

# TEMEL PAKET TUR OLUŞTURMA, PLANLAMA VE MALİYETLENDİRME

**TÜRSAB AKADEMİ**  
**Istanbul /16 Mart 2017**  
**Cüneyt SADIÇ**

## Seyahat Acentası ve Seyahat Acentacılığı

*Turizm endüstrisinin günümüzde ulaştığı boyut ve karmaşıklık, seyahat sektörüne de yansımış ve seyahat sektöründe yer alan aracı işletmelerde karmaşık yapılar haline gelmişlerdir.*

*Literatür incelendiğinde, pek çok sayıda seyahat acentası tanımı ve çeşidi göze çarpmaktadır. Bu tanımlar analiz edildiğinde ise, göze çarpan temel özellik, seyahat acentalarının aracı kuruluşlar olduklarıdır.*

*Seyahat acentası, geniş anlamda tanımlanacak olursa, yolculuk yapmak isteyen herhangi bir kişinin; ister turist, ister işadamı, ister yalnızca yolcu olsun; yolculuğuna ilişkin tüm gereksinimlerini karşılayan ticari bir kuruluştur.*

## Seyahat Acentası ve Seyahat Acentacılığı

*Bazı seyahat acentaları, toptancı olarak çalışırken bazıları perakendeci olarak faaliyet gösterirler.*

*Seyahat acentaları,*

- turizm ürününü, tekil üreticilerin pazara sundukları şekliyle pazarlayabilecekleri gibi,*
- tekil üreticilerden aldıkları ürünleri, bir araya getirerek yeni bir ürün şeklinde de sunabilirler.*

## Seyahat Acentası ve Seyahat Acentacılığı

*Genel olarak, seyahat acentaları ile ilgili tanımlar incelendiğinde, Seyahat Acentalarının,*

- *aracı, (tüketiciye karşı üretici işletmeleri, üretici işletmelere karşı tüketicileri temsil eden) işletmeler olduklarını,*
  - *ürünleri tek tek veya bir paket olarak pazarladıklarını,*
  - *uzmanlık bilgisine sahip olduklarını,*
  - *tüketicilere danışmanlık yaptıklarını,*
  - *insan ilişkilerinde iyi olduklarını,*
  - *profesyonel olduklarını*
- söyleyebiliriz.*

# Seyahat Acentası ve Seyahat Acentacılığı

*Bir seyahat acentası tarafından verilen hizmetlerin aşağıdaki gibi sıralanması mümkündür.*

- *Bilet satışları (tüm ulaşım araç ve firmalarının),*
- *Yer ayırtma*
- *Tur satışı (kendisinin veya başkalarının düzenlediği),*
- *Seyahat Danışmanlığı,*
- *Araba kiralama,*
- *Sigorta işlemleri,*
- *Pasaport, vize vb. işlemlerin yapılması,*
- *Toplantı düzenlenmesi,*
- *Özel etkinlikler düzenlenmesi,*
- *Diğer .....*

# Seyahat Acentasi ve Seyahat Acentacılığı

## ***Perakendeci seyahat acentaları***

*Bu hizmetlerin hemen hepsinin birer temel üreticisi vardır. Seyahat acentaları bu hizmetleri üreticilerinden satın alarak, üreticilerinin saptadıkları perakende satış fiyatları üzerinden tüketicilere satarlar.*

*Perakendecilerin kazançları üreticilerden aldıkları komisyonlardan oluşmaktadır. Turist için öncelikle seyahat planları açısından bilgi elde edilebilecek ve daha sonra da gereksinim duyulduğu taktirde seyahat ürünlerinin satın alınabileceği uygun bir yerdir.*

## Seyahat Acentası ve Seyahat Acentacılığı

*Eğer müşteri marka bağımlısı değilse veya acentaya belirli bir ürünü satın almak amacıyla gelmemiş ise satın alacağı ürünün kimin tarafından üretildiği onu ilgilendirmez.*

*Ancak seyahatin gerçekleşmesi sırasında satın alınan ürünün öngörülmüş ve betimlenmiş ürün ile aynı olmaması halinde her türlü sorumluluk perakendeci seyahat acentasına ait olacaktır.*

*Perakendeci seyahat acentalarının bizzat üretmek zorunda oldukları tek hizmet, seyahat danışmanlığıdır denilebilir.*

*Potansiyel turist tatilini seçmeden önce birtakım bilgilere gereksinim duyar. Bu bilgileri edinmeden seçeceği yönelimi hayalinde canlandıramaz.*

*Bu bilgilere en kolay ulaşabileceği yer ise perakendeci seyahat acentasıdır.*

# Seyahat Acentası ve Seyahat Acentacılığı

## *İnsanları Seyahat İşletmelerine Yönelten Etmenler*

- *Parasal Tasarruf*
- *Zaman Tasarrufu*
- *Bilgi Birikiminden Yararlanma*
- *Rahatlık*
- *Güvenlik*
- *Tanıtım-Reklam*
- *Yeni İnsanlar Tanıma Arzusu*

# Seyahat Acentasi ve Seyahat Acentacılığı

## ***Seyahat Acentalarının İşlevsel Olarak Sınıflandırılmaları***

*Seyahat acentaları birçok hizmeti eşzamanlı olarak yerine getiriyor olmakla birlikte, hangi hizmet kaleminin toplam etkinlikleri ya da ciroları içerisindeki ağırlığının daha fazla olduğu dikkate alınarak aşağıdaki gibi işlevsel bir sınıflandırılmaları yapılabilir:*

- Biletçi seyahat acentaları*
- Tur satış acentaları*
- Tek temsilci seyahat acentaları*
- Kiralık araba servisi acentaları*
- Ulaştırma acentaları*
- Kongre acentaları*
- Özendirme acentaları*
- Yat acentaları*

# Seyahat Acentası ve Seyahat Acentacılığı

## ***Seyahat Acentalarının Genel Sınıflandırılması***

### ***Uluslararası Sınıflandırma***

*Kriterler; genellikle acentanın faaliyet alanı, idari yapısı ve işlevleridir*

- 1. Perakendeci Seyahat Acentaları*
- 2. Toptancı Seyahat Acentaları;*
- 3. Zincir Seyahat Acentaları;*

### ***Türkiye’ deki Sınıflandırma***

*1618 sayılı yasaya göre yapılmaktadır.*

- 1. A Grubu*
- 2. B Grubu*
- 3. C Grubu*

# Tur Operatörlüğü

## ***Tur Kavramı***

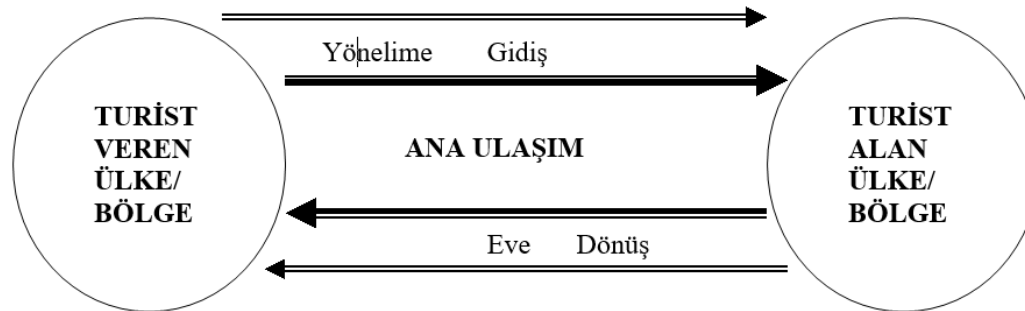
*“Tur, önceden düzenlenmiş ve genellikle de önceden ödenmiş bir veya birden çok destinasyona gidişi ve hareket noktasına geri dönüşü kapsayan tatildir.”*

*Turizm başlıca üç coğrafi bileşene dayanır;*

*\*turist veren yöreler*

*\* transit yollar*

*\* turist alan yöreler*



# Tur Operatörlüğü

## ***Tur Kavramı***

*En geniş anlamdaki tur, bir insanın bireysel olarak veya bir grup içerisinde sürekli olarak oturduğu noktadan ayrılarak farklı amaçlarla boş zamanlarını, tatillerini değerlendirmek üzere farklı mekanlara gitmesi ve belirli bir zaman süreci sonunda esas oturduğu yere geri dönmesi eylemidir.*

*İnsanlar bu alanda uzmanlaşmış kişilerin sunduğu hizmetlerden yararlanmak isterler ve bu hizmet karşılığında bir bedel ödemeye hazırlardır.*

*Farklı eğilimler ve insanların tatillerinde arzularını tatmin etme eğilimleri, ortaya kuş gözleme, dini, tarihi, kültürel vb. turları çıkartmıştır. Bunlar arasında en çok talep edilenler, dinlence ve kültür turlarıdır.*

# Tur Operatörlüğü

## ***Tur Operatörü***

*Bir yönelim, turist veren ülke insanlarınca gidilmeye başlandıkça kulaktan kulağa tanıtım yoluyla o ülkenin diğer insanları tarafından da tanınmaya ve o ülkede moda olmaya başlar.*

*Yeni yönelimlere ilk olarak genellikle üst gelir düzeylerinden; başka bir deyişle turist veren ülkenin yüksek sosyetesinden ya da üst kültür düzeylerinden insanlar gittikleri için onlara özenen diğer insanlar da bu ülkeye gitmek, konuşmalar sırasında orayı gördüklerini anlatmak ve gerek kültürel, gerekse ekonomik açıdan ne kadar ileri olduklarını kanıtlamak isterler.*

