



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2019, 3(3): 499-516.

DOI: [10.26677/TR1010.2019.175](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.175)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



KAVRAMSAL MAKALE

Seyahat Acentalarında Turistik Ürünlerin Kişiselleştirilmesinin Bir Yolu Olarak Müşterilerle Üretim

Dr. Öğr. Üyesi Reşat ARICA, Adıyaman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Adıyaman, e-posta: rarica@adiyaman.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1238-7313>

Öz

Seyahat acentaları, müşterilerine daha kaliteli ve değerli hizmetler sunmak adına, ürünlerini müşterilerinin kişisel istek ve ihtiyaçlarıyla uyumlu hale getirmektedir. Müşterilerle uyumlu üretimin ön koşulu müşterilerin üretimde ortak üretici rol üstlenmesidir. Müşteriler acentaların üretim sürecinin farklı aşamalarına fikirsel, fiziksel ve davranışsal katkıda bulunarak ortak üretici rol edinmektedir. Müşterilerin acentaların üretim aşamalarına katılımı tur paketlerinin müşteri istek ve ihtiyaçları doğrultusunda esnekleştirilmesini ve kişiselleştirmesini sağlamaktadır. İşletme ve müşteri arasında artan etkileşimin bir sonucu olarak kişiselleştirilmiş üretim, seyahat acentalarının üretim yapısında değişimi beraberinde getirmektedir. Bu değişim acentalarda üretimde hâkim anlayış olan kitlesel ve kitlesel bireyselleştirilmiş üretimden kişiselleştirilmiş üretime geçiş sürecini hazırlamaktadır. Bu çerçevede hazırlanan araştırmada, müşterilerle üretim stratejisinin turistik ürünlerin kişiselleştirilmesindeki rolü ve önemi tartışılmaktadır. Bu çalışma amacına ulaşılması adına literatür taraması yapılmıştır. Elde edilen bulgular müşterilerin üretime katılımı yoluyla hizmetlerin kişiselleştirilmesinin sunulan ve algılanan hizmet çıktılarını etkileyerek, işletmelerin rekabet gücü ve devamlılığında önemli belirleyici olduğunu göstermektedir. Ulusal literatür dikkate alındığında acentalarda üretim konusunun kitle, alternatif ve özel ilgi turları üzerinden incelendiği, kişiselleştirilmiş üretim konusunda seyahat acentaları için teorik ya da pratik rehberlik sağlayabilecek bir araştırmanın hazırlanmadığı görülmektedir. Mevcut araştırma, göze çarpan bu açığın kapatılması ve kişiselleştirilmiş üretim konusuna çerçeve oluşturulması açısından önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Ortak Üretim, Müşterilerle Üretim, Seyahat Acentaları, Kişiselleştirilmiş Turlar, Teknoloji.

Makale Gönderme Tarihi: 07.05.2019

Makale Kabul Tarihi: 02.07.2019

Önerilen Atıf:

Arıca, R. (2019). Seyahat Acentalarında Turistik Ürünlerin Kişiselleştirilmesinin Bir Yolu Olarak Müşterilerle Üretim, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3): 499-516.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



CONCEPTUAL PAPER

Co-Creation with Customers as a Way of Customization Touristic Products in Travel Agencies

Assistant Prof. Dr. Reşat ARICA, Adıyaman University, Faculty of Tourism, Adıyaman, e-mail:

rarica@adiyaman.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1238-7313>

Abstract

Travel agencies, in order to provide more quality and valuable services to their customers, it adapting its products with the personal wishes and needs of its customers. The pre-requisite for production compatible with customers is that the customers is take on the role as co-creators of in production. Customers have a co-creative role by contributing intellectual, physical and behavioral contributions to the different stages of the production process of travel agencies. The participation of the customers in the production phases of the travel agencies enables the tour packages to be flexible and customized in line with the customer preferences, demands and needs. Customized production as a result of increasing interaction between business and customer which is brings about a change in the production structure of travel agencies. This change prepares the transition process from mass and mass individualized production, which is dominant in production, to customized production in agencies. In this study, the role of customers co-creative strategy in customizing touristic products is discussed. For this purpose, a literature review was conducted. The findings show that the customization of services through the participation of customers in production, affects the service outputs that are presented and perceived, and it is an important determinant in the competitiveness and continuousness of the business. Considering the national literature, it is seen that the subject of production in agencies is examined through mass, alternative and special interest tours, and there is no research which can provide theoretical or practical guidance for the travel agencies regarding customized production. The current research is important for closing this remarkable gap and for creating a framework for customized production.

Keywords: Co-creation, Co-creation with Customers, Travel Agencies, Customized Tours, Technology.

Received: 07.05.2019

Accepted: 02.07.2019

Suggested Citation:

Arica, R. (2019). Co-Creation with Customers as a Way of Customization Touristic Products in Travel Agencies, *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(3): 499-516.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.