018 ve 2017 Yılı Dünyanın En Yoğun Havalimanları

Dünyanın En Yoğun Havalimanları				
2018			2017	
Sıra No:	Havalimanı	Yolcu Sayısı	Havalimanı	Yolcu Sayısı
1	Atlanta	107.3 milyon	Atlanta	103.9 milyon
2	Pekin	100.9 milyon	Pekin	95.8 milyon
3	Dubai	89.1 milyon	Dubai	88.2 milyon
4	Los Angeles	87.5 milyon	Tokyo	85.4 milyon
5	Tokyo	87.1 milyon	Los Angeles	84.6 milyon
6	Şikago	83.3 milyon	Şikago	79.8 milyon
7	Londra	80.1 milyon	Londra	78 milyon
8	Hong Kong	74.5 milyon	Hong Kong	72.7 milyon
9	Şangay	74 milyon	Şangay	70 milyon
10	Paris	72.2 milyon	Paris	69.5 milyon
11	Amsterdam	71 milyon	Amsterdam	68.5 milyon
12	Yeni Delhi	69.9 milyon	Dallas/Fort Worth	67.1 milyon
13	Guangzhou	69.7 milyon	Guangzhou	65.9 milyon
14	Frankfurt	69.5 milyon	Frankfurt	64.5 milyon
15	Dallas/Fort Worth	69.1 milyon	İstanbul	63.9 milyon
16	Seul Incheon	68.3 milyon	Yeni Delhi	63.5 milyon
17	İstanbul	68.1 milyon	Jakarta	63 milyon
18	Jakarta	66.9 milyon	Singapur	62.2 milyon
19	Singapur	65.6 milyon	Seul Incheon	62.2 milyon
20	Denver (ABD)	64.4 milyon	Denver	61.4 milyon

**Kaynaklar:** <http://boardinginfo.com/dunyanin-en-yogun-havalimanlari/> ve <https://www.haberturk.com/dunyanin-en-yogun-havalimanlari-2405422-ekonomi-sitelerinden-derlenmistir>.

Tablo 3'de görüldüğü üzere dünyanın en yoğun havalimanlarının bulunduğu ülkelerin, Tablo 1'de sunulan en çok turist çeken ve en fazla turizm geliri elde eden ülkeler olması, havayolu taşımacılığıyla turizm ve dolayısıyla konaklama sektörü arasında olumlu bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) (2019) verilerine göre; 2018 yılında uluslararası turist sayılarının bölgesel dağılımı incelendiğinde Avrupa 710 milyon turist sayısı ile en fazla turist çeken bölgelerin başında gelmektedir. Avrupa'dan sonra en fazla turist çeken bölge 348 milyon turist sayısı ile Asya Pasifik bölgesi olmuştur. Diğer bölgelere olan turist dağılımı; Amerika bölgesi 216 milyon turist, Afrika bölgesi 67 milyon turist, Orta Doğu bölgesi 60 milyon turist şeklinde olmuştur. Mevcut eğilimler, ekonomik beklentiler ve UNWTO Güven Endeksi'ne dayanarak, UNWTO, 2020'de dünya çapında uluslararası turist varışlarında %3 ila % 4'lük bir büyüme öngörüyor ([www.e-unwto.org](http://www.e-unwto.org)).

## 7. SONUÇ

Günümüz rekabet ortamında konaklama işletmeleri hızla büyüme göstererek uluslararası faaliyetlerini arttırmaktadır. Müşteri ihtiyaç ve beklentilerinin her geçen gün arttığı konaklama sektöründe hizmet kalitesinin önemi de artmaktadır. Bu rekabet ortamında müşteri beklentilerine cevap vermeyen ve hizmet kalitesine önem vermeyen işletmeler başarısız olmaktadır. Küresel gelişmeleri ve değişimleri takip ederek bunlara hızlıca adapte olmayı başaran konaklama işletmeleri rekabette bir adım öne geçmektedir. Bu gelişim ve değişime ayak uyduramayan konaklama işletmeleri ise başarısızlığa uğramaktadır. Bu nedenle konaklama işletmeleri etkili ve verimli bir şekilde kendilerini geliştirerek küresel çapta işletmeler olmak için çaba göstermelidir. Konaklama işletmeleri bunu yaparken sahip oldukları yöresel değerleri de korumayı ihmal etmemelidir. Ancak bu şekilde farklılık oluşturabilirler ve küreselleşen turizm sektöründe turistlerin gözünde ayırt edilebilirler.

İşletmelerin küresel pazarlara açılması ve küresel zincir otellerin büyümesi gibi etmenler verimlilik ve performans üzerinde olumlu etkiler oluşturmaktadır. Kaliteli hizmet, müşteri memnuniyetinin artmasına yönelik önemli ve hayati bir adımdır. Gürbüz (2000:54) rekabetin farklı boyutları olmasına rağmen ana rekabet unsurunun turistik mal ve hizmetlerin kalitesi üzerine yoğunlaştığını belirtmiştir. Dünya üzerinde yaşanan bütün ekonomik değişimler işletmeleri rekabet konusunda etkilemektedir. Turizm sektörü bu değişimlerden oldukça fazla etkilenmektedir. Türkiye'deki konaklama işletmeleri başta olmak üzere bütün turizm işletmeleri küreselleşme sürecini iyi anlamalı ve hızlı adapte olabilmelidir.

Turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama işletmeleri, geçmişe oranla büyük değişimler yaşamış ve küresel pazarda rekabet etmeye başlamıştır. Bu pazarda karşı karşıya kaldıkları rekabet koşulları her geçen gün ağırlaşmaktadır. Bu bakımdan konaklama işletmelerinin ulusal ve küresel pazarda etkili ve verimli stratejiler geliştirerek geleceğini planlamaları gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akben, İ. (2008), “Şirketlerin Uluslararasılaşma Süreci ve Kahramanmaraş’ta Bir Alan Çalışması”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Akbulut, G. (2009), “Küreselleşme Sürecinde Türkiye Turizmi”, *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi-Erzincan Üniversitesi*, 11:1, 201-220.
- Akinci, Z. (2010), “Konaklama İşletmelerinde Kriz Yönetimi: Alanya Bölgesindeki Konaklama İşletmelerinde Kriz Sürecinde Karşılaşılan Sorunların Tespit ve Çözümüne Yönelik Bir Araştırma”, Doktora Tezi, Isparta
- Aksu, A. (2000), “Otel İşletmelerinin Başarısını Etkileyen Dış Çevre Faktörleri”, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi-Balıkesir Üniversitesi*, 3:4, 269-281.
- Balay, R. (2004), “Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim”, *Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi-Ankara Üniversitesi*, 37:2, 61-82.
- Boz, C. (2006), “Dünya’da Turizm Endüstrisinde İstihdam ve Çalışma Şartları”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul
- Çalık, T. ; Ferudun, S. (2005), “Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim”, *Kastamonu Eğitim Dergisi-Kastamonu Üniversitesi*, 13:1, 55-66
- Çeken, H. (2004), “Küreselleşme Eğilimlerinin Uluslararası Turizm Hareketlerine Etkisi ve Türkiye”, *SBE Dergisi-Muğla Üniversitesi*, Bahar, 1-11.
- Çeken, H. ; Dalgın, T. ve Karadağ, L. (2009), “Kürselleşme ve Uluslararası Turizm Arasındaki İlişki”, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi- Muğla Üniversitesi*, 21-36.
- Durna, U. ; İnal, M. E. ve Kurar, C. İ. (2013), “Ulusal Otel Zincirinin Büyüme Başarısına İlişkin Bir Değerlendirme: Rixos Otel Zinciri”, *International Conference On Eurasian Economies*, (s. 721-733).
- Emekli, G. ; İbrahimov, A. ve Soykan, F. (2006), “Turizmde Küreselleşmeye Coğrafi Yaklaşımlar ve Türkiye”, *Ege Coğrafya Dergisi*, 15, (s. 1-16)
- Erkutlu, H. ; Eryiğit, S. (2001), “Uluslararasılaşma Süreci”, *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi-Gazi Üniversitesi*, 3:3, 149-164.
- Gürbüz, A. (2000), “Türkiye’deki Otel İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetiminin Uygulanabilirliğine Yönelik Bir Araştırma”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11:2, 45-56
- İbiş, S. ; Batman, O. (2015), Konaklama Sektörünün Küreselleşme Süreci. O. Batman içinde, *Uluslararası Otel İşletmeciliği*. Sakarya: Değişim Yayınları.
- Kaşlı, M.; İlban, M. O. ve Ekici, A. (2014), *Kandıra Turizm Master Planı 2015-2023*, Kandıra: Kandıra Kıyı Bandı Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi Birliği.
- Keskin, M. (2013), “Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerin Hizmet Kalitesi Algılamaları Sinop İlinde Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, Aydın.
- Koparal, C. (2010), *Uluslararası İşletmeciliğe giriş*, İ. Özalp (edt.), *Uluslararası işletmecilik*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kutal, G. (1982), *Endüstri İlişkileri Açısından Çok Uluslu Şirketler*, İstanbul: Gür-Ay Matbaası.
- Met, Ö. ; Erdem, B. (2011), “Türk Otel Zincirleri ve Büyüme Stratejileri”, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi-Balıkesir Üniversitesi*, 14:26, 333-350.
- Sezgin, O. M. (2001), *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tagraf, H. (2002), “Küreselleşme Süreci Ve Çokuluslu İşletmelerin Küreselleşme Sürecine Etkisi”, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi-Cumhuriyet Üniversitesi*, 3:2, 33-47.
- Türker, M., Okay Ö.E.(2008), *Türk Şirketlerinin Küresel Şirket Haline Getirilme Yolları*, İstanbul, İTO yayınları.
- Türksoy, S. S. ; Kaygalak, S. ve Koçak, N. (2013), “Uluslararası Otel İşletmelerinin Büyüme Stratejileri: Hilton Worldwide Türkiye Örneği”, *İşletme Fakültesi Dergisi-Dokuz Eylül Üniversitesi*, 14:2, 89-108.
- Yazıcı, T. (2001), “Uluslararasılaşma Süreci”, Yüksek Lisans Tezi, İzmir
- Yılmaz, B. S. ; Yılmaz, Ö. D. (2005), “Terörizm ve Terörizmin Hedefi Olarak Turizm Endüstrisi”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4:13, 39-58.
- İnternet Kaynakları**
- <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> (ET: 01 NİSAN 2020)
- <https://www.statista.com/statistics/197869/us-hotel-companies-by-number-of-properties-worldwide/> (ET: 01 NİSAN 2020)
- <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1> (ET: 22 MAYIS 2020)
- <https://www.haberturk.com/dunyanin-en-yogun-havalimanlari-2405422-ekonomi> (ET: 22 MAYIS 2020)
- <http://boardinginfo.com/dunyanin-en-yogun-havalimanlari/> (ET: 23 MAYIS 2020)
- <https://www.tursab.org.tr/istatistikler-icerik/turizm-geliri> (ET: 24 MAYIS 2020)