*Bu insanların arzuları ile ekonomik güçleri çoğu zaman birbiri ile uyumlu değildir. İşte bu gerçeği fark eden bazı seyahat acentaları bu potansiyel müşteri kitlesini harekete geçirebilmek ve karlarını arttırabilmek için çıkış yolları aramaya başlamışlardır.*

## Tur Operatörlüğü

*Seyahat olgusunun yayılmaya başlaması ile artan konaklama talebi, otel işletmeciliğinin karlılığını arttırmış, ekonomik kurallar gereği bu alana yapılan yatırım sayısında da artış olmuştur.*

*Arz artışı konaklama işletmeleri arasında rekabete yol açmıştır.*

*Bir konaklama işletmesi için müşteriye ulaşmanın en ucuz yolu, seyahat aracıları ile işbirliği yapmaktır.*

*Böylece, oldukça yüksek tutarlara ulaşan ve riskli olan harcamaları seyahat aracısına devretmiş olmaktadırlar.*

*Buna karşın alacakları satış garantisi karşılığında, verecekleri komisyon oranlarını arttırmaları ya da resmi satış fiyatlarını sabit tutarlarken oldukça anlamlı bir indirim ile seyahat aracılarına net fiyatlar vermeleri, ticaretin son derece doğal koşullarındandır*

## Tur Operatörlüğü

*İşte bazı seyahat acentaları piyasada her iki koşulun da oluştuğunu gözlemlemişler; artan oranlarda talep edilmeye başlanan yönelimlerdeki işletmeler ile yapacakları ön anlaşmaların kendilerine ucuz fiyat alma olanağı vereceğini görmüşlerdir.*

*Bu gerçeklerden hareketle önceden hazırladıkları paketleri, yolculuklarını başkaları ile birlikte paylaşma nezaketini göstermeleri koşulu ile potansiyel müşterilerine ucuz fiyatlarla önermeye başlamışlardır.*

*Bu tarzda çalışan seyahat acentalarına **Tur operatörü** adı verilmiştir. Bunlar turu hazırlayan, satışa sunan ve gerçekleştiren işletmelerdir.*

## Tur Operatörlüğü

*Tur operatörleri ilk başlarda hazırladıkları turları kendileri satma yoluna gitmişlerdir.*

*Zamanla, tur operatörlerinin iş hacimleri, müşteri portföyleri ve sermayeleri büyüdükçe daha geniş tüketici kitlelerine ulaşarak, daha fazla kazanç sağlama olanaklarını araştırmaya başlamışlardır.*

*Geniş müşteri kitlelerine ulaşabilmek için geniş coğrafi alanlarda etkinlik göstermeleri gerekmiştir bu da tur operatörlerinin ürünlerini tüketicilere ulaştırmalarında güçlükler yaşamalarına neden olmuştur.*

## Tur Operatörlüğü

*Bunun üzerine, zaten konaklama işletmelerinin veya ulaştırma şirketlerinin biletlerini satarak bunlardan aldıkları komisyonlar ile kazanç sağlayan seyahat acentaları, kendilerinin aynı fiyata düzenlemelerine olanak olmayan bu ürünlerin de satışını yapmaya ve satış üzerinden bir komisyon almaya talip olmuşlardır.*

*Bu işbirliği sonucunda Seyahat Sektörü «Seyahat Acentaları» ve «Tur Operatörleri» olmak üzere iki ana dala ayrılmıştır.*

## Tur Operatörlüğü

***Dünya Turizm Örgütü (WTO) tur operatörünü şu şekilde tanımlamıştır:***

*«Tur Operatörleri talep oluşmadan önce, ulaştırma, konaklama, yeme-içme, animasyon, gezi ve diğer turistik hizmetleri birleştirerek*

- *gezici (circuit),*
- *belirli bir turistik merkezde konaklama (sejour) ve*
- *kısa gezi (excursion)*

*amaçlı seyahatler düzenleyen ve bunları tüketicilere belirli bir ücret karşılığında satan veya başka aracı kuruluşlarla sattıran işletmelerdir.*

*Tanımdan da, anlaşılacağı üzere, tur operatörleri, aslında tur organizasyonu konusunda uzmanlaşan seyahat acentalarıdır.*

## Tur Operatörlüğü

*Değişik yönelimlere yönelik turları, önceden hazırlayıp satışa hazır hale getiren tur operatörlüğü, genellikle turist gönderen, sanayileşmiş ve gelişmiş ülkelerde ortaya çıkmıştır.*

*Ancak buradan, tur operatörlerinin, sadece yurt dışına yönelik paket turlar düzenlediği anlaşılmamalıdır.*

*Uluslararası turizm, dünya turizm ve seyahat endüstrisinin çok küçük bir kısmını oluşturur. Dünya turizm hareketlerini yaklaşık % 75 ini oluşturan iç turizmde, yani turistlerin yaşadıkları ülkelerde, belli yönelimlere tur düzenleyen tur operatörleri de vardır.*

## Tur Operatörlüğü

*Tur operatörleri de bir tur hazırlarken, tıpkı bir seyahat acentası gibi aynı ürünleri satın alırlar; fakat tur operatörlerinin satın almaları, büyük hacimlerde olur.*

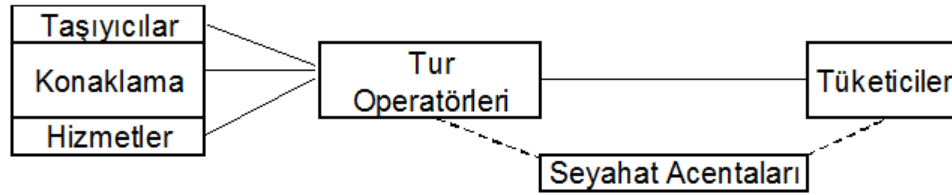
*Tur operatörlerinin hazırlayıp, kendi satış noktaları veya perakendeci seyahat acentaları aracılığı ile sattıkları bir standart paket, aşağıda belirtilen unsurların tamamını veya bazılarını içerir;*

- 1. Hava yolu ve/veya karayolu taşımacılığı*
- 2. Otel veya diğer bir konaklama hizmeti*
- 3. Çevre turları*
- 4. Rehberlik hizmeti*
- 5. Yiyecek-içecek hizmeti*
- 6. Eğlence”*

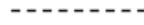
# Tur Operatörlüğü

## *Tur operatörleri*

*tekil turistik mal ve hizmet üreticilerinin ürünlerini büyük miktarlarda satın alırlar ve doğrudan veya aracılar vasıtasıyla satabilecekleri bir paket haline getirirler.*



Ürün/hizmetlerin satışı



Komisyon ile satış düzenleme

## Tur Operatörlüğü

*Tur operatörü, tanımsal olarak; konaklama şirketleri ve diğer turizm arz kuruluşları ile pazarlık ederek bir paket tur oluşturan firmadır .*

*Oluşturulan bu tur paketi daha sonra, seyahat sektörünün dağıtım kanalında yer alan işletmeler aracılığı ile satılır.*

*Tur operatörlerinin gerekliliği çeşitli nedenlerden dolayı önem kazanmaktadır.*

- *Tur operatörleri sayesinde; arz firmalarının kapasite kullanım oranları artar, reklâm ve tanıtım giderleri azalır.*
- *Tüketici ve seyahat acentalarının gidilecek yer hakkında bilgi alma giderleri azalır.*
- *Ayrıca, hukuksal işlemlerin maliyetleri de azalır; çünkü bir çok arz kuruluşu ile yapılması zorunlu olan haberleşmeler ve anlaşmalar tur operatörleri sayesinde bire iner.*

## Tur Operatörlüğü

*Tur operatörü seyahat işletmesine verilen özel ad onun temel etkinlik unsurlarını içinde bulundurmaktadır: Tur ve işlem (operasyon).*

*Tur operatörü hiçbir turistik hizmeti ya da malı bizzat üretmemektedir. O yalnızca parçaları bir araya getirip, fiyatlandırarak sunan bir işletme; diğer bir deyişle; bir eşgüdüm hizmetleri üreticisidir.*

*Turistik ürünlerin en önemli özelliklerinden biri, üretim açısından birbirlerinden bağımsız olmalarıdır.*

*Ancak tüketim açısından birbirlerine bağımlıdırlar. Kullanılmaları ya da tüketilmeleri belirli bir diziliş çerçevesinde birbirlerini izler.*

*Birinin tüketilmesi bir önceki aşamadakinin tüketiminin tamamlanmış olmasına bağlıdır.*

# Tur Operatörlüğü

## ***Tur Operatörünün Ayırıcı Özellikleri***

*Bir tur operatörünü, herhangi bir seyahat acentasından ayıran en önemli noktalar aşağıdaki gibi sıralanabilir:*

- Hitap ettiği tüketici kesimi tarafından nelerin istenebileceğini tahmin ederek, bunları hazırlayacağı paketin ve fiyatın içine dahil etmesi,*
- Hazırlayacağı pakete yönelik talebi, turu satın alacak kişi sayısını tahmin eder,*
- Muhtemel katılımcı sayısının, operasyon dönemi boyunca tur hareket tarihlerine göre aylık hatta haftalık dalgalanmalarını öngörmesi,*
- Operasyon süresi boyunca dalgalanmalara uygun olarak, ulaştırma, konaklama ve diğer rezervasyonları yapması,*
- Öngörülere gerçekleşmediği takdirde önemli bir risk üstlenmesi.*

