



Privacy of personal information in tourism sector

Turizm sektöründe kişisel bilgilerin mahremiyeti

Nesrin Şalvarcı Türel¹
Gonca Manap Davras²
Nilgün Dolmacı³

Abstract

Information is an essential element for tourism businesses. It is needed in significant quality and quantity for different purposes in various areas of the tourism industry. In particular, use of personal information of customers gives the enterprises an advantage while laying important responsibilities on them. This study presents the requirement of personal information in tourism industry and areas of use of such information, and discusses conceptual and legal aspects of ensuring privacy and security of obtained personal information. In tourism industry, problems that may be related to the preservation, storage and use of personal information can damage the privacy of individuals. The measures that are taken by tourism enterprises for the protection of personal information are covered in this study as well. Also, the Constitution, Turkish Criminal Law and the Draft Law on the Protection of Personal Data were reviewed and relevant evaluations are made in relation to the protection of personal data.

Keywords: Information, Tourism Sector, Personal Information, Privacy

[\(Extended English abstract is at the end of this document\)](#)

Özet

Bilgi, turizm işletmelerinin için vazgeçilmez bir unsurdur. Turizm sektörünün farklı alanlarında, farklı amaçlar için önemli nitelikte ve nicelikte bilgiye ihtiyaç vardır. Özellikle müşterilere ait kişisel bilgilerin kullanımı, işletmelere önemli avantajlar sağlarken işletmelere önemli sorumluluklarda yüklemektedir. Bu çalışmada, turizm sektöründe kişisel bilginin gerekliliği, bu bilginin kullanım alanları orta konmuş ve elde edilen kişisel bilginin, mahremiyetinin ve güvenliğinin sağlanması, kavramsal ve hukuki açıdan ele alınmıştır. Turizm sektöründe kişisel bilginin saklanması, depolanması, kullanımı ile ilgili olarak olabilecek sorunlar kişilerin mahremiyetine zarar verebilmektedir. Turizm işletmelerinin kişisel bilgilerin korunması adına aldığı önlemler ortaya konmuştur. Kişisel verilerin korunması kapsamında Anayasa, Türk Ceza Kanunu ve Kişisel Verilerin Korunması Kanunu Tasarısı incelenmiş ve tespitlerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Bilgi, Turizm Sektörü, Kişisel Bilgiler, Mahremiyet

¹ Yrd. Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu, Isparta, nesrintureli@sdu.edu.tr

² Yrd. Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu, Isparta, goncadavras@sdu.edu.tr

³ Öğr. Gör., Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu, Isparta, nilgundolmaci@sdu.edu.tr

1. Giriş

Baş döndürücü bir hızla gelişen bilgi teknolojisi birçok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de yenilikleri beraberinde getirmiştir. Sektör içinde yer alan turizm işletmeleri, başta internet olmak üzere birçok iletişim aracını kullanarak faaliyetlerini daha kolay ve çabuk olarak gerçekleştirmektedir. Soyut ürünlerin kullanımının esas olduğu turizm işletmelerinde klasik dağıtım kanalı modeli değiştirilerek, yerine internet ortamında yeni tanıtım pazarlama stratejileri geliştirilmektedir. Çoğu otel işletmesi, internetin büyüyen potansiyelinden yararlanmak için kendi web sayfalarını tasarlayarak aracı kullanmadan müşterilere ulaşmayı, gerekli bilgilendirmeyi yapmayı hatta anında satışı gerçekleştirmeyi hedeflemektedirler. İnternet kullanımının hızla yayıldığı öngörüldüğünde turizm işletmelerinin bu önemli gücü kullanması kaçınılmazdır. Turizm işletmeleri satış, pazarlama, tanıtım faaliyetlerini dışında rezervasyon alımlarında da internetten yararlanmaktadırlar. İnternet aracılığıyla alınan rezervasyonların oranları, telefon, faks gibi yollarla alınan rezervasyonlara oranla gün geçtikçe artmaktadır. Bu gelişmelere rağmen, otellerin birçoğu hala radyo, televizyon ve yazılı basın gibi geleneksel reklam metotlarını, telefon- faks gibi geleneksel rezervasyon araçlarını kullanmaya devam etmektedirler.

Bilgi teknolojileri, turizm işletmeleri ve internet kullanıcıları açısından zaman ve emek tasarrufu sağlarken aynı zamanda bazı riskleri de beraberinde getirmektedir. Kullanım konusuna göre internet kullanıcıları bazı kişisel bilgileri de işletmelerle paylaşmak zorunda kalmaktadırlar. Turizm işletmeleri bu bilgileri kendi bilgi bankalarında saklayarak, arşivleyerek işletme bünyesinde tekrar kullanabilmektedirler. İşletmelerin bu bilgilerle ilgili gizlilik anlaşmaları vardır ancak bazı işletmeler bu anlaşmaları ihlal ederek, bilgileri 3. kişilerle paylaşabilmektedirler. Bu noktada kişilerin mahremiyeti yok sayılmaktadır. Bu durum kötü niyetli kişilerin elinde birçok fırsata dönüşebilmekte ve bilgilerini işletmelerle paylaşan kişilerde mağdur durumuna düşebilmektedir.

Spesifik olarak, bu durum kişisel bilgilerin doğru kullanımı ile bilgi mahremiyeti arasındaki gerilim, bilgi çağının en ciddi etik tartışmasını da beraberinde getirmiştir. Çalışmamızda turizm işletmelerinin bilgi teknolojisini ve kişisel bilgileri kullanımı ele alınmış ve hukuki açıdan kişisel bilginin korunması adına alınması gereken önlemlerin ortaya konması amaçlanmıştır.

2. Bilgi ve kişisel bilgi ediniminin gerekliliği

Günümüzde toplumlara yön veren bilgi işletmeler içinde önemli bir lokomotifdir. İşletme yönetiminde bilgi, hammadde, emek, zaman, mekân, sermaye ve diğer girdilere ihtiyacı azaltmış ileri bir ekonomik kaynaktır (Yüksel Civelek, 2011). Özellikle sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte bilgi, işletmelerin ve toplumların başarısında, gelişmesinde ve

kalkınmasında temel faktör rolü oynamaktadır. Bugün, belirsizliklerin hâkim olduğu hızlı değişim ortamlarında işletmelerin en önemli varlığı bilgi olarak görülmektedir (Koçel, 2010:430). Ancak bilgi organizasyonlar tarafından doğru yönetilirse, hizmet ve ürünlerinde verimliliğe ulaşabilir, rakipleri arasında devamlılığını sürdürebilir (Çankır, Kartal, Yıldırım ve Gülseçen, 2011).

Bilginin üretilmesi, toplanması, biriktirilmesi, işlenmesi, yayılması ve korunması amacıyla devreye giren birçok bilgi teknolojisi aracında işletmeler tarafından kullanılmaktadır. Günümüzde bilgi ve bilgi teknolojileri, iş dünyasını yeniden planlayarak geleneksel yapıdan çıkarmış, müşteri ihtiyaçları doğrultusunda yeniden yapılanmasında önemli ve kalıcı dönüşümlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu dönüşüm için girişimlerde ciddi yapısal değişimler yaşanmak zorunda kalmıştır. İşletmelerin bilgiyi elde etme, geliştirme ve yönetme yetenekleri; ekonomik büyümenin, verimliliğin ve rekabet edebilirliğin temel unsuru haline gelmiştir. Bu açıdan, bilgi teknolojisinin iş dünyasına etkin bir şekilde nüfuz etmesi; ekonominin bilgiye dayalı hale gelmesi, yüksek katma değer üretmesi ve yeni iş alanlarının oluşumu açısından büyük önem taşımaktadır (Bilgi Toplumu İstatistikleri, 2011).

Bilgi teknolojileri ile birlikte bugün dünyada pek çok işletme aynı zaman diliminde ve rekabet ortamında yer alır hale gelmiştir. Söz konusu bilgi ekonomisinde, hangi malların ne miktarda ve hangi özellikte üretileceğine karar verme gücü geleneksel yapıdaki işletmelerden, bilgiye sahip işletmelere geçmiştir. Özellikle gıda, tekstil ve turizm sektöründe üretim ve pazarlama daha yoğun olarak bilgiye dayalı hale gelmiştir (Yüksel Civelek, 2011). Söz konusu süreçte bu işletmeler açısından başarının elde edilmesi, sürecin doğru ölçülerle izlenmesine, değerlendirilmesine ve gerektiğinde tedbir alınmasına bağlıdır (Bilgi Toplumu İstatistikleri, 2011).

