

ÖZEL İLGI TURİZMİ

7. HAFTA

DR. Ö. GR. İLİYESİ
FİLİZ ÇETİNKAYA
KARAFAKI

- Genel ilgi turizmine katılanların özellikleri üzerine yapılan araştırmalarda,
- uzmanlar řu varsayımlardan hareket etmektedir:
- • Bu gezginler, gezen nüfusun çoğunluğunu oluştururlar.
- • Alt ve alt-orta sosyo-ekonomik katmanda bulunurlar.
- • Fiyata olan duyarlılıkları yüksektir.
- • Eğitim düzeyleri düşüktür.
- • Genellikle orta yaş grubundadırlar.
- • Nispi olarak deneyimsiz ve sofistike (çok deneyimli, bilmiş) olmayan
- kişilerdir.

- • Psikografik (yaşam biçimleri ve kişilik yapıları) tipleri çoğunlukla
- psikosentriktir.
- • Ya özel ilgileri yeterince gelişmemiştir ya da bu ilgilerini tatillerde
- sürdürme eğiliminde değildirler.
- • Sosyal beğeni ve onun ilgili kaynağı olan moda yerlere gitme isteği
- taşırlar.
- • Gezme davranışı ve hedef seçimi ile üyesi buldukları toplum
- kesiminin beğenileri arasında tutarlılıklar ararlar (Örneğin; tanıdıkları
- kişiler Türkiye'ye geliyorsa onlar da gelmek isterler.).

- Gittikleri yerlerde genel beğeni ve onay alan davranışlarda bulunurlar
- (Örneğin; güneşlenme, denize girme, alışveriş yapma vb.).
- • Konaklayacakları tesislerin kalitesinin yüksek olmasını isterler ve
- yer seçimi konusunda bu özelliğe önem verirler.

- KARMA İlgı Turizmi: Bu tür turizmde destinasyonun özellikleri
- önem taşımaya devam eder. Ancak bu özellik, turu satın alma
- kararını etkileyen tek etmen olmaktan çıkmıştır. Bu tür turizme
- ilgi duyan kişinin, kendisine sorduđu soru “Nereye gidebilirim ve
- orada ne yapabilirim ?” sorusudur. Karma turizm gezgincisi,
- tatilinde yapmayı planladığı etkinlik için kendisine sunulan
- seçenekler arasında bir seçim yapmaya çalışır. Örneğin, ilk
- seçim düzeyi ülke üzerinden yapılır. Daha sonra bölge ve tesis
- seçimleri yapılır. Son olarak ise seçilen yerde yapılabilecekler
- düşünülür. Karma ilgi turizmine katılan kişiler hakkında öne
- sürülen varsayımlar şunlardır: Genel ilgi turizmini denemişler ve
- artık ondan zevk almamaya başlamışlardır.

- Özel İlgi Turizmi: Özel ilgi turizmini tercih edenlerin
- seyahatlerine ilişkin karar ve tercihlerinin arkasında, kesin
- olarak belirlenmiş ilgiler bulunmaktadır. Bu nedenle, bu yönelimi
- seçenler kararlarını verirken belirli bir hedefin çekiciliği
- üzerinde durmamakta, aksine özel ilgilerini nerede en iyi şekilde
- karşılayabileceklerini düşünmektedirler. Eğer bir yer onların özel
- ilgilerine uygun değilse, o yer gidilecek yer olmaktan
- çıkmaktadır. Bu bakımdan özel ilgi turizmine katılan bir gezginin
- seyahat kararı verirken kendisine yönelttiği ilk soru, söz gelimi
- “Kayak yapmaya en uygun yerler nerelerdir ?” şeklinde
- olmaktadır.

- Özel İlgi Turizminin Pazarlanması
- Özel ilgi turizmi de; “amaçlı seyahat” e olan talebin özel gereksinimlerini
- yanıtlayan Özel İlgi Turizminin Yönetimi
- Yönetim, özel turizm sektöründe dengenin anlaşılması ve özel ilgi
- turizminin ev sahibi toplum üzerindeki etkisi olarak iki başlıkta incelenecektir.
- Özel İlgi Turizminde Dengenin Anlaşılması bir pazarlama stratejisi (yaklaşımı) y
- ürütmektedir.
- Özel İlgi Turizminin Ev Sahibi Toplum Üzerindeki Etkileri

DR.ÖÖR.ÜYESİ
FİLİZ ÇETİNKAYA
KARAFAKI

- BU DERS NOTLARININ HAZIRLANMASINDA;
- 'ÇALIK, Ö., (2010). ÖZEL İLGİ TURİZMİ, ANKARA ÜNİVERSİTESİ UZAKTAN EĞİTİM YAYINLARI.'
- KİTABINDAN YARARLANILMIŞTIR.

DR. ÖZGÜR ÜYESİ
FİLİZ ÇETİNKAYA
KARAFAKI