

## Turizm Pazarlaması Kapsamında Talep Yaratılmasının Önemi

Nesrin YARDIMCI SARIÇAY



Talep; iktisatçılara göre, satın alma gücü ile desteklenmiş satın alma isteğidir.

Bize göre talep kavramı; Aşık Veysel tarafından da; “Güzelliğin beş para etmez, bu bendeki aşk olmasa...” sözleri ile dile getirilmiştir.

Yani; sizin bir malı veya hizmeti satın alma arzusu içerisinde bulunmanız iktisadi açıdan talep sayılmamaktadır.

Talep oluşması için; satın alma gücünüzün bulunması şarttır.

Bu noktada; turizm pazarlamasında da gerçekte sistemin işleyişini sağlayan temel faktörlerden bir tanesi taleptir.

Turizm pazarlaması; satılabilir hale getirilmiş bir turizm ürünü veya turizm hizmetinin doğru hedef kitleye, zamanında satılabilmesi ile aynı anlama gelmektedir.

Eğer gerçek anlamda, başarılı bir yaklaşım ile turizm pazarlaması yapılabilirse hedef olarak belirlenen kitlenin turizm talebinin ülkemiz lehine yönlendirilmesi mümkün olabilecektir.

Tüketicilerin dinlenme, eğlenme ve iş dışı zamanlarını geçirme amaçlı etkinliklerine ilişkin talepleri ihtiyaçların ötesinde; sektörel yapı ve bu çerçevede sunulan istekler tarafından karşılanmaktadır.<sup>1</sup>

Turizmin sosyal bir olgu olduğu ve sadece kuş gözlemciliği amacıyla bir kişinin binlerce km. yol kat etmeyi göze alabileceği bir gerçekse de; temelde günümüzde tüketici tercihlerinin ve taleplerinin pazarlama taktikleri ile kolaylıkla değiştirilebildiği de bir gerçektir.



<sup>1</sup> Turizm Sektöründe Sayısal Ortamların Kullanımını Değerlendirmek: Türkiye Örneği, Yrd. Doç. Dr. Derya TELLAN, Araş. Gör. Adem YILMAZ, Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu, 21-23 Kasım 2007, İzmir.

Tüketicilerin turizme olan taleplerini;<sup>2</sup>

- Gelir düzeyindeki değişim,
- Zamanı farklı mekan ve koşullarda geçirme arayışı,
- Gelişen seyahat olanakları,
- Mekansal, inançsal ve kültürel yakınlıklar,
- Ulaşım ve konaklama sektörlerinin sağladığı kolaylıklar

belirlemektedir.

Turizm sektörünün her gün biraz daha hareketlenen dinamik yapısı ve yaşanmakta olan yoğun rekabet ortamı; turizm pazarlamasında talep yaratılmasının ve mevcut talebin ülkemize yönlendirilmesinin önemini bir kez daha ortaya çıkarmaktadır.

Ülkemiz; sahip olduğu turizm arzı, konaklama tesisleri, seyahat acentaları vb. itibariyle, dünya üzerindeki bir çok turizm çeşidine ev sahipliği yapabilecek ve gelecek olan talebi karşılayabilecek kapasiteye sahiptir.

Örnek vermek gerekirse; dünyada engelli nüfusu 500 milyonu aşmaktadır. Ülkemizde ise; 8,5 milyondan fazla engelli bulunmaktadır. Günümüz turizm endüstrisinde engelli pazarı gelişmekte olan bir pazar konumuna gelmiştir.<sup>3</sup>

Ancak genel olarak baktığımızda; ülkemizde engelli nüfusa hitap eden, onların yaşam kalitesini arttırmaya yönelik konaklama tesisi sayısı bir elin parmaklarını geçmemektedir.

Engelli nüfus, turizm sektörü açısından önemli bir potansiyel oluşturmasına rağmen ne yazık ki; sektör temsilcileri yeterince bu pazarın varlığından haberdar değildir.

Öte yandan; zengin, çok para harcayan, farklı spor dallarına veya turizm türlerine ilgi duyan ve uzun süre kalan turistlerin ülkemize yönlendirilmesinde de ciddi sıkıntılar olduğu bir gerçektir.



Nitekim; organize turizm hareketlerinin başladığı 1980'li yıllardan bu yana turizm geliri ve gelen turist sayısı açısından ülkemizde nisbi olarak çok önemli başarılar sağlanmış olmakla birlikte, ülkemize gelen turistlerin % 80'inin alt ve orta gelir düzeyine sahip insanlardan oluştuğu bilinmektedir.

Dünya genelinde turist sayısı 808 milyon kişiye, turizmde istihdam edilen kişi sayısı ise 300 milyon kişiye ulaşmıştır ve bu rakamlar hızla artmaktadır.

<sup>2</sup> a.g.e., s:73.

<sup>3</sup> SOİD, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, Nisan-Mayıs 2006, s:5.



Turizm sektörünün ülkemizde yarattığı katma değer, istihdam ve döviz geliri her yıl ülkemiz ekonomisinde can kurtaran görevi yapmaktadır.

Turizm sektörünün daha uzun yıllar bu görevini başarıyla sürdürebilmesi için; özellikle sektörle ilgili tüm yatırımların doğal, tarihsel ve sosyal çevreyi kollayıcı, koruyucu ve geliştirici bir yaklaşım içinde olmasına özen gösterilmelidir.

Ayrıca; sektörde yeni kapasite oluşturmak önemli olmakla birlikte mevcut ürünün niteliğinin yükseltilmesi de ülkemiz turizmi açısından çok önemlidir.

Bu nedenle turizmde hedef belirlenirken, çevreye duyarlı sürdürülebilir turizm yapılması zorunluluğu unutulmamalıdır.

Özellikle kıyı alanlarında ikincil konutlar yerine daha fazla kullanıcıya hizmet verecek konaklama tesislerinin planlanması ve eko turizm, sağlık, kayak, golf vb. turizm türleri geliştirilmelidir.

Sonuç olarak; ülkemizde turizmin bir yıla yayılması ve alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilerek hedef kitlelerin taleplerinin ülkemize çekilebilmesi için;

- ❖ Hedef kitlelere yönelik, koordine edilmiş tanıtım ve pazarlama politikaları geliştirilmelidir.
- ❖ Rekabet gücü yüksek, gelişen ve değişen tercihleri göz önünde bulunduran turistik ürünler yaratılmalıdır.
- ❖ Turizm ürünlerinin geliştirilmesi için AB'den sağlanacak fonlar ve mali yardımlar kullanılmalıdır.
- ❖ Turizmin; ulaşım, çevre, yerel yönetimler vb. diğer alanlardaki politikalarla eşgüdümü sağlanmalıdır.