

TURİSTİK ÜRÜNÜN E-TİCARET SİTELERİNDE SATILMASINA YÖNELİK SWOT ANALİZİ

Öğr. Gör. Veli Ulaş Asmadili

Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler MYO

E-mail: ulasasmadili@hotmail.com

Özet

Modern insanın hayatında vazgeçilmez bir araç olan internet bilgi sağlama ve eğlendirmesinin dışında ihtiyaçların karşılanması açısından da önemli kaynaklardan biri haline gelmiştir. İnsanlar ulaşım, beslenme, giyinme gibi ihtiyaçlarını karşılamının yanı sıra eğlenme ve dinlenme amacıyla ortaya çıkan turizm ihtiyaçlarını karşılayabilmek için interneti kullanmaktadırlar. E-ticaret siteleri de tüm ihtiyaçların kolayca karşılanabilmesi amacıyla küresel bir pazar yeri olarak kurulmuşlardır. Turizm ise henüz kendisine e-ticaret sayfalarında yer bulamamıştır. Bu nedenle turizm ürünleri e-ticaret sitelerinde satılırsa hem işletmeler hem de potansiyel turistler açısından ne gibi güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler sunar sorusuna yanıt bulmak amacıyla bu çalışma yapılmıştır. Araştırma amacına uygun olarak SWOT analiz yöntemi tercih edilmiştir. Yapılan analiz neticesinde e-ticaretin turizm işletmeleri açısından ürün listeleme, işletme giderlerini azaltma gibi güçlü yönleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Rekabet etmenin zorluğu ve güvenlik sorunları zayıf yönler olarak görülürken hızla büyüme, hedef kitleyi yakalama kolaylığı e-ticaretin fırsatları olarak karşımıza çıkmaktadır. Turistik ürünün e-ticaret sitelerinde satılması konusu potansiyel turistler açısından değerlendirildiğinde ise aynı anda çok sayıda ürüne ulaşma ve en uygun ürünü kolayca satın alma olanağı en güçlü yönler olarak değerlendirilmektedir. Bununla beraber güvenlik sorunları ve yüz yüze bir muhatap bulunmaması gibi olumsuzluklar da e-ticaretin zayıf yönleri arasında gösterilmektedir.

Anahtar kelimeler: Turistik ürün, e-ticaret, SWOT analizi

SWOT ANALYSIS ON SELLING TOURISTIC PRODUCT ON E-COMMERCE SITES

Abstract

The internet, which is an indispensable tool in the life of modern people, has become one of the important sources in terms of meeting the needs besides providing information and entertainment. People use the internet to meet their needs such as transportation, nutrition and clothing, as well as to meet their tourism needs for entertainment and rest. E-commerce sites have also been established as a global marketplace in order to meet all needs easily. Tourism, on the other hand, has not yet found a place in e-commerce pages. Therefore, this study was conducted to find out what strengths, weaknesses, opportunities and threats it presents for both businesses and potential tourists, if tourism products are sold on e-commerce sites. SWOT analysis method was preferred in accordance with the research purpose. As a result of the analysis, it has been concluded that e-commerce has strong aspects such as product listing and reducing operating expenses in terms of tourism businesses. While the difficulty of competing and security problems are seen as weaknesses, rapid growth and the ease of capturing the target audience are the opportunities of e-commerce. When the issue of selling the touristic product on e-commerce sites is evaluated in terms of potential tourists, the ability to reach a large number of products at the same time and easily buy the most suitable product is considered as the strongest aspects. In addition, security problems and negativities such as the absence of a face-to-face contact are also shown among the weaknesses of e-commerce.

Keywords: *Touristic product, e-commerce, SWOT analysis*