

TÜRSAB HAVAYOLU, BİLETLEME ve IATA İHTİSAS BAŞKANLIĞI'NA

“Seyahat Acentaları, havayollarının rakibi değil iş ortaklarıdır.”

İş ortaklarımız olan Havayolları tarafından uygulanmakta olan satış politikaları ile acentasını rakip görme anlayışı, başta acentaları ve tüketiciyi olumsuz yönde etkilemektedir. Şöyle ki;

Gerek havayollarının büyümesinde gerekse mevcudiyetlerinin devamında önemli bir iş ortağı olan seyahat acentalarının bu gelişmelerde çok büyük rol oynamasına, hatta Türk Hava Yolları'nın bugün geldiği noktada seyahat acentaları kanalının yadsınmaz bir önemi olmasına rağmen; havayollarınca özellikle son 6 yıldır seyahat acentasını kendine rakip gören pazarlama politikalarının, sektörün kendi bindiği dalı kesmesine ve havayollarının da ciddi zararlar açıklamasına neden olmaktadır.

“Turizm, hizmeti verilmeden alınan bir sektör değildir. Bu konudaki en önemli fedakarlık ise ürünlerin doğru tanıtılması ve talep yaratılmasındaki imkanların korunmasıdır. Havayolları için fevkalade öneme sahip, acentalarını bertaraf etmeye yönelik politikaların sonuçları da ortadadır. Bir ürünü en iyi şekilde tanıtip, bunu tüm taraflara optimal bir kazanç haline dönüştürmek, acentaların temel uzmanlık alanıdır. Oysa sözde, acenta maliyetinden fedakarlık etmeyi başarı saymak veya bypass etmek, havayolunun bindiği dalı kesmesidir.”

“Seyahat Acentaları Havayollarının dolgu malzemesi değildir”

Ulaşım coğrafyası açısından Türkiye’de havayolu ulaşımı fevkalade avantajlı bir öneme sahiptir. Ülkemizden 4 saatlik bir uçuş mesafesiyle neredeyse 2 milyarlık bir nüfusa ulaşılmaktadır. Yolcuyla birebir irtibatı olan seyahat acentaları ise sahanın nabzını doğrudan tutan bir konumda olup, arz-talep dengeleri konusunda havayoluna en iyi ışık tutacak durumdayken bundan istifade etmeyip, üstelik acentaları oyun dışında bırakacak uygulamaları desteklemek büyük bir hatadır. Bu sebeple havayollarının, ‘ben doldurduğum koltukları doldurayım, boş kalanını da acenta doldursun’ düşüncesi doğru bir strateji değildir. Zira bu gidişle mesleğini sürdürecektir acenta kalmayacaktır.

“Haksız rekabet şartları”

Havayollarının uyguladığı bazı kampanyalar çerçevesinde ürünü sadece kendi web sitesinden veya aplikasyonundan veya çağrı merkezinden satması ve yaptığı bir indirimde acenta kanalını devre dışında bırakarak uygulaması veya bazı ücret sınıflarını acentasına göstermemesi, fevkalade haksız bir rekabet örneğidir. Oysa ülkemizde bulunan yaklaşık 11 bin seyahat acentasından büyük çoğunluğunun ana iş tical konusu bilet acentalığı olup,

yarattığı istihdam ile de ülke ekonomisine önemli katkı sağlamaktadır. Hiçbir havayolunun koltuklarının tamamını internetten satması mümkün değildir. Her şeyden önce bu kapasitede hizmet verecek bir çağrı merkezi altyapısı yoktur ve olamaz da. Halihazırda biletini internetten almış olan yolcuların deneyimlerinde biletleri ile ilgili iptal, değişiklik konularında dakikalarca havayolunun robot santrallerle muhatap oldukları ve bir sonraki deneyiminde yine seyahat acentasını tercih ettikleri de önemli bir tespittir.

“Acentaların tahammülü kalmamıştır”

Havayolları bilet satış sektöründe, mevzuatla çalışmaları kurumsallaştırılmayan ve havayollarının elinde sahipsiz bırakılarak, bir bakıma deneme tahtası olan acentalar mevcut haksız rekabet şartları altında ezilmekte, bir kısmı da faaliyetini sonlandırmak durumunda kalmaktadır. Bu konuya süratle müdahale edilmelidir.

“İlgili Kurumları göreve çağırıyoruz”

Ülkemizde sivil havacılık alanında kural koyma, denetleme ve yaptırım uygulama faaliyetlerinden sorumlu olan Bakanlıklarımız ve kamu otoritelerimiz vardır. Sivil havacılığa dair her şeyi denetlemeye ve mevzuatlarını geliştirmeye dair yetkisi olan otoritelerden, özellikle havayollarının bayileri yani acentaları ile olan ilişkilerini düzenleyecek, haksız rekabet ortamı yaratmayacak ve dolayısıyla tüketicinin mağduriyetini önleyerek satış kanallarında eşitliği sağlayacak düzenlemeleri bekliyoruz. Acentalar kadar bu mevzuat eksikliğinin önemli mağdurları **tüketicilerdir**.

“Havayolu açısından bakıldığında”

Havacılık tarihi, pek çok batmış havayolu ve başarısız havacılık örnekleri ile doludur. Avrupa havacılık tarihinde dahi zamanın en büyük, en erişilmez havayolu olmasına rağmen iflas etmiş, el değiştirmiş hatta bayrak değiştirmiş milli havayolları vardır. Çok maliyetli olan operasyonlarda hatalı kararlar ve hatalı pazarlama yolları sonun başlangıcı olabilir. Ülkemizde de pek çok kapanmış havayolu örneklerinin altında da benzeri sebepler vardır. Bu örneklerin yaşandığı ülkelerde hatalı stratejilerin yanı sıra; acentacılık teşkilatının yeterince geniş ve güçlü olamamasının da etkileri büyüktür. Şimdi ise havayollarının uyguladıkları politikalarla acentalar bir bir kapanırken, başta Türk Hava Yolları'nın da en önemli kalkanı hızla zayıflamaktadır.

Yukarıdaki yazılı olan metni onaylıyor ve gerekli tüm kurumlara iletilmesini talep ediyorum.

Tarih:

Kaşe/imza