TURİZM PAZARLAMASINDA DAĞITIM / YER (PLACE)

Prof. Dr. Orhan AKOVA[*]
Arş. Gör. Mert ÖĞRETMENOĞLU[**]

GİRİŞ

Hizmet sektörü dünyadaki en büyük ve en çeşitli sektörlerden biridir. Hemen hemen tüm ülkelerde hizmet sektörünün büyüklüğü günden güne artış göstermektedir (Young, 2005**,** s. 1; Wirtz & Lovelock, 2018, s. 7Hizmet sektörü içinde faaliyet gösteren turizm de aynı şekilde günden güne büyümekte ve gelişmektedir (Muğan Ertuğral & Demirkol, 2007, s. 63). Turizmin gelişmesiyle birlikte turizm işletmeleri, turizm bölgeleri ve ülkeler, turizmden elde ettikleri gelirleri artırmak ve rekabet üstünlüğü elde etmek için kıyasıya rekabet etmektedirler (Çiftçi & Öğretmenoğlu, 2018, s. 85). Böylesi rekabet ortamında başarıya giden yol ise pazarlama karması elemanlarının etkili şekilde uygulanmasından geçmektedir.

Geleneksel olarak pazarlama karması ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtım gibi bileşenlerden oluşmaktadır (Yudelson, 1999, s. 64-65). Turizm işletmeciliğinde pazarlama karması bir futbol takımına benzetilebilir. Karmayı oluşturan her bir eleman futbolcu gibi düşünülürse başarıyı elde edebilmek için her bir oyuncu arasında işbirliğinin iyi olması gerekmektedir. Her eleman başarıya farklı ama önemli ölçüde katkıda bulunur (Hsu & Powers, 2002, s. 170). Bu yüzden pazarlama karmasındaki diğer tüm karmalara etki eden (Buhalis, 2000b, s. 113) ve karmanın önemli bir unsuru olan dağıtımın, turizmdeki yerini anlamak gerekmektedir (Reid & Bojanic, 2006, s.312). Bu doğrultuda bu bölümde, turizm işletmelerinde dağıtımın sınıflandırılması, turizmde dağıtım kanalları, turizm dağıtımında yer alan aracılar ve turizmde dağıtım ile ilgili araştırmalar ele alınacaktır.

1. TURİZM İŞLETMELERİNDE DAĞITIM KAVRAMI

Dağıtım, ürün ve hizmetlerin hedef müşterilere ulaşılabilirliğini ifade etmektedir (Kotler vd., 2016, s. 101). Turizmde dağıtım, "*turistik ürünün turistlerle buluşmasını sağlayan çalışmalardır*" (Usta, 2014, s. 180). Ürün ve hizmetlerin dağıtımı, dağıtım kanalları vasıtasıyla yerine getirilmektedir.

[*] İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü.
[**] İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü.