



Ünite 3: Turizmde Seyahat İşletmeleri ve Seyahat Aracıları

Giriş

Seyahat hizmetlerine aracılık eden işletmelerin görevleri, seyahatlerin farklı aşamalarında ziyaretçiler ve hizmet sunucuları arasında en ideal ve uyumlu bağlantıları sağlamak, daha sonra da seyahat sektöründe arz ve talebin değişim sürecindeki çok sayıda değişim sürecini azaltarak işlemleri basitleştirmektedir.

Seyahat sektöründe mikro ve makro düzeyde araçlar vardır. Bu deyim, araçların faaliyet alanları ve ulaşabileceği ziyaretçi sayısı bakımından kullanılır. Yerel bir seyahat acentası mikro araçtır, çünkü faaliyet alanı çok küçüktür. Büyük bir tur operatörü ise makro düzeyde bir araçtır, çünkü uluslararası alanda faaliyet gösterir, sermaye güçlüdür ve aracılık yaptığı ziyaretçi sayıları bazen milyonlara ulaşabilir.

Seyahat Araçlarının ve Seyahat Acentalarının Tarihçesi

Çağdaş anlamda organize tur ilk olarak İngiltere'nin Leicester kentinde ortaya çıkmıştır. İlk seferler Thomas Cook tarafından organize edilmiştir. Düzenlediği gezilerin çoğunda rehber yoktu. Onun yerine daha önceden düzenlemeleri yapılan otel rezervasyonları ve diğer giderleri karşılamak için turistlerin eline bir hizmet belgesi (*voucher*) veriliyordu. Günümüze kadar bu uygulama süregelmiştir ve hâlen seyahat acentaları tarafından kullanılmaktadır.

Cook 1846 yılında komşu ülke İskoçya'ya tren ve vapurla bir tur düzenlemiş ve her yolcu için bir gezi programı hazırlamıştır. Thomas Cook 1860 yılında Londra'da ilk seyahat işletmesini açtı ve kurduğu şirket Thomas Cook Travel olarak varlığını bugün de sürdürmektedir. Yirmi yıl içinde Cook ve oğlu işlerini Kuzey Amerika'ya kadar yaygınlaştırdılar. Thomas Cook turizm faaliyetlerinde; yol, otel ve bütün masrafları kapsayan geziler; taksitle ödeme kolaylığı; gençler için öğretici geziler; işçiler için özel geziler; deniz aşırı ilk düzenli turlar ve döviz ve kambiyo işlemleri gibi kolaylaştırıcı hizmetler sağlamıştır.

Seyahat endüstrisinin gelişimi ile birlikte gelişme gösteren acentacılık faaliyetleri I. Dünya Savaşı nedeni ile durmuştur. 1919 yılında uçakların sivil havacılık alanında kullanılmasıyla ilk kez Londra-Paris arasında tarifeli seferler başlamıştır.

Seyahat acentalarının tarihçesinde The American Express Company'nin de (Amexco) özel bir yeri vardır. Bu işletme eski vahşi batıdaki Pony Express Wells Fargo Şirketi'nin büyümesi ile önce seyahat acentasına ve daha sonra da tur operatörüne dönüşmüştür. 1968 yılına kadar, Amexco bir seyahat ve finans devi durumuna gelmiştir. Şirket, daha sonra seyahat hizmetlerine entegre oldu ve böylece yalnız tur düzenleyen değil aynı zamanda seyahat çeki satan, seyahat ve fotoğrafçılık dergileri yayınlayan, American Express kredi kartı satan, yabancı dil öğreten bir firma durumuna gelmiştir. Şirket aynı zamanda Club Mediterranee'nin de hisselerini satın almıştır.

Thomas Cook'un en önemli faaliyetleri arasında 1851 yılında Londra'da düzenlenen Birinci Uluslararası Londra Sergisine grup turları düzenlemesi ve demir yolu ile çok sayıda çiftçi ve işçiyi İngiltere'nin taşra kesimlerinden bu sergiye taşıyarak serginin başarısına katkıda bulunması vardır. Bu sergi bugün, EXPO ismi ile tanınan ünlü uluslararası sergilerin de başlangıcı olmuştur.

