IV. Ulusal Balıkesir Turizm Kongresi

18-20
Nisan 2024



ÖZET BİLDİRİLER KİTABI

EV SAHİPLİĞİNDE

Balıkesir KENT KONSEYİ

IV. Ulusal
Balıkesir Turizm Kongresi

18-20 Nisan 2024

ÖZET BİLDİRİLER KİTABI

EV SAHİPLİĞİNDE

IV. ULUSAL BALIKESİR TURİZM KONGRESİ

ÖZET BİLDİRİLER KİTABI

18-20 Nisan 2024

Balıkesir

E-ISBN: 978-975-6993-27-9

Balıkesir Üniversitesi Yayınları

EDİTÖRLER

Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU
Prof. Dr. Nuray TETİK DİNÇ
Dr. Öğr. Üyesi Cemali BUZLUKÇU

DİZGİ ve YAYINA HAZIRLAYANLAR

Dr. Öğr. Üyesi Cemali BUZLUKÇU
Arş. Gör. Gözde KUMAŞ

ÖN SÖZ

Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi ev sahipliğinde düzenlenen IV. Ulusal Balıkesir Turizm Kongresi'nin bildiri kitabını sizlerle paylaşmaktan büyük bir memnuniyet duymaktayız. Bu kongre, turizm sektörünün çeşitli boyutlarını ele alan akademik çalışmaların, sektörel analizlerin ve yenilikçi yaklaşımların bir araya getirildiği önemli bir platform olma özelliği taşımaktadır.

Turizm sektörü, ekonomik kalkınma ve kültürel etkileşim açısından büyük bir öneme sahiptir. İnsanların iş yaşamının getirdiği stres ve monotonluktan uzaklaşma isteği, turizme olan talebi artırmakta ve bu durum sektörde sürekli bir yenilik ve gelişim ihtiyacını doğurmaktadır. Kongremizde sunulan bildiriler, turizmin karşı karşıya olduğu sorunlara çözüm önerileri getirmeyi ve sektördeki yenilikçi uygulamaları tartışmayı amaçlamaktadır.

Balıkesir ili, doğal güzellikleri ve tarihi mirasıyla Türkiye'nin önemli turizm destinasyonlarından biridir. Kaz Dağları'nın oksijen zenginliği, termal su kaynakları ve sualtı dalış imkanları gibi birçok turistik değere sahip olan Balıkesir, bu kongre ile hem akademik dünyada hem de turizm sektöründe hak ettiği ilgiyi görmektedir. Kongremizin, Balıkesir'in turizm potansiyelini daha da ön plana çıkaracağına inanıyoruz.

Bu değerli çalışmaları bir araya getiren ve kongremizin düzenlenmesinde başta Fakülte Dekanı Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU olmak üzere emeği geçen herkese teşekkürlerimi sunarım. IV. Ulusal Balıkesir Turizm Kongresi'nin, akademik dünyaya ve turizm sektörüne önemli katkılar sağlamasını temenni eder, bildirilerin ilham verici ve yol gösterici olmasını dilerim.

Prof. Dr. Yücel OĞURLU

Balıkesir Üniversitesi Rektörü

SUNUŞ

Turizm sektörü, sunduğu ekonomik, sosyal ve çevresel katkılar nedeniyle günümüzde dünya çapında birçok ülke için hayati bir öneme sahiptir. Son verilere göre uluslararası turizm hareketlerine katılan ziyaretçi sayısı 1.3 milyar kişiyi aşmış ve turizm gelirleri 1.483 milyar dolara ulaşmıştır. Uluslararası ölçekte rekabetin artması sonucunda, turizm sektöründe fark edilen bir pozisyonda olabilmek ve rakiplerden farklılaşabilmek için yeni stratejiler keşfetmek ve bunları etkin bir şekilde uygulamak gerekmektedir. Etkili politikalarla desteklenen turizm sektörü, ülkelere döviz girdisi sağlayarak ekonomik büyümeyi desteklemektedir. Ayrıca ulusal ve uluslararası turizm faaliyetlerinin sunduğu sosyal katkı sayesinde, kültürlerarası iletişimin artması ve dostluk bağlarının kuvvetlenmesi mümkün olmaktadır. Turizmin sunduğu sosyal katkılar, ekonomik katkılardan bağımsız düşünülememektedir. Türkiye, son iki yılın verilerine bakıldığında ağırlanan turist sayısında 51 milyondan 57 milyona ve döviz girdisinde 41 milyar dolardan 54 milyar dolara ulaşmıştır. Ayrıca Türkiye; dünyada en çok turist ağırlayan ülkeler sıralamasında, bir önceki yıla ait sıralamasını koruyarak 2023 yılında da 5. sırada yer almıştır.

2004 yılında Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT'un başkanlığında Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu tarafından Balıkesir Turizm Kongresi'nin ilki düzenlenmiştir. İlk kongreden 20 yıl sonra ise IV. Ulusal Balıkesir Turizm Kongresi düzenlenmiştir. Kongre çıktılarının Türkiye ile dünya turizm sektörüne katkı sağlaması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda kongre kapsamında, turizm sektöründeki mevcut yenilikler, eğilimler ve gelişmelerin akademik ve sektörel düzeyde olumlu ve olumsuz yönleri ile incelenmesi ve tartışılması hedeflenmektedir. Fakültemizde çağdaş bir bakışla sürekli hale getirilmesi hedeflenen kongrede ele alınan konular ışığında üniversite ve sektör temsilcilerinin bir araya gelerek proaktif bir yaklaşımla çözümler üretebilmeleri mümkün olacaktır.

IV. Ulusal Balıkesir Turizm Kongresi'nde değerlendirilmek üzere 42 farklı üniversiteden gönderilen bildiriler Kongre Yürütme Kurulu'na ulaşmıştır. Bilim Kurulu üyelerinin değerlendirmeleri sonucunda 82 adet bildiri kongrede sunulmak ve kongre kitabında yayınlanmak üzere kabul edilmiştir. Kongre Bilim Kurulu üyelerine, bildirilerin değerlendirilmesi sürecinde göstermiş oldukları sabır ve titizlikleri için teşekkürlerimi sunuyorum. Kongrenin düzenlenmesi sürecinde desteklerini esirgemeyen Balıkesir Valiliği, Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, Balıkesir Üniversitesi Rektörlüğü ve Balıkesir Kent Konseyi'ne; kongre sürecinde iş birliği içinde olduğumuz Alfraganus Üniversitesi, IMC Krems Uygulamalı Bilimler Üniversitesi ve Gulistan Devlet Üniversitesi'ne teşekkür ederiz. Kongrenin hazırlık aşamalarının her adımında ve kongre sürecinin başarılı bir şekilde tamamlanmasında büyük rol alan Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi (BTİOYO) ailesinin akademik ve idari personeli ile kongrede görev alan oturum başkanlarına, öğrencilerimize ve bildiri sahiplerine kongreye olan ilgi ve değerli katkılarından dolayı teşekkür ediyor, kucak dolusu sevgi ve saygılarımı sunuyorum.

Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU

Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı

ONUR KURULU

Mehmet Nuri ERSOY	T.C. Kültür ve Turizm Bakanı
İsmail USTAOĞLU	Balıkesir Valisi
Ahmet AKIN	Balıkesir Büyükşehir Belediye Başkanı
Prof. Dr. Yücel OĞURLU	Balıkesir Üniversitesi Rektörü
Prof. Muhammadismail MAHMUDOV	Alfraganus Universitesi Rektörü
Prof. Udo Brändle	IMC Krems Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Rektörü
Prof. Mukhsin Tojiyevich HODJIYEV	Gulistan Devlet Üniversitesi Rektörü

YÜRÜTME KURULU

Yürütme Kurulu Başkanı

Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU

Yürütme Kurulu Başkan Yardımcıları

Prof. Dr. Nuray TETİK DİNÇ
Dr. Öğr. Üyesi Cemali BUZLUKÇU

Yürütme Kurulu Üyeleri

Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT
Prof. Dr. Ali Kemal GÜRBÜZ
Prof. Dr. Düriye BOZOK
Prof. Dr. Önder MET
Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY
Prof. Dr. Yusuf AYMANKUY
Prof. Dr. Barış ERDEM
Prof. Dr. Özlem KÖROĞLU
Prof. Dr. Bayram ŞAHİN
Prof. Dr. Sebahattin KARAMAN
Prof. Dr. Mehmet SARIOĞLAN
Prof. Dr. Şimal YAKUT AYMANKUY
Prof. Dr. Nuray TETİK DİNÇ
Doç. Dr. Gülay ÖZDEMİR YILMAZ
Doç. Dr. Seda ŞAHİN
Doç. Dr. Göksel Kemal GİRGİN
Doç. Dr. Sami Sonat ÖZDEMİR
Doç. Dr. Musa OFLAZ
Dr. Öğr. Üyesi S. Banu YILDIZ
Dr. Öğr. Üyesi Yasemin TEKİN
Dr. Öğr. Üyesi Cemali BUZLUKÇU

Dr. Öğr. Üyesi Gülhan YALIN
Dr. Öğr. Üyesi Selin İLSAY
Dr. Öğr. Üyesi Nilgün KARAMAN
Dr. Öğr. Üyesi Sultan Nazmiye KILIÇ
Dr. Öğr. Üyesi Arzu BALIKOĞLU
Dr. Öğr. Üyesi Hasret ULUSOY MUTLU
Arş. Gör. İbrahim MISIR
Arş. Gör. Talha Serdar SEZEN
Arş. Gör. Beste DEMİR
Arş. Gör. Gözde KUMAŞ
Arş. Gör. Emrah İNALTEKİN