Bilgi geniş çaplı bir kavramdır. İşletmeler farklı birçok alanda bilgi kullanabilirler. Bunlardan biride tüketicilerle ilgili bilgilerdir. Fiili veya potansiyel tüketicilerle ilgili bilgiler işletmelerin faaliyet sürecini hızlandırır ve rekabet gücünü artırır. Bu bilgilerin başında kişisel bilgiler gelmektedir. Kişisel bilgi, genel anlamıyla veri öznesinin, yani ilgili ve tanımlanabilir gerçek kişinin tanımlanması için kullanılabilecek her türlü bilgidir. Kimlik bilgileri, kart bilgileri, adres bilgileri, telefon, internet bilgileri gibi birçok bilgi kişisel bilgi kapsamına girer.

Gelişen bilişim teknolojileri ve son derece kolaylaşmış görsel, işitsel ve veri transferi kişisel bilgi kullanımını ve önemini arttırmıştır. Artık kişi salt fiziksel görünümü ile yaşadığı kısıtlı çevrede tanınmamakta, en basitinden ismi ve soy ismi ile doğum yeri, tarihi, Türkiye Cumhuriyeti için kimlik numarası gibi birçok ayırt edici özelliği ile çok daha geniş bir alanda tanımlanabilmektedir. Bu verilerin günümüzde bilgisayar gibi bir araç yardımıyla depolanması, işlenmesi ve gerektiğinde İnternet gibi sınır tanımayan bir ağ aracılığıyla paylaşılması, kamusal ve özel işlerin yürütülmesi açısından birtakım kolaylıklar getirmektedir.

Kişilere ait bilgiler ekonomik, sosyal ve siyasal nedenlerle hızlı bir şekilde işlenmektedir. Kamuya ait kuruluşlar görevlerini yerine getirmek; özel sektör mal ve hizmet üretmek, pazarlamak ve tüketici taleplerinden haberdar olmak, bu taleplerin karşılanmasına yönelik ar-ge faaliyetlerinde bulunmak için kişisel bilgilere ihtiyaç duymaktadır (Yüksel Civelek, 2011).

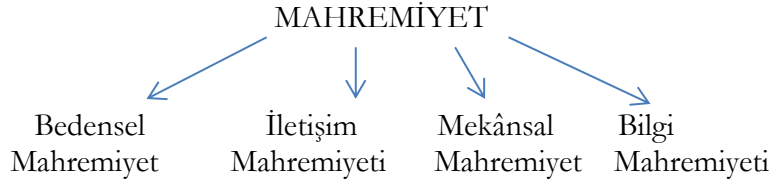
Sektör, hizmet sunduğu kesimin ihtiyaçlarını ve taleplerini en iyi şekilde karşılayabilmesi için müşterinin bizzat kendisi tarafından verilecek bilgilerle donatılması gerekmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojisi, turizm işletmelerinin müşterileri hakkında bilgi toplamalarında işlerini kolaylaştırmakta ve müşterilerin bireyselleştirilmesinde (kişiselleştirilmiş pazarlama stratejisi) önemli katkılarda bulunmaktadır. Özellikle, müşteriler tarafından doldurulan kayıt formları ile müşterilerin kişisel bilgilerine (adres, e-mail, kredi kart no...vs) demografik bilgilerine (yaş, cinsiyet, meslek, medeni durum, çocuk sayısı..vs.) ve hobilerine ait veriler elde edilebilmektedir. Turizm işletmeleri farklı kanallarda elde ettikleri verileri bilgiye dönüştürerek veri bankalarında daha sonra kullanılmak üzere saklamaktadırlar. Böylece işletmeler çoğunlukla müşterilerden elde ettikleri kişisel bilgilerle etkin pazarlama stratejileri geliştirebilmekte ve kişisel özel satış teknikleri uygulamakta ya da kampanyalar hazırlayabilmektedir (Uzkurt ve Torlak, 2005).

3. Mahremiyet kavramı

Mahremiyet kelimesinin kelime kökü mahremdir. “Mahrem, kelime olarak gizli, herkese söylenmez, herkesçe bilinmemesi gereken gizli olma durumu, gizlilik manalarını ihtiva etmektedir”(Erdemir ve Çeliktaş, 2006). Tanımının ve sınırlarını çizmenin oldukça güç olan mahremiyet, kişisel ve ortak alanın ayrışmasına ilişkindir (Aksoy, 2010). Günlük dilde sıkça kullanılan mahremiyetin, tek bir tanımı, analizi veya anlamı yoktur ancak sosyolojik ve antropolojik tartışmalarda geniş kökleri vardır. En dikkat çekici olanı da, Aristo'nun devlet (polis) ile aile ve ev hayatıyla ilişkilendirilen özel arasındaki ayrımı olan iyi bilinen felsefi tartışmalardır (Almagor, 2006).

Mahremiyet kavramı ilk kez, 1890 yılında Amerikalı yargıç Brandeis tarafından “bireyin yalnız bırakılma hakkı” olarak tanımlanmıştır (Yüksel Civelek, 2011). “Mahremiyet, kişinin herkesle paylaşmayacağı veya herhangi bir kimse ile paylaşmamak hakkının bulunduğu olay, inanç ve duygularının, isteği üzerine o kişiyle paylaşılmasını” ifade eder (Küzeci, 2010). Bir başka tanıma göre ise mahremiyet; bireylerin, devletin ve diğer kişilerin müdahalesinden muaf olarak hareket edebileceği, yaşamsal faaliyetlerini sürdürebileceği bir alanın ve kişilik haklarına bağlı olan tüm unsurların bütünüdür. Bu tanımdan hareketle mahremiyetin, kişilik haklarını, iletişim özgürlüğünü ve özel hayata saygıyı içine alan geniş bir kavram olduğu söylenebilmektedir (Beceni, 2004). Kabul gören farklı mahremiyet alanları bulunmaktadır.

Şekil 1 : Mahremiyet alanları (Aksoy, 2010)



Bedensel mahremiyet fiziksel varlığına dair genetik araştırmalar, tıbbi testlere karşı korumaya ilişkin, iletişim mahremiyeti iletişim türlerinin(posta, telefon, e-posta..) gizliliğini, mekânsal mahremiyet aramalarına, güvenlik kameraları, kimlik kontrolleri gibi kişisel alanlara olan müdahalenin sınırlarının çizilmesine ilişkin ve bilgi mahremiyeti kişisel verilerin toplanması ve tutulmasına ilişkin kuralların çerçeveleriyle ilgilidir. (Aksoy, 2010).

“Bireyin davranışlarının, kişilik bilgilerinin, özelliklerinin ve kişi ile ilgili olan her şeyden başkalarının ne kadar haberdar olacağı kişisel mahremiyet ile ilgilidir. Mahremiyetin farklı boyutları Şekil 2’de verilmiştir.

Şekil 2 : Mahremiyet boyutları (Tataroğlu, 2009)



Gizlilik şeklinde mahremiyet, bireylerin kendileri hakkındaki bilgileri, belirli eylemlerini, herkese veya seçtiği bazı kişilere karşı gizli olmasını istemesi şeklinde ortaya çıkar. Anonim mahremiyet, bireylerin bazı davranışları (toplum içinde yapılmış olsa dahi) bireyle ilişkilendirilemeyecek şekilde yapma isteğidir. Otonom mahremiyet ise, bireyin bazı davranışlarının aleni veya gizli kalması tercihinin kendine bağlı olması, devlet veya diğer kişilerin ilgisine kapalı kalmasını tercih etmesidir” (Tataroğlu, 2009).

Kamu veya özel sektör kuruluşları çoğu zaman emredici şekilde bireylerin kimlik bilgileri başta olmak üzere kişisel bilgilerini beyan etmelerini şart koşan yazılımlar geliştirmektedirler (Tataroğlu, 2009). Bu yaptırımlar avantajlarının yanı sıra mahremiyet ihlali gibi bir sorunu da beraberinde getirebilmektedir. Mahremiyeti ihlal etmek, olumsuzluğa neden olmaktadır. Çünkü insanlar kendi kimlikleri ve kendi öz saygılarının zaruri ön koşulları olarak ortak normları tecrübe etmek üzere sosyalleşmiştir (Almagor, 2006).

