



Ünite 9: Turizm Arzı ve Turizm Talebi



Giriş

Turizm hareketinden kaynaklanan turizm harcamaları ve ardında kalan etkiler ekonomik anlamda incelenen konulardır. Harcamayı yapan turizm talebi, karşılığında harcama yapılan turizm ürünü ve bunları bir araya getiren bütün aracı unsurlara da turizm arzı adı verilmektedir. Bu üç kavram, genel turizm dersinin temelini oluşturmaktadır.

Turizm Ürünü ve Özellikleri

Turizm ürünü, turist tarafından talep edilen ve işletmeler tarafından sunulan farklı mal ve hizmet türlerinden oluşmaktadır. Turizm ürünü, bir turistin evinden çıkıp tekrar evine dönene kadar geçen sürede somut ve soyut ihtiyaçlarının tamamı olarak da ifade edilmektedir. Sonuçta bir turist bir tatil satın aldığı anda ulaşım, konaklama, yemek vb. pek çok ürünü/hizmeti satın almaktadır. Turizm ürünü diğer ürünlerden farklı dört özellik taşımaktadır:

- Fiziksel değildir, soyut anlamda hizmet içeriklidir.
- Ürünün üretimi ile tüketimi aynı andadır.
- Homojen değil heterojen bir yapıya sahiptir.
- Turizm arzı inelastik ve çoğunlukla sabitken talep inelastik, yani değişkendir.

Turizmi diğer sektörlerden ayıran bu özellikleri turizm ürününün de farklı algılanmasını ve ayrı olarak ele alınmasını gerektirmektedir. Örneğin homojen olmama özelliğinden dolayı tüketim farklı algılanmaktadır. Ürün adı aynı olsa da aslında ürün farklıdır. Örneğin kış turizmi kapsamında Uludağ'da oteller bölgesinde tatil geçirilebileceği gibi Alplerde kış turizmine katılmak da mümkündür. Her iki örnek de kış turizmini karşılamaktadır ancak deneyimi birbirinden çok farklıdır. Butler turizm ürününün de yaşam eğrisi olduğundan bahsetmiştir: piyasaya giriş, büyüme, olgunlaşma ve düşüş. Önlem alınmaması halinde piyasadaki silinme de gerçekleşebilir.

Turizm Ürünü Oluşturan Bileşenler

Turizm ürünler somut veya soyut olabilir. Konaklama işletmesi, işletmenin imajı, işletmedeki misafirperverlik turizmin unsurlarından birkaçıdır. Hem somut hem de soyut turizm ürünleri için geçerli olan turizm ürünü bileşenleri şu şekilde sıralanmaktadır:

- Çekicilikler (doğal güzellikler, kültür ve tarih vb.)
- Etkinlikler (festival, fuar, bayram, karnaval, spor organizasyonları vb.)
- Ulaşılabilirlik (turizm merkezlerinin hedef kitleye yakınlığı ve oralara düşük maliyetle ulaşılabilme)
- Turizm işletmeleri (ulaştırma, konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri vb.)
- İmaj (konum, marka, fayda vb.)

Bir bölgenin turistler tarafından tercih edilmesi için bu bileşenlerin olması gerekir. Bir bölgenin veya işletmenin tercih edilebilir olması için bu bileşenlerden birkaçına sahip olması gerekir. Örneğin, tarihsel açıdan çok etkileyici bir destinasyonun ulaşımı yoksa bu turistik ürün çekiciliğini kaybedecektir.

Turizm Arzı ve Özellikleri

Turizm arzı, turizm ürünü oluşturulan mal ve hizmetlerin bir arada sağlanmasıdır. Ekonomik anlamda turizm arzı, tüketime sunulan ve turizm talebine cevap vermek için gerekli mal ve hizmetlerin (turizm ürünü) sunulmasını içeren üretime dayalı işlemlerin tümü şeklinde ele alınmaktadır. Turizm arzının özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır:

- Turizm arzını oluşturan çok fazla unsur olduğu için büyük miktarda yatırım gerektirmektedir.
- Hizmet doğrudan müşteriye sunulduğu için farklı türde turistlere hitap edebilen turizm mal ve hizmetlerinin sunulması gerekmektedir.
- Eş zamanlı olarak tüketildikleri için mal veya hizmetlerin daha sonra kullanılmak üzere depolanması mümkün değildir.
- Turistler çok farklı etkenlerden etkilenebildiği için kolay ikame edilebilirler.
- Hizmet temelli olduğu için makineleşme diğer sektörlerle göre daha azdır.
- Turizm arzı esnek olmadığı için fiyat değişimleri karşısında genellikle duyarsızdır.
- Ürün özelliğinden dolayı turistin ürünü tüketmesi gereken mekana gitmesini zorunlu kılmaktadır.
- Turizm arzı, genellikle konaklama işletmelerinin yatak sayısı ile ifade edilmektedir.
- Turizm arzı çok değişik faktörleri, sektörleri, alanları ve değerleri ilgilendiren karmaşık bir yapıya sahiptir.

Turizm Arzını Etkileyen Faktörler

Turizm arzını etkileyen altı temel faktör bulunmaktadır. Bu faktörler Şekil 5.1'de (s.133) verilmiştir. Faktörlerle ilgili açıklamalar şu şekildedir:

Doğal Kaynaklar: Tamamen doğal yollardan meydana gelmiş olan oluşumlardır. Denizler, göller, manzara, peribacaları, travertenler buna örneklerdir.

Altyapı: Turistik bölgede hem turistlerim hem de yerel halkın ihtiyaçlarını karşılayacak seviyede altyapı sistemi bulunmalıdır. Kanalizasyon sistemi, su şebekesi, yol, kaldırımlar, sağlık hizmetleri altyapıya örnektir.

Ulaştırma Durumu: Turizmin gelişebilmesi için ulaşılabilirlik önemlidir. Turistik bölgeye havayolu, karayolu, denizyolu veya demiryolu ile ulaşım sağlanmalıdır. Ne kadar farklı ulaşım kanalı varsa o kadar çekici olur.

Sosyokültürel Varlıklar: Bir bölgenin ve orada yaşayan yerel halkın sahip olduğu tarihî ve kültürel değerlerini





Ünite 9: Turizm Arzı ve Turizm Talebi

oluşturan unsurlardır. Fransa'nın müzeleri, üzüm bağları, üzüm hasadı veya Afrika'daki kabilelerin günlük hayatı sosyokültürel varlıklara örnektir. Bu turistik çekicilikler özellikle kültür turları için caziptir.

Üstyapı: Turizm sektörünü oluşturan işletmelerdir. Konaklama işletmeleri, yeme içme işletmeleri, eğlence işletmeleri vb. üstyapıya örnektir. Bir destinasyon doğal kaynakları bakımından çok çekici olsa da üstyapı olmayınca o bölgede gerçek anlamda turizm faaliyetlerinden bahsetmek mümkün olmaz.

Konukseverlik: Bir bölgedeki yerel halkın ya da çalışanlarının turistlere yönelik beslemiş oldukları konukseverlik algısı, maddi olmayan özelliği ve turistler için manevi değerlere yönelik bir anlam taşıması bakımından diğer arz faktörlerinden farklılık göstermektedir.

Turizm Talebi ve Özellikleri

Ekonomistler talebi, insanların belirli bir süre boyunca belirli bir fiyat düzeyinden satın almaya istekli oldukları ve alabilecekleri herhangi bir ürün veya hizmetin miktarının bir çizelgesi olarak tanımlamaktadırlar. Diğer bir deyişle talep satın alma işlemini gerçekleştiren kişilerdir. Turizm talebi de turistik ürünü satın alacak kişi veya kişilerdir. Turizm talebi üç bileşenden oluşmaktadır:

1. Doğrudan katılan efektif talep
2. Seyahat isteği olup henüz gerçekleştirilememiş olan potansiyel talep
3. Seyahat edebilecek ancak henüz imkanlar hakkında yeterli bilgiye sahip olmayan ertelenmiş turizm talebi

Efektif ve potansiyel turizm talebi turizm talebinin içindedir. Ertenilmiş turizm talebinde ise kişilerin maddi imkanı vardır ancak bu parayı nereye harcayacaklarını n-veya nasıl harcayacaklarını bilmemektedirler.

Turizm talebi arzda olduğu gibi diğer mal talebine göre farklı özellikler gösterir. Bu özellikler şu şekilde sıralanabilir:

Turizm talebi;

- Bağımsızdır
- Çok yönlüdür
- Kişisel gelirin kullanılması ile ilgilidir
- İkame olanakları geniştir
- Kısmen mevsimlik özellik taşır
- Ülkelerin gelişmişlik durumuna göre farklılık gösterir
- Giderek doğaya ve uzak mesafelere yönelmektedir

Turizm Talebini Etkileyen Faktörler

Turizm talebini etkileyen faktörler ekonomik ve ekonomik olmayan faktörler olarak iki grupta incelenmektedir. Ekonomik faktörler şöyle özetlenebilir:

- Milli gelir miktarı: Alım gücünü ifade eder.
- Gelir dağılımı ve kişi başına düşen reel gelir: Nüfusa oranlanarak hesaplanır.
- Nispi döviz kurları: Hem turist gönderen ülkenin hem de giden ülkenin karşılaştırmalı fiyat farklılığıdır.
- Ulaşım: Sorunsuz ulaşım ağı olmalıdır.
- Uzaklık: Seyahatin süresini ve maliyetini etkiler.
- Ödemeler Dengesi: Ödemeler dengesinin sıkıntılı olmaması, o ülke insanların sahip oldukları geliri bir başka ülkede harcama ya da ithal ürünlerine yönelme eğilimine sahip olmasıyla sonuçlanabilmektedir.
- Ürün fiyatı ve turizm talebinin fiyat esnekliği: Diğer koşullar aynıysa fiyattaki düşüş talebi artırır, fiyattaki artış talebi düşürür.
- Konaklama potansiyeli ve arz kapasitesi: Gerekli ve talebi karşılayan işletme sayısının varlığıyla ilişkilidir.
- Konjonktürel durum: Genel olarak bütün ekonomik faaliyetlerin hem turist gönderen hem de karşılayan ülkede canlı olmasıyla veya durgunluğuyla ilgilidir.
- Reklam ve tanıtım: Haberler, belgeseller vb. tüm faaliyetleri içerir.
- Nüfus ve sağlık

Ekonomik olmayan faktörler sosyal, politik, psikolojik ve diğer faktörler olarak gruplandırılmaktadır.

- *Sosyal faktörler:* Moda, alışkanlık, eğitim düzeyi, toplumsal değerler vb. örnek verilebilir.
- *Politik faktörler:* Hem turist gönderen hem de alan ülkenin politik durumu önemlidir. İki ülke arasındaki politik durum da önemlidir. Örneğin İsrail ve Filistin arasındaki turizm faaliyetleri.
- *Psikolojik faktörler:* Kişilik yapısı, motivasyon, kültürel uzaklık ve snobizm psikolojik faktörleri oluşturur. Örneğin maceracı kişilerin talepleri benzerdir. Veya turistler seyahat, bilgi alışverişi, dinlenme motivasyonu ile tatil yapabilir.
- *Diğer faktörler:* Bölge ile ilgili olumsuz gelişmeler diğer faktörler arasında değerlendirilebilir. Örneğin, Taylan'da 2011'de yaşanan sel felaketi, Bodrum ve Antalya'da 2021'de yaşanan orman yangınları gibi.

Turizm Talep Tahmin Yöntemleri

Talep tahmini özellikle yöneticilerin ileriye yönelik projeksiyonları oluşturmalarında önemlidir. Ayrıca pazarlamacılar ve kamudaki planlamayla görevli kişi ve departmanların doğru tahminlerde bulunması da önemlidir. Talep tahminlerine göre stratejik planlar oluşturulur, satın almalar gerçekleştirilir, finansal altyapı hazırlanır vb. pek çok konuda hazırlık yapılabilir.

Turizm talebini tahmin ederken nitel ve nicel yöntemlere başvurulur. Nicel yöntemler tahminlerin sayılar üzerinden gerçekleştirildiği yöntemlerdir. Kendi arasında ikiye





Ünite 9: Turizm Arzı ve Turizm Talebi



ayrılır: Nedensel yöntemler ve zaman serileri. Nedensel yöntemlerde regresyon analizi ve yapısal ekonometrik modeller kullanılır. Zaman serisi yöntemlerinde de zamandaki dalgalanmalar çeşitli yöntemlerle hesaplanmaya çalışılır. Böylece belirlenen periyotlarda süreçlerdeki dalgalanmalar tahmin edilir.

Nitel yöntemlerde sayılardan ziyade deneyim, öngörü vb. tahminler söz konusudur. Delphi yöntemi, senaryo analizi, uzman panelleri ve tüketici niyeti anketi nitel yöntemlerde uygulanan tekniklerdir. Burada temel mantık sezgisel, deneysel, duruma göre davranış ve uzmanlık gerektiren yorumların toplanması üzerinedir. Nicelle daha genellenebilir sonuçlar hedeflenirken nitelde özel durum veya bölgelere ilişkin gerçekçi yorumların alınması mümkündür.