II. Dünya Savaşı'na kadar olan dönemde seyahat acentaları ile yapılan turlar özellikle demir yolları ve deniz yolları aracılığı ile oldukça gelişmiştir. Bu turların çoğu İsviçre ve Güney Fransa'ya yöneliktir. I. Dünya savaşı sonrasında otobüs ile yapılan turlar oldukça yaygınlaşmış ve daha uzak mesafelere düzenlenen turlarda artış görülmüştür. II. Dünya savaşı sonrasında ise turizm alanında önemli gelişmeler olmuştur ve ilk defa *charter* uçuşları gerçekleştirilmiştir.

Gerek ilk çağlarda tüccarların yaptıkları geziler gerekse daha sonra *Marco Polo* gibi seyyahların gerçekleştirdiği dünya gezileri başlangıç alınırsa turizm dünya kültürlerinin birbirini görmesinde en etkin araçlardan biri olmuştur. 18. yüzyılda sanayide gerçekleşen devrimlerle üretim biçimlerinin değişmesi, toplumlara daha fazla hizmet ve mal bulma olanağı sunarken insanların ve kültürlerin bir yerden bir başka yere taşınması ilk çağlardan bu yana inanılmaz derecede hızlanmıştır. Önceleri bireysel olarak yapılan geziler zamanla sözünü ettiğimiz üretim devrimlerinden sonra ve özellikle de ulaşım araçlarının gelişmesiyle 19.yüzyıla doğru kitlesel bir yapı kazanmıştır.

Seyahat endüstrisinde Thomas Cook, Cooperative Holiday Association, Natur Freunde ile başladığı kabul edilen kitle hâlinde seyahatler, zamanla hükümetlerin ve kurumların devreye girmesiyle daha organize bir hâl almıştır. Öte yandan ilk zamanlarında varlıklı insanların gerçekleştirebildiği seyahatler toplumların üretim yapılarının, araçlarının ve ilişkilerinin gelişmesiyle düşük gelirli insanların da katılabildiği bir faaliyet haline gelmiştir. 1840'lı yıllarda Cook'un başlattığı seyahat acentacılığı, seyahatin ve turizmin kurumsal anlamda ilk ciddi adımı olarak kabul edilmektedir.

Seyahat Sektöründe Aracı İşletmeler

Yeryüzünde milyonlarca potansiyel otel müşterisi seyahate çıktıklarında on binlerce otel odasından birinde kalmak için hareket ederler. Mesafe ve dil engelleri alıcılar ile satıcılar arasında ilişki kurulmasını zorlaştırır. Bu nedenle, her otelin kendi ürününü müşteriye doğrudan doğruya satması oldukça zordur hatta imkânsızdır. Konaklama tesislerinin dağıtım sistemi içindeki araçlara gereksinimi ve bağımlılığı çok fazladır. Oysa aynı durumu yiyecek-içecek işletmeleri için söylemek zordur.

Dağıtım sistemi araçları;

- Doğrudan sektörde dağıtım işini üstlenen araçlar ve
- Dolaylı olarak aracılık görevi de üstlenen organizasyonlar olmak üzere iki grupta toplanabilir.



Doğrudan Seyahat Araçları

Doğrudan seyahat araçları aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Tur operatörleri: Tur operatörleri seyahat sektörünün toptancıları olarak tanınır. Bu işletmeler konaklama ve diğer turizm işletmelerini, pazarlanabilir bir ürün yaratabilmek için gerekli olan hammaddelerden biri olarak kabul ederler. Bu ürünün yanına; ulaştırma, transferler, bölgesel turlar, sigorta ve turistik etkinliklerle çekicilikleri de katarak kendi turistik ürün paketlerini oluştururlar. Gelişmiş ülkelerdeki TUI (Almanya) ve Thomson (İngiltere) gibi büyük tur operatörleri genellikle dış turizme yönelik olarak çalışırlar. Tur operatörlerini diğer araçlardan ayıran en önemli fark, peşin rezervasyon yaparak otel odalarını satın almaları ve bu odaları kendi olanakları ile pazarlamalarıdır.