4. Tüketiciler açısından kişisel bilgi mahremiyetinin önemi

Kişisel bilgi, işletmeler için önemli bir veri kaynağıdır. En önemli amacı müşteri memnuniyeti olan işletmeler müşterilerin kişisel bilgilerini yakından takip etmektedir. Kişisel bilgi kapsamı Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Kişisel bilginin kapsamı (Civelek, 2011)

Kimlik bilgileri	ad, soyadı, kimlik numarası, doğum yeri, tarihi, anne- baba adı, anne kızlık soyadı nüfusa kayıtlı olduğu yer
Bio-metrik bilgiler	parmak izi, retina, yüz hatları elin şekli yazı karakteri, yürüme ve konuşma tarzına ilişkin bilgiler.
Diğer bilgiler	adres bilgileri, kredi kart bilgileri, telefon bilgileri, e-posta bilgileri, nüfus bilgileri, tapu bilgileri, vergi bilgileri, eğitim bilgileri, meslek bilgileri, sendikal ve siyasi bilgiler

Kimlik bilgileri, bio-metrik bilgiler ve diğer bilgileri kişilerin aleyhine (sahte oy, nüfusta, vergi işlemlerinde, sınavlarda, emekli işlemlerinde) kullanılabilir (Yüksel Civelek, 2011). Böylece banka, hastane, alışveriş merkezleri, devlet kurumları gibi kuruluşlar tarafından tutulan büyük miktardaki kişisel bilgilerin ticari değeri ile ilgili suiüstimler önemli siber suçların işlenmesinde basamak görevi görmektedirler (Karimi ve Korkmaz, 2013).

Başlangıçta işletmelerin ticari amaçlarla müşteri hakkında bilgi sahibi olması her iki taraf içinde yararlıdır. Zira müşteriler hakkında bilgi toplanması pazarlama bölümünü doğru hedeflere yöneltecek, alıcı ve satıcının bir araya getirilmesinde bilgiden kaynaklanan etkisizliği azaltabilecektir. Müşteri açısından da daha iyi hizmet alacaksa (indirim, kupon, ödül, zamandan tasarruf, rahatlık... vb.) kişisel bilgileri vermek konusunda herhangi bir sıkıntı yoktur. Ancak mahremiyet söz konusu olduğunda müşteri işletme ile arasına mesafe koyabilmektedir (Gül, 2002). Ampirik bulgular, müşterilerin kişiselleştirilmiş hizmetlerin faydalarına bakmaksızın rızaları olmadan bilgilerinin üçüncü kişilere ifşa edilmesinden kendilerini huzursuz hissedebildiğini göstermiştir (Lee ve Cranage, 2011).

Kişisel bilgiler internet ortamında kayıt altına alınmakta ve istenilmeden herkese açık bilgiler haline gelmektedir. Kişilere ait bu bilgilerle ilgili olarak bilgiye kolay ve hızlı erişim hedeflenirken kişisel mahremiyete yeterince önem verilmemektedir (Karaarslan, Koç ve Akın, 2010). Bu gün kişilerin mahremiyet alanına girme modern cihazlarla oldukça kolaylaşırken, elde edilen bilgilerin saklanması, değiştirilmesi, geniş coğrafik alanlara dağıtılma süresi kısalmıştır (Yüksel, 2003). Bilgisayar ve internet kullanımıyla birlikte her evin içerisinde dünyaya açılan bir kapı bulunmakta ve mesafeler inanılmaz bir biçimde ortadan kalkmaktadır. Bu muazzam

büyüklerdeki iletişim ortamında özel hayatın mahremiyetini ve insanların aralarındaki haberleşme güvenliğini sağlamak neredeyse imkansız hale gelmiştir. Yetkisiz kullanıcıların kişisel bir bilgisayardaki özel bilgilere ulaşarak kopyalama, değiştirme ve silme gibi işlemleri gerçekleştirmesi, telafisi çok güç sonuçlar doğurmaktadır. Bu durum bireylerin özel hayatına yapılan bir müdahaledir (Yalman ve Ertürk, 2009).

Elbette ki, kişilerin en doğal hakkı öz varlığını korumaktır. Bilgi teknolojileri aracılığıyla ve çeşitli nedenlerle kişisel bilgilerin bazen istemli, bazen istemsiz paylaşılması kişilik haklarının ihlâlini akla getirmektedir (Aydın,1998). Oldukça geniş bir alana yayılmış olan bilgi paylaşımında güven ve güvenliğin sağlanması oldukça güçtür. Zira hizmetlerin internet ortamında sunulması eğiliminin artması, açık ve özel ağlar arasındaki geçişler, bilgilerin halka açık sistemlerle paylaşılması gibi uygulamaların artması sonucu bilgilere erişimin denetlenmesi güçleşmekte ve güvenlik zayıflıklarına neden olmaktadır (Ersoy, 2007). Bu güvensizlik ortamda kişilerin hayatlarına anti-yasal boyutta müdahalelere oldukça sık rastlanmaktadır.

Kişisel bilgilerin aşırı kullanımı iki açıdan tüketici mahremiyetini yaralar: Birincisi uygun mahremiyet kontrolleri eksikliği nedeniyle kişisel bilgilerin uygunsuz kullanımı örneğin istenmeyen e-postalar, kredi kartı dolandırıcılığı veya kimlik hırsızlığı gibi. İkincisi orijinal alışverişi dışındaki amaçlar için tüketicinin rızası olmaksızın kişisel bilgilerin izinsiz kullanımınıdır. Bilgi mahremiyeti riski kavramı, kazanılmış bilgi mahremiyeti endişesi olarak ileri sürülmüştür. Kişisel bilgiyle ilgili bir zarar, potansiyel kişisel algı olarak tanımlanmaktadır (Pavlou, 2011).

Mahremiyet endişesi farklı internet ortamlarında örneğin, doğrudan pazarlama veya veri tabanlı pazarlamada ve sosyal ilişkilerde, iş ilişkilerinde, kamu yönetimiyle ilgili ilişkilerde genellikle daha fazla mevcuttur (Castaneda, Montoso ve Luque, 2007). Kamu kuruluşları, özel sektör, meslek grupları, meslek birlikleri ya da bunların üst kuruluşları günlük hayatta birçok kişinin kişisel verilerini toplamakta, işlemekte ve depolamaktadır. Bu bilgiler bazen birinci elden bazen bu bilgileri elde etmiş olanlardan ticari ya da ticari olmayan yollarla edinebilmektedir. Kullanım amacı ya da edinim yolları artan kişisel bilgiler erişim ve kullanma hakkı ile bireyin mahremiyet hakkı arasında bir denge ihtiyacını gündeme getirmektedir (Beceni, 2004).

5. Turizm sektöründe kişisel bilgi kullanımı ve mahremiyeti

Dünyada globalleşme kavramını ilk tanıyan sektörlerden biri olan turizm sektörü bilgi teknolojilerini hızlı bir şekilde bünyesine katmıştır. Bilgi, turizm sektörü için hayati önem taşıdığından bilgi teknolojilerinin etkin kullanımı zorunludur. Turizm işletmeleri dinamik yapıda olan işletmelerdir. Müşteri memnuniyetinin sağlanması, hizmette sürekli iyileştirme ve yenilik işletmelerin en önemli amacıdır. Bu hedeflerine ulaşmada ve gerekli hareket yeteneğine sahip

olmalarında doğru bilgiye, zamanında ulaşmaları, veri ambarlarında unutulmuş çoğu veriyi bilgiye dönüştürmeleri önemli rol oynamaktadır. (Çankırı vd., 2009).

Yurt içi ve yurt dışı pazara hitap eden turizm sektöründe konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri, yiyecek işletmeleri gibi farklı faaliyet alanlarına sahip işletmeler bulunmaktadır. Hizmet ağırlıklı bir sektör olduğu için müşteri odaklıdır. Bu da müşteri hakkında birçok bilgi ve bu bilgileri kullanılabilir hale getirebilecek bilgi teknoloji ağına sahip olmasının gerekliliğini beraberinde getirmektedir. Yani hem turizm arzının hem de turizm talebinin hızlı gelişimi nedeniyle bilgi ve bilgi teknolojileri turizm sektörünün zorunlu bir partneri haline gelmiştir. Bilgi teknolojileri, turizmde satış, pazarlama, dağıtım, promosyon ve koordinasyon gibi konularda sıklıkla kullanılmaktadır (Akdoğan ve Şahin, 2005). Klasik yaklaşımda potansiyel müşteriler, konaklama işletmesinin bulunduğu bölgeye gitmeden, konaklama işletmesi hizmetlerinden yararlanmadan ya da daha önce oraya gitmiş birisinden tavsiye almadan işletme hakkında yeterli bilgiye sahip olamamaktaydılar. Fakat günümüzde sanal bir ortamda organizasyon uygulamaları insanların oturdukları yerden kalkmadan, sadece bilgisayar tuşlarına dokunarak alışveriş yapmalarına imkân sağlamaktadır (Çavuşoğlu, 2010). Modern dünyada online otel rezervasyonu yapma veya bilet alma işleminin internet üzerinden yapılmak istenmesinin en önemli nedenleri arasında kolay ulaşılabilirlik, zaman tasarrufu, eğlenceli olması, ekonomik olması, daha iyi bilgi edinilmesi, başka alternatiflerle kıyaslanabilme vb. gibi imkanların bulunması gelir (Karataş ve Babür, 2013). Elektronik turizm sayesinde aracı kurumların almış olduğu %30'lara varan komisyonlar da devre dışı kalmış ve araçlar devreden çıkarak tüketici ile direkt iletişim olanağına erişilmiştir. Tüm bu avantajların yanı sıra internet üzerinden yapılan işlemler dezavantajları da barındırmaktadır. Güvenlik endişeleri, yüz yüze iletişim olmadığı için yan ürün pazarlama fırsatlarının kaçması, çevrimiçi işlemlere olan güven eksikliği, kişiye özel ürün yerine standardize edilmiş ürün sunma zorunluluğu, müşterilerin e-ticarete hazır olmaması ve elektronik ticaret konusunda uzman seviyesinde bilgi eksikliği dezavantajları olarak sayılabilir (Karamustafa ve Öz, 2008).