# Tur Operatörlüğü

*Tur operatörlüğü bilgi birikiminin yanı sıra sermaye yatırımı da gerektiren bir uğraştır. Ancak toplu satın almalar yapması nedeniyle, oldukça düşük fiyatlar ve daha çok kazanç sağlama olanağı da vermektedir.*

*Bunun için tur operatörleri;*

- Seyahat hizmetlerini bir araya getirerek paket ürün olarak tek bir fiyatla satışa sunar.*
- Turizm hizmetlerini üreticilerden talep beklentisine göre toptan alır, sözleşme yapar ve ürünün satış riskini üstlenir.*
- Konaklama işletmelerinin odalarını önceden kısmen veya tümüyle, sezonluk veya senelik kiralar.*
- Ulaştırma işletmelerinden yer ayırtır, koltuk blokajı yapar, charter seferi düzenler veya dönemsel uçak kiralar.*
- Oluşturduğu tur paketlerini, kendi satış ofisiyle doğrudan veya seyahat acentaları vasıtasıyla dolaylı olarak satışa sunar*

# Tur Operatörlüğü

## *Tur Operatörleri ile Seyahat Acentaları Arasındaki Farklar*

| <b>Tur Operatörü</b>          | <b>Seyahat Acentası</b>            |
|-------------------------------|------------------------------------|
| Üreticidir                    | Aracıdır                           |
| Stok yapar                    | Ürün stoku yapmaz                  |
| Satış riski vardır            | Risk almaz                         |
| Toptancıdır                   | Perakendecidir                     |
| Talep oluşmadan ürün hazırlar | Talep oluşmadan rezervasyon yapmaz |

# Tur Operatörü Çeşitleri

## *Müşteri Tipine Göre Tur Operatörleri*

- 1. Grup Tur Operatörleri*
- 2. Perakendeci Tur Operatörleri*
- 3. Her İki Tur Müşterisi Tipine de Hizmet Veren,  
Kişi Başı ve Kapalı Grup Turları Satan Operatörler*

# Tur Operatörü Çeşitleri

## ***Uzmanlık ve Faaliyet Alanlarına Göre Tur Operatörleri***

- 1. Turizmin amacına, hedefine ve çeşitlerine göre uzmanlaşan tur operatörleri:*
- 2. Coğrafi bölgelere göre uzmanlaşan tur operatörleri:*
- 3. Ulaşım aracı türüne göre uzmanlaşan tur operatörleri:*
- 4. Özel pazarlarda uzmanlaşan tur operatörleri:*
- 5. Kitlese pazarlarda uzman tur operatörleri:.*
- 6. Turizmin özel alanları konusunda uzman tur operatörleri:*
- 7. Teşvik pazarı konusunda uzman tur operatörleri:*

# Tur Operatörü Çeşitleri

## ***Etkinlik Alanlarına Göre Tur Operatörleri***

- 1. Dışa götürücü (Outbound veya Outgoing) tur operatörleri;*
- 2. Dıştan getirici (Incoming) tur operatörleri;*
- 3. İç turizm (Domestic) tur operatörü;*

## ***İş Hacimlerine Göre Tur Operatörleri***

- 1. Büyük*
- 2. Orta*
- 3. Küçük*

# Tur Operatörü Çeşitleri

## ***Sermaye Yapılarına Göre Tur Operatörleri***

- 1. Çok uluslu*
- 2. Ulusal*

## ***Uzmanlık Alanlarına Göre Tur Operatörleri***

- 1. Genel tur operatörleri:*
- 2. Uzman tur operatörleri:*
  - a) Ülke uzmanı tur operatörleri:*
  - b) Konu uzmanı tur operatörleri:*

## Paket Tur ile İlgili Temel Kavramlar

- Hangi adla anılırlarsa anılsınlar; ister kendileri satsınlar, ister seyahat acentalarına sattırsınlar; tur operatörleri bir ürüne sahip olmak zorundadırlar ki; buna tur denir.
- Tur operatörlerinin temel etkinlik alanları, önceden planlanmış ve satışa hazır hale getirilmiş turların üretimidir.

## Paket Tur ile İlgili Temel Kavramlar

- Paket Turun Tanımı

İngiltere’de “inclusive tour”, Fransa’da “voyage à forfait”, Amerika’da ise “package tour” terimleriyle ifade edilen paket turun uluslararası tanımı kaba hatları aşağıdaki gibi yapılmaktadır.

*“Konaklama, ulaşım, yeme-içme, animasyon gibi farklı turistik ürünlerin bir araya getirilmesiyle oluşturulan ve turistlere tek bir fiyattan, tek bir ürün olarak sunulan bileşimdir”.*

## Paket Tur ile İlgili Temel Kavramlar

*Paket tur konusunda Avrupa'da ilk bilimsel çalışmaları yapan kişilerden biri olan Fransız Turizm Ekonomisi uzmanı François MAURICE, önceden planlanmış seyahati veya en çok kullanılan Türkçe terimi ile Paket Turu şu şekilde tanımlamaktadır;*

*“Tatil amaçlı olan, tüm ayrıntıları (ulaştırma, konaklama, geziler) veya bir kısmı (ulaştırma) önceden bir tur operatörü tarafından hazırlanan, en az bir konaklamayı ve en fazla bir konaklama veya ulaştırma (gidiş-dönüş) eğlence ve diğer yardımcı hizmetleri, günlük gezileri kapsayan;*

- Bir reklam ve tanıtma aracılığıyla halka sunulan,*
- Sabit bir fiyatla satılan ve tatil başlangıcından önce tamamı peşin ödenen*

*kapsamlı seyahatlere paket tur denir*

# Paket Tur ile İlgili Temel Kavramlar

## Seyahat Acentaları Ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu

1.Madde / ç bendi «Paket tur: 4077\* sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda tanımlanan paket turu» ifade eder.

\* 6502 sayılı kanun

## Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun

Madde 51-

(1) Paket tur sözleşmesi, paket tur düzenleyicileri veya aracıları tarafından aşağıdaki hizmetlerden en az ikisinin birlikte, her şeyin dâhil olduğu fiyatla satıldığı veya satımının vaat edildiği ve hizmetin yirmi dört saatten uzun bir süreyi kapsadığı veya gecelik konaklamayı içerdiği sözleşmelerdir:

a) Ulaştırma

b) Konaklama

c) Ulaştırma ve konaklama hizmetlerine bağlı olmayan başka turizm hizmetleri.

(2) Turun ayrıntılarının, paket tur düzenleyicisi, aracısı veya tüketici tarafından belirlenmiş olması veya aynı paket tur içindeki hizmetlerin ayrı ayrı faturalandırılması hâllerinde de bu madde hükümleri uygulanır.

## Paket Turların Tarihçesi

*Seyahat kavramı oldukça eski bir kavram olmasına rağmen, farklı hizmetlerin bir araya getirilmesiyle oluşan “paket seyahat” kavramı oldukça yeni bir kavramdır. İlk paket turlar 1841 yılında Thomas Cook tarafından İngiltere’de satılmıştır.*

*1872’de Belçika’da Wagon-Lits, İsviçre’de Kuoni ve Kuzey Amerika’da American Expres seyahat şirketleri kurulmuştur. Seyahat Acentacılığının bu gelişiminden sonra 1919 yılında acentalar kendi çıkarlarını korumak için sendika kurmaya karar vermişlerdir.*

## Paket Turların Tarihçesi

1919 yılında uçakların sivil havacılık alanında kullanılmaya başlamasıyla ilk kez Londra-Paris arasında tarifeli seferler başlamıştır.

Seyahat acenteleri tarihinde The American Express Company'nin özel bir yeri bulunmaktadır. Seyahat çeki satışından 75 milyon dolar kazanmıştır.

II. Dünya Savaşı'na kadar olan dönemde seyahat acentaları ile yapılan turlar özellikle demiryolu ve denizyolları aracılığıyla oldukça gelişmiştir.

Bu turların çoğu İsviçre ve Güney Fransa'ya yöneliktir.

II. Dünya Savaşı sonrası ilk defa «Charter» uçuşlar gerçekleştirilmiştir. Bu sayede tur operatörleri de gelişmeye başlamıştır.

*1950 yılında "Horizon Holidays" adlı İngiliz tur operatörü, Korsika'ya havayoluyla 300 kişiye deneme amaçlı paket tur organize etmiştir.*

## Paket Turların Tarihçesi

1955 yılında İsviçre ve İspanya'ya charter seferleri ile kapsamlı turlar düzenlenmiştir.

*Önceleri İngiltere çıkışlı olan paket turlar, daha sonra İskandinavya, Batı Almanya, Benelux ülkeleri çıkışlı olmaya başlamıştır. Son otuz yılda seyahat işletmeciliği alanında hızla gelişme sürecine girilmiştir.*

Bu tarihten sonra seyahat acentaları yanında tur paketi hazırlayan, taşıma araçlarını toptan kiralayan tur operatörleri ortaya çıkmıştır.

1946–1964 yılları arasında; Seyahat Acenteleri komisyon karşılığında tren, uçak, gemi ve otobüs biletleri satmaya başlamışlardır. Bunun yanında temel hizmet faaliyetleri olan Otel rezervasyonları, turistik geziler ve enformatik çalışmalarda bulunmuşlardır.