Seyahat acentaları: Seyahat endüstrisinde coğrafi olarak çok geniş bir alana dağılmış olan pazarlara ulaşmak için en etkin yollardan biri seyahat acentalarını kullanmaktır. Seyahat acentaları turizm sektöründe otel işletmelerinin pazarlama konusunda en büyük yardımcılarıdır. 2010 yılı verilerine göre dünya genelinde yaklaşık olarak 31.000'i ABD'de olmak üzere yaklaşık olarak 100.000'in üzerinde seyahat acentası olduğu tahmin edilmektedir. Bir seyahat acentası, seyahatin her aşamasında müşteriye hizmet verir. Acentaların bir dağıtım aracı olarak temel sorumlulukları da aşağıdaki gibidir:

- Seyahat acentaları seyahat konusunda tavsiyeler veren bir kaynaktır. Çünkü bazı müşteriler belirli bir plan dâhilinde seyahat acentasını ziyaret ederken, bazıları yalnızca fikir edinmek için seyahat acentasına gelir.
- Acentalar ulaştırma hizmetlerinde aracılık yapar ve oto kiralama hizmeti verirler.
- Konaklama tesisleri için rezervasyon yaparlar ayrıca müşterilerin transferini gerçekleştirirler.
- Özel olarak paket tur ya da rehberli yöresel turlar düzenlerler.
- Özel ilgi alanlarına dönük düzenlemeler yaparlar; toplantı, hac seyahati, öğrenci turları, sportif seyahatler, teşvik turları vb.
- Seyahat ile ilgili formaliteleri yürütürler; vize, gümrük vb.

Otel satış temsilcileri: Otel temsilcilerinin (hotel representatives) en önemli görevi otelin satışlarını artırmak ve rezervasyon kabul etmektir. Gelişmiş ülkelerdeki birçok otel işletmesi ya da otelcilik zinciri kendileri için verimli olan pazarlarda bu tür temsilcileri istihdam ederler. Oteller satış temsilcilerini değişik şekillerde kullanırlar. Satış temsilcileri müşteri olduğu oteller için pazarlama bölümü gibi çalışarak satışları artırma ve/veya pazarlama eylemleri gibi işleri yaparlar.

Ortak sisteme dâhil işletmeler: Ortak sisteme dâhil bir organizasyon, bir diğeri için rezervasyon alabilen ve ortak hedeflere dönük bir anlaşma dâhilinde çalışan bir grup tu-

rizm işletmesi ya da otel olarak tanımlanır. Bu örgütlenme aşağıdaki şekillerde olabilir:

- Bir işletmeler grubu,
- Gönüllü bir organizasyon ya da konsorsiyum,
- Bir imtiyaz (franchising) grubu.

Diğer bir ortak çalışma sistemi de otelcilik *konsorsiyumlarıdır*. Konsorsiyumlar bağımsız çalışan otellerin pazarlama ve satın alma konularında ortak çalışma için özel bir anlaşma ile bir araya geldikleri bir örgütlenme şeklidir.

Teşvik (Incentive) seyahati planlamacıları: Teşvik seyahatleri uluslararası iş seyahatleri pazarında gittikçe büyüyen ve gelişen bir pazar dilimini oluşturmaktadır. Bu tür seyahatler hem iş hem de tatil pazarına hitap etmektedir.

Bilgisayarlı rezervasyon sistemleri: İşletmelerin gönüllü ya da imtiyaz şeklindeki kendi bilgisayarlı rezervasyon sistemlerinin yanı sıra, seyahat bağlantılarının yakınında olan diğer firmalar tarafından işletilen bağımsız rezervasyon sistemleri de vardır. Bu firmalardan en ünlüsü seyahat acentalarının da sisteme giriş yapabildiği "American Express Space Bank" adlı firmadır. Merkezi rezervasyon sistemleri aynı zamanda küresel dağıtım sistemleri olarak da adlandırılmaktadır ve turizm ürünleri ve tur operatörleri için katalog işlevini de yerine getirirler.

Toplantı büroları ve toplantı organizatörleri: Bazı ülkelerde toplantıları, kongreleri, turları ve seminerleri teşvik etmek ve kolaylaştırmak amacı ile kurulmuş olan toplantı büroları vardır (The London Visitor and Convention Bureau). Toplantı büroları ve organizatörleri de diğer dağıtım araçları gibi sektörde önemli bir dağıtım aracı konumundadır.

Dolaylı Seyahat Araçları

Dolaylı seyahat araçları aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Sektörel birlikler: Bu birlikler dağıtım için karşılıklı avantaj sağlayacak işletmeler ve pazarlama işletmeleri gibi diğer işletmeler ile konaklama işletmeleri arasında gönüllü olarak bağlantı kuran organizasyonlardır. Sektörel birliklerin genel çalışmaları, ortak satış çabaları, kampanyalar, satın alma noktası reklamcılığı, rezervasyon işlemleri, tanınma çalışmaları, yeni pazarlara girme çalışmaları, hiçbir işletmenin sahip olmadığı pazarlardaki konuklara hizmet sunumu ve çeşitli eylemlerin daha iyi şekilde yapılması olarak sıralanabilir.