## EXTENDED ABSTRACT

Globalization, which is considered as an economic process, is essentially a series of activities that contain very different dimensions. Examining these activities in a single dimension means that the acceleration of globalization can not be achieved. Therefore, besides the economic dimension of the globalization process, political, social, cultural, legal, ecological and technological dimensions should be evaluated together. All these fields are like pieces of a related puzzle. As the world's everywhere, globalization takes place in the economic sense mostly in Turkey too. The change in production and consumption perceptions globally and especially the increase in the income level of western countries sending tourists have led to increases in the number of tourists in the world. As a result of this situation; Turkey has become a major tourist attraction center and a significant increase has been in the number of tourists over the years. Turkey is influenced significantly from globalization with its advancing the socio-economic infrastructure and geopolitical position. It has also adapted to the globalization trend in the tourism sector. Turkey is an important country for tourism in terms of the natural beauty and hosting different cultures together. It has also gained a certain momentum in terms of the quality of transportation and accommodation services. This development has increased the level of world tourism in Turkey. Although Turkey's tourism development won a big momentum until 2014, changing world politics in recent years, economic impacts and experienced wars have led to major changes in Turkey as well. This situation has a negative impact on tourism demand in Turkey and Turkey's tourism revenues.

The competitive environment, which has increased in severity with globalization, has made it necessary for accommodation companies to make more accurate strategic plans for the future in both the national and international tourism markets. As a result of the increase in transportation facilities, strengthening international political and economic connections, increase in per capita income and technological developments, a significant increase was observed in the number of large accommodation enterprises. For these reasons, large accommodation companies are becoming globalized by adding local brand companies in different countries to their bodies or by opening businesses in different countries. This causes businesses to become chain enterprises over time. When we examine the top ten group hotels in the world as of 2019, we see that the biggest hotel chain is Wyndham Hotel Group with 9,157 hotels. Choice Hotels International ranks second with 7,045 hotels. These are followed by Marriott International with 7,003 hotels.

According to the data of the world tourism organization, air transportation is the first type of transportation used by passengers who participated in international travels in 2018. This situation shows how important bilateral relations are with airline companies in terms of accommodation enterprises. The shortening of travel time enables people to stay more in the regions they will visit and to not only close distances but also to distant destinations. Airway transportation positively affects the accommodation establishments in terms of shortening travel times.

According to the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) 2019 data; when the regional distribution of the number of international tourists in 2018 is examined, Europe is one of the regions that attract the most tourists with 710 million tourists. The region that attracts the most tourists after Europe was the Asia Pacific region with 348 million tourists. Tourist distribution to other regions; The American region was 216 million tourists, the African region was 67 million tourists and the Middle East region was 60 million tourists. Based on current trends, economic prospects and the UNWTO Trust Index, UNWTO predicts a growth of 3% to 4% in international tourist arrivals worldwide by 2020.

In today's competitive environment, accommodation companies are growing rapidly and increasing their international activities. In the accommodation sector, where customer's needs and expectations are increasing day by day, the importance of service quality also increases. In this competitive environment, businesses that do not respond to customer expectations and do not pay attention to service quality fail. Accommodation businesses that manage to adapt to these by following the global developments and changes are one step ahead of the competition. Accommodation businesses that fail to keep up with this development and change fail. Therefore, accommodation enterprises should strive to become global businesses by developing themselves effectively and efficiently. While doing so, accommodation establishments should not neglect to protect their local values. Only in this way, they can make a difference and be distinguished in the eyes of tourists in the globalizing tourism industry. All economic changes in the world affect businesses in competition. The tourism sector is highly affected by these changes. Mainly in accommodation establishments in Turkey, all tourism businesses should understand the globalization process and should be quickly adapted.