

## İnternet ve Bilgi Sistemleri Kullanımının Turizm Dağıtım Kanallarına Etkisi Üzerine Bir Uygulama

*An Application On The Effects of Internet and Information Systems Usage  
Tourism Distribution Channels*

**Mustafa KESKINKILIÇ**

Atatürk Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi, Yönetim Bilişim  
Sistemleri Bölümü  
Erzurum, Türkiye  
[muskes@atauni.edu.tr](mailto:muskes@atauni.edu.tr)

**Yılmaz AĞCA**

Gaziosmanpaşa Üniversitesi  
Niksar Sosyal Bilimler  
MYO, Turizm ve Otel  
İşletmeciliği Bölümü  
Tokat, Türkiye  
[yilmaz.agca@gop.edu.tr](mailto:yilmaz.agca@gop.edu.tr)

**Ersin KARAMAN**

Atatürk Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi, Yönetim Bilişim  
Sistemleri Bölümü  
Erzurum, Türkiye  
[ersinkaraman@atauni.edu.tr](mailto:ersinkaraman@atauni.edu.tr)

### Özet

İnternetin insan hayatına girmesi ile birlikte diğer çoğu sektör gibi turizm sektöründe de pek çok önemli değişim meydana gelmiştir. Bu değişimlerden biri de turizm pazarlama ve dağıtım sisteminde meydana gelmiştir. Tüketicilerin seyahat acentesi şubesi aracılığıyla satın almayı gerçekleştirdikleri geleneksel turizm dağıtım sistemi zamanla yerini internet siteleri üzerinden satın almanın gerçekleştiği çevrimiçi dağıtım sistemine bırakmıştır. Böylece çevrimiçi seyahat acenteleri (OTA) olarak adlandırılan yeni bir bilgi sistemi türü olan turizm bilgi sistemi kavramı ortaya çıkmıştır. İnternet üzerinden tatil paketi, konaklama ve seyahat ürünleri satan bu yeni sistemler giderek yaygınlaşmaktadır.

Bu çalışma ile çevrimiçi seyahat acentelerinin (online travel agency) sektör içerisindeki konumu, avantaj ve dezavantajları, kullanım oranları ve tercih edilme nedenleri araştırılmaktadır. Bu amaçla konuyla ilgili detaylı bilgi verilmiş ve belirlenen örneklem üzerinde anket çalışması uygulanmıştır.

Yapılan analizler sonucunda internet üzerinden tatil paketi veya konaklama satın alıp almama ile eğitim durumu arasında anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların internet üzerinden tatil paketi veya konaklama satın alma tercih nedenlerinde, en yüksek oranlara sahip olan seçeneklerin kullanıcı yorumları ve fiyat karşılaştırılabilir olduğu görülmüştür. Bu tercihte en düşük oranın da güvenilirlikte olduğu saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İnternet, Yönetim Bilişim Sistemleri, Turizm Bilgi Sistemleri, Çevrimiçi Seyahat Acenteleri, Turizm Dağıtım Sistemi.

### Abstract

*Associated with Internet enter people's life a lot of important changes have occurred in the tourism industry like as most the other sectors. One of these changes have occurred in the tourism marketing and distribution system. Traditional tourism*

*distribution system that customers use travel agency branch office is supplanting new distribution system which customers buy tourism product on internet sites. Thus, it has emerged the concept of tourism information system, which is a new type of information systems that they are named Online Travel Agencies (OTAs). These new systems which sell vacation packages, accommodation and travel products over the internet, are becoming increasingly common.*

*This study emphasized the importance of online travel agencies, their position with in the sector and their benefits and disadvantages. Otherwise this study research that why customers choose OTAs instead of traditional travel agencies and usage rates. For this purpose, we applied a survey study on sample.*

*The results provided using OTAs has significant relationship between customers' level of education. In addition, why respondents prefer buying holiday package or accommodation on the internet, having the highest proportions in options are user reviews and compare prices. Also reliability has lowest rate choose OTAs.*

**Keywords:** *Internet, Management Information Systems, Tourism Information systems, Online Travel Agencies, Tourism Distribution System.*