Endüstriyel firmaların seyahat yöneticileri: Bazı ülkelerdeki büyük endüstriyel işletmeler ve firmalar kendi elemanlarının seyahatlerini düzenlemek için işletme içinde bir seyahat bölümü oluştururlar ve her türlü seyahatle ilgili çalışmalar bu bölümdeki sorumlular tarafından yürütülür.

Uzman hizmet sağlayıcılar: Uzman hizmet sağlayıcılar; reklam ajansları, pazar araştırma firmaları, resmi turizm ofisleri, sigorta uzmanları, taşıma şirketleri, tur rehberleri, gösteri paketi düzenleyen organizatörler, vergisiz satış

yapan mağazalar, tiyatrolar ve kültürel kuruluşların da içinde yer aldığı geniş bir yelpazeyi içerir.

İnternet: İnternet son dönemlerde turizm işletmeleri tarafından pazarlama, reklam ve tanıtım amaçları ile ilgili olduğu gibi, hizmetlerin dağıtımını amacı ile de çok yoğun bir şekilde kullanılmaya ve yaygınlaşmaya başlamıştır.

Hava yolu firmaları: Hava yolu şirketleri yalnızca kendi uçuş personeli için rezervasyon yapmaz, aynı zamanda bir telefonla tüm seyahat formalite ve düzenlemelerinin kolaylıklarından yararlanmak isteyen kendi yolcuları ve seyahat acentaları için de bu görevi yürütebilirler.

Otomobilcilik kuruluşları: ABD'deki AAA (*American Automobile Association*), İngiltere'deki *The Automobile Association* ve *The Royal Automobile Club* ve Türkiye *Turing* ve *Otomobil Kulübü* gibi otomobilcilik kuruluşları kendi üyeleri için otel rezervasyonu ve paket tur planlaması gibi hizmetler vermektedirler.

Araç kiralama firmaları: Dünya genelinde çalışan *Hertz*, *Europcar*, *Thrifty* ve *Avis* gibi araç kiralama firmaları kendi müşterileri için rezervasyon hizmeti de vermektedir. Bu firmalar bireysel rezervasyonlara göre otellerden önemli ölçüde indirimli fiyatlar alabilmektedir.

Turizm enformasyon büroları: Çeşitli ülkelerin yurt içinde ve dışında bulunan turizm enformasyon büroları da konaklama işletmelerinin pazarlanmasında önemli rol oynarlar. Turizm sektöründe dağıtım kanallarında yer alan araçlar aşağıdaki temel fonksiyonları yerine getirerek, gerek turizm işletmelerine gerekse müşterilere yardımcı olurlar.

Dağıtım Kanallarındaki Araçlarının İşlevleri

Turizm sektöründe dağıtım kanallarındaki araçların işlevleri aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Bilgi: Seyahat sektörünün araçları kendi konularının uzmanlarıdır. Pazarlama çevresinde meydana gelen değişimler konusunda bilgi toplama ve dağıtımını görevini kolayca yerine getirebilirler. Özellikle seyahat acentaları, konaklama ve seyahat ile ilgili hizmetler konusunda önemli bilgilere ve deneyimlere sahiptir. Bu araçların tavsiye ve önerileri müşterilerin sektördeki üreticiler, ulaştırma işletmeleri ve diğer araçları seçmesi konusunda önemli etkide bulunur.

Tanıtım: Ürün sunumu ile ilgili olarak tüketicileri ikna edici iletişim tekniklerini kullanabilirler.

Temas: Potansiyel alıcıları bularak onlarla kolayca temas kurabilirler. Bu durum çok geniş bir pazarda turistik tüketicilere ulaşma sorunu olan turizm işletmelerine önemli bir kolaylık sağlar.

Paketleme: Araçlar seyahat sektöründeki taşıyıcıların ve üreticilerin hizmetleri ile bölgedeki diğer turistik mal ve hizmetlerin bir tek fiyatla bir araya getirilmesi sayesinde bir tatil paketi oluştururlar. Seyahate tek başına çıkan turistlerin gittikleri bölgedeki hizmetleri tek başlarına

birleştirmesi ve bu hizmetlerden uygun fiyatlarla yararlanması oldukça zordur. Özellikle tur operatörleri düzenledikleri paket turlarla bir taraftan önemli ölçüde indirimli fiyatlarla kaliteli hizmetleri müşterilerine sunarken diğer taraftan da üreticilerin satışlarını artırırılar.