Turizm endüstrisinde bilgi teknolojisinin kullanımında dönem dönem sıçramalar gerçekleşmiştir. Birinci yükselişi 1970'lerde merkezi rezervasyon sistemiyle (CRS) oluşmuştur. İkinci yükselişi ise 1980'li yıllarda otellerin dışında diğer turizm işletmelerinin de merkezi rezervasyon sistemine bağlanmasıyla sağlanmış, global dağıtım kanalları (CDS) hizmete girmiştir. Ancak bu sistemlerin kullanılması otel işletmeleri için oldukça maliyetli olmuştur. Sektör üçüncü yükselişini internet kullanımıyla yaşamıştır. İnternet üzerinden bilgi alışverişi hızlanmış maliyetler azalmıştır (Emeksiz, 2000, Tutar ve Kocabay, 2007).

Turizm sektöründe 1970'lerden beri kullanılan merkezi rezervasyon sistemi bağlantılı ve bağlantısız olarak farklılık gösterir. Bağlantılı rezervasyon sisteminde otel zincirine bağlı tüm oteller bu sisteme dâhildir, gelen rezervasyon merkeze yönlendirirler ve zincire bağlı bir otel dolduğunda gelen rezervasyon talebi başka bir otele yönlendirilerek müşteri tatmini sağlanır. Maliyeti düşük, zaman tasarrufu sağlayan bir sistemdir. Zincire bağlı tüm oteller dolduğunda ise gelen rezervasyon talebi sistem dışına aktarılabilir. Bağlantısız rezervasyon sisteminde ise bağımsız ve bir zincire bağlı olmayan otellerin oluşturduğu rezervasyon sistemidir. Bu sistemde isteyen otel işletmeleri belli bir miktar karşılığı bu sisteme üye olabilirler. Bu sistem bilgi paylaşımı, kolay ulaşılabilirlik gibi bağlantılı rezervasyon sistemlerinin sağladığı tüm avantajları üye işletmelerine sağlar (Çakıcı, 2002).

1980'li yıllarda turizm sektöründe ortaya çıkan dağıtım kanalları ise, Amerika Pazarlama Derneği tarafından malların ve hizmetlerin pazarlamasını sağlayan işletme içi örgütsel birimler ile işletme dışı pazarlama kurumlarının oluşturduğu bir yapı olarak tanımlanmıştır (Kozak, 2006). Müşteriler, turistik ürün kullanımı için doğrudan ürün sağlayıcılarla bağlantı kuramayabilirler. Bunun yerine dolaylı dağıtım kanalları (seyahat acenteleri, tur operatörleri, tur toptancıları, özel dağıtım kanalları) tercih edilebilir. Bu yapı içinde toptancı ve perakendeci vb. araçlar faaliyet gösterir. Dağıtım kanallarının sıklıkla kullanıldığı turizm sektörünün kendine has özelliklerinden dolayı dağıtım kanalları tersine işler, yani ürün tüketicinin ayağına götürülmek yerine tüketici turistik ürünün üretildiği yere götürülür. Özellikle turizm sektöründe dağıtım kanallarının hem tüketici durumundaki turist hem de aracı kullanan turizm işletmeleri açısından avantajları vardır. Dağıtım sisteminin zaman tasarrufu, kar artışı, esneklik, kontrol kolaylığı gibi avantajlarının yanı sıra dolaylı dağıtım sisteminin de profesyonel danışmanlık hizmeti alınması, geniş ürün yelpazesi, ucuzluk, bireysel ödeme gibi avantajları bulunmaktadır (Mısırlı, 2006). Ancak turizm işletmelerinin bazıları bu araçlara ihtiyaç duyarken bazıları ihtiyaç hissetmemektedir. İşletmelerin kullandıkları aracı sayısı arttıkça kişilerin bilgilerini paylaşmak zorunda oldukları ortak sayısı artmaktadır.

İnternette turizm sektöründe ikili bilgi alışverişi sağlama anlamında önemli bir araçtır. 2010 yılında yapılan ankete göre online alışveriş yapanların oranı sadece %6,3'tür. Çevrimiçi alışveriş faaliyeti incelendiğinde son 12 ay içinde internet kullanıcıları tarafından internet üzerinden %15,2 oranında seyahatle ilgili faaliyetler, %5,1 oranında konaklama rezervasyonları gerçekleştirilmiştir (Bilgi Toplumu İstatistikleri, 2011). Ülkemizde turizm pazarının Avrupa ağırlıklı olduğu ve onların da teknolojik gelişmeleri yakından takip ettiği düşünülecek olursa, internet üzerinden yapılan pazarlama faaliyetlerinin pazar payımızı koruyabilmek için bile mutlaka takip edilmesi gereken bir strateji olduğu açıktır. Aslında turizm yapısı itibari ile esnek olmasına

rağmen hızlı hareket etmeyi gerektiren bir endüstridir. İnternet de hem işletmelere hem de potansiyel turistlere bu hız ve esneklik sağlamaktadır (Özdipçiner, 2010). ‘Küresel Seyahat Eğilimleri Raporu’na göre 2014 yılında dünya genelinde online seyahat satışı toplam satışın %25’ine ulaşmış, geliri ise 524 milyar dolar olarak hesaplanmıştır. İşletme bazında örnek vermek gerekirse Avrupa pazarının iki önemli grubu TUI ve Thomas Cook’un online satışlarının toplam satışlar içindeki payları tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1: Online satışların toplam satışlar içindeki payı (Resort Dergisi, 2014)

	2010	2011	2012	2013
Thomas Cook	%23	%25	%34	%36
TUI	%27	%30	%32	%35

Kullanılan tüm bilgi sistemleriyle yapılan rezervasyon işlemlerinde kişisel bilgilerin gerekliliği ön plana çıkmaktadır. Bir otel (veya başka bir konaklama tipi) için rezervasyon yapıldığında adı-soyadı, adres (ev veya iş), e-posta adresi (işe ait veya kişisel), telefon numarası (cep, ev veya iş), kredi kartı bilgileri (kredi kartı cinsi ve numarası, CVC kodu, son kullanım tarihi, kredi kartı sahibinin adı), rezervasyonla ve sigara içilmesiyle ilgili tercihler mümkün olduğunca sorgulayan çevrim içi formların müşteri tarafından doldurulması istenir. Bu bilgiler rezervasyonu işleme almak, gerçekleştirmek ve tamamlamak (rezervasyonun teyidi için e-posta gönderimi dahil) için gereklidir. Bu bilgiler kişisel bilgi kapsamında değerlendirilen önemli ve gizli bilgilerdir. Rezervasyonu yapan işletme tarafından titizlikle korunması gerekir. Örneğin Türkiye’de seyahat acentelerinin yasal sorumlulukları Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu tarafından belirlenmiştir. Bu kanunun V. Seyahat Acenteleri ve Seyahat Yükümlülükleri bölümündeki 21. Maddesinde “*Seyahat acentaları müşterilerinin isim ve adreslerini ve gezileri ile ilgili kişisel hususları gizli tutarlar. Bu hususlarda ilgili kanun hükümleri saklıdır.*” hükmü yer almaktadır. Bu maddede belirtildiği gibi seyahat acenteleri müşterilerinin isimlerini, adreslerini ve gezileri ile ilgili kişisel hususları gizli tutarlar (Demir, 2014). Bunun dışında konaklama işletmeleri de işletme bazında gizlilik politikalarını ortaya koyarak bu konu ile ilgili açıklamaları müşterileri ile paylaşmaktadır. Bu bildirimlerde işletmenin gizlilik taahhütleri, ilkeleri, kişisel bilgi kapsamı, bilgilerin paylaşımı ve kullanılan güvenlik sistemleri hakkında bilgi verilir. Standart prosedürde toplanan kişisel bilgileri üçüncü kişi ve/veya kurumlarla hiçbir biçimde paylaşılmaz, verilmez veya satılmaz. Buna karşılık, TC kanunlarına göre yapılan bir soruşturma kapsamında yetkili adli ve idari mercilerin yine hukuka uygun olarak bu bilgileri görmek istemesi halinde işletmeler bu

bilgileri adli mercilerle paylaşabilir. İşletmeler gizlilik politikalarını açık ve detaylı bir şekilde ortaya koysalar da meydana gelebilecek hak ihlallerinden sorumlu olmadıklarını da eklemektedirler. Bu durum da mahremiyet ihlalini oluşturabilmektedir.

