GİRİŞİMCİLİK DESTEK PROGRAMI

YENİ GİRİŞİMCİ DESTEĞİ
GİRİŞİMCİ İŞ PLANI

GİRİŞİMCİ ADI SOYADI:

İŞ FİKRİ: Seyahat acenteliği, Tur organizasyon ve Bilet satışı

İŞLETMENİN ADI :

BÖLÜM 1: GENEL BİLGİLER

1.1 Girişimci

1967 yılında Elazığ'da doğdum. Lise eğitimimin ardından 14 yıl Yurtiçi Kargo Acentası olarak işletmecilik yaptım. Daha sonrasında Emlak danışmanlığı şirketi açarak 11 yıl boyunca bu sektörde işletmemi sürdürdüm. 25 yıllık satış ve ticaret sektörü tecrübemle kendime ait yeni bir işyeri açmaya karar verdim ve bu doğrultuda 2013 yılında KOSGEB uygulamalı girişimcilik eğitimlerine katılarak girişimcilik sertifikası almaya hak kazandım. 25 yıl boyunca edindiğim tecrübeyi turizm ve seyahat acenteliği sektörüne taşıyarak başarılı olmayı hedeflemekteyim.

1.2 İşletmenin Faaliyet Konusu

İşletmenin faaliyet konusu; yurt içinde ve yurtdışında turistik amaçlı geziler ve turlar düzenlenmesi, yerli ve yabancı turistlerin yurtiçinde ve yurtdışında konaklama, seyahat, taşıma, rehberlik hizmetlerinin yürütülmesi

1.3 İş Kurma Süreci

25 yıldır ticaret hayatında olmamın getirdiği tecrübe ile farklı bir sektörde yeni bir iş kurma düşüncesine sahiptim. Bu doğrultuda ortaklarımla beraber yaptığım piyasa ve sektör analizi sonucunda seyahat acenteliği firması açmaya karar verdim. Bu süreçte bilinçli bir girişimci olarak; sektör ile ilgili kuruluş yeri, müşteri, Pazar ve personel konularında araştırmalar yaparak yol haritamı belirledim. KOSGEB tarafından açılan uygulamalı girişimcilik eğitimlerine katılarak hem girişimcilik konusunda teorik bilgilere sahip oldum hem de iş planı hazırlama teknikleri eğitimi alarak işimi kurma sürecinde planlama gerçekleştirmem kolaylaştı. Yaptığım çalışmalar sonucunda işyerini açacağım semti belirledim ve kira sözleşmesini imzalayarak ofis kurma aşamasına adım attım. Vergi dairesi,ticaret odası kayıt ve belediye, sosyal güvenlik kurumu gibi devlet kurumlarına başvurumu tamamlayarak resmi açılışı gerçekleştirdim.Bu aşamada uygun satıcı ve tedarikçileri araştırarak firma konseptine uygun olarak ekipmanlar için fiyat teklifleri aldım ve donanım- teçhizat alımı gerçekleştirdim. Resmi açılışla beraber KOSGEB veritabanına üye olarak iş planı hazırlama çalışmalarına başladım. Turizm sektöründe rekabet edebilmek ve kurum güvenirliliğini yükseltmek amacıyla, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) üye olarak şirketi A grubu seyahat acentası unvanına sahip olmasını sağladık.

2.3 İş Fikri ve Seçme Nedeni

İş fikrimiz; İzmir ili Bornova ilçesinde kiralanan ofisimiz aracıyla seyahat acentalığı vasfıyla, yurt içinde ve yurt dışında turistik amaçlı geziler ve turlar düzenlenmesi, yerli ve yabancı turistlerin yurtiçinde ve yurtdışında konaklama, seyahat, taşıma, rehberlik hizmetlerini yürütmek, kişisel ve kurumsal bazda taşıma bileti satışıdır.

İş fikrini seçme nedenleri;

- Turizm sektöründe talebin hızla büyümesi ve sürdürülebilir bir sektör olması
- İzmir ilinin tarihi, kültürel ve doğa güzellikleri ile turizm sektörü açısından zengin olması
- İzmir ilindeki sosyolojik yapının turizm sektörüne ilgili olması, yüksek yaşam standartlarının insanlara tatil yapma olanağı vermesi ve öğrenci nüfusunun önemli varlığı ile öğrencilere bilet rezervasyon işlemlerinin yoğun olması
- Turizm sektöründe her kesime uygun seçeneklerin olması ve talep görmesi
- İzmir ilinde özel havayollarının gelişimi ve sektörde gelişmelerle beraber uygunlaşan maliyetler ile insanların kara taşımacılığı yerine hava ulaşımını seçmeleri
- Sektörde karlılık oranının yüksek olması
- Sektörün gelişime ve büyümeye açık olması

2.4 İşletmenin Hukuki Statüsü ve Seçim Nedeni

İşletme Limited şirket olarak kurulmuştur. Limited şirket olarak kurulmasının nedenleri aşağıdaki gibidir;

- Limited şirketlerde sermaye oranıyla sorumluluğun bulunması
- Sabit vergi oranının bulunması
- Ortaklık yapısına uygun olması

- Şahış şirketine göre daha prestijli olması
- Devlet yardımları ve resmi kurum işlemlerinde sorun çıkmaması

2.5 İşletmenin Misyonu

İşletmemizin misyonu; müşterilerimize seyahat acentalığı konusunda en iyi hizmeti vererek, seyahatlerinin başından sonuna kadar yaşadıkları her konuda yardımcı olarak memnuniyetlerini sağlamak, turizm sektöründe yenilikçi ve güvene dayalı hizmet sunarak katma değer yaratmaktır.

2.6 İşletmenin Vizyonu

Günümüz ve geleceğin değişen koşullarını ve sektör anlayışını takip ederek, güvenirlilik ve kaliteden ödün vermeden müşteri memnuniyeti odaklı geniş bir portföye hizmet vererek, seyahat acentalığı ve turizm sektörünün önde gelen firmaları arasında yer almak

2.7. Kısa vadeli hedefler

- 3 ay içerisinde TÜRSAB'a kayıt olunarak A grubu seyahat acentası hizmeti vermek
- 1 yıl içerisinde 2 turizm acentası ile anlaşarak sistemlerine entegre olmak
- 6 ay içerisinde 1 saha satış personeli istihdam etmek
- 3 ay içerisinde Türk Hava yolları, Sun Express, Atlas Jet, Onur Air, Pegasus havayolları sistemlerine üye olarak bilet satışının temini
- 6 ay içerisinde kurumsal web site hazırlanması, faaliyete geçirilmesi ve ürün satışının online şekilde gerçekleştirilmesi

- Tur organizasyonu ve bilet satışından aylık 40.000 TL ciro elde edilmesi

- 1 yıl içerisinde tanıtım hizmetleri ile hizmet verilen bölgede tanınmak

- 1 yıl içerisinde en az 2 kurumsal müşteri ile proje bazlı tur organizasyonu konusunda çalışmak

- Ofise ziyarette bulunan müşterilerin % 40'ına satış yapmak

- 1 yıl içerisinde müşteri memnuniyet yüzdesini %95 ve üstü seviyeye getirmek

- Etkin bir müşteri geri dönüş sistemi geliştirilerek hizmette yaşanan sıkıntıların tekrarını önlemek

2.8.Orta ve Uzun vadeli Hedefler

- İlk 3 yıl içerisinde Ofis ve saha ekibini genişleterek sahaya 3, ofise 1 eleman istihdam ederek firma çalışan sayısını 5 ve üzerine çıkarmak

- 3 yıl içerisinde yurtiçi ve yurtdışı satışlarda yıllık olarak düzenli %20 ve üstü oranda ürün satış artışı gerçekleştirmek

- 3 yıl içerisinde Web sayfasını geliştirerek tanıtımını daha fazla yapmak ve online satış işlemlerini gerçekleştirmek

- İlk 3 yıl içerisinde aylık 200.000 lira ciro elde etmek

- 5 yıl içerisinde yurtdışı menşeli 1 turizm firması ile anlaşarak temsilciliğini almak

- 5 yıl içerisinde 10 ve üstü kurumsal müşteri ile kongre ve fuar organizasyonu düzeyinde çalışmak

- 5.yıl sonunda faaliyet alanı genişleterek İzmir'de 1 şube daha açarak hizmet vermek

3.1 Pazarın Büyüklüğü, Hedeflenen Pazar Payı

Seyahat acentalığı ve bu sektöre bağlı olarak turizm ve ulaştırma hizmetleri Türkiye'nin en çok yatırım olanağı sunan ve hızlı büyüyen sektörlerinden biridir. Turizm ve Kültür Bakanlığı 2012 istatistiklerine göre; 2012 yılı içerisinde Türkiye'ye giriş yapan yabancı turist sayısı 36.776.459 ve turizm geliri ise 29.351.446.000 $'dır. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) 2013 yılı süreli yayınında verdiği verilere göre Türkiye'ye 2013 Ocak- Nisan ayları arasında giriş yapan yabancı turist sayısı bir önceki yılın aynı dönemine göre 5.608.460 kişiden 6.665.379 kişiye çıkarak % 18.85 oranında bir artış gerçekleştirmiştir. İzmir ili, Türkiye'ye giriş yapan turist sayısı sıralamasında ilk 5 il içerisinde olup, 2013 yılında 2012 yılının aynı dönemine (Ocak-Nisan ayları) göre 182.493 kişi artış göstererek %2.74 büyüme sağlamıştır. Devlet Hava Meydanı İşletmeleri 2012 yıl sonu raporuna göre; 2012 yılı içerisinde Türkiye'de 946.897 ticari uçak seferi trafiği gerçekleşmiş ve 131.029.516 kişilik yolcu trafiği yaşanmıştır. İzmir ilinde ise, Adnan Menderes Havalimanı aracılığı ile 151.131 sefer düzenlenerek 9.355.438 kişilik bir hava trafiği sağlanmış ve Türkiye'de il bazında 4.sırada yer almıştır. TÜRSAB verileri incelendiğinde, 2012 yılında belgeli seyahat acentası sayısı 6.887'dir. 2001-2013 yılı arasında belgeli seyahat acentası sayılarına bakıldığında düzenli bir artış söz konusudur. İzmir ilinde, TÜRSAB'a kayıtlı ve A grubu seyahat acentalığı hakkına sahip 382 işletme bulunmaktadır. Firma Büyüklüklerine

bakıldığında, 110 civarı işletme yurtdışı tur ve uçak bileti temin etme odaklı çalışmaktadır. İşletmemizin bulunduğu Bornova ilçesinde ise işletme kapasiteleri değişmek kaydıyla, şubeler de dahil olmak üzere 22 seyahat acentası bulunmaktadır. İşletmemizin hedeflediği tur organizasyonları ve ulaşım bileti temini konusunda tahminimizce İzmir'de 100.000.000 TL civarı Pazar payı bulunmaktadır. İşletmemizin kısa vadeli olarak hedefi yıllık 500.000 civarı ciro ile pazarın %0.5'lik payına sahip olmak, orta vadede ise yıllık 2.400.000 ciro ile pazarda %2.4'lük bir paya sahip olmasıdır.

Pazar Profili:

İzmir ilinde, TÜRSAB'a kayıtlı ve A grubu seyahat acentalığı hakkına sahip 382 işletme bulunmaktadır. Firma Büyüklüklerine bakıldığında, 110 civarı işletme yurtdışı tur ve uçak bileti temin etme konusunda çalışmaktadır. İşletmemizin bulunduğu Bornova ilçesinde ise işletme kapasiteleri değişmek kaydıyla, şubeler de dahil olmak üzere 22 seyahat acentası bulunmaktadır. İşletmemizin hedeflediği tur organizasyonları ve ulaşım bileti temini konusunda tahminimizce İzmir'de 100.000.000 TL civarı Pazar payı bulunmaktadır. İşletmemizin kısa vadeli olarak hedefi yıllık 500.000 civarı ciro ile pazarın %0.5'lik payına sahip olmak, orta vadede ise yıllık 2.400.000 ciro ile pazarda %2.4'lük bir paya sahip olmasıdır.

Pazarda bulunan müşteri tipleri ve tüketim özellikleri aşağıdaki gibidir.