Pazara girme: Turizm sektöründeki işletmelerin, diğer endüstrilerde olduğu gibi müşterileri ile doğrudan temasını sağlayacak perakende satış noktaları oluşturmaları çok zor ya da olanaksızdır. Bağımsız ve zincir olarak çalışan seyahat acentaları bu önemli işlevi yürüterek diğer endüstri gruplarına önemli katkılar sağlar.

Pazarlık: Sunulacak ürünler ve fiyatlar konusunda hem alıcı hem de satıcı ile uygun koşullarda anlaşmalar yaparak, iki tarafa yararlı olacak fırsatlar sunabilirler.

Fiziksel dağıtım: Araçlar, turistik ürün üreticilerinin, ulaştırma işletmelerinin ve diğer araçların dağıtım ağını yaygınlaştırırlar.

Finansman: Araçlar, dağıtım sistemi maliyetini karşılama konusunda çeşitli kaynaklardan ve fonlardan yararlanabilirler.

Risk üstlenme: Araçlar, genellikle turizm işletmelerinin hizmetlerini önceden satın alıp pazarladıkları için, yapılan anlaşma türüne bağlı olarak bu hizmetlerin satılmama riskini de üstlenirler.

Koordinasyon: Araçlar, endüstriyel firmaların seyahat düzenlemelerini koordine ederek, bu firmaların seyahat harcamalarının etkinliğini maksimize ederler.

Rehberlik: Belirli seyahat araçları rehber ve eskort hizmetleri sunarlar. Böylece seyahat edenlerin seyahat deneyimlerini zenginleştirir ve tatminini artırırılar.

Seyahat Acentalarının Sınıflandırılması

Seyahat acentalarının çeşitli şekillerde sınıflandırılmaları söz konusudur. Bunlar;

- Sunulan hizmet türüne göre sınıflama,
- Yapısal sınıflama,
- Fonksiyonel sınıflama ve
- Yasal sınıflamadır.

Sunulan Hizmet Türüne Göre Sınıflama

Sunulan hizmet türüne göre sınıflama aşağıdaki başlıklar altında kısaca açıklanmıştır.

Hava yolu bilet satış acentaları: Bunlar diğer perakendeci seyahat acentalarının etkinliklerini de yerine getirmekle birlikte, temel çalışma alanları uçak bileti satışlarıdır.

Tur satış acentaları: Toptancı seyahat acentaları ya da doğrudan tur operatörleri tarafından hazırlanmış yurt içi ya da yurt dışı, ağırlıklı ya da yönetilen turların satışlarını yaparlar ve birden çok üretici firma ile birlikte çalışabilirler.

Tur operatörü temsilcisi acentalar: Temsilci acentaların tur satış acentalarından farkı, bir tur operatörünün düzenlediği tatil ve gezi programlarını satmalarıdır.

Araç kiralama acentaları: Kiralık araç hizmetlerini yerine getiren araçlardır.

Ulaştırma acentaları: Bu tür acentaların temel işlevi, tur operatörlerine yer operasyonları için araç sağlamaktır.

Kongre-toplantı acentaları: Her türlü toplantı organizasyonunda uzmanlaşmış acentalara kongre acentaları adı verilmektedir. Bu acentalar, yapılacak olan kongrelerin sahipleri adına bu toplantıların hatasız olarak gerçekleşmesi amacıyla rezervasyon, salon düzenlenmesi, gezi gibi temel ve yan etkinliklerin kongre/toplantı sahiplerinin isteği doğrultusunda planlanması ve gerçekleştirilmesi görevini üstlenirler.

Teşvik seyahati acentaları: Bu tip acentalar bireysel müşterilerden çok, endüstriyel firma çalışanlarına teşvik gezileri düzenlemeye yönelik olarak çalışan seyahat acentalarıdır.

Yat acentaları: Bazı özel gezi grupları tatilleri sırasında sürekli aynı mekânda kalmayı ve yorucu otobüs yolculukları yapmayı istemeyebilir. Bu gruplar için en uygun tatiller çoğunlukla mavi yolculuk adı verilen tekne turlarıdır.