Bireylerin bilgi ve iletişim teknolojisi kullanımında karşılaştıkları güvenlik problemleri söz konusu teknolojilerden faydalanma düzeyleri konusunda önemli bir faktördür. İnternet kullanıcıları arasında güvenlik sorunu ile karşılaşma oranları tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2: Güvenlik sorunu ile karşılaşma oranları (Bilgi Toplumu İstatistikleri, 2011)

	2007	2008	2009	2010
Güvenlik sorunu ile karşılaşma oranları	%31	%29	% 28,9	% 46,8

Bireylerin en fazla karşılaştığı güvenlik problemi zaman veya bilgi kaybına neden olan bilgisayar virüsleridir. Bunun yanı sıra, istenmeyen iletiler de yüksek oranla belirtilen bir başka sorundur (Bilgi Toplumu İstatistikleri, 2011). Bireyler kendilerine göre de önlemler alabilmektedir. Örneğin Almanya’dan Türkiye’ye gelecek turistler üzerinde yapılan bir araştırmaya göre % 45’i online kaynaklardan rezervasyon yaptırmakta ayrıca sadece %56’sı yalnız şifreli sayfalarda kendi hakkında bilgileri paylaşıyor.

Turizm işletmeleri dağıtım kanalları, internet, merkezi rezervasyon gibi sistemlerin aracılığı ile potansiyel veya fiili müşteriden elde ettikleri bilgileri toplayarak, satış ve pazarlama faaliyetlerinde kullanmak amacıyla bilgi sistemlerinde depolarlar. Kurumsal işletmeler oluşturdukları veri tabanlarını belli aralıklarla güncelleyerek hizmet kalitesini artırmaktadırlar. Bu bilgiler belli standartlara göre saklanarak muhafaza edilir. Ancak bununla ilgili kaygılar bulunmaktadır. Örneğin müşterilerin ve internet kullanıcılarının huzurunu kaçıran SPAM yani etik dışı olarak mesaj ve elektronik belgelerin ilgili ilgisiz herkese postalanması hususudur. Güvenlik ve kredi kartı kullanımında kaygılarda dikkati çeken olumsuz gelişmeler arasındadır (Pırnar, 2005).

Rekabetin arttığı, piyasaların belirsizleştiği, pazarlanan mal ve hizmetlerin birbirine benzediği günümüz ekonomilerinde, işletmeler için rekabette başarı elde etmenin yolu bilgiyi yönetmekten ve bu sayede sürdürülebilir farklılaşmış üstünlük sağlamaktan geçmektedir. Ana kaynağını beşeri sermayenin oluşturduğu turizm sektörü için etkili ve verimli bilgi yönetimi uygulamaları hayati önem arz etmektedir (Bahar, 2011).

6. Türk Hukuku’nda veri mahremiyetinin yeri

Günümüzde geleneksel yöntemlerin yanı sıra, verilerin bilgisayar gibi elektronik ortamlarda işlenerek bunların, veri bankalarında depo edilmesi çok yaygınlaşmıştır. Bilgi çağı olarak

nitelendirilen çağımızda, bir taraftan kişisel verilerin işleme tabi tutulmasını kolaylaştırmak ve bunları ilgililerin yararlanmasına sunmak zorunlu olduğu kadar, bunu yaparken kişiliğin, temel hak ve özgürlüklerin korunması da çok önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır (TBMM, 2008).

Günlük hayatın akışı içerisinde bireyler adı-soyadı ve kimlik numarası başta olmak üzere doğum yeri ve tarihi, adres, telefon, elektronik posta, meslek vb. birçok kişisel bilgiyi kamu kuruluşları, özel kuruluşlar ve kişilerle paylaşmaktadır. Böylece dijital ortamda kişiye özgü izler kaydedilmekte ve hatta özel hayatın konusunu oluşturan pek çok bilgi muhafaza edilmektedir (Ersoy, 2012). İlgili kişinin hem kişisel hem de nesnel özelliklerini kapsayan, yukarıda da belirtildiği gibi adı, adresi, doğum tarihi, medeni hali gibi bilgiler yanında kişilerin parmak izleri, resimleri, röntgen filmleri ve yapmış olduğu yolculukların listesi bu kapsamda bilgiler olarak değerlendirilmektedir (Özdemir, 2009).

Elektronik Haberleşme Sektöründe Kişisel Verilerin İşlenmesi ve Gizliliğinin Korunması Hakkında Yönetmeliğin 3. maddesinde kişisel veri; belirli veya kimliği belirlenebilir gerçek veya tüzel kişilere ait bilgiler olarak tanımlanmakta ve kişisel verilerin işlenmesi yöntemlerini belirtmektedir (RG: 24.07.2012, 28363). Anılan Yönetmelik'te "*istem dışı, yetki dışı ya da yasa dışı olarak; kişisel verilerin tabiri edilmemesine, kaybolmasına, iletilmesine, değiştirilmesine, depolanmasına veya başka bir ortama kaydedilmesine, işlenmesine, ifşa edilmesine ve söz konusu verilere erişilmesine neden olan güvenlik ihlalleri*" kişisel veri ihlali olarak tanımlanmaktadır. Bu tür verilerin toplanması hususunda "bireyin rızasının bulunup bulunmaması sorununun merkezini oluşturmaktadır. Kişisel verilerin işlenmesinde, rızanın geçerli olabilmesi ilgili kişiye yeterli açıklamanın yapılması ve rızanın ilgili kişi tarafından hiçbir etki altında kalınmadan verilmesine bağlı bulunmaktadır (Özdemir, 2009). Kişisel verilerin bireyin rızası dışında toplanması, paylaşımı halinde bireyin temel hak ve özgürlüklerinin korunması açısından önemli bir boşluk oluşması söz konusu olmaktadır. Bireyin özel hayatının gizliliği kapsamındaki bir verinin toplanmasında ve saklanmasında, yayılmasında, kamuya açıklanmasında ve bunların verilme amacı dışında kullanılmasında bir ihlal fiili ortaya çıkmaktadır (Soykan, 2006). Bir bilginin kişisel veri olup olmadığı meselesi, o bilginin biçiminden ve saklandığı ortamdaki bağımsız olarak ele alınmalıdır. Bir verinin niteliği itibarıyla alfabetik, sayısal, çizgisel, fonografik veya akustik olması ile kâğıt üzerinde veya bilgisayar ortamında saklanması, o verinin kişisel olma özelliğini değiştirmeyecektir (Aksoy, 2010).

Önceden bu tür bilgilerin tutulması ve saklanması oldukça külfetli ve maliyetli bir iş iken, bilişim alanındaki hızlı gelişmeler her türlü bilginin saklanmasını ve başka kimselere verilmesini çok kolaylaştırmış bulunmaktadır (Arslan, Amerika ile..).Siber uzay çağında mahremiyet alanının giderek işgalinden söz edilmekte ve bu alanın korunması için yeni hukuki düzenlemeler yapılması

talep edilmektedir (Yüksel, 2003). Hukuk devletinde bireyin temel hak ve özgürlüklerinin korunması gereğinin bir parçası olarak, veri işlem faaliyetleri dolayısıyla hakları ihlal edilen herkese hak arama yollarının garanti edilmesi gerekir (Şimşek, 2008).