## Paket Turların Tarihçesi

*1960’larda, kitle turist pazarına hitap eden paket turlar Avrupa seyahat endüstrisinde giderek önem kazanmaya başlamıştır*

*Bu bağlamada, havayolu ulaşımının uzun mesafeli seyahatlerde kullanılan paket turların gelişmesinde ve yaygınlaşmasında önemli rol oynadığı söylenebilir.*

*1966 yılında değişik ülkelerdeki seyahat acentaları bir araya gelerek “Dünya Seyahat Acentaları Federasyonu”nu (UFTAA) kurmuşlardır.*

*1964–1972 arasında; Seyahat Acentelerinin faaliyet ve hizmet alanları artış göstermiştir.*

*Havayollarındaki gelişim ve tatile daha çok insan çıkmasıyla otelcilik sektörü gelişmiştir.*

## Paket Turların Tarihçesi

Yeni seyahat türleri ortaya çıkmıştır. 1972 ve sonrası Seyahat Acenteleri tur operatörlerinin ürünlerini satmaya ve pazarlamaya başlamışlardır. Bu dönemde bankalar da dağıtım görevini üstlenmeye başlamışlardır. *1980’li yıllardan itibaren iç turizme yönelik paket turların üretimi de önemli bir artış göstermiştir.*

*Günümüzde tur operatörleri paket tur çeşitlerinde uzmanlaşmaya giderek, ihmal edilmiş pazarlara (niche markets) doğru yönelmekte ve hizmet verdikleri özel ilgi gruplarına göre macera turları, sosyal ve kültürel amaçlı turlar gibi bir çok farklı içerikli paket turlar geliştirmektedirler*

# Paket Tur

## ***Paket Turun Özellikleri***

*Paket tur, ilk başlarda yalnızca yönetilen turlar için düşünülmüş bir organizasyon tarzıdır. Thomas Cook tarafından geliştirildiği kabul edilmekle birlikte çok daha önceleri, Romalılar zamanında bile örneklerine rastlamak mümkündür.*

*Paket tur; bir seyahat acentasına başvuruda bulunup, belirli bir yönelimde belirli hizmetleri satın almak isteyecek herhangi bir seyahat müşterisinin talep edebileceği yönelim ve programın seyahat acentası tarafından önceden tahmin edilerek; bu olası taleplerin önceden bir araya getirilerek hazır bulundurulması ve tüketici talebine anında yanıt verilmesi esasına dayanır.*

## Paket Tur

*Paket turlar üç ana grup olarak düşünülebilirler*

- 1. Tekil paket turlar*
- 2. Seri paket turlar*
- 3. Ardışık paket turlar.*

## Paket Tur

### ***Tekil paket turlar***

*Bunlar belirli bir yönelim için hazırlanmış tek bir tur programlarıdır. Genellikle bayram tatili gibi, insanların yıllık çalışma izinleri dışında kalan ve tatil süresini kapsayacak uzunlukta turlardır. Arızı dolmuş uçuşları kullanılarak yapılabilirler; ancak daha çok tarifeli uçak seferleri kullanılarak yapılır. Dolmuş uçak seferlerinin kullanımı tura katılacağı öngörülen kişi sayısına bağlıdır. Yurt içi turlarda ana ulaşım daha ziyade otobüs ile sağlanır.*

*Tekil paket turlar daha ziyade uzman tur operatörleri tarafından düzenlenirler. Tur satışında uzmanlaşmanın yanı sıra kendi küçük operasyonlarını da yapan perakendeci seyahat acentaları da bu tip organizasyonlar yapabilirler. Yalnızca dini bayramlar, festivaller, özel etkinlik zamanları gibi talebin çok yoğun olduğu dönemlerde düzenlendikleri için, ardışık turlara göre risk oranları çok daha düşüktür.*

## Paket Tur

### ***Seri paket turlar***

*Yaz tatili gibi dönemlerde; aynı tekil paket turların, arızı hareket tarihleri (örneğin ayda bir kez) ile düzenlenmeleri de mümkün ve sık rastlanan bir durumdur. Bunlara seri paket turlar adı verilebilir. Daha ziyade yeni yönelimlerin denenmeleri amacıyla düzenlenirler. Özel ilgi turları da seri organizasyonlar tarzında düzenlenebilirler. Ardışık tur düzenine uygun olarak yapılamayan 10 gün gibi süreler gerektiren özel yönelimler için de kullanılırlar. Bu turlarda yurt içinde otobüs, yurt dışında tarifeli uçak seferlerinin kullanımı yaygın uygulamalardır. Türkiye’de Devlet Demiryollarının her yıl ilkbaharda düzenlediği Kapadokya turu gibi yılda bir kez tekrarlanan türleri de vardır.*

## Paket Tur

### *Ardışık paket turlar*

*Bunlar, yoğun talep göreceği umulan yönelimlere, bir turizm sezonu boyunca düzenlenirler. Programın birinin bittiği aynı gün, yenisi başlar. Maliyeti düşürebilmek amacıyla dolmuş uçak seferleri kullanılarak gerçekleştirilirler. Böylece ilk hareket tarihinde gitmiş olan yolcuları almak üzere giden uçak, yeni hareket tarihinde tura başlayacak olan yeni konukları götürecek; dönüşünde de ilk hareket tarihinde gitmiş olan yolcuları geri getirecektir. Dolu gidiş dönüşler son haftaya kadar devam edecek; son hafta ise uçak boş gidip, yönelimdeki programını tamamlamış konukları alarak geri dönecektir. Böylece ilk ve son hafta bir yöne doğru boş uçuş yapılmış olacaktır. Bu boş uçuşların maliyetleri, operasyona katılan toplam yolcu sayısı arasında paylaştırılacaktır. Böylelikle, operasyon süresi ne kadar uzun olursa, kişi başı maliyetler de o kadar azalabilecektir.*

## Tur Operatörleri-charter İşletmeleri İlişkisi

*Tur operatörlerinin oluşturdukları paket turlar içerisinde esas olarak iki unsur bulunmaktadır.*

- *Ulaştırma*
- *Konaklama*

*Her ikisinin de paket tur içerisinde bulunması zorunludur.*

*Özellikle 1970'lerden sonra gelişme gösteren paket turların bu gelişiminde en büyük etken charter işletmeleri olmuştur.*

*Tur operatörleri organizasyonlarında genellikle charter uçuşları kullanır.*

# Tur Operatörleri-charter İşletmeleri İlişkisi

*Bütün tur operatörleri, charter uçuşlarının düşük fiyatlarından dolayı paket turlarında charter uçuşları kullanırlar.*

*Charter işletmelerinden uçak kiralamanın üç şekli vardır.*

- *Tam Kiralama (Full Charter)*
- *Kısmi Kiralama*
- *Sor-Sat*

# Paket Tur Planlaması ve Maliyet Hesaplaması

## ***Paket Turların Oluşum Aşamaları***

*Konaklama, ulaşım, alışveriş, çevre gezileri ve benzeri hizmetlerin bir araya getirilmesi uzun süre almaktadır, bu sebeple tur operatörleri ilk kez düzenleyecekleri turda, turun başlangıcından en az 18 ay önce, paket tur tasarım işlemlerine başlamalıdır.*

*Paket turun oluşumu üç temel aşamada değerlendirilebilir:*

- (a) tasarım aşaması;*
- (b) operasyon aşaması ve*
- (c) denetim aşaması.*

*Operasyon kendi içerisinde iki safhadan oluşmaktadır: birincisi, turun gerçekleşme öncesinde yapılan faaliyetler; ikincisi ise, turun gerçekleşme sürecinde yapılan faaliyetler.*

# Paket Tur Planlaması ve Maliyet Hesaplaması

## ***Paket Turların Tasarım Aşaması***

*Paket turların tasarım aşaması beş ana başlık altında incelenebilir*

*(a) mevcut durum analizi;*

*(b) ürün dizaynı;*

*(c) fiyatlandırma;*

*(d) dağıtım ve*

*(e) tutundurma.*

# Paket Tur Planlaması ve Maliyet Hesaplaması

## ***Paket Turların Tasarım Aşaması***

### ***(a) Mevcut durum analizi;***

*Mevcut durum analizinin ilk ve en önemli adımı pazar araştırmasıdır.*

*Bu araştırma tur operatörü tarafından yapılabileceği gibi, bu konuda uzman başka bir kuruluşa da yaptırılabilir.*

*Tur operatörü, araştırmanın sonuçlarını kullanarak ve gerekirse bazı ilave araştırmalar yaparak, turistik talep analizini, rakip işletmelerin pazardaki konumunu, dağıtım kanalları ile geçmiş ve potansiyel müşterilerinin analizini yapmaktadır.*

*Bu sayede, elde edilen bilgilerle, rakiplerin politikaları ve mevcut turlara dahil edilen destinasyonlar hep birlikte değerlendirilerek, ne tür turların üretiminin kar getirici olacağına karar verilebilmektedir.*

# Paket Turun Üretim Aşaması

## ***Müşteri Araştırması***

- 1. Müşterilerin ilgileri*
- 2. Sosyal statüleri,*
- 3. Yaş grupları,*
- 4. Aile yapıları,*
- 5. Satın alma güçleri araştırılır.*
- 6. Pazar tahmini yapılır.*