Bireysel Müşteri

Kurumsal Müşteri

Bireysel Müşteri: İzmir ilinin turizm merkezlerinden biri olması, havayolu şirketlerinin ve uçuşların geliştirilmesi ve sayısının arttırılması nedeniyle, İzmir'de gerek turistik gerekse de iş amaçlı bir çok ziyaret gerçekleşmektedir. Ayrıca İzmır 7 adet üniversite barındırmasıyla önemli bir öğrenci kapasitesi bulundurmaktadır. Öğrenci profiline bakıldığında bir çok ilden öğrencinin İzmir'de eğitim görmekte olduğu ve otobüse kıyasla daha ucuz bilet bulma imkanı olan ve daha seri olan havayolunu kullanma eğilimi gösterdikleri tespit edilmiştir. Havayolunu kullanmak isteyen müşteriler, bir çok havayolu ve fiyat seçenekleri arasında en uygun olanını seçmek için seyahat acentalarına başvurmaktadırlar.Ayrıca turistik amaçlı gezmek isteyen bireyler ve aileler, gelişen koşullarla beraber her şey dahil olduğu paket turlara rağbet etmeye başlamıştır. Paket tur; uçuş bileti, Otel oda ücreti, Geceleme ve transfer bedelini içerisinde barındırmaktadır. Seyahat acentaları misyon ve görev tanımlamaları açısından da; paket tur dahilinde her türlü soruna çözüm bulma ve müşteri memnuniyeti ile mükelleflerdir. Tüketiciler paket turları tercih ederek, daha rahat ve daha sorunsuz bir tatil yaşamayı hedeflemektedir ve pazarda paket turlara rağbet artmaktadır. Bireysel tüketici davranışlarını etkileyen en önemli unsurlar; fiyat, şirket referansı ve paket tur içerikleridir. Fiyat, tüketici için öncelikli unsurdur ve bir çok seyahat acentası ve tur şirketinin düzenlediği programlarda en uygun ve en hesaplısı tercih edilmeye meyillidir. Turizm sektöründe, tüketici davranışını etkileyen en önemli unsurlardan biri de şirket referansıdır. Turizm sektörü genellikle kurumun marka değerine ve güvenirliliğine dayalı çalışmaktadır. Ve tüketiciler referansları iyi olan tanıtımı uygun bir şekilde tüketiciye hitap eden şirketleri seçmektedir. Paket tur seçeneklerinin içeriği de, tüketiciyi yönlendiren

etkenlerden biridir. Değişen turizm anlayışı ile birlikte, tüketici artık tatile çıkmadan önce gezi programının planlandığı, her aktivite ile seyahat acentasının ilgilendiği programları seçmektedir. Tüketici böylece havaalanı transferlerini, otele yerleşimini, rehberlik hizmetini seyahat acentası vasıtasıyla gerçekleştirdiği programları tercih ederek huzurlu ve güvenilir bir tatil hizmeti almayı tercih etmektedir. Ayrıca müşterilerin seyahat acentaları aracılığıyla planladıkları tatilde kredi kartına uzun vadeli taksit ve ödeme erteleme seçeneklerini bulmaları tur organizasyonlarına ilgiyi artırmaktadır.

Kurumsal Müşteri: Bu grupta yer alan müşteriler ticaret yapan işletmeler, sivil toplum kuruluşları ve devlet kurumlarıdır. Ticaret yapan şirketler ve ihracat kapasitesi yüksek şirketler sık sık yurtdışı seyahatleri düzenlemekte ve uluslar arası fuarlara katılmaktadırlar. Şirketler güven esasına dayalı olarak minimum sorun yaşayacakları ve programın en uygun şekilde detaylandırıldığı tur seçeneklerini tercih etmektedirler. Meslek ve ticaret odaları sık sık üyelerine yönelik fuar ve yurtdışı iş gezisi organizasyonu planlamaktadır. Bu geziler için seyahat acentalarından fiyat ve içerik konusunda teklif almaktadırlar ve uygun gördükleri firma ile çalışmaktadırlar.

Rakip Analizi:

İşletmenin bulunduğu bölgede; il genelinde TÜRSAB'a kayıtlı A grubu 380 seyahat acentası bulunmaktadır. Bunların 22'si Bornova ilçesinde faaliyet göstermektedir. İşletmeler Bornova ilçesinde aynı bölgeye kümelenme eğilimi göstermiştir. Bölgede bulunan rakip firmalar; Mika Turizm, Abrek Turizm, Akide Turizm, Bitola Travel, ED-FA Turizm, Ravel Turizm, Serenas Turizm firmalarıdır. Bu firmaların tamamı 2000 yılından sonra kurulmuş ve 5-12 sene deneyime sahip kurumlardır. Ortalama sahip oldukları çalışan sayısı 10-15 arası olup bir çok tur acentasının ve havayolunun temsilciliğini alarak hizmet vermektedirler. Aylık ortalama ciroları 100.000 ve 300.000 TL arası değişmektedir. Satış kanalları genellikle broşür tanıtımı, ofiste yüzyüze satış ve web sitesinden online satış yollarıdır.

Bu firmaların avantajlı yönleri:

- Birçok tur operatörü firmasının temsilciliklerini almaları
- Köklü kurumsal deneyimleri
- Dahil oldukları online tatil portallarını etkin kullanmaları ve sisteme entegre olmaları
- Etkin insan kaynakları ile çalışan sayılarının fazlalığı
- Reklam ve tanıtım faaliyetleri

Dezavantajları:

- Şirketlerin uzun süredir faaliyette olmalarından dolayı inovasyona kapalı olmaları
- Satışlarındaki fazlalıklarına rağmen müşteri memnuniyeti konusunda çalışma yapmamaları
- Bazı şirketlerin uygulamalarında aksaklıklardan dolayı TÜRSAB'dan uyarı ve maddi ceza almaları
- Uzun yıllardır faaliyette olmalarından kaynaklı müşteri nezdinde olumsuz referanslarının da bulunması

Firmamız yenilikçi satış yöntemleri ve uygun insan kaynakları politikasıyla müşteri memnuniyetini üst düzeyde tutarak pazara girişte sıkıntı yaşamayacaktır.

Pazarlama- Satış Hedefleri:

Yılın her döneminde satış gerçekleştirilmesi beklenmektedir. Turizmin yoğun olduğu yaz ayları için erken rezervasyon avantajları ile kış döneminde de ön satışlar yapılmaktadır. Ayrıca fuar kongre ve kış turizmi için de yılın her dönemi satış yapılmaktadır. Uçak bileti ve tur satışında erken rezervasyon avantajları ile yılın her dönemi satış yapılması imkanı vardır.