Yapısal Sınıflama: Yapısal sınıflamaya göre acentalar üç grupta toplanabilir:

- Büyük dağıtım acentaları,
- Endüstriyel firmalar için uzmanlaşmış acentalar,
- Bağımsız acentalar.

Fonksiyonel Sınıflama: Bu sınıflamaya göre acentalar;

- Karşılıklı (Incoming) acentalar ve
- Gönderici (Outgoing) acentalar olmak üzere ikiye ayrılabilir.

Yasal Sınıflama: Yasal sınıflamaya göre ise acentalar üç grupta toplanabilir:

- A Grubu acentalar,
- B Grubu acentalar,
- C Grubu acentalar.

Seyahatlerde Paket Turlar ve Tur Organizasyonları

Paket turlar; genellikle seyahat araçlarının, belirli tatil yöreleri ya da merkezlerindeki değişik üretici işletmelerin ve bu yörelerle bağlantı sağlayan işletmelerin tatil ürünlerini (*konaklama, ulaştırma, yeme-içme, animasyon vb.*) bir araya getirerek oluşturdukları ve müşterilere tek bir fiyata tek bir ürün olarak sattıkları ürün birleşimidir. Paket turlar dünyanın hemen her bölgesinde turistler tarafından oldukça rağbet gören bir seyahat türüdür.

Seyahat Araçları Açısından Paket Turlar

Paket tur satışları aşağıdaki nedenlerden dolayı çekicidir:

- Üretici işletmelerden sunulan hizmetleri blok hâlinde satın alarak (otel odaları vb.) düşük fiyatlar elde edebilme ve tüketicilere bu fiyatları daha kolay benimsetme,

- Tur bedellerinin tüketicilerden peşin alınması ile işletmeye ön finansman sağlanması,
- Tur programlarının tanıtımı ve reklamının yapılması konusunda konaklama ve ulaştırma tesislerinin desteğinin alması,
- Katalog yardımıyla çok sayıda paket tur satışı,
- Paket turlar aracılığı ile ulaştırma ve konaklama işletmeleriyle bütünleşme ya da iş birliği olanaklarının ve ayrıcalıkların kazanılması.

Yerel İşletmeler Açısından Paket Turlar

Tur düzenlenen bölgedeki yerel işletmeler de paket turların aşağıdaki avantajlarından yararlanmak ister:

- Yerel ya da karşılayıcı seyahat acentaları tur satışlarından komisyon alarak kazanç sağlar.
- Paket turlar konaklama ve hava yolu işletmelerinin doluş oranlarını artırır.
- Turizm sektöründeki bütün işletmelere yeni potansiyel pazarlar yaratır.
- Ülkelerin ve bölgelerin dolaylı olarak tanıtımını sağlar.
- Bir bölgeye yönelik turist akımının artmasına neden olur.
- İşletmelerin etkinlik ve verimliliklerini artırır.
- Özellikle bir hizmet ürünü olduğu için paket turlar önemli ölçüde istihdam olanağı yaratır.

Paket Turların Tercih Edilme Nedenleri

Tüketicilerin bu turları tercih nedenleri şöyle sıralanabilir:

- Tur giderlerinin önceden bilinmesi,
- Daha uygun fiyatla tatil olanakları,
- Garantili düzenlemeler,
- Faaliyetlere daha uygun fiyatla katılma,
- Deneyim ve bilgi,
- Zaman tasarrufu,
- Güvence,
- Statü,
- Romantizm,
- Yaş gruplarının tercihleri;
 - Öğrenci grubu pazarı,
 - Genç yaş grubu pazarı,
 - Aile pazarı,
 - Orta yaş grubu pazarı,
 - 3. yaş grubu pazarı.

Paket Tur Çeşitleri

Paket turlar; *Karşılıklı, Bağımsız, Gözetimli, Yönetimli, Refakatçili, Rehberli, Özel (Teşvik, Toplantı ve Özel ilgi grubu turları), destinasyonlara göre (Bir ülke, İki şehir ve Tek şehir turları), mesafelerine göre (yakın ve uzak mesafeli turlar) ve seyahat amaçlarına göre (Dinlenme, Manzara, öğrenme, Dini ve etnik, Serüven, Ekolojik, Spor ve rekreasyon, Özel ilgi ile Özel ihtiyaçlara dönük turlar) paket turlar şeklinde sınıflandırılabilir.*