<http://www.uzmantv.com/pazar-arastirmasi-yaparken-tuketici-ile-ilgili-hangi-bilgiler-toplanmali>

# Paket Tur Planlaması ve Maliyet Hesaplaması

## ***Paket Turların Tasarım Aşaması***

### ***(b) Ürün Dizaynı***

*Mevcut durum analizi tamamlandıktan sonra, oluşturulacak olan paket turun destinasyonu belirlenmeli ve bileşenlerinin bir araya getirilebilmesi için gerekli çalışmalara başlanmalıdır.*

*Destinasyonlarla ilgili ön araştırma yapılırken, tur güzergahı üzerinde ziyaret edilecek tüm yerler dahil varılacak bölgeye ait sistematik bilgiler toplanmalıdır. Yeni (hiç turlara açılmamış) destinasyonlar az olduğu için araştırma yapılırken hedef, keşfedilmemiş destinasyonlar bulmakla birlikte, mevcut olanların daha ilgi çekici hale getirilmesi ve yenilenmesi de olabilir*

## Paket Turun Üretim Aşaması

*Bu bağlamda, şu kriterleri dikkate alınmalıdır.*

- a) Turistik çekicilikler*
- b) Turun maliyeti ve fiyatı*
- c) Destinasyonun ulaşılabilirliği*
- d) Turistik imkanlar, hizmetler ve bunların kalitesi*
- e) Destinasyonun ekonomik-sosyal-politik istikrarı ve güvenliği*
- f) Destinasyonun sağladığı bilgi*
- g) Destinasyondaki halkın misafirperverliği*
- h) Destinasyondaki çevre kalitesi*
- i) Destinasyonun imajı*
- j) Diğer faktörler*

## Paket Turun Üretim Aşaması

*Tur düzenlenecek olan destinasyon belirlendikten sonra turun niteliğine ve tur programına karar verilmelidir.*

*Hareket tarihleri, turun süresi, kullanılacak ulaşım araçları ve destinasyonda tura dahil edilecek konaklama tesisleri, ziyaret edilecek yerler ve diğer hizmetler gibi konularda daha ayrıntılı çalışmalar yapılmalıdır.*

*Eskortlu paket turlar hazırlanırken, bir günde kat edilecek mesafe, turistler için ayrılacak serbest zaman, alışveriş için ayrılacak zaman ve konaklama yapılacak yerin tespit edilmesi büyük önem arz etmektedir.*

*Bir günde alınabilecek yol, genelde arazi yapısına ve yol kalitesine göre farklılık göstermektedir.*

*Tur programının yoğunluğu en uygun seviyede tutulmalı; turistleri en az yoracak sayıdaki ve nitelikteki ziyaret yerleri ile faaliyetler tur programına dahil edilmelidir*

## Paket Turun Üretim Aşaması

*Bütün bu ön çalışmalar tamamlandıktan sonra, işbirliği için seçilen ve paket turun bileşenlerini oluşturacak hizmetleri üreten işletmelerle anlaşmalar yapılmalıdır.*

*Türkiye’de seyahat acentaları ile konaklama tesisleri arasında yapılacak anlaşmalar 23.03.1983 Tarihli ve 17996 Sayılı Yönetmelikle belirlenmiştir. Bu yönetmelikte üç farklı anlaşma türünün yapılması öngörülmektedir .*

*Bunlar:*

*a) Bireysel müşteri anlaşmaları: Sayıları bir ile 10 arasında değişen müşterilerin, aynı konaklama tesisinden yararlanması, için yapılan anlaşmalardır.*

*b) Grup anlaşmaları: 11 ve daha fazla kişiden oluşan grupların aynı konaklama tesisinden yararlanabilmesi için yapılan anlaşmalardır.*

## Paket Turun Üretim Aşaması

*c) Kontenjan anlaşmaları: aynı konaklama tesisine ard arda düzenli olarak gelecek gruplar veya münferit müşterilerle ilgili olarak ya da odaların belirli bir dönem tahsisini gerektiren hallerde düzenlenirler.*

*Kontenjan anlaşmalarının garantili kontenjan anlaşması ve garantisiz kontenjan anlaşması olmak üzere iki farklı türü vardır.*

*Garantili kontenjan anlaşmalarında belirlenen oda kontenjanı kesin rezervasyonla kapatılmakta ve odalar satılsa da satılmasa da, oda ücretleri ödenmektedir. Garantisiz kontenjan anlaşmalarında ise, satış yapılan oranda konaklama tesisine rezervasyon verilmekte ve odalar fiilen satıldığı zaman ödeme yapılmaktadır.*

*Garantisiz kontenjan anlaşmaları en yaygın anlaşma türüdür.*

## Paket Turun Üretim Aşaması

*Turun başlangıç tarihinden yaklaşık 12-14 ay önce yapılan bu anlaşmalar çok detaylıdır ve genel olarak şu konuları kapsar*

- (a) ödeme koşulları ve kredi olanakları;*
- (b) iptal kuralları; ve*
- (c) oda ve isim listelerinin değişikliklerine yönelik kurallar.*

## Paket Turun Üretim Aşaması

*Yurt dışına turlar organize eden tur operatörleri, destinasyon ülkede bir seyahat acentesi ile sözleşme yaparak, ürünün en iyi şekilde üretilmesi ve tüketilmesine yardımcı olunmasını isteyebilirler.*

*Böylece yerel acente, destinasyona ulaşım dışında, destinasyondaki tüm hizmet anlaşmalarının yapılmasından ve hizmetlerin verilmesinden sorumlu olabilir.*

*Bu tür işbirliğine gidilmesi, herhangi bir problem halinde müdahale kolaylığı ve sorumluluğun devri açısından tur operatörüne büyük avantaj sağlamaktadır.*

## Paket Turun Üretim Aşaması

*Tur operatörlerinin yerel seyahat acentaları ile incoming sözleşmeleri yaparak işbirliğine gitmeleri, ancak çok merkezli turlar düzenlediklerinde olmaktadır.*

*Örneğin, sayfiye yerlerine düzenlenen tek merkezli turlarda, büyük kitle turları düzenleyen tur operatörleri yerel seyahat acentalarının hizmetlerine pek başvurmamakta, destinasyonda kendi temsilcilerini bulundurarak birtakım yerel hizmetlerin yürütülmesini ve müşteri ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlamaktadırlar.*

# Paket Turun Üretim Aşaması

## ***Paket Turların Tasarım Aşaması***

### ***(c) Fiyatlandırma***

*Paket tur programı belirlendikten ve hizmet sağlayıcılarla sözleşmeler yapıldıktan sonra turun satış fiyatı oluşmaya başlamaktadır.*

*Öncelikle turun maliyeti hesaplanmaktadır. Bunları sabit ve değişken maliyetler olarak iki gruba ayırmak gerekir.*

*Charter ulaşımı, otobüs kiralama ve turist rehberi veya tur yöneticisi hizmetleri için yapılan harcamalar değişken maliyeti oluştururken; konaklama, yemekler ve müze giriş ücretleri gibi kişi başına yapılan harcamalar da turun sabit maliyetini oluşturmaktadır.*

## Paket Turun Üretim Aşaması

*Sabit ve değişken maliyetler doğrudan turla ilgili harcamalar olduğu için, bunlar doğrudan maliyeti oluşturmaktadır.*

*Ancak bunların dışında dolaylı olarak yapılan pazarlama harcamaları, çalışanlara ödenen ücretler ve bazı diğer genel üretim giderleri gibi bazı harcamalar da vardır.*

*Doğrudan ve dolaylı maliyetlerin toplamı turun toplam maliyetini oluşturur.*

*Bu maliyete işletme karı ve perakendecilerin komisyonu da eklenince turun satış fiyatı ortaya çıkmaktadır.*

## Paket Turun Üretim Aşaması

*Her ne kadar basit gibi görünse de, doğru bir hesaplama eğitim almış kişilerin çok detaylı çalışmalarını ve tahmin yeteneğini gerektirmektedir. Bunun sebebi ise, tur fiyatı belirlenirken kantitatif değerlerin de ötesinde, bir takım kalitatif değerlerin de göz önünde bulundurma gerekliliğidir.*

*Bu değerleri şöyle sıralayabiliriz*

- (a) rakiplerin sundukları ürünün kalitesi ve fiyatı;*
- (b) hedef kitlenin satın alma güçleri;*
- (c) talepteki yoğunluk*
- (d) piyasanın yapısı.*

## Paket Turun Üretim Aşaması

*Ürün dizaynı ve fiyatlandırma yapıldıktan sonra, sıra ürünün tüketiciyle buluşmasına gelir.*

*Paket tur tasarımının son iki safhası, dağıtım ve tutundurma, hareket tarihinden yaklaşık 10-12 ay önce başlamaktadır.*

*Bu safhalar turun başarısı için büyük önem arz etmektedir ve kapsamları tur operatörünün büyüklüğüne ve hedeflenen pazar bölümlerinin genişliğine bağlı olup, broşür dağıtımı, medya reklamları, kişisel satış ve dağıtım kanallarıyla ilişkileri gerekli kılmaktadırlar*

## Paket Turun Üretim Aşaması

### **(d) Dağıtım**

*Tur operatörlerinde pazarlamanın başarıya ulaşmasını etkileyen önemli faktörlerden birisi dağıtım kanallarının seçimidir.*