Ürün Hizmet	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
Yurtiçi Uçak Bileti Satışı	10	10	15	20	20	20	20	20	20	20
Yurt dışı Uçak Bileti Satışı	10	15	20	20	20	20	20	20	20	20
Yurtiçi Tur Satışı	5	5	5	5	8	8	8	10	10	10
Yurtdışı Tur Satışı	-	-	3	3	3	5	5	5	5	5

Sektörel Gelişmeler, Fırsat ve Tehditlere İlişkin Değerlendirmeler:

Turizm sektörü; sektör içinde kültür turizmi, deniz turizmi, fuar ve kongre turizmi, sağlık ve termal turizmi, yat turizmi, inanç turizmi olarak çeşitlenmesi ile beraber her yıl daha çok gelişme göstermektedir. Ulaşım kanalları ise; havayollarının son yıllarda gelişmesi, rekabetin artması doğrultusunda fiyatların ucuzlaması ile beraber çok tercih edilmeye başlamıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi–2023, kamu ve özel sektörün yönetişim ilkesi çerçevesinde işbirliğini gündeme taşıyan ve stratejik planlama çalışmalarının yönetim ve uygulamasına yönelik açılımlar sağlamasını hedefleyen bir çalışma olup turizmde çeşitlendirme ve sınıflandırma ile geliştirilmesi hedeflenmektedir. Bu doğrultuda potansiyeli olan turizm bölgelerinin canlandırılması ile yeni turizm yerleri ve iş kolları canlandırılmıştır. Böylece seyahat acentaları farklı gezi turları planlayarak yeni destinasyonları da tur programlarına ekleyerek yeni seçenekler sunmaktadır. Ayrıca İzmir ilinin " Herkes için sağlık" teması ile EXPO 2020 organizasyonuna başvurması sektör açısından önemli fırsat ve gelişmedir. İlimizin üyeliğinin kabul olması halinde seyahat acentalarına büyük bir talep olması beklenmektedir.

Sektöre özgü fırsatlar ve tehditler ise aşağıdaki gibidir;

Fırsatlar:

- Talebin artması ve sektörün sürekli büyüme eğiliminde olması
- Müşterilerin paket turlara rağbet etmesi
- Seyahat acentalığı sektöründe kar oranlarının yüksek olması
- İzmir ilinin EXPO 2020 adaylığı ve turizm potansiyelinin yüksek olması

Tehditler:

- Markalaşma sorunu
- Sektörde rekabetin yoğun olması
- Turizm sektörünün ekonomik gelişmelere çok duyarlı olması
- Turizm sektöründe çalışan personellerin devamlılığının olmaması

Beklenmedik Durumlara İlişkin Öngörüler:

Ekonomik krizlerin yaşanması: İşletme krizi fırsata çevirmenin yollarını arayacak, fayda – maliyet analizine bağlı olarak insan kaynakları kotasında küçülmeye gidecektir.

Yasal mevzuatların ve devlet politikalarında yaşanacak negatif değişimler: Gelişmeler ve mevzuatlar periyodik olarak incelenecektir.

Satışlarda yaşanabilecek düşüşler: İşletme yeni satış kanalları bulmaya çalışacaktır. Tanıtıma önem verilecektir.

Yapılan tanıtım faaliyetlerinin pazarda etkisinin az olması: Saha satışa önem verilerek müşterilerle bire bir görüşme sağlanma yoluna gidilecektir.

Ürün Hizmet Tanımı:

Sunulacak olan hizmet; turizm ve seyahat acentalığı hizmetidir. Turizm ve seyahat acentalığı içerisinde farklı bölümleri ve seçenekleri barındıran bir sektördür.

Yurtiçi ve Yurtdışı Tur Organizasyonları: İnsanlar; farklı kültürleri tanımak, yeni yerler görmek ve tatil zamanlarını daha verimli değerlendirme amacıyla bireysel veya grup halinde seyahat etmeyi tercih etmektedirler. Bireyler; tatillerini daha huzurlu daha sorunsuz ve daha yararlı geçirmek istediklerinden, seyahat acentalarının düzenlediği paket turları tercih etmektedirler. Paket turlar; Uçuş bileti, Otel oda ücreti, Geceleme, sigorta, tur programı ve Transferi içermektedir. Ayrıca yurt dışı turlarda; rehberlik hizmeti, liman vergileri, sigorta ve kültürel yerlerin ziyareti hizmetleri de dahil edilmektedir. Seyahat acentaları bu turların satışı ve düzeninden sorumlu olarak müşterilere en iyi şekilde hizmet etmeyi amaçlamaktadırlar.

Yurtiçi ve Yurtdışı Ulaşım Bileti Temini: Günümüzün gelişen ve değişen koşulları ile birlikte insanların ulaşım tercihleri de değişerek hızlı, güvenilir ve fiyat açısından makul olan havayolu ulaşımına yönelmiştir. Havayolu şirketlerinin çoğalması, buna bağlı olarak artan rekabet ile, fiyatlar erken rezervasyon, opsiyon ve firma profillerinin etkisine bağlı göre düşmüştür ve değişiklilik göstermektedir. Seyahat acentaları; kişinin gitmek istediği destinasyona bağlı olarak kişiye, farklı firmalardan farklı zamanlarda değişik opsiyon ve fırsatlara sahip bir çok seçenek sunmaktadır. Böylece kişi zaman kaybı yaşamadan en uygun seferi seyahat acentası aracılığı ile seçmektedir.

Kurumsal Kongre, Toplantı ve Fuar Organizasyonları Temini: Birçok dış ticaret yapan şirket, meslek odaları ve sivil toplum kuruluşları, kapasitelerini artırma, dış pazarı tanıma ve üye memnuniyeti açısından yurtdışı fuarlara ve dış ticaret gezilerine katılmaktadırlar. Kurumlar tur ve organizasyonlarını kendileri seçerek seyahat acentalarından fiyat alarak bu işlemlerini gerçekleştirmektedirler.

İşletmemiz, yapılan ürün tanımları konusunda hizmet vererek müşteri memnuniyeti ve kalite ön planda tutarak pazara girmeyi hedeflemektedir.

3.8.Ürün Hizmet Fiyatının nasıl Oluşturulduğu:

Turizm sektöründe yapılan ürün tanımları doğrultusunda çeşitli fiyatlandırmalar ve kar oranları bulunmaktadır. Kurumsallığını tamamlamış ve uzun yıllardır hizmet veren bazı kuruluşlar dışında (ETS Tur, Pronto Tur, Jolly Tur, vs..) tur acentaları genel olarak kendilerinden daha büyük ve kapsamlı tur şirketlerinin sistem üyeliklerini alarak onları satmaktadırlar. Ürün Hizmet fiyatları destinasyon, özellik ve içerik bakımdan değişiklikler göstermektedir. İş planı hazırlığı aşamasında tur fiyatlarının en yüksek ve en düşük fiyatlandırmaları esas alınarak ortalama bir fiyat üzerinde çalışılmıştır. Karlılık oranı ise tur fiyatlarına göre değişiklik göstermekle beraber %20-%30 arasındadır. Yurtiçi ve Yurtdışı havayolu bilet temini de destinasyon uzaklığı ve kaliteleri açısından değişmektedir. Anlaşmalı havayollarının biletleri temin edilmektedir. Yurtiçi uçuşlarda kar; uzaklığa bakılmaksızın bilet başına 15 TL'dir. Yurtdışı uçuşlarda ise uzaklığa göre değişerek karlılık bilet başına 100 – 350 TL arası değişmektedir.

Yurt İçi uçak bileti temini: En düşük fiyat – 75 TL (Dalaman seferi baz alınmıştır)

En yüksek fiyat- 355 TL (Kars seferi baz alınmıştır)

Ortalama Fiyat – 215 TL

Yurt Dışı Uçak Bileti Temini: En düşük Fiyat: 600 TL (Yunanistan seferi baz alınmıştır)

En yüksek fiyat: 2200 TL (Tokyo Seferi baz alınmıştır)

Ortalama Fiyat: 1400 TL

Yurtiçi Tur Organizasyonu: En düşük fiyat: 100 TL

En yüksek fiyat: 1200 TL

Ortalama fiyat: 650

Yurt DışI Tur Organizasyonu: En düşük fiyat : 800 TL

En yüksek fiyat: 3000 TL

Ortalama Fiyat: 1900 TL

Pazarın talep dengesine bağlı olarak ve karlılık oranına göre işletmemizin iskonto ve ek opsiyonlar koyma stratejisi oluşabilecektir.

Hizmet	Ortalama Hizmet Birim Satış Fiyatları	Hedeflenen Kazanç Oranı
Yurtiçi uçak bilet Satışı	215 TL	15 TL (Sabit Kar)
Yurtdışı Uçak Bilet Satışı	1400 TL	%10
Yurtiçi Tur	650 TL	%25
Yurtdışı Tur	1900 TL	%25

3.9. Yer Seçimi:

İşletme İzmir'in merkez ilçelerinden Bornova'da kurulmuştur. Uzun yıllar İzmir'de yaşamış ve ticaret yapmış biri olarak çevremin burada olması sebebiyle işletmemi İzmir'de kurdum. İşyeri Bornova Stadyumu caddesinde, turizm firmalarının ve tur acentalarının kümelendiği, Ege Üniversitesi'ne yaklaşık 500 metre uzaklıkta işlek bir caddede kurulmuştur. Müşterilerin kolay ulaşabilmeleri açısından ve görünürlülüğü olan bir yer olduğu için burası tercih edilmiştir. İşyerinde gerekli olan elektrik, telefon tesisatı ve yeterli büyüklüğe sahip olduğu için bu iş yeri kiralanmıştır.

3.10. Müşteriye Ulaşım Kanalları:

Müşteriye ulaşım ilk etapta ofisten ve saha çalışmalarından sağlanacaktır. Telefonla ulaşan veya ofise gelen müşteriye bire-bir satış yapılacaktır. Kısa süre içerisinde web sayfası kurularak hizmetlerimiz online tanıtılacak ve sayfanın geliştirilmesiyle online ürün satışı imkanı olacaktır. Ayrıca yerel gazete ve radyolara ilan verilerek görünürlülük artırılacaktır. Saha satışı da broşür, hizmet kataloğu, stand tanıtımı ve kurumsal firma ziyaretleri kanalı ile gerçekleştirilecektir.

3.11. Ürün/Hizmet Tanıtım Planı:

1. Reklam Faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi: İşletmenin satış hedeflerini gerçekleştirmek amacıyla yerel basın ve radyo aracılığıyla tanıtımlar yapılacaktır.

2. Hizmet Kataloğunun oluşturulması: İşletmenin faaliyet gösterdiği hizmet kolları ile ilgili ayrıntılı görsellerle destekli bir hizmet kataloğu oluşturulacak.

3. Web sitesinin faaliyete geçirilmesi: İşletmenin faaliyetlerinin ayrıntılarla anlatıldığı, ürün seçeneklerinin sunulduğu görsellerle destekli kolay kullanılabilir bir web sitesi kurulacaktır.

4. Saha Tanıtım Faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi: İşletme, hedef kitlelere yönelik saha tanıtım çalışmaları ve kurumlarla bire bir görüşmeler yapacaktır.

4.1. Nace Kodu:

79.1

4.2. Üretim/Hizmet Sunum Sürecinin Aşamaları:

Ofisimize gelen, telefonla ulaşan ve web sitemiz aracılığı ile ulaşan müşterilerin tur ve bilet konularında talepleri alındıktan sonra, talepleri doğrultusunda uygun fiyat ve içerik seçenekleri sunulur. Farklı opsiyonlar; avantajları ve dezavantajları ile müşteriye bildirilerek her ayrıntı konusunda tam bir bilgilendirme sağlanır. Talep ulaşım bileti ise, kişi/kişilerin rezervasyonları yapılarak bilet bilgileri müşteriye bildirilir. Talep Tur organizasyonu ise, hazır tur organizasyonları müşteriye sunulur detaylı program ve dahil olan hizmetler/dahil olmayan hizmetler konusunda tam olarak bilgilendirilir. Müşterinin kendi isteklerine göre bir paket tur oluşturulacaksa müşteriye ayrıntılı olarak en uygun konaklama, ulaşım, transfer bedelleri derlenerek sunulur. Sözleşme imzalanarak tur detayları konusunda hizmet sağlayıcı olan işletmemiz ve müşteri detaylarda mutabık kalmayı taahhüt eder. Tur organizasyonu bitene kadar işletmemiz her türlü soruna çözüm bulmakla yükümlü olacaktır.

4.3.İş akış Şeması

4.4.Üretim/Hizmet Sunum Teknikleri, Standartlar, Spesifikasyonlar

Sunulacak hizmetlerde, TÜRSAB A Grubu seyahat acentası olmamıza ithafen, kalitenin ve müşteri memnuniyetinin ön planda tutulduğu hizmet ve standartlar sunulacaktır. Bilet temininde; Uluslar arası Havayolu Taşımacılığı standartlarına uyan firma ve markalarla çalışılarak hizmetin sorunsuz olması amaçlanmaktadır. Yurt içi ve yurt dışı tur organizasyonlarında; paket turlara dahil olan hizmetler; ulaşım, geceleme, transferler, gıda hizmetleri, kültür ve müzelere giriş, rehberlik hizmetleridir. Paket dışında kalan işlemler ise vize işlemleri, özel harcamalar, pasaport damga pulu gibi hizmetlerdir. Erken rezervasyonlarda müşteriden bir teminat alınır ve cayma durumunda bu teminatın %35'i geri ödenir. Sözleşme hükümlerinde müşteri lehine ve aleyhine olan belli başlı hususlar müşteriye sözlü olarak da iletilir. Turlar şirketin anlaşmadığı olduğu kurumlardan temin edilen otobüs veya şirketin temin ettiği uçak bileti vasıtasıyla havayolu ile gerçekleştirilir. Ulaşım ve konaklamada müşteri memnuniyetini sağlayacak olan konforlu otobüs ve havayolları ile çalışılacaktır.

4.5. Hukuki Gereksinimler:

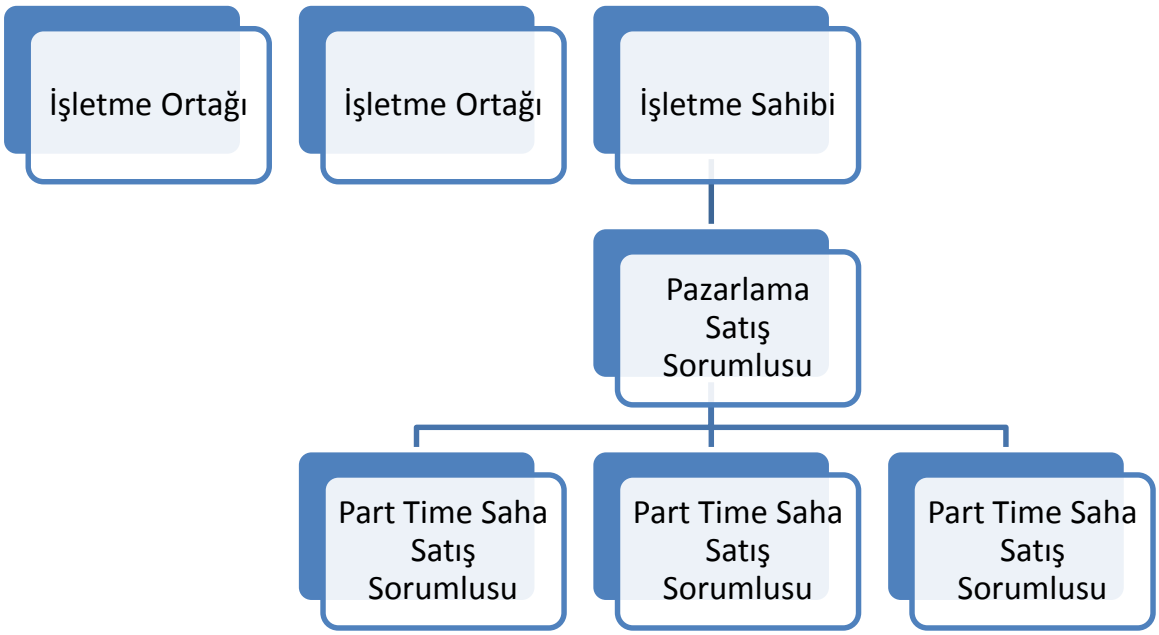
Türk Ticaret Kanunu ve İş kanunu uyarınca gerekli olan yasal kuruluş işlemleri vergi levhasının alınması, Oda kaydının yaptırılması SGK kayıtları, Fatura bastırılması işlemleri gerçekleştirilmiştir.

Ayrıca A grubu seyahat acentası unvanı almak için Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) başvurulmuştur ve belgeye sahip olmaya hak kazanılmıştır.

5.1. Organizasyon Şeması:

Organizasyon şemamız aşağıda ve İş Planı ek dosyasında ilgili başlığın altında verilmiştir.

İşletme 3 ortaklıdır. Kurum işlerinden sorumlu kişi ben (Nuran Dikme) olup ortaklara karşı şirket çalışmalarından sorumluyumdur.



5.2.Görev ve Sorumluluklar:

İşletme Sahibi:

- Kurumun temsil edilmesi
- Satışların organizasyonunun gerçekleştirilmesi
- İlgili devlet ve özel sektör kurumları ile koordinasyonunun sağlanması
- Tur sözleşmelerinin yapılması
- Gelir gider kontrolünün yapılması
- Faturaların ödenmesi
- İşletme malzemelerinin alınması
- Reklam tanıtım organizasyonlarının planlanması ve gerçekleştirilmesi

Pazarlama Satış Sorumlusu:

- İşletme sahibi ve ortakları tarafından üretilen politikaların uygulanması
- Kurumun tanıtım işlemlerinin yapılması
- Ürün satışını gerçekleştirmek, satılan ürünün takip ve denetiminin yapılması
- Müşteri kayıtlarının tutulması

- Müşteri memnuniyeti formlarının değerlendirilmesi ve raporlanması
- Şirkete yeni müşteri portföyleri bulunması
- Part time personellerin görevlerini denetlemek

Part Time Saha Satış Personeli:

- Satış sorumlusunun sahada tanıtım amacıyla verdiği görevleri yerine getirmek
- Saha çalışmalarında firmayı en iyi şekilde temsil etmek
- Saha satış sonuçlarını satış sorumlusuna raporlamak
- Yeni müşteriler kazandırmak

5.3. Görev tanımlamasına göre alınacak personel nitelikleri:

Satış Pazarlama Sorumlusu:

- İkna kabiliyeti ve satış becerisi yüksek
- Güler yüzlü, temsil kabiliyeti yüksek
- B sınıf ehliyetli ve aktif araç kullanabilen
- Üniversite mezunu
- Satış konusunda en az 2 yıl deneyimli
- Orta düzeyde İngilizce bilen
- Baylar için askerliğinin yapmış bir kişi istihdam edilecektir. Başlangıç Brüt ücreti 1400 TL+ prim olarak düşünülmektedir.

Part Time Saha Satış Personeli:

- Üniversite son sınıf öğrencisi veya yeni mezun
- Diksiyonu düzgün
- Dış görünüşüne önem veren
- Part time sisteminde çalışmış
- İkna kabiliyeti yüksek 3 personel, aracı kurumlardan iş başına ücret karşılığı istihdam edilecektir.