Anayasa'nın "Kişisel Bilgilerin Korunması" başlıklı 20. maddesine göre de, *'Herkes, kendisiyle ilgili kişisel bilgi ve verilerin korunması hakkına sahiptir. Bu hak; kişinin kendisiyle ilgili kişisel veriler hakkında bilgilendirilme, bu verilere erişme, bunların düzeltilmesini veya silinmesini talep etme ve amaçları doğrultusunda kullanılıp kullanılmadığını öğrenmeyi de kapsar. Kişisel veriler, ancak kanunda öngörülen hallerde veya kişinin açık rızasıyla işlenebilir. Kişisel verilerin korunmasına ilişkin esas ve usuller kanunla düzenlenir.'*

Konuya ilişkin bir kanun tasarısı TBMM gündeminde bulunmakla birlikte henüz kanunlaşma yolunda yeterli adımlar atılmamıştır. Söz konusu kanun tasarısı 'Kişisel Verilerin Korunması Kanunu Tasarısı' dır. Bu Tasarı'nın 1. madde gerekçesinde amacın, kişisel verilerin işlenmesinin disiplin altına alınması yanında, Anayasa'nın 17. maddesinde ifade edilen kişinin dokunulmazlığı, maddi ve manevi varlığı ile temel hak ve özgürlüklerinin korunması olduğu ifade edilmektedir. 22.04.2008 tarih ve B. 02. 0.KKG.0.10/101-902/1812 No' lu Kanun Tasarısı, kişisel verilerin korunması bakımından gerekli olan tüm hususlarda çerçeve niteliğinde ilkeleri belirlemekte ve öngördüğü bağımsız Kurul ile de bu ilkelerin uygulanmasının izlenmesini temin etmektedir (TBMM, 2008). Bu kanun tasarısı ile kişisel verilerin işlenmesinde kişinin özel hayatının korunmasının amaçlandığı, Anayasa'nın 17. maddesinde ifade edilen kişinin dokunulmazlığı ilkesinden uyarlandığı ve tasarının 95/46/EC Avrupa Birliği Veri Koruma Direktifi ile paralel bir düzenlemeye sahip olduğu görülmektedir. Tasarı uyarınca, kişisel veriler ancak kişinin açık rızasıyla işlenebilecek, kişisel verilerin üçüncü kişilere aktarılması da sadece kısıtlı hukuki şartlar dahilinde gerçekleşebilecektir. Kişisel verilerin yurtdışına aktarılması da belli koşullar ile mümkün olabilecektir (Öztürk, 2014).

5237 sayılı Türk Ceza Kanunu'nda kişisel verilerin korunması ile ilgili birtakım suçlara yer verilmiştir. TCK m. 132- 140'da "Özel Hayatın Gizli Alanına Karşı Suçlar" başlıklı dokuzuncu bölümde bu konuda düzenlemelere yer verilmiştir. Türk Ceza Kanunu'nun 135. maddesine göre;

"Hukuka aykırı olarak kişisel verileri kaydeden kimseye altı aydan üç yıla kadar hapis cezası verilir. Kişilerin siyasi, felsefi veya dini görüşlerine, irki kökenlerine; hukuka aykırı olarak ablaki eğilimlerine, cinsel yaşamlarına, sağlık durumlarına, sağlık durumlarına veya sendikal bağlantılarına ilişkin bilgileri kişisel veri olarak kaydeden kimse, yukarıdaki fıkra hükmüne göre cezalandırılır"

Bu suçun oluşabilmesi için, kişisel verilerin hukuka aykırı bir şekilde kayda alınması gerekir. Bu durumda, kişinin rızası ile kendisiyle ilgili bilgilerin kayda alınması suç oluşturmaz.

Belirli nitelikteki kişisel verilerin kayda alınması kanun hükmünün gereği olarak yapılmaktadır. Çeşitli kamu kurumlarında verilen kamu hizmetinin gereği olarak kişilerle ilgili bazı bilgiler ilgili kanun hükümlerine istinaden kayda alınması durumunda da suç oluşmamaktadır (Aladağ, 2009).

Kişisel veriler, kişilik hakkına dâhil değerler arasında kabul edilmektedir. Bu bağlamda, kişisel veriler kişilik hakkı olarak da değerlendirildiğinde, bu tip verilere yönelik saldırı tehlikesinin önlenmesi, sürmekte olan saldırıya son verilmesi, saldırı sona ermiş olsa bile yarattığı etkilerin devam etmesi nedeniyle hukuka aykırılığının tespiti davaları ile Medeni Kanun'un 23., 24. ve 25. maddeleri ile koruma altına alınmıştır.

AB mevzuatına bakıldığında, kişisel verilerin toplanması ve kullanımına ciddi sınırlamalar getirdiği görülmektedir. Buna göre, kişilere özel bilgiler, ancak açıkça belirtilen meşru amaçlarla toplanabilmekte ve ilgili kişilerin onay vermesi halinde kullanılabilir. Irk, etnik köken, siyasi görüş, dini veya felsefi inanç, sendika üyeliği, sağlık ve cinsel yaşama ilişkin kişisel bilgileri içeren verilerin toplanması ise yasaklanmaktadır. Kişisel gizlilik ile ilgili hakları ihlal edilen herkes, hukuki yollara başvurma hakkına sahiptir (Açık Toplum Vakfı, 2010).

Veri güvenliği ekonomik olarak ölçülebilir çıkarları da güvence altına alır. Zira bir bankada, bir hastanede veya bir turizm işletmesinde hizmet alan bireyler kişisel verilerinin güvende olduğunu bilmek isteyecek, aksi takdirde bu hizmetleri almamayı tercih edebilecektir. Kısacası, veri güvenliğinin sağlanmaması bireyin yaşayacağı sorunlara ilaveten kurum ve kuruluşların ekonomik kaybını da doğurabilecektir (Küzeci, 2010).

7. Sonuç ve tartışma

Birçok hizmet işletmesi gibi turizm işletmeleri de müşteri odaklı çalışmaktadırlar. Bilgi teknolojisinin kullanımı da bu hizmetin kalitesini arttırmaktadır. Bilgi teknolojisi elektronik ortamda bilgi paylaşımı arttırarak gerekli işlemleri hızlandırdı ve işlemleri kolaylaştırdı. Turizm işletmeleri özellikle satış, pazarlama, tanıtım faaliyetlerinde bilgi teknolojisinden yararlanmakta ve elde edilen bu bilgileri kendi bünyelerindeki veri bankalarında depolayıp kullanmaktadırlar. İşletmeyle paylaşılan bilgiler kişisel bilgi kapsamına da girebilmektedir. Hukuki anlamda “kişisel veri” kavramı, belirli veya kimliği belirlenebilir bir kişiye ilişkin bütün bilgiler olarak tanımlanmaktadır. Özellikle satış faaliyetleri için gerekli olan bu bilgiler işletmeler tarafından talep edilmektedir. Talep edilen bu veriler işletmeler tarafından kaydedilerek, düzenlenmekte, depolanmakta, değerlendirilmekte ve kullanılıyor. Bu süreçte elektronik ortamda bulunan bu dev veri tabanına kolay ulaşılabilmesi söz konusu olduğundan ve veriler kolay işlenebildiğinden her zaman için birçok kötü niyetli yaklaşım ve tehlikeye de kolay bir ortam hazırlayabilmektedir.

Kişiler hakkındaki bu bilgiler, üçüncü kişilerin eline geçebilir, ticarete konu olabilir, oy ve nüfus sahteciliklerinin yanı sıra vergi borcunu silme, ölü birisini canlandırma, sınavı kazanmış gibi gösterme, emekli maaşı bağlama gibi birçok sahtecilik yapılabilir. Ya da başkasının zararına olarak kayıtlar değiştirilebilir ve en önemlisi de, bireylerin evrensel ve anayasal hakkı olan özel hayatın gizliliği ihlal edilebilir. Bilgi mahremiyeti bu noktada önem arz etmektedir. İşletmelerle paylaşılan bu bilgilerin ulaşımının ve veri tabanına bilgi işlenmesinin sınırları belirlenmedikçe bireyler korumasız bir durumda kalacaktır (Ahi, 2007). Turizm işletmeleri kişisel bilgilerin gizli kalacağını ve açıklanmayacağını taahhüt etmekteyse de, kişisel verilerin hukuki olarak korunmadığı düşünüldüğünde olası sakıncalar her zaman için bireyleri tehdit edecektir.

Dünyanın birçok ülkesinde kişisel bilgilerin korunmasıyla ilgili özellikle kamu kuruluşlarının veri tabanları kanunlarla koruma altına alınmıştır. Bu sebeple uluslararası sözleşmeler ve direktifler kaleme alınmıştır. Hazırlanan bu belgelerde, kişinin fiziksel özellikleri; kişisel düşüncesi, görüş ve inançları; sağlık, öğrenim, istihdam durumu ile ilgili bilgileri ve birey olarak sürdürdüğü yaşam veya aile içi yaşantısı, başkaları ile yaptığı haberleşmelerin kendi isteği dışında bahis konusu yapılamayacağı, başkalarına açıklanamayacağı, kendisi tarafından açıklanmış olan bilgilerin de ancak açıklandığı amaç ve bağlamla ile sınırlı olarak kullanılabilceği belirtilmiştir.

Bu konuda oluşturulan Avrupa Konseyi'nin 108 sayılı sözleşmesi 1985'te yürürlüğe girmiştir. Türkiye de bu sözleşmeye imza atmıştır. Ancak hâlâ iç hukukumuzda bu konuda bir yasa ihdas etmiş değildir. Adalet Bakanlığı ve bilişim sivil toplum örgütlerinin katkısıyla hazırlanan bir taslak mevcuttur. Bir an önce taslağın tasarı haline gelmesi ve daha sonra da kanunlaşması gerekmektedir. Ayrıca, elektronik belgelerin devlet tarafından kabul edilmesi ve bu belgelerde kimlik kanıtlanması, sanal kurum kimliğinin tanımlanması ve elektronik imzanın kabulü veri tabanlarının kullanımı için öncelikle gerekli yasal düzenlemelerdendir. Kişisel verilerin korunmasına ilişkin ilke politikalar işletme bazı önlemlerle sağlanmaz bunun için tüm işletmelerin uyması gereken genel kurallar belirlenmelidir (Ketizmen ve Ülküderner, 2007).

Mahremiyet sorunları insanlık var oldukça önemini koruyacaktır. Bununla birlikte, veriyi düzenlemek, işlemek gibi becerilerimizle ihlal yolları artacak ve bilgi kaynakları giderek hassas hale gelecek. Sonuç olarak, düzenleyici süreçler ve uygulamalar da hak arama yolları belirgin müşteriler arasında geliştirilmeli, müşterilerin sayılarına karşı sorumluluklar geliştirilmeli, böyle çabalar bir anlayıştan kaynaklanmamalı hükümetler dahil her hangi örgütsel biçim içindeki alanda niyetlerine bakılmaksızın etkili kontrol edilmelidir. Bu nedenle, değerlendirme çerçeveleri ve çözümler

inançla müzakere edilmeli, taraflar aktif olarak ilgili siyasi tartışmalara katılmalı, öz-düzenleme ve mevzuat gönüllü olarak bilgilendirilmelidir (Rapp, Gaines ve Wilson, 2009).

Kaynakça

- Açık Toplum Vakfı (2010). 100 Soruda Avrupa Birliği'nin Günlük Hayatımıza Etkileri, http://www.abgs.gov.tr/files/pub/aaa100.soru_email2.PDF (Erişim Tarihi: 25.06.2014).
- Ahi, G. (2007). Mernis' in Hukuki İncelemesi, (<http://carsambanufus.blogcu.com/mernis-in-hukuki-incelemesi/1448713>) (Erişim Tarihi: 25.06.2014).
- Aladağ, C. (2009). Madde Gerekçesi, <http://www.turkbukuksitesi.com/serb.php?did=1224> (Erişim Tarihi: 25.06.2014).
- Almagor, R. C. (2006). Mahremiyetin Sınırları: Yararlı Ayrımlar. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Çev: Zeynep Gültekin Akçay, Sayı:23, 175-186.
- Akdoğan, P. & Şahin M. (2005). Bilişim Teknolojilerindeki Gelişmelerin Turizm Sektörüne Etkisi Ve Kullanım Alanları. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi TİOY*, http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=271 (Erişim Tarihi: 25.06.2014).
- Aksoy, H.C. (2010). *Kişisel Verilerin Korunması*. Ankara: Çakmak Yayınevi.
- Arslan, H. Amerika ile Avrupa Birliği Hukuki Düzenlemelerinin Gizlilik Haklarına Bakış Açısının Karşılaştırılması, <http://inet-tr.org.tr/inetconf10/bildiri/18.doc> (Erişim Tarihi: 25.06.2014).
- Aydın, V. (1998). 1982 Anayasası Çerçevesinde Özel Hayatın Gizliliğinin Korunması, *SDÜ İİBF Dergisi*, Yıl:1998, S:3, s.185-198.
- Bahar, E. (2011). Konaklama İşletmelerinde Bilgi Yönetimi: Altyapı, Uygulama ve Karşılaşılan Engeller, *İşletme Araştırmaları Dergisi* 3/2, 51-68.
- Beceni, Y. (2004). Siber Uzayda Mahremiyet, II. Türkiye Bilişim Şurası Hukuk Çalışma Grubu, http://www.bilisimsurasi.org.tr/bukuk7docs/siber_uzayda_mabremiyet.pdf (Erişim Tarihi: 07.01.2013).
- Bilgi Toplumu İstatistikleri (2011). *Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı*, Yayın No: 2826.
- Castaneda, J. A., Montoso, J. F. & Luque T. (2007). The Dimensionality of Customer Privacy Concern on the Internet, *Online Information Review*, Vol. 31 Iss: 4, pp.420 – 439.
- Çakıcı, A.C. (2002). *Otel İşletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çankır, S., Kartal, E., Yıldırım, K., & Gülseçen, S. (2011). Organizasyonlarda Bilgi Yönetimi Sürecinde Veri Madenciliği Yaklaşımı, *Bilgi Çağında Varoluş: Fırsatlar ve Tehditler, Sempozyumu 01-02 Ekim 2009*, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul, s.148-167.
- Çavuşoğlu, M. (2010). Konaklama İşletmelerinde Elektronik Ticaret Kullanımı: Gökçeada Ve Bozcaada'da Bir Araştırma, *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi* (5: 2), 111-141.
- Demir, M. (2014). *Seyahat Acenteciliği ve Tur Operatörlüğü*, Ankara: Detay Yayıncılık
- Emeksiz, M. (2000). Otel İşletmelerinde İçsel Ve Dışsal Bilgi Sistemleri: Beş Yıldızlı Uluslararası Bir Zincir Otelin Dışsal Bilgi Sistemleri İle İletişiminin İncelenmesi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Sayı 11, S.34-43.
- Erdemir, E. & Çeliktas, İ. (2006). Örgütsel Ve Hukuki Açidan İşyeri İzleme: Karşılaştırmalı Bir İnceleme, *Hakemli Hukuk Dergisi* 2006/19-20, 87-102.
- Ersoy, E. (2007). Gizlilik, Bireysel Haklar, Kişisel Verilerin Korunması, ab.org.tr/ab06/bildiri/6.doc (Erişim Tarihi:20.05.2014)
- Ersoy, Ö. (2012). Kişisel Verilere AB Koruması. *Stratejik Düşünce Enstitüsü*, <http://www.sde.org.tr/tr/haberler/1761/kisisel-verilere-ab-korumasi.aspx> (Erişim Tarihi: 25.06.2014).