*Broşür haline getirilen paket tur, dağıtım kanalları tarafından belirlenen satış noktasında tüketicilere sunulmaktadır. Son yıllarda Avrupa'daki bazı büyük tur operatörleri kendi ürünlerinin satışını arttırmak amacıyla turlarını kendi satış noktalarında tüketiciye sunmaktadırlar. Böylece paket turların üreticiden aracısız olarak tüketiciye ulaştırılması sağlanır ve tur operatörleri satışlarını etkin bir şekilde kontrol imkanına sahip olurlar.*

*Paket turların doğrudan dağıtımı, tur operatörlerinin çalışanları tarafından yürütülmektedir ve bu bazı küçük tur operatörleri için temel pazarlama stratejisi olabilmektedir. Büyük tur operatörleri ise satış temsilcileri kullanarak turlarını dağıtım kanallarına (perakendeci seyahat acentelerine) ulaştırmayı amaçlamaktadır. Her iki durumda da doğrudan satış yapılmakta ve bu yüz yüze görüşmeyle, telefonla ya da günümüzde Internet aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.*

## Paket Turun Üretim Aşaması

### ***(e)Tutundurma***

*Paket tur soyut bir bileşik ürün olduğundan, tur operatörleri için broşürler en önemli pazarlama aracıdır. Tur operatörünün imaj oluşturmaya yardımcı olmakla birlikte, turistlere turlar hakkında bilgi vererek ve onlara “hayaller kurdurarak” turu satın almaya ikna etmektedir.*

*Broşürlerde tur operatörünün ürünleri ve o ürünlerle ilgili bazı açıklama, fotoğraf ve diğer detayların yanı sıra, iptaller ve para iadeleri hakkında da bilgi verilmektedir. Broşürde verilen bilgilerin kesin olması gerekmektedir; eğer bazı sınırlamalar varsa bunlar açıklanmalı, çünkü broşür aynı zamanda bir belge niteliği taşımakta ve tur operatörünün yerine getirmekle yükümlü olduğu hizmetleri kapsamaktadır.*

## Paket Turun Üretim Aşaması

*Günümüzde broşürün yerini alan diğer bazı pazarlama araçlarının en önemlilerinden bazıları web sayfaları ve sosyal medyadır.*

*Üretici ile tüketici arasındaki iletişimi sağlayacak olan başka bir pazarlama aracı da reklamlardır. Tur operatörleri mesajlarını iletmek için çok çeşitli medya türleri kullanmaktadırlar: televizyon, radyo, günlük gazeteler, ticari basın, dergiler (turizm ve seyahat dergileri) gibi.*

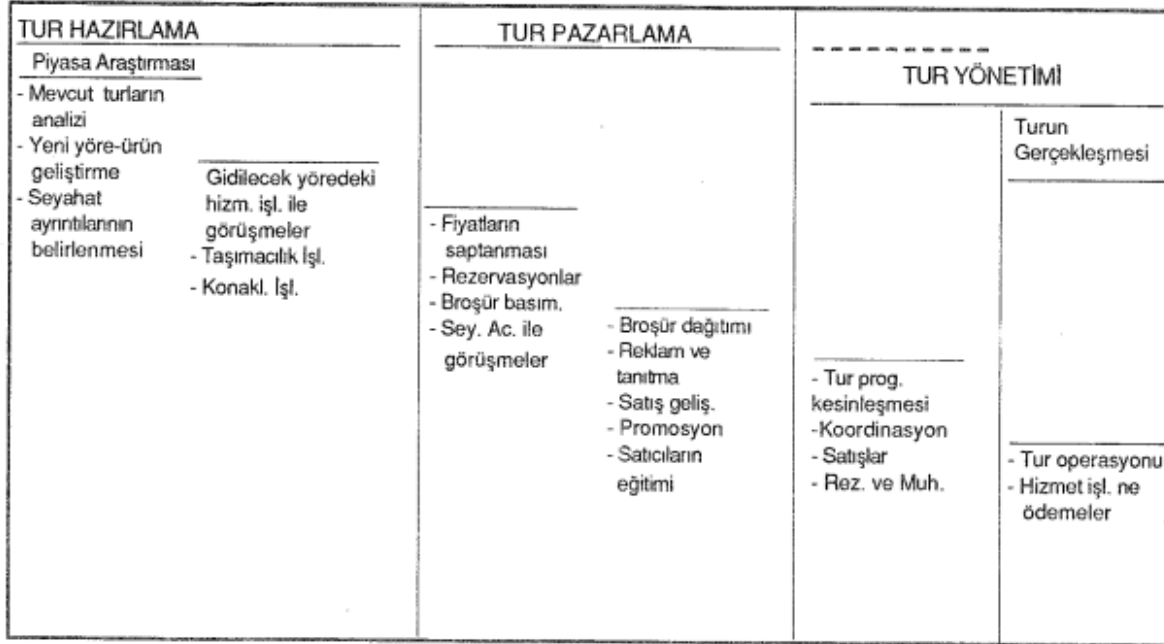
*Yüz yüze ya da telefonla iletişim çift yönlü, yani karşılıklı olan bir iletişim yöntemidir.*

*Günümüzde, bir çok tur operatörü turistlere e-posta ile ulaşmaya çalışmaktadır.*

*CRS-Computerised Reservation Systems, GDS-Global Distribution Systems, B2B, B2C web siteleri, Mobile App'ler sadece dağıtımda kolaylık getirmekle kalmamakta, bunun yanı sıra maliyet avantajı ve üretici ile tüketici arasında interaktif iletişim kurulmasını sağlamaktadır.*

# Paket Turun Üretim Aşamaları

ŞEKİL :1 Bir Tur Operatörünün Paket Tur Hazırlama Devreleri



-18      -16      -14      -12      -10      -6      0      +4      +8  
Aylar

KAYNAK: Necdet Hacıoğlu; Seyahat acenteciliği ve Tur Operatörlüğü, S. 87.

## Paket Tur Maliyet Hesaplamaları

*Paket tur maliyetini oluşturan temel giderler; ulaşım, konaklama, yeme-içme, müze ve ören yeri giriş ücretleri, rehberlik hizmeti, tur malzemeleri, broşür-kataloglar, tur tanıtım ve haberleşme, ekstra giderler ve diğerleri olarak sıralanabilir.*

*Bu giderler iki ana grupta toplanabilir.*

- *Sabit giderler*
- *Değişken giderler*

**Sabit giderler;** *kişi başı yapılan giderlerdir.*

*Tura katılanların sayısı ile orantılı olarak değişmezler*

**Değişken giderler;** *grubun tamamı için yapılan harcamalardır. Gruptaki kişi sayısı ile orantılı olarak, kişi başı itibariyle değişirler, ancak toplam tutar aynı kalır.*

# Paket Tur Maliyet Hesaplamaları

## ***Sabit giderler;***

- *konaklama giderleri,*
- *yeme içme giderleri,*
- *müze ve ören yeri giriş ücretleri,*
- *uçak bileti ücretleri,*
- *tur malzeme gideri,*
- *kişi başı diğer giderler*  
*(kişi başı ikram içecekler, kişi başı servis ücretleri gibi)*

# Paket Tur Maliyet Hesaplamaları

## ***Değişken giderler;***

- *otobüs ve diğer ulaşım giderleri,*
- *Toplu bahşışler*
- *Otopark ücretleri*
- *Köprü*
- *Yol geçiş ücretleri*
- *katalog ve broşür giderleri,*
- *tur tanıtım giderleri,*
- *rehberlik ücretleri,*
- *free giderler( gruba ücretsiz katılanların giderleri)*

# Paket Tur Maliyet Hesaplamaları

## ***İşletme Giderleri;***

*Seyahat acentesinin, turun gerçekleşmesi sırasında programlarla ilgili yaptığı harcamalarının dışında, kendi acenteleri ile ilgili maliyetleri etkileyen, işletme giderleri gibi başka harcamaları da vardır.*

- *Personel ücretleri*
- *Kira*
- *elektrik, su*
- *telefon benzeri haberleşme giderleri*
- *Yakıt*
- *amortisman (yıpranma payı)*
- *Acente komisyonları*
- *Tanıtma ve reklam giderleri vb.*

## Paket Tur Maliyet Hesaplamaları

*Bu işletme giderlerinin öngörülen toplam müşteri sayısına bölünerek maliyetlere yansıtılması gerekir.*

*Ancak ülkemizde bu neredeyse hiç uygulanmamakta ve bu giderler, kardan karşılanmaktadır.*

## Örnek Bir Tur Rotası ve İçeriğinin Hazırlanması

### **4 Aralık, Cuma**

09:00

09:30-09:45

09:50-10:45

11:00-11:30

11:40-12:40

13:00-14:15

14:45-16:15

16:30-18:00

18:45

### **İSTANBUL**

Otelden Hareket

Hipodrom

Sultan Ahmet Camii

Yerebatan Sarayı

Ayasofya

Öğle Yemeği

Topkapı Sarayı

Kapalıçarşı

Otele varış

### **5 Aralık, Cumartesi**

09:00

09:30-10:15

13:35-11:45

12:00-13:00

13:10-14:30

15:15-16:30

17:30

### **İSTANBUL - Boğaz Turu**

Otelden Hareket

Mısır Çarşısı

Boğaz Turu (IDO)

Sadberk Hanım Müzesi-Sarıyer

Öğle Yemeği

Beylerbeyi Sarayı

Otele varış

## Örnek Bir Tur Rotası ve İçeriğinin Hazırlanması

**6 Aralık , Pazar**

**İSTANBUL – Truva- ASSOS**

**(410 km)**

07:00

*Otelden Hareket*

09:00-09:20

*Mola*

12:00-12:40

*Eceabat - Çanakkale*

13:00-14:15

*Öğle Yemeği*

14:30-16:00

*Truva ziyaret*

16:00-16:20

*Mola*

17:30

*Assos-Behramkale Varış*

**7 Aralık , Pazartesi**

**ASSOS- Bergama-Asklepion-İzmir-KUSADASI**

**(360 km)**

08:00

*Otelden Hareket*

10:00-11:45

*Bergama Ziyaret*

11:45-12:15

*Mola*

12:30-13:45

*Öğle Yemeği(Bergama)*

14:00-15:00

*Asklepion ziyaret*

15:00-15:15

*Mola*

16:45-17:10

*Mola*

18:30

*Kuşadası varış.*

# Örnek Bir Tur Rotası ve İçeriğinin Hazırlanması

**8 Aralık, Salı**

08:30

09:30-10:30

11:15-12.45

13:15-14:30

14:40-15:40

17:30

**KUSADASI-Milet-Didim-Priene-KUSADASI (240 km)**

*Otelden Hareket*

*Priene*

*Miletos*

*Öğle Yemeği (Didim)*

*Didim*

*Kuşadası varış.*

## Oda Fiyatlarının çevrilmesi

### OTELLERİN FİYAT VERME ŞEKİLLERİ

|                             |         |
|-----------------------------|---------|
| A.                          |         |
| Çift Kişilik Odada Kişibaşı | 50.- TL |
| Tek Kişi Farkı              | 25.- TL |
| 3.Kişi Farkı                | 15.- TL |
| KDV ve Kahvaltı dâhil       |         |
| Öğle Yemeği                 | 10.- TL |
| (KDV dâhil)                 |         |

### HESAPLANAN FİYATLAR

|                       |                                |
|-----------------------|--------------------------------|
| A.                    |                                |
| SGL Room              | 75.- TL                        |
| DBL Room              | 100.-TL                        |
| TRP Room              | 115.- TL                       |
| KDV ve Kahvaltı dâhil |                                |
| SGL Room              | = pp in DBL +SGL Supp.         |
| DBL Room              | = pp in DBL x 2                |
| TRP Room              | = (pp in DBL x2) + 3.Bed Supp. |

## Oda Fiyatlarının çevrilmesi

B.

|                             |         |
|-----------------------------|---------|
| Çift Kişilik Odada Kişibaşı | 50.- TL |
| Tek Kişi Farkı              | %50     |
| 3.Kişi Farkı                | %30     |
| KDV ve Kahvaltı dâhil       |         |

Öğle Yemeği  
(KDV dâhil) 10.- TL

---

B.

|                       |          |
|-----------------------|----------|
| SGL Room              | 75.- TL  |
| DBL Room              | 100.-TL  |
| TRP Room              | 115.- TL |
| KDV ve Kahvaltı dâhil |          |

**SGL Room = pp in DBL + (pp in DBL x %50)**

**DBL Room = pp in DBL x 2**

**TRP Room = (pp in DBL x2) + (pp in DBL x %30).**

---

## Oda Fiyatlarının çevrilmesi

C.  
Oda Fiyatı 100.- TL

% 8 KDV ve Kahvaltı hariç

Kahvaltı ücreti 10.- TL

C.

SGL Room 118.- TL

DBL Room 128.- TL

TRP Room 138.- TL

%8 KDV ve Kahvaltı dahil

|          |                                      |
|----------|--------------------------------------|
| SGL Room | = (Oda Fiyatı x 1,08)+(1 x Kahvaltı) |
| DBL Room | = (Oda Fiyatı x 1,08)+(2 x Kahvaltı) |
| TRP Room | = (Oda Fiyatı x 1,08)+(3 x Kahvaltı) |

## Oda Fiyatlarının çevrilmesi

D.

Oda Fiyatı 100.- TL  
% 8 KDV ve Kahvaltı hariç

Kahvaltı ücreti 10.- TL  
(KDV dahil)

### 1.Adım

|                 |                                      |
|-----------------|--------------------------------------|
| <u>SGL Room</u> | = (Oda Fiyatı x 1,08)+(1 x Kahvaltı) |
| <u>DBL Room</u> | = (Oda Fiyatı x 1,08)+(2 x Kahvaltı) |
| <u>TRP Room</u> | = (Oda Fiyatı x 1,08)+(3 x Kahvaltı) |

SGL Room 118.- TL  
DBL Room 128.- TL  
TRP Room 138.- TL

%8 KDV ve Kahvaltı dahil

### 2. Adım

**Çift Kişilik Odada Kişibaşı** =  $\frac{\text{Oda Fiyatı} + (2 \times \text{Kahvaltı})}{2}$

**Tek Kişi Farkı** = Tek Kişilik Oda-Çift Kişilik Odada Kişibaşı

**3.Yatak Farkı** = Üç Kişilik Oda- Çift Kişilik Oda

Kişilik Odada Kişibaşı 64.- TL

Tek Kişi Farkı 54.- TL

3.Kişi Farkı 10.- TL

# Tur Operatörünün Seyahat Acentasına vereceği Net fiyatın hesaplaması

*Tur Operatörünün Acentaya vereceği Kişi Başı Net Fiyatın hesaplaması  
(Tur Operatörü Net Satış fiyatı)*

**1. TO Kişi başı Maliyet** = Sabit Masraflar Toplamı + Değişken Masraflar Toplamı  
Kişi Sayısı (pax)

**2. TO Net Satış Fiyatı** = TO Kişi başı Maliyet + **Kar**

% xx TO (Tur Operatörü) kar marjı ise , **Kar** = Kişi başı Maliyet \* % xx

TO Net Satış Fiyatı = Kişi başı Maliyet + (Kişi başı Maliyet \* % xx)

TO Net Satış Fiyatı = Kişibaşı Maliyet \* (1 + %xx)

**TO Net Satış Fiyatı = Kişibaşı Maliyet \* 1,xx**

*Seyahat Acentası yukarıda hesaplanan “TO (Tur Operatörü) Net Satış fiyatı”  
üzerine isterse kendi belirleyeceği komisyon oranını ekleyip acentanın müşteriye  
vereceği satış fiyatını belirleyebilir.*

## Seyahat Acentasının müşteriye vereceği Komisyon Dahil Fiyatın hesaplanması

Yukarıda anlatılan şekilde **TO Net Satış Fiyatı** hesaplandıktan sonra, Seyahat Acentasına verilecek olan komisyon oranı % olarak belirlenir.

**TO NSF** = TO (Tur Operatörü) Net Satış Fiyatı

**SA KDF** = Seyahat Acentasının müşteriye vereceği Komisyon Dahil Fiyat

**% yy** = Seyahat Acentasının SA KDF üzerinden alacağı komisyon oranı

$$\mathbf{SA\ KDF = TO\ NSF + (SA\ KDF * \%yy)}$$

$$\mathbf{SA\ KDF - SA\ KDF * \%yy = TO\ NSF}$$

$$\mathbf{SA\ KDF * (1 - \%yy) = TO\ NSF}$$

$$\mathbf{SA\ KDF = \frac{TO\ NSF}{(1 - \%yy)}}$$

## Seyahat Acentasının müşteriye vereceği Komisyon Dahil Fiyatın hesaplanması

- **ÖRNEK** :
- TO NSF = 160.-
- % 20 = Seyahat Acentasının alacağı komisyon oranı
- 
- $SA\ KDF = 160.- + SA\ KDF * \%20$
- $SA\ KDF - SA\ KDF * \%20 = 160.-$
- $SA\ KDF * (1 - \%20) = 160.-$
- **$SA\ KDF = \frac{160.-}{(1-0,20)} = \frac{160.-}{0.80} = 200.-\ TL$**

## Örnek Tur Planlaması

|              |                            |
|--------------|----------------------------|
| <b>1.Gün</b> | <b>Istanbul</b>            |
|              | Geliş Transferi            |
| <b>2.Gün</b> | <b>Istanbul</b>            |
|              | Sultanahmet Camii          |
|              | Ayasofya Müzesi            |
|              | Topkapı Sarayı Müzesi      |
|              | Türk İslam Eserleri Müzesi |
|              | Kapalı Çarşı               |
|              | Gece Turu : Kervansaray    |
| <b>3.Gün</b> | <b>Istanbul-Bursa</b>      |
|              | Boğaz Turu /Şehir Hatları  |
| <b>4.Gün</b> | <b>Bursa Çanakkale</b>     |
|              | Ulu Camii                  |
|              | Yeşil Camii                |
|              | Yeşil Türbe                |
| <b>5.Gün</b> | <b>Çanakkale-İzmir</b>     |
|              | Truva                      |
|              | Bergama                    |
| <b>6.Gün</b> | <b>İzmir-Istanbul</b>      |
|              | Efes                       |
|              | Artemis Tapınağı           |
|              | St.John                    |
| <b>7.Gün</b> | <b>Dönüş</b>               |