6.1. Başlangıç Maliyetleri ve Diğer Başlangıç Giderleri

YATIRIM HARCAMALARI	TUTAR	AÇIKLAMA
Makine ve Teçhizat Giderleri (Yerli)	11.625	
Kuruluş İşlemleri ve Harç Masrafları	1.474	
Beklenmeyen Giderler	654	Diğer kalemlerin toplamının yüzde 5'idir
Toplam Sabit Yatırım	13.753	

Başlangıçta Gerekli Makine ve Ekipman Listesi

GİDER TÜRÜ	Adet	Birim Fiyatı	Toplam Fiyat
42 Inch LG FULL HD LED TV	1	1.750,00	1.750,00
Bilgisayar (PC)	1	466,00	466,00
Çalışma Masası	3	450,00	1.350,00
Dolap	2	200,00	400,00
Şef Koltuk	2	200,00	400,00
Misafir Koltuk	6	80,00	480,00
Philips Akıllı Sistem	1	580,00	580,00
Ayaklı Vantilatör FLV 1612	1	80,51	80,51
Beko 32 LEM Buzdolabı	1	915,25	915,25
Asya 80 Telefon	2	29,66	59,32
Panasonic Telsiz Telefon	1	42,37	42,37
Karel Santral	1	211,86	211,86

Toplantı Masası	2	750,00	1.500,00
Toplantı Sandalye	4	200,00	800,00
Sehpa	2	400,00	800,00
Duvar Rafı	1	290,00	290,00
Tabela	2	750,00	1.500,00
TOPLAM (KDV HARİÇ)			**11.625,31**

6.2.İşletme Giderleri

6.2.1. Yıllık İşletme Giderleri Tablosu

GİDER KALEMLERİ	Toplam Harcama	Sabit / Değişken	Toplam	
			Sabit Giderler	Değişken Giderler
Hammadde ve İşletme Malzemeleri	15.000	0/100	0	15.000
Kira	10.800	100/0	10.800	0
Elektrik	1.800	30/70	540	1.260
Su	360	30/70	108	252
Telefon ve İnternet	3.600	30/70	1.080	2.520
Bina Aidat	360	30/70	108	252
Personel	14.400	100/0	14.400	0
Bakım Onarım	2.000	0/100	0	2.000
Reklam Tanıtım Masrafları	3.000	0/100	0	3.000
Kırtasiye Giderleri	1.000	60/40	600	400
Beklenmeyen Giderler (%5)	2.616	0/100	0	2.616
Toplam	54.936	-	27.636	27.300

6.2.2.İşletme Sermayesi Tablosu

İşletme Sermayesi Kalemleri	İşletme Giderleri	Sermaye İhtiyaç Süresi (Gün)	İşletme Sermayesi İhtiyacı
Hammadde ve İşletme Malzemeleri	15.000	30	1250
Kira	10.800	30	900
Elektrik	1.800	30	150
Su	360	30	30
Telefon ve İnternet	3.600	30	300
Bina Aidat	360	30	30
Personel	14.400	30	1.200
Bakım Onarım	2.000	30	166
Reklam Tanıtım Masrafları	3.000	30	250
Kırtasiye Giderleri	1.000	30	83
Beklenmeyen Giderler (%5)	2.616	30	218
Toplam	54.936	-	4.577

6.2.3 Gelir Gider Hesabı Tablosu

İşletme Gelirleri	**1.yıl**	**2.yıl**	**3.yıl**	**4.yıl**	**5.yıl**
Yurtiçi Uçak Bileti Satışı	13.000	14.300	15.730	17.303	19.033
Yurtdışı Uçak Bileti Satışı	72.000	79.200	87.120	95.832	105.415
Yurtiçi Tur Satışı	35.400	38.940	42.834	47.114	51.825
Yurtdışı Tur Satışı	58.500	64.350	70.785	77.863	85.649
Toplam	178.900	196.790	216.469	238.112	261.922
İşletme Giderleri	**1.yıl**	**2.yıl**	**3.yıl**	**4.yıl**	**5.yıl**
İşletme Giderleri Toplamı	54.936	60.429	66.471	73.118	80.429
Gelir Gider Farkı	123.964	136.361	149.998	164.994	181.493

6.3. Nakit Projeksiyonları

Tahmini Nakit Projeksiyon Tablosu

Nakit Girişleri	**1.yıl**	**2.yıl**	**3.yıl**	
Yatırım Kredisi	21.134	0	0	
Özkaynak	20.000	21.134	0	
İşletme Gelirleri	178.900	196.790	216.469	
Hurda Değer	0	0	0	
Yılbaşı Eldeki Nakit	0	118.051	218.100	
Nakit Girişleri Toplamı	220.034	335.975	434.569	
Nakit Çıkışları	**1.yıl**	**2.yıl**	**3.yıl**	
Sabit Giderler	27.636	35.000	50.000	
Değişken Giderler	27.300	35.000	50.000	
Kredi Faiz Ödemeleri	0	0	0	
Sabit Yatırım	21.134	0	0	
Vergiler	25.913	47.875	60.222	Nakit Girişlerden nakit çıkışlar çıkarıldıktan sonra kalan kazancın vergisi (%18)
Nakit Çıkışları Toplamı	101.983	117.875	160.222	
Yıl sonu Eldeki Nakit	118.051	218.100	274.347	

6.4. Üretim Satış Hedefleri

İşletmenin ilk yılında ulaşılması Planlanan Satış Düzeyi

Ürün Hizmet	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	Ocak	Şubat	Toplam
Yurtiçi Uçak Bileti Satışı	10	10	15	20	20	20	20	20	20	20	20	20	215
Yurt dışı Uçak Bileti Satışı	10	15	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	225
Yurtiçi Tur Satışı	5	5	5	5	8	8	8	10	10	10	10	10	94
Yurtdışı Tur Satışı	0	0	3	3	3	5	5	5	5	5	6	6	46
Toplam	25	30	43	48	51	53	53	55	55	55	56	56	555

6.5. Kara Geçiş Noktası:

Yurtiçi Uçak Bileti Hizmeti için Başa baş Noktası:

Yurtiçi uçak bileti ortalama fiyatı: 215 TL ayda en az 5 yurtiçi uçak bileti satılacağı baz alınırsa 215x5=1075 TL

İşletmenin İlk Yıl İçin Tahmin Edilen Sabit Maliyeti: 27.636

İşletmenin İlk yıl İçin Tahmin Edilen Değişen Maliyeti: 27.300

Yurtiçi Uçak Bileti Birim Değişken Maliyeti: 27.300/1075=25

Başa baş Noktası: Sabit Maliyet/ Birim Fiyat- Birim Değişken Maliyet

Başabaş Noktası: 27.636/1075-25= 27 Uçak Bileti Satışı

Yurtiçi Uçak Bileti Satışı için Yıllık Başa baş noktası: 27 Uçak Bileti Satış

Yurtiçi Uçak Bileti Hizmeti için Hedef Kar Noktası:

Yurtiçi uçak bileti ortalama fiyatı: 215 TL ayda en az 5 yurtiçi uçak bileti satılacağı baz alınırsa 215x5=1075 TL

İşletmenin İlk Yıl İçin Tahmin Edilen Sabit Maliyeti: 27.636

İlk yıl için Tahmin edilen Yurtiçi Uçak Bileti Satışı için Hedeflenen Kar: 10.200

Yurtiçi Uçak Bileti Birim Değişken Maliyeti: 27.300/1075=25

Hedef Kar Noktası= Hedef Kar+ Sabit Maliyet / Birim Fiyat- Birim Değişken Maliyet

Hedef Kar Noktası: 10.200+27.636/1075-25= 37 Bilet Satışı

Yurtiçi Uçak Bileti için yıllık hedeflenen kar noktası 37 bilet satışıdır.

Yurtdışı Uçak Bileti Hizmeti için Başa baş Noktası:

Yurt dışı uçak bileti ortalama fiyatı: 1400 TL ayda en az 3 yurtdışı uçak bileti satılacağı baz alınırsa 1400x3=4200TL

İşletmenin İlk Yıl İçin Tahmin Edilen Sabit Maliyeti: 27.636

İşletmenin İlk yıl İçin Tahmin Edilen Değişen Maliyeti: 27.300

Yurtdışı Uçak Bileti Birim Değişken Maliyeti: 27.300/4200=7

Başa baş Noktası: Sabit Maliyet/ Birim Fiyat- Birim Değişken Maliyet

Başabaş Noktası: 27.636/4200-25= 6Uçak Bileti Satışı

Yurtdışı Uçak Bileti Satışı için Yıllık Başa baş noktası: 6 Uçak Bileti Satış

Yurtdışı Uçak Bileti Hizmeti için Hedef Kar Noktası:

Yurtdışı uçak bileti ortalama fiyatı: 1400 TL ayda en az 3 yurtdışı uçak bileti satılacağı baz alınırsa 1400x3=4200 TL

İşletmenin İlk Yıl İçin Tahmin Edilen Sabit Maliyeti: 27.636

İlk yıl için Tahmin edilen Yurtiçi Uçak Bileti Satışı için Hedeflenen Kar: 30.500

Yurtdışı Uçak Bileti Birim Değişken Maliyeti: 27.300/4200=7

Hedef Kar Noktası= Hedef Kar+ Sabit Maliyet / Birim Fiyat- Birim Değişken Maliyet

Hedef Kar Noktası: 30.500+27.636/4200-7= 13 Bilet Satışı

Yurtdışı Uçak Bileti için yıllık hedeflenen kar noktası 13 bilet satışıdır.

Yurtiçi ve Yurtdışı Tur Satışı Hizmeti için Başa baş Noktası

Yurtiçi ve yurtdışı tur satışı ortalama fiyatı: 1300 TL ayda en az 3 yurtiçi ve yurtdışı tur satışı baz alınırsa 1300x3=3900 TL

İşletmenin İlk Yıl İçin Tahmin Edilen Sabit Maliyeti: 27.636

İşletmenin İlk yıl İçin Tahmin Edilen Değişen Maliyeti: 27.300

Yurtiçi ve yurtdışı Tur Satışı Birim Değişken Maliyeti: 27.300/3900=7

Başa baş Noktası: Sabit Maliyet/ Birim Fiyat- Birim Değişken Maliyet

Başabaş Noktası: 27.636/3900-7= 7 Uçak Bileti Satışı

Yurtiçi ve yurtdışı tur Satışı için Yıllık Başa baş noktası: 7 Uçak Bileti Satış

Yurtiçi ve Yurtdışı Tur Satışı Hizmeti için Hedef Kar Noktası:

Yurtiçi ve yurtdışı tur satışı: 1300 TL ayda en az 3 yurtiçi ve yurtdışı tur satılacağı baz alınırsa 1300x3=3900TL

İşletmenin İlk Yıl İçin Tahmin Edilen Sabit Maliyeti: 27.636

İlk yıl için Tahmin edilen Yurtiçi ve yurtdışı Tur Satışı için Hedeflenen Kar: 45.000

Yurtiçi ve yurtdışı tur satışı Birim Değişken Maliyeti: 27.300/3900=7

Hedef Kar Noktası= Hedef Kar+ Sabit Maliyet / Birim Fiyat- Birim Değişken Maliyet

Hedef Kar Noktası: 45.000+27.636/3900-7= 18 Tur Satışı

Yurtiçi ve yurtdışı tur satışı için yıllık hedeflenen kar noktası 18 bilet satışıdır.

6.6. ÖZKAYNAK VE/VEYA DİĞER KAYNAKLARDAN SAĞLANACAK FİNANSMAN

	1.YIL	**TOPLAM**
FİNANSMAN İHTİYACI		
1.BAŞLANGIÇ YATIRIMI	13.753 TL	13.753 TL
2.İŞLETME SERMAYESİ	54.936 TL	54.936 TL
TOPLAM	68.689 TL	68.689 TL
FİNANSMAN KAYNAKLARI		
1. ÖZKAYNAKLAR	20.000 TL	20.000 TL
2.BORÇLAR	-	-
3.KREDİLER	-	-
4.KOSGEB DESTEĞİ	21.134 TL	21.134 TL
TOPLAM	41.134 TL	41.134 TL

7. KOSGEBTEN TALEP EDİLEN DESTEKLER

GİDER TÜRÜ	BEDELİ (TL. KDV HARİÇ)
Noter Masrafı	328
Oda Kayıt Ücreti	506,95
Fatura, İrsaliye, Gider Makbuzu Basımı	140
Kuruluş Muhasebeci Ücreti	500

TOPLAM	1474,95

7. KOSGEB'DEN TALEP EDİLEN DESTEKLER:

Kuruluş Dönemi Makine Teçhizat, Yazılım ve Ofis Donanım Desteği

GİDER TÜRÜ	MAKİNE- TEÇHİZAT YAŞI	MİKTARI	TAHMİNİ BEDEL (TL.- KDV HARİÇ)
42 Inch LG FULL HED LED	0	1	1750
Bilgisayar (PC)	0	1	466
Çalışma Masası	0	3	1300
Dolap	0	2	400
Şef Koltuk	0	2	400
Misafir Koltuk	0	6	480
Philips Akıllı Sistem	0	1	580
Ayaklı Vantilatör FLV 1612	0	1	80.51
Beko 32 LEM Buzdolabı	0	1	915.25
Asya 80 Telefon	0	2	59.32
Panasonic Telsiz Telefon	0	1	42.37
Karel Santral	0	1	211.86
Toplantı Masası	0	2	1500
Toplantı Sandalye	0	4	800
Sehpa	0	2	800
Duvar Rafı	0	1	290
Tabela	0	2	1500
TOPLAM (KDV HARİÇ)			**11575,31**

İşletme Giderleri Desteği:

GİDER TÜRÜ	TAHMİNİ TUTAR (TL.- KDV HARİÇ)
Kira	10800
Elektrik	1800
Su	360
Telekomunikasyon	3600
Aidat	360
Personel	14400
Toplam	**31320 TL**