- Genel Gerekçe (2008). Başbakanlık, <http://www2.tbmm.gov.tr/d23/1/1-0576.pdf> (Erişim Tarihi: 25.06.2014).
- Gül, H. (2002). Kamu Kuruluşlarında Elektronik Hizmetlerin Yaygınlaştırılması (E-Devlet), <http://www.dpud.org/dosyalar/kamu-kuruluslarında-elektronik-hizmetlerin-yayginlastirilmasi-e-devlet.pdf> (Erişim Tarihi:15.01.2012).
- Karaarslan, E., Koç S. & Akın, G. (2010). Vatandaşlık Numarası Bazlı E-Devlet Sistemlerinde Kişisel Veri Mahremiyeti Durum Saptaması, *İzmir Bilişim Hukuk Kurultayı*, ss.1-8.
- Karamustafa, K. & Öz, M. (2008). Uluslararası Turizm Dağıtım Kanalı Değer Zincirine İnternetin Katkısı: Fırsatlar Ve Tehditlere Dayalı Bir Değerlendirme, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 273-292.
- Karataş, M. & Babür, S. (2013). Gelişen Dünya’da Turizm Sektörünün Yeri, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 15 (25): 15-24.
- Karimi, O. & Korkmaz, A. (2013). Kişisel Verilerin Korunması, 18. *Türkiye’de İnternet Konferansı- inet-tr’13*, İstanbul Üniversitesi, 9-11 Aralık 2013, İstanbul, Türkiye. <http://inet-tr.org.tr/inetconf18/bildiri/63.pdf>, (Erişim Tarihi: 15.02.2014)
- Ketizmen, M. & Ülküder, Ç. (2007). E-Devlet Uygulamalarında Kişisel Verilerin Korun(ma)ması, XII. *Türkiye’de İnternet” Konferansı*, 8-10 Kasım, Ankara, 189-193.
- Koçel, T. (2010). *İşletme Yöneticiliği*, Geliştirilmiş 12. Baskı, Yayın No: 2323, İşletme- Ekonomi Dizisi:380, İstanbul: Beta Basım AŞ..
- Kozak, N. (2006). *Turizm Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küzeci, E. (2010). *Kişisel Verilerin Korunması*. Ankara:Turhan Kitabevi.
- Lee, C.H. & Cranage, D.A. (2011). Personalisation - Privacy Paradox: The Effects of Personalisation and Privacy Assurance on Customer Responses to Travel Web sites, *Tourism Management*, 32, 987-994.
- Mısırlı, İ. (2006). *Seyahat Acenteciliği ve Tur Operatörlüğü*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özdemir, H.(2009). *Elektronik Haberleşme alanında Kişisel Verilerin Özel Hukuk Hüükümlerine Göre Korunması*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Özdipçiner, N. S. (2010). Turizmde Elektronik Pazarlama, *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, (1), 5-22.
- Öztürk, H. (2014). Türkiye’de Kişisel Verilerin Korunması, <http://www.dunya.com/turkiyede-kisisel-verilerin-korunmasi-219160b.htm> (Erişim Tarihi: 25.06.2014).
- Pavlou, P. A. (2011). State Of The Information Privacy Literature: Where Are We Now And Where Should We Go?, *MIS Quarterly Vol. 35 No. 4* pp. 977-988.
- Pırnar, İ. (2005). Turizm Endüstrisinde E-Ticaret, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1: 28-55.
- Rapp J. Hill R. Gaines J. Wilson R. (2009). Adversiting and Consumer Privacy, *Journal of Advertising*, Vol. 38, No. 4, pp. 51-61.
- Soykan, C. (2006). Bireysel Gizlilik ve Kişisel Verilere Erişim Hakkı, *Ankara, XI. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri*, s.15-23 , <http://inet-tr.org.tr/inetconf11/bildiri.38.doc>, (Erişim Tarihi: 05.05.2014)
- Şimşek, O. (2008). *Anayasa Hukukunda Kişisel Verilerin Korunması*. Ankara: Beta Yayınevi.
- Tataroğlu, M. (2009). E-devlette Kullanılan Gözetim ve Kayıt Teknolojilerinin Mahremiyet Üzerinde Etkileri’, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, c.2009-1, S.18, 98-105.
- Tutar, F., Kocabay, M., Kılınç, N. (2007). Turizm Sektöründe E-Ticaret Uygulamaları: Nevşehir Örneği, *Selçuk üniversitesi Karaman İ. İ. B. F. Dergisi*, Sayı 12 Yıl 9,s.196-206.
- Uzkurt, C., Torlak, Ö. (2005). Müşteri Mahremiyeti ve Müşterilerin Mahremiyet İlgisini Ölçmeye Yönelik Bir Uygulama”, *Yönetim*, Yıl:16, Sayı:51, s.13-23.

Yalman, Y. & Ertürk, E. (2009). Kişisel Bilgi Güvenliğinin Sağlamasında Steganografi Biliminin Kullanımı, *Bilgi Çağında Varoluş: Fırsatlar ve Tehditler Sempozyumu 01-02 Ekim 2009 Yeditepe Üniversitesi*, İstanbul Bildiriler Kitabı.

Yüksel Civelek, D. (2011). Kişisel Verilerin Korunması ve Bir Kurumsal Yapılanma Önerisi, *Uzmanlık Tezi*, Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı, Yayın No:2821. <file:///C:/Documents%20and%20Settings/nosrin/Belgelerim/Downloads/tez-ycivelek.pdf> (Erişim tarihi: 25.06.2014).

Yüksel, M. (2003). Mahremiyet Hakkı ve Sosyo- Tarihsel Gelişimi, *Ankara Üniversitesi SBS Dergisi*, 58-1, s.181-213. <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/42/458/5202.pdf>, (Erişim Tarihi: 07.12.2012).

[Extended English Abstract](#)

Purpose and Importance

The purpose of this study is to conceptually examine legal consequences of invasion of privacy regarding the personal data of customers in the tourism industry and make evaluations in that regard.

As the most important engine of businesses, information is gaining importance in all areas with each passing day. Businesses need comprehensive information in order to make the right decision as quickly as possible in today's fierce competition environment. Information about the customers is used and stored at the database of businesses in the tourism industry, just like in many other industries. And personal information of customers constitutes the most important part of such information. Personal data can be obtained by means of fast-growing technological equipments such as the Internet and phone as well as by the forms filled out by the customers when using a service. This information helps businesses change and develop themselves in their sales, marketing and promotion activities. Availability of personal data may accelerate the activities of businesses, but it comes with the risks as well. Personal data requires privacy since it includes information about a person which may be deemed private. Therefore, use of such information by wrong people or for wrong purposes will put individuals and businesses in a difficult position.

In tourism industry, businesses collect customer data especially through their sales and booking activities and then classify, organize, store and use such information when necessary. The data that is collected from the customers includes personal identifying information, credit card details and contact details. All this data are shared online and manually at the businesses. As a result, the data is processed and turned into information. Today, these processes are performed faster by electronic means. Consequently, it has become more difficult to protect the information. Tourism enterprises have privacy agreements and security systems which they purchase and use to protect such information. However, having a privacy agreement in place or using security systems is not always sufficient to protect the privacy of personal data. Failing to ensure the information privacy may violate the right of privacy, which is a universal and constitutional right of individuals. Exchange of such information puts the consumers at risk in all aspects. And this can damage the business as much as the consumer. It tarnishes the corporate image and consumers develop a feeling of insecurity towards the business. In this regard, countries should have legal supports as well. Otherwise, customers or businesses will suffer from potential problems.

Method

A literature review was conducted first in line with the purpose of study. What is obtained from the review was examined in legal aspects. The concepts of personal information, personal data

and privacy are discussed and their definitions are examined in legal terms. The Constitution, Turkish Criminal Law, the Law on the Travel Agencies and the Unions of the Travel Agencies, the Law on Consumer Protection No. 6502, and the Draft Law on the Protection of Personal Data were reviewed and relevant evaluations are made in relation to the protection of personal data and violation of the right.

Findings and Results

When the tourism industry is examined, it is observed that there are efforts to set certain regulation frameworks based on areas of activity. For example, legal responsibilities of travel agencies in Turkey are set out by the Law on the Travel Agencies and the Unions of the Travel Agencies. Article 21 (V. Travel Agencies and Travel Responsibilities) of the Law includes the following provision: “Travel agencies keep names and addresses of their customers and personal matters related to their travels private. Applicable provisions of the law are reserved in those matters.” As stated in this article, travel agencies keep names and addresses of their customers and personal matters related to their travels private. Similarly, accommodation businesses establish their certain privacy policies as well and share their relevant announcements with the customers. In these announcements, businesses inform customers about their privacy undertaking, principles, scope of personal information, exchange of information and available security systems. Personal information that is collected as part of the standard procedure is not shared with or transferred or sold to any third person and/or entity in any manner. On the other hand, in case authorized administrative and judicial authorities want to see this information as required by law under an investigation that is conducted according to the laws of the Republic of Turkey, businesses may share this information with judicial authorities. Although businesses establish their privacy policies clearly and comprehensively, they also add that they are not responsible for possible violation of rights. And this may lead to the invasion of privacy. At this point, it is needed to detail legal frameworks and establish strict frameworks in order to protect the privacy.

Definition of the violation of personal data was examined first under the legal framework. According to Article 3 of the Regulation on Processing of Personal Data and Protection of Privacy, the consent of an individual is important for the collection of data. In case of collection and exchange of personal data without an individual’s consent, this causes an important gap regarding the protection of fundamental rights and freedoms of the individual. Although a draft law about this matter is on the agenda of the Grand National Assembly of Turkey, the assembly has not taken important steps to enact the law. This draft law is “the Draft Law on the Protection of Personal Data”. The Turkish Criminal Law no. 5237 covers certain offenses regarding the protection of personal data. For the occurrence of such offense, it is required that personal data is recorded in a manner contrary to the law. However, illegal recording of personal data is out of the question when it comes to the tourism industry.

Convention 108 of the Council of Europe entered into force in 1985. Although Turkey is a party to this Convention, no law has been created in our national law in that regard. It is not enough to establish required rules per business. These rules should be developed in the form of legal provisions and applicable penalties.

Privacy problems will maintain its importance until the end of the world. On the other hand, as humanity becomes more skillful in organizing and processing data, there will be more ways of violation and information resources will be more sensitive. In conclusion, regulatory processes and practices should be developed for customers with certain ways to legal remedies and responsibilities should be developed towards the data of customers. And these efforts should not be an approach only. All organizations, including the governments, should be controlled effectively regardless of their intentions. Therefore, evaluation frameworks and solutions should be negotiated in good faith, the parties should participate in relevant political discussions and self-regulation and legislation should be informed voluntarily.