

WEB TABANLI DESTİNASYON PAZARLAMASI: İL KÜLTÜR VE TURİZM MÜDÜRLÜKLERİ İÇİN BİR MODEL ÖNERİSİ

Yrd. Doç. Dr. Ali YAYLI

Gazi Üniversitesi

Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi

E-posta: yayli@gazi.edu.tr

Öğr. Gör. Murat BAYRAM

Giresun Üniversitesi

Tirebolu Meslek Yüksek Okulu

E-posta: murat.bayram@giresun.edu.tr

Özet

İnternetin, bilgiye dünyanın her yerinden ve istenilen zamanda düşük maliyetli ulaşım imkânı sunmasından dolayı ulusal turizm örgütleri de dahil olmak üzere tüm turizm örgütleri için önemli bir destinasyon pazarlama aracı konumuna gelmiştir. Seyahat edenlerin kararlarını etkileyen birçok unsur olmasına rağmen, temel kararların seyahat planının başında alındığı ve genellikle de bu kararlarının değiştirilmediği görülmektedir. Bu nedenle destinasyon web sitelerinin oluşturulması ve yayınlanması önem taşıyan bir durum haline gelmiştir. Bu çalışmanın amacı, web sitelerinde sunulan bilgi ve özellikler bağlamında, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri resmi web sitelerinin yeterlilik düzeylerinin değerlendirilmesi ve bu noktadan hareketle uygulanabilir bir web tabanlı destinasyon modelinin önerilmesidir.

Anahtar Kelimeler: İnternet, Destinasyon pazarlaması, Web sitesi

WEB-BASED DESTINATION MARKETING: A MODEL PROPOSAL FOR CITY CULTURE AND TOURISM DIRECTORATES

Abstract

Because of its role in information provision and modest cost connectivity from all over the world, the internet became an important destination marketing tool for whole tourism organizations including national tourism offices. Although many factors affect the decision of travelers, central decisions are made at the beginning of travel planning and usually hard to change. Therefore, creating and broadcasting destination websites became a significant case. The purpose of this study is to evaluate the proficiency levels of the official websites of City Culture and Tourism Directorates, based on the information and services offered by the websites and is to suggest a web-based destination model can be applied.

Key words: Internet, Destination Marketing, Website

Ali YAYLI 1986 yılında Lisans öğrenimini Anadolu Üniversitesinde tamamladı. 1990 yılında Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalında Yüksek Lisansını, 1997 yılında da yine Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalında doktorasını tamamladı. 1987 yılında Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesinde Araştırma Görevlisi olarak göreve başladı ve 1999 yılında aynı fakültede Yardımcı Doçent olarak atandı. Halen aynı fakültede görevine devam etmektedir. Akademik ilgi alanları, destinasyon pazarlaması, uluslararası pazarlama ve yatırım proje değerlemedir.

Murat BAYRAM 2005 yılında Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi'nden mezun oldu. 2008 yılında Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalında Yüksek Lisansını tamamladı. Öğr. Gör. Murat Bayram halen Giresun Üniversitesi Tirebolu Meslek Yüksekokulu'nda görev yapmaktadır. Akademik ilgi alanları, destinasyon pazarlaması ve e-turizm uygulamalarıdır.