## 6 GECE -7 GÜN'LÜK ÖRNEK BATI ANADOLU TURU MALİYET HESABI

| Tarih | Sabit Masraflar/Açıklama   | Tutar   | Tarih | Değişken Masraflar/Açıklama | Tutar    |
|-------|----------------------------|---------|-------|-----------------------------|----------|
| 1.Gün | Otel-Istanbul              | € 26,00 | 1.Gün | Otobüs-Transfer             | € 108,00 |
|       |                            |         |       | Rehber Transfer             | € 43,00  |
|       |                            |         |       | Havaalanı Park              | € 8,00   |
| 2.Gün | Otel-Istanbul              | € 26,00 | 2.Gün | Otobüs Istanbul             | € 216,00 |
|       | Ayasofya                   | € 6,00  |       | Otobüs Gece                 | € 108,00 |
|       | Topkapı Sarayı             | € 6,00  |       | Sultanahmet Camii           | € 6,00   |
|       | Türk-Islam Eserleri Müzesi | € 3,00  |       | Sofor Yemek                 | € 6,00   |
|       | Öğle Yemeği-Istanbul 1     | € 9,00  |       |                             |          |
|       | Bahşiş                     | € 0,50  |       | Rehber Tam Gün              | € 86,00  |
|       | Kervansaray                | € 33,00 |       | Rehber Gece                 | € 50,00  |
|       | Bahşiş                     | € 0,50  |       | Sultanahmet Otopark         | € 8,00   |
|       |                            |         |       | Kapalı Çarşı Otopark        | € 8,00   |
|       |                            |         |       | Kervansaray Otopark         | € 8,00   |
|       |                            |         |       |                             |          |
|       |                            |         |       | İkram                       | € 8,00   |

|              |                        |         |              |                |          |
|--------------|------------------------|---------|--------------|----------------|----------|
| <b>3.Gün</b> | Otel-Bursa             | € 30,00 | <b>3.Gün</b> | Otobüs Anadolu | € 338,00 |
|              | Boğaz Vapuru           | € 4,00  |              | Rehber Anadolu | € 123,00 |
|              | Öğle Yemeği-Istanbul 2 | € 9,00  |              |                |          |
|              | Bahşiş                 | € 0,50  |              | Sofor Yemek    | € 6,00   |
|              |                        |         |              | Sarıyer Park   | € 8,00   |
|              |                        |         |              | Köprü          | € 2,00   |
|              |                        |         |              | Feribot        | € 45,00  |
|              |                        |         |              |                |          |
|              |                        |         |              | İkram          | € 8,00   |
| <b>4.Gün</b> | Otel Çanakkale         | € 30,00 | <b>4.Gün</b> | Otobüs Anadolu | € 338,00 |
|              | Öğle Yemeği-Bursa      | € 6,00  |              | Rehber Anadolu | € 123,00 |
|              | Bahşiş                 | € 0,50  |              |                |          |
|              |                        |         |              | Ulucamii       | € 6,00   |
|              |                        |         |              | Yeşil Camii    | € 6,00   |
|              |                        |         |              | Yeşil Türbe    | € 6,00   |
|              |                        |         |              |                |          |
|              |                        |         |              | Ulucamii Park  | € 8,00   |
|              |                        |         |              | Yeşil Park     | € 8,00   |
|              |                        |         |              |                |          |
|              |                        |         |              | İkram          | € 8,00   |

|              |               |          |              |                                 |          |
|--------------|---------------|----------|--------------|---------------------------------|----------|
| <b>5.Gün</b> | Otel-Izmir    | € 30,00  | <b>5.Gün</b> | Otobüs Anadolu                  | € 338,00 |
|              | Truva         | € 6,00   |              | Rehber Anadolu                  | € 123,00 |
|              | Öğle Yemeği   | € 6,00   |              |                                 |          |
|              | Bahşiş        | € 0,50   |              | Truva Park                      | € 8,00   |
|              |               |          |              |                                 |          |
|              | Bergama       | € 6,00   |              | Bergama Park                    | € 8,00   |
|              |               |          |              |                                 |          |
|              |               |          |              | İkram                           | € 8,00   |
|              |               |          |              |                                 |          |
| <b>6.Gün</b> | Otel-Istanbul | € 26,00  | <b>6.Gün</b> | Otobüs Anadolu                  | € 338,00 |
|              | Öğle Yemeği   | € 6,00   |              | Otobüs Istanbul Geliş Transferi | € 108,00 |
|              | Bahşiş        | € 0,50   |              | Rehber Anadolu                  | € 123,00 |
|              | Efes          | € 6,00   |              | Artemis Tapınağı Park           | € 8,00   |
|              | St. John      | € 3,00   |              | Efes Park                       | € 8,00   |
|              |               |          |              | St. John Park                   | € 8,00   |
|              | Uçak Bileti   | € 100,00 |              | Rehber Uçak                     | € 100,00 |
|              |               |          |              |                                 |          |
|              |               |          |              | İkram                           | € 8,00   |

|                                                                                                                           |                                                                                                |                   |       |                                                                                                  |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| 7.Gün                                                                                                                     |                                                                                                |                   | 7.Gün | Otobüs-Transfer                                                                                  | € 108,00          |
|                                                                                                                           |                                                                                                |                   |       | Rehber Transfer                                                                                  | € 43,00           |
|                                                                                                                           |                                                                                                |                   |       |                                                                                                  |                   |
|                                                                                                                           |                                                                                                |                   |       | Rehber Genel Masraf                                                                              | € 26,00           |
|                                                                                                                           |                                                                                                |                   |       |                                                                                                  |                   |
|                                                                                                                           | <b>Sabit Masraflar Toplamı</b>                                                                 | <b>€ 380,00</b>   |       | <b>Değişken Masraflar Toplamı</b>                                                                | <b>€ 3.059,00</b> |
|                                                                                                                           | <i>Yukarıdaki tüm harcamalar zaten kişi başına yapılmıştır, dolayısı ile aynen kullanılır!</i> |                   |       | <i>3,075 EUR grubun tamamına ait olup kişi başına düşeni bulmak için 30'a bölünmesi gerekir!</i> | <i>/</i>          |
|                                                                                                                           | <b>Kişi başına yapılan "Sabit Masraf Tutarı"</b>                                               | <b>€ 380,00</b>   |       | <b>Kişi başına düşen "Değişken Masraf Tutarı"</b>                                                | <b>€ 101,97</b>   |
|                                                                                                                           |                                                                                                |                   |       |                                                                                                  |                   |
| <b>Çift Kişilik Odada Kişi Başı Maliyet = Kişi Başı Sabit MasraflarToplamı + Kişi Başına düşen Değişken Masraf Tutarı</b> |                                                                                                |                   |       |                                                                                                  |                   |
| <b>Tek Kişi Farkı = Tüm otellerin tek kişi fark fiyatlarının toplamı</b>                                                  |                                                                                                |                   |       |                                                                                                  |                   |
|                                                                                                                           |                                                                                                |                   |       |                                                                                                  |                   |
|                                                                                                                           | <b>Çift Kişilik Odada Kişi Başı Maliyet</b>                                                    | <b>: € 481,97</b> |       |                                                                                                  |                   |
|                                                                                                                           | <b>Tek Kişi farkı</b>                                                                          | <b>: € 96,00</b>  |       | <b>(€17+€17+€15+€15+€15+€17)</b>                                                                 |                   |

***Acentaya verilecek Kişi Başı Net Fiyat hesaplaması  
(Tur Operatörü Net Satış fiyatı)***

1. *Sabit Masraflar Toplamı + Değişken Masraflar Toplamı = TO Kişi başı Maliyet*  
*Kişi Sayısı (pax)*

$$380.- + 101.97 = 481.97$$

2. *Tur Operatörü **kar oranı % 10***

*%xx=Kar Oranı; **Kar** = Kişi başı Maliyet \* % xx;*

3. *Kişi başı Maliyet + Kar = TO Net Satış Fiyatı*

$$\text{Kişi başı Maliyet} + \text{Kişi başı Maliyet} * \% \text{xx} = \text{TO Net Satış Fiyatı}$$

$$\text{Kişibaşı Maliyet} * (1 + \% \text{xx}) = \text{TO Net Satış Fiyatı}$$

$$\text{Kişibaşı Maliyet} * 1, \text{xx} = \text{TO Net Satış Fiyatı}$$

$$481.97 * 1,10 = 530.-$$

*Seyahat Acentası yukarıda hesaplanan “Net Tur Operatörü Satış fiyatı” üzerine kendi belirleyeceği kar oranını ekleyip müşteriye vereceği satış fiyatını belirler.*

***Acentaya verilecek Komisyonlu Fiyatın hesaplaması  
(Müşteriye Satış fiyatı)***

**TO NSF** = TO (Tur Operatörü) Net Satış Fiyatı

**SA KDF** = Seyahat Acentasının müşteriye vereceği Komisyon Dahil Fiyat

**% yy** = Seyahat Acentasının SA KDF üzerinden alacağı komisyon oranı

$$\mathbf{SA\ KDF = TO\ NSF + (SA\ KDF * \%yy)}$$

$$\mathbf{SA\ KDF = \frac{TO\ NSF}{(1-0,yy)}}$$

$$\text{TO NSF} = 530.-$$

$$\text{Komisyon (\%)} = \% 15$$

$$\mathbf{SA\ KDF = \frac{530.-}{(1-0,15)} = \frac{530.-}{0.85} = 623.50.-}$$