BİLİM KURULU*

Prof. Dr. A.Akın AKSU, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Abdul Celil ÇAKICI, Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Abdullah KARAMAN, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Abdullah TANRISEVDİ, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Adnan TÜRKSOY, Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Agustin Santana TALAVERA, Universidad de La Laguna
Prof. Dr. Ahmet AKTAŞ, Kapadokya Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet BAYTOK, Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet TAYFUN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Akyay UYGUR, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Ali ERBAŞ, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Ali Kemal GÜRBÜZ, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Ali ÖZTÜREN, Doğu Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Ali YAYLI, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Alp TİMUR, Dokuz Eylül Üniversitesi (Emekli)
Prof. Dr. Aslı ALBAYRAK, İstanbul Gelişim Üniversitesi
Prof. Dr. Atila YÜKSEL, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Atilla AKBABA, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Aydın YILMAZER, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Ayhan GÖKDENİZ, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Azize HASSAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Bahar TANER, Toros Üniversitesi
Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Bahattin RIZAOĞLU, İstanbul Okan Üniversitesi
Prof. Dr. Barış ERDEM, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Bayram ŞAHİN, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Berrin GÜZEL, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Beykan ÇİZEL, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Burcu Selin YILMAZ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Burçin Cevdet ÇETİNSÖZ, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Prof. Dr. Burhan KILIÇ, Muğla Sıtkı Koçman Üniversites
Prof. Dr. Burhanettin ZENGİN, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Cengiz DEMİR, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Cihan ÇOBANOĞLU, University of South Florida
Prof. Dr. Cihan SEÇİLMİŞ, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Çağıl Hale ÖZEL, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN, İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu

Prof. Dr. Dimitrios BUHALIS, Bournemouth University
Prof. Dr. Doğan GÜRSOY, Washington State University
Prof. Dr. Düriye BOZOK, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Ebru İÇİGEN, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Elbeyi PELİT, Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Emrah ÖZKUL, Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Erol DURAN, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Prof. Dr. Esin ÖZKAN, Aksaray Üniversitesi
Prof. Dr. Ferah ÖZKÖK, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ, University of Central Florida
Prof. Dr. Fisun YÜKSEL, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK, Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Göknil Nur KOÇAK, Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Güney ÇETİN GÜRKAN, Trakya Üniversitesi
Prof. Dr. Gürhan Aktaş, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan Hüseyin SOYBALI, Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan KILIÇ, Doğu Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Heinz Boyer, IMC Krems University of Applied Sciences
Prof. Dr. Hülya KURGUN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Hüseyin ARASLI, Eastern Mediterranean University
Prof. Dr. Hüseyin ÇEKEN, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Işıl Özgen, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim BİRKAN, Atılım Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim GİRİTLİOĞLU, Gaziantep Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim GÖNEN, Nişantaşı Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim YILMAZ, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. İsa SAĞBAŞ, Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. İzzet KILINÇ, Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. John T. BOWEN, University of Houston
Prof. Dr. Kamil UNUR, Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal BİRDİR, Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal KANTARCI, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Kayseri Üniversitesi
Prof. Dr. Kutay OKTAY, Kastamonu Üniversitesi
Prof. Dr. Levent ALTINAY, Oxford Brookes University
Prof. Dr. Levent KOŞAN, Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Lütfi ATAY, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Prof. Dr. Mahmut DEMİR, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Maria Dolores ALVAREZ, Boğaziçi Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Alparslan KÜÇÜK, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet ALTIN, University of Central Florida, Rosen College
Prof. Dr. Mehmet Cihan YAVUZ, Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Emre GÜLER, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Oğuzhan İLBAN, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Onur GÜLBAHAR, Batman Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet SARIOĞLAN, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet YEŞİLTAŞ, Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi
Prof. Dr. Meltem CABER, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Mete SEZGİN, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Muammer MESCİ, Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Muharrem TUNA, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Murat ÇUHADAR, Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Murat YEŞİLTAŞ, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa BOZ, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa SANDIKÇI, Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa TEPECİ, Manisa Celal Bayar Üniversitesi
Prof. Dr. Muzaffer UYSAL, University of Massachusetts Amherst
Prof. Dr. Naci Polat, Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU, İstanbul Gelişim Üniversitesi
Prof. Dr. Nilüfer ŞAHİN PERÇİN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Nuray TETİK DİNÇ, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Nuray TÜRKER, Karabük Üniversitesi
Prof. Dr. Nurten ÇEKAL, Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Nüzhet KAHRAMAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Oktay EMİR, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Olimpia BAN, University of Oradea
Prof. Dr. Orhan AKOVA, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan BATMAN, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan İÇÖZ, Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Osman Avşar KURGUN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Osman Eralp ÇOLAKOĞLU, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Osman M. KARATEPE, Doğu Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Osman N. ÖZDOĞAN, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Ozan BAHAR, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Öcal USTA, İstanbul Kent Üniversitesi
Prof. Dr. Önder MET, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Özcan YAĞCI, Başkent Üniversitesi

Prof. Dr. Özgür Devrim YILMAZ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Özkan TÜTÜNCÜ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Özlem KÖROĞLU, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. R. Pars ŞAHBAZ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Rahman TEMİZKAN, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Rıdvan KOZAK, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Rıdvan YURTSEVEN, Ataşehir Üniversitesi
Prof. Dr. S. Gül GÜNEŞ, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Said KINGIR, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Salih KUŞLUVAN, İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Sebahattin KARAMAN, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Selma MEYDAN UYGUR, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Semra GÜNAY AKTAŞ, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Serhat HARMAN, Mardin Artuklu Üniversitesi
Prof. Dr. Serkan BERTAN, Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Stanislav İVANOV, Varna Unıversity of Management
Prof. Dr. Şafak ÜNÜVAR, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Şenol ÇAVUŞ, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Şeyhmus BALOĞLU, University of Nevada
Prof. Dr. Şimal YAKUT AYMANKUY, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Şirvan ŞEN DEMİR, Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Şuayip ÖZDEMİR, Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Şule AYDIN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Tahir ALBAYRAK, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Tony L. HENTHORNE, University of Nevada
Prof. Dr. Umut AVCI, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. V. Rüya EHTİYAR, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Volkan ALTINTAŞ, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Yasin BOYLU, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Yaşar SARI, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Yıldırım YILMAZ, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf AYMANKUY, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Yüksel EKİNCİ, University of Portsmouth
Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Zafer ÖTER, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Zeynep ASLAN, Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr Sirojiddin HALİLOV, Alfraganus University
Dr. Abdulhay GULİ, Gulistan State University
Dr. Narimova Guljakhon ABDUGANİEVNA, Gulistan State University

** Kurul üyelerinin unvan ve adına göre alfabetik olarak düzenlenmiştir.*

KONGRE TARİHÇESİ

18-20 Nisan 2024 tarihlerinden gerçekleştirilecek olan IV. Ulusal / I. Uluslararası Balıkesir Turizm Kongresi'nin ilki Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu tarafından Doç. Dr. Cevdet AVCIKURT'un başkanlığında 2004 yılında Balıkesir'de gerçekleştirilmiştir. Bu kongre, Türkiye'de turizm alanında yapılan ilk kongrelerden biri olma özelliği gösteren ulusal katılımlı bir bilimsel toplantı olmuştur. Balıkesir'de gerçekleştirilen ilk kongrede, bilim kurulunda yer alan öğretim üyelerinin görüşleri ve Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu yöneticilerinin kongre düzenleme talebi doğrultusunda kongrenin iki yılda bir dönüşümlü olarak gerçekleştirilmesine karar verilmiştir.

15-16 Nisan 2004 tarihinde Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu tarafından Balıkesir Üniversitesi Çağış Yerleşkesinde düzenlenen I. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi'nde 25 bildiri; 20-22 Nisan 2006 tarihinde düzenlenen II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi'nde 34 bildiri; 17-19 Nisan 2008 tarihinde düzenlenen III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi'nde 88 bildiri sunulmuştur.

7-8 Eylül 2007 tarihinde Sakarya Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen I. Ulusal Türkiye Turizmi Kongresi'nde gerçekleştirilecek olan turizm kongrelerinin tek bir çatı altında toplanması ve farklı isimlerde gerçekleştirilen kongrelerin sonlandırılması kararı alınmıştır. Sakarya'da gerçekleştirilen kongre öncesinde III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi'nin duyuruları yapıldığı için 2008 yılında son kongre gerçekleştirilmiştir. 18-20 Nisan 2024 tarihinde düzenlenen IV. Ulusal Balıkesir Turizm Kongresi'nde ise 82 bildiri sunulmuştur.

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ ii
SUNUŞ iii
YÜRÜTME KURULU iv
BİLİM KURULU vi
KONGRE TARİHÇESİ x
TURİST REHBERLERİ İÇİN EGE BÖLGESİ YAVAŞ ŞEHİRLERİNE YÖNELİK UZMANLAŞMA EĞİTİMİ ÖNERİSİ 1
DİYARBAKIR'DA TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN TURİZM SEKTÖRÜNE YÖNELİK TUTUMLARI 2
COĞRAFİ İŞARETLİ EL SANATLARININ BÖLGE TURİZMİNE KATKILARINA YÖNELİK DEĞERLENDİRME 3
TURİZME YÖNELİK ULUSLARARASI VE ULUSAL DÜZEYDE DESTEKLENEN PROJELERE İLİŞKİN DEĞERLENDİRME 4
YAPAY ZEKÂ TEKNOLOJİLERİNİN OTEL WEB SAYFALARI AÇISINDAN İNCELENMESİ 5
BİR SİVİL TOPLUM KURULUŞUNUN TURİZME KATKISI: ANTANDROS DERNEĞİ ÖRNEĞİ6
GAZİANTEP'TE ÖZEL GÜN YEMEKLERİ 'YUVARLAMA ÖRNEĞİ' 7
GILGAMIŞ'IN SOFRASI: DESTANDA GEÇEN GASTRONOMİK UNSURLAR 8
TURİST REHBERLERİNİN İŞ (TUR) ALMA BİÇİMLERİ 9
BALIKESİR'DEKİ KAMP İŞLETMELERİNE YÖNELİK ZİYARETÇİ YORUMLARININ İNCELENMESİ 10
TURLARDA GRUP UYUMUNUN SAĞLANMASINDA TURİST REHBERLERİNİN UYGULADIKLARI ETKİNLİKLERİN BELİRLENMESİ* 11
DÜNYA MİRAS LİSTESİNDEKİ CUMALIKIZIK'TA YAŞAYAN YEREL HALKIN TURİSTE KARŞI TUTUMU 12
POP-UP RESTORANLARIN GASTRONOMİ TURİZMİNE OLAN KATKISININ DEĞERLENDİRİLMESİ 13
TURİZM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN GELENEKSEL OYUN VE SPORLARA YÖNELİK TUTUM VE KATILIM NİYETLERİNİN BELİRLENMESİ 14
ULUSAL MİRAS DEĞERLERİ BAĞLAMINDA İZMİR'DE ATATÜRK'ÜN AYAK İZLERİ 15
COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİN TANITIMINDA DİJİTAL PAZARLAMA İLETİŞİMİNİN KULLANILMASI: BALIKESİR ZEYTİNYAĞLARI ÖRNEĞİ 16
İSTANBUL'UN MEŞHUR ESNAF LOKANTALARININ GELENEKSEL YİYECEK KÜLTÜRÜ: MENÜ İÇERİK ANALİZİ 17
SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS KAPSAMINDA UNUTULMUŞ DÜĞÜN GELENEKLERİ: KEPSUT İLÇESİ ÖRNEĞİ 18
TANITIM FİLMLERİNİN TURİZM AÇISINDAN GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ: BALIKESİR ÖRNEĞİ 19
DİJİTAL BAĞIMLILIĞIN GÖLGESİNDE TURİZMİN GÜNEŞLİ YÜZÜ: ALTERNATİF BİR TURİZM ARASI 20

FÜZYON MUTFAK AKIMI VE SEMİYOTİK ANALİZ: AKADEMİSYENLER ÜZERİNE BİR İNCELEME 21
TURİZM İŞLETMESİ YÖNETİCİLERİNİN SAĞLIK TURİZMİNE BAKIŞ AÇILARININ NÖROBİLİMSEL ANALİZİ 22
EN İYİ TURİZM KÖYÜ ADAYLARINDAN KÜÇÜKKÖY'ÜN SWOT ANALİZİ 23
KARİYER ETKİNLİKLERİNDE TURİZM SEKTÖR TEMSİLCİLERİNİN VE TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN BEKLENTİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ 24
NETFLİX'TE YER ALAN GASTRONOMİ TEMALI İÇERİKLERİN AYRINTILI İNCELEMESİ 25
MİTOLOJİK TANRILARIN KUTSAL YİYECEKLERİ 26
GASTRONOMİ MARKALAŞMASININ WEB SİTELERİ ÜZERİNDEN İNCELENMESİ: İSTANBUL MUTFAĞI SUNAN RESTORANLAR ÖRNEĞİ 27
SÜRDÜRÜLEBİLİR DESTİNASYON YOLUNDA MAKER HAREKETİ: SENTRUM PROJESİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME 28
TÜRKİYE'DEKİ E-SPOR ETKİNLİK ORGANİZATÖRLERİNİN DİJİTAL PAZARLAMA FAALİYETLERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ 29
MUĞLA İLİ COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİ KULLANILARAK CHEESECAKE REÇETESİ GELİŞTİRİLMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA* 30
TURİZM TANITIMINDA INSTAGRAM'IN KULLANIMI: GOBALIKESİR HESABINA YÖNELİK BETİMSEL BİR ANALİZ 31
EVSEL GIDA ATIKLARI EVLERDE BESLEDİĞİMİZ PATİLİ DOSTLARIMIZ İÇİN NE KADAR UYGUN? VETERİNERLERİN GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 32
KIRSAL TURİZM GİRİŞİMCİLERİNİN YEŞİL EKONOMİYE YÖNELİK GÖRÜŞLERİ 33
YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE EĞİTİMLİ İLE ALAYLI ŞEFLERİN TERCİHİ VE SEKTÖR BAŞARILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ 34
YİYECEK İÇECEK HİZMETLERİ ALANINDAKİ ÖĞRENCİLERİN İSTİHDAM KAYGILARININ VE ÜNİVERSİTE EĞİTİMİNDEKİ TERCİHLERİNİN İNCELENMESİ: SİNOP ÖRNEĞİ 35
REÇETE STANDARTLAŞTIRMA: MANCARLI PİDE ÖRNEĞİ 36
TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜNDE TATLI İSİMLENDİRMELERİ 37
DİJİTAL PAZARLAMA KAPSAMINDA DİJİTAL İLGİLENİM: BALIKESİR TURİZMİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA 38
GÖNEN TERMAL OTELLERİNİN ÇEVRİM İÇİ KULLANICI YORUMLARI ARACILIĞIYLA MEVCUT DURUMUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ 39
YEREL HALKIN SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASA İLİŞKİN FARKINDALIK DÜZEYİNİN BELİRLENMESİ 40
TURİSTLERİN DOĞA TURİZMİ TERCİHLERİNİ YÖNETEN SOSYAL MEDYA FAKTÖRLERİNİN BELİRLENMESİ: TREKKİNG ÖRNEĞİ 41
SINDIRGI'DA KURTARILMASI GEREKEN BİR KÜLTÜR VARLIĞI: ŞERİF PAŞA KONAĞI (KOCAKONAK) 42
SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA TURİST REHBERİ ADAYLARININ GÖNÜLLÜ SADE YASAM TARZLARININ BELİRLENMESİ 43

TÜRK MUTFAĞINDA YER ALAN BAZI GELENEKSEL GIDALARIN PSİKOBİYOTİK POTANSİYELLERİ 44

AŞÇILIK ÖĞRENCİLERİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ ALGILARINA YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA: HALFETİ MYO ÖRNEĞİ 45

JEOPARK VE JEOTURİZM KONULU ÇALIŞMALARIN BİBLOYOMETRİK ANALİZİ 46

ORTAÖĞRETİM DÜZEYİNDE MESLEKİ TURİZM EĞİTİMİ GÖREN ÖĞRENCİLERİN İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ KONUSUNDA BİLGİ DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA 47

ŞEHİR TURİZMİNDE YENİ BİR TUR ROTASI ÖNERİSİ: BANDIRMA 48

YEREL YÖNETİMLERİN TURİZME BAKIŞI VE YENİ DESTİNASYONLAR YARATMADA ENGELLER 49

TÜRKİYE KÜLTÜR YOLU FESTİVALLERİ KAPSAMINDA MANİSA KÜLTÜREL TURİZM DESTİNASYONUNA NASIL DÖNÜŞEBİLİR? 50

BALIKESİR'İN FOTOĞRAF DİLİ: KİMLİK, HAFIZA VE İMAJ 51

TURİZM ALANINDA LİSANSÜSTÜ DÜZEYDE EĞİTİM ALAN ÖĞRENCİLERİN DERS SEÇİM KRİTERLERİNİN TESPİT EDİLMESİ 52

MİTLERİN VE EFSANELERİN TURİZMDEKİ ROLÜ: KAZDAĞLARI ÖRNEĞİ 53

SOSYAL MEDYA ÖRNEKLEMİNDE GERÇEKLEŞTİRİLEN GASTRONOMİ TEMALI ARAŞTIRMALAR ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR DERLEME 54

İÇKİLER VE İÇECEKLER BAĞLAMINDA GASTRONOMİ ARAŞTIRMALARININ GÜNCEL DURUMU VE GELECEĞİ ÜZERİNE BİR SİSTEMATİK DERLEME 55

ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI TURİZMİ KAPSAMINDA YAPILAN ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ 56

YAPAY ZEKA İK'NIN YERİNİ ALABİLİR Mİ?: TURİZMDE MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİ VE EĞİTİM PLANLAMASI ÖRNEĞİ 57

TURİST REHBERLERİNE YÖNELİK UZMANLAŞMA PROGRAMI ÖNERİSİ: EVLİYA ÇELEBİ YOLU 58

KÜLTÜREL MİRAS DEĞERLERİNİN KORUNMASINDA COĞRAFİ İŞARETLEMENİN ÖNEMİ: BALIKESİR'İN İNCİSİ KİRLİ HANIM PEYNİRİ ÖRNEĞİ 59

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE İSTİHDAM VE ÜCRETLERİN CİNSİYETLERE GÖRE DEĞİŞİMİ: YATAY KESİT VERİLERDEN KANITLAR 60

PRESTİJ ÖDÜLLÜ RESTORANLARA YÖNELİK YAPILAN YORUMLARIN İNCELENMESİ: MICHELIN GUIDE ÖRNEĞİ 61

İSRAF KARŞITI HAREKET: FREEGANLAR VE SÜRDÜRÜLEBİLİR BESLENME 62

DANIŞMANIM YAPAY ZEKÂ: TURİZM EĞİTİMİNDE VE ARAŞTIRMALARINDA YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARI 63

TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN HİZMET VERME YATKINLIKLARININ SEKTÖRDE ÇALIŞMA NİYETİNE ETKİSİ 64

TURİZM İŞLETMELERİNDEKİ ÖRGÜTSEL STRES FAKTÖRLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 65

SİVAS TURİZMİNDE KÜLTÜREL MİRASIN KORUNMASI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR BAKIŞ 66

TÜRKİYE'DE PASTACILIK VE EKMEKÇİLİK EĞİTİMİ VEREN ÜNİVERSİTELER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 67
GASTRONOMİ TEMALI FİLMLERİN GÖSTERGEBİLİM YAKLAŞIMI İLE İNCELENMESİ: HUNGER FİLM ÖRNEĞİ 68
YEREL HALKIN KÜLTÜREL MİRAS FARKINDALIĞI: BİRGİ ÖRNEĞİ 69
TURİZMDE YANLIŞ HABER/BİLGİ YAYILIMININ DOĞRULUK KONTROLÜ PLATFORMLARI ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ 70
OTEL İŞLETMELERİNDE GASTRONOMİ ETKİNLİKLERİ: GAZİANTEP İLİ ÖRNEĞİ 71
GASTRONOMİ VE TEKNOLOJİ KONULU MAKALELERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ 72
GASTRONOMİ TURİZMİ VE BİSİKLET TURİZMİ İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 73
TURİZM VE YEREL YÖNETİM KONULU AKADEMİK YAYINLARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ 74
MİRAS GIDA KAVRAMI VE BÖLGESEL TURİZM GELİŞİMİ AÇISINDAN ÖNEMİ 75
PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN ÖRTÜK BİLGİ KULLANIM DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ 76
YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ: İŞ KAZASI HABERLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME 77
ANTANDROS KAZI BAŞKANLIĞI ARKEOLOJİ-TURİZM PROJESİ OLARAK BAŞLANGICINDAN BUGÜNE AENEAS'IN ROTASI 78
BALIKESİR İÇİN YENİ TURİZM DESTİNASYONU PROJE ÖNERİSİ: MİTOLOJİ MÜZESİ 79
OTEL İŞLETMELERİNDE AKILLI TURİZM UYGULAMALARI: NG PHASELİS BAY ÖRNEĞİ 80
YEREL KAHVE MARKALARI KÜRESEL MARKAYA EVRİLEBİLİR Mİ? BALBUCKS ÖRNEĞİ: SWOT ANALİZİ 81
SİNEMATOGRAFİK ANLATIDA TURİST REHBERLİĞİ 82

TURİST REHBERLERİ İÇİN EGE BÖLGESİ YAVAŞ ŞEHİRLERİNE YÖNELİK UZMANLAŞMA EĞİTİMİ ÖNERİSİ

Abdulbaki Güçlü[1]
Hasret Ulusoy Mutlu[2]

ÖZET

Turist rehberlerine yönelik oldukça farklı alanlarda uzmanlaşma eğitimleri gerçekleştirilmekte ve bu eğitimler turist rehberleri tarafından ilgi görmektedir. Turist rehberlerinin uzmanlaşma eğitimlerine tabi olması ve bu eğitim sonunda başarılı olması, turist rehberleri için yeni bir gelir kapısı ortaya çıkarmakta ve onları diğer turist rehberlerinden daha avantajlı konuma getirmektedir. Uzmanlaşma eğitimleri belirli bir konuda veya alanda verilebileceği gibi belirli bir destinasyona yönelik de gerçekleştirilebilmektedir. Yavaş şehirler dünyada ve Türkiye'de oldukça fazla ziyaretçi çeken turistik destinasyonlardandır. Özellikle Türkiye'de yavaş şehirlerin bir kısmının mevcut turistik yörelerde olması, bu şehirleri ziyaretçilerin uğrak noktaları haline getirmektedir. Buradan hareketle yavaş şehirler turist rehberlerinin uzmanlaşabilecekleri bir alan olarak düşünülebilmektedir. Turist rehberlerinin yavaş şehirler üzerine uzmanlaşmış olmaları, bu destinasyonlara gelen turistler tarafından ziyaretleri süresince tercih edilmelerinde etken rol oynayacaktır. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, turist rehberleri için yavaş şehirler üzerine bir uzmanlaşma eğitimi önerisi sunmaktır. Çalışma kapsamında Ege Bölgesi pilot bölge olarak seçilmiş ve bu bölgede bulunan beş yavaş şehir Foça (İzmir), Seferihisar (İzmir), Yenipazar (Aydın), Akyaka (Muğla), Köyceğiz (Muğla) uzmanlaşma eğitimi içeriğine tabi tutulmuştur. Çalışma kapsamına Ege Bölgesi'nin seçilmiş olmasında Türkiye'nin ilk yavaş şehri seçilen Seferihisar'ın bu bölgede yer alması önemli bir rol oynamaktadır. Uzmanlaşma eğitimi önerisi, Uzmanlaşma Usul ve Esasları çerçevesinde teorik ve uygulamalı eğitim olmak üzere iki aşamadan oluşmaktadır. Çalışma bağlamında teorik ve uygulamalı eğitim kapsamında olması gereken adımlar ve içerikler detaylı olarak verilmiştir. Çalışmanın sonucunda elde edilen uzmanlaşma eğitimi önerisi çerçevesinde uygulamaya dönük somut öneriler sunulmuştur. Türkiye'de bulunan diğer yavaş şehirlere yönelik meslek odalarının ve/veya Turist Rehberleri Odaları Birliği'nin uzmanlaşma programları düzenlemesi bu öneriler arasındadır.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberi, Uzmanlaşma Eğitimi, Yavaş Şehir.

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Balıkesir/Türkiye, 202312559001@baun.edu.tr
[2]Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, hasretulusoy@balikesir.edu.tr

DİYARBAKIR'DA TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN TURİZM SEKTÖRÜNE YÖNELİK TUTUMLARI

Adnan Burak Acar[1]
Cevdet Avcıkurt[2]

ÖZET

Birçok kişiye istihdam ve kariyer olanakları sağlayan turizm sektörü Türkiye'nin kritik öneme sahip sektörlerinden birisidir. Emek-yoğun özelliği nedeniyle nitelikli insan gücüne çok fazla ihtiyaç duyulması üniversitelerde turizm bölümlerinin hızla yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır. Üniversite öğrencileri için eğitim dönemi aynı zamanda kariyerlerini hangi alanlarda devam ettireceklerine karar verdikleri kritik bir dönemdir. Personel devir hızının yüksek olduğu sektörlerden birisi olan turizm sektörü, kariyerini bu alanda devam ettirmek isteyen eğitimli kişilere ihtiyaç duymaktadır. Bu bilgilerden yola çıkılarak bu çalışmanın konusu; Diyarbakır'da turizm eğitimi alan üniversite öğrencilerin turizm sektörüne yönelik tutumlarının belirlenmesidir. Çalışmanın amacı; öğrencilerin turizm sektörüne yönelik belirlenen tutumları doğrultusunda turizm sektöründen beklentileri, geleceğe dair kariyer planları ve sektördeki gelişmelerin üniversite öğrencilerinin derslerine çalışma motivasyonlarını ne kadar etkilediğinin saptanmasıdır. Araştırmada nicel analiz tekniklerinden anket tekniği tercih edilmiştir. Anket formunda geçerliği ve güvenilirliği sınanmış "Turizm Sektörüne Yönelik Tutum Ölçeği" ifadeleri ile öğrencilere ait kişisel bilgiler yer almaktadır. Araştırmanın örneklem grubunu tesadüfü örnekleme yöntemi ile seçilmiş 2023-2024 Bahar döneminde Dicle Üniversitesi'nde turizm ile ilgili bölümlerde (Turizm ve Otel İşletmeciliği, Turizm Animasyonu, Aşçılık) öğrenim gören ön lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Veriler Google form aracılığıyla internet ortamında toplanmış ve SPSS istatistik programı ile analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada ön lisans öğrencilerinin turizm sektörüne yönelik olumlu bir tutuma sahip oldukları ve mezun olduktan sonra kariyerlerini turizm sektöründe devam ettirmeye istekli oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda Dicle Üniversitesi'ndeki turizm bölümlerinin, turizm işletmeleri ile protokollerini artırarak, sektörün çalışmaya istekli, nitelikli eleman ihtiyacına cevap vermesi gerektiği önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Diyarbakır, Turizm, Tutum, Öğrenci.

[1]Öğr. Gör., Dicle Üniversitesi, Diyarbakır Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Diyarbakır/Türkiye, burak.acar@dicle.edu.tr
[2]Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, avcikurt@balikesir.edu.tr

COĞRAFİ İŞARETLİ EL SANATLARININ BÖLGE TURİZMİNE KATKILARINA YÖNELİK DEĞERLENDİRME

Afitap Bulut[1]
Serap İnceöz[2]

ÖZET

Kültürün bir parçası olarak geleneksel el sanatları turizmde önemli çekicilik unsurlarından biridir. Geleneksel el sanatları hem külütrel mirasın devamını sağlaması hem de ekonomik katkılar bakımından da ayrı bir öneme sahiptir. Coğrafi işaretli geleneksel el sanatları, bir bölgenin kimliğini ve kültürel mirasını temsil ederken aynı zamanda turistlerin bu el sanatlarını deneyimlemesi ve satın alması, yerel ekonomiye destek olmanın yanı sıra kültürel değişim ve anlayışın da gelişimine katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla, coğrafi işaretli geleneksel el sanatlarının turizm açısından değeri büyüktür ve bu sanatların korunması ve desteklenmesi büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı; Türkiye'de Türk Patent Kurumu tarafından Coğrafi işaret tescili ve tescil başvurusu yapılan el sanatlarının tespit edilerek, yapılan literatür çaluışmasıyla desteklenip bu el sanatlarının bölge turizmine katkılarını değerlendirmek ve bu doğrultuda öneriler sunmaktır. Çalışma Mart 2024 tarihine kadar Türkiye'de coğrafi işaret tescili almış ve başvurusu yapılmış el sanatları ile sınırlıdır. Bu kapsamda yedi coğrafi bölgenin tamamındaki 81 ilin coğrafi işaret tescili olan ve tescil başvurusu yapılan tüm geleneksel el sanatları verileri alınarak tablo ve grafikler ile sunulacak ve bulgular değerlendirilecektir. Bu el sanatlarının bölge turizmine katkılarına yönelik ulusal, bölgesel ve yerel projeler, uygulamalar ve müzeler de sunulacaktır. Nitel bir araştırma olan bu çalışma ile geleneksel el sanatlarının turizm ve bölgesel kalkınma için önemine değinmesi ve Mart 2024 itibariyle Türkiye'deki mevcut geleneksel el sanatlarının haritasını sunması bakımından önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel El Sanatları, Coğrafi İşaret, Kültürel Miras, Turizm.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Devrek Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Zonguldak/Türkiye, afitapbulut@beun.edu.tr
[2]Öğr. Gör. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Cumhuriyet Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü Sivas/Türkiye, sinceoz@cumhuriyet.edu.tr

TURİZME YÖNELİK ULUSLARARASI VE ULUSAL DÜZEYDE DESTEKLENEN PROJELERE İLİŞKİN DEĞERLENDİRME

Afitap Bulut[1]

ÖZET

Ülkelerin ve bölgelerin kalkınma süreçlerinde turizmin sürdürülebilir şekilde desteklenmesi, alt yapı ve üst yapı unsurlarının iyileşitirilmesi, işbirliği, tanıtım gibi tuirzm talebini etkileyecek faaliyetlerin desteklenmesi önem arz etmektedir. Özellikle uluslararası projeler aynı bölge veya farklı bölgeler arasında işbirliğini, sürdürülebilir kalkınma amaçları doğrultusunda hareket edilmesini, ortak çözümler getirmeyi, turizm faaliyetlerinin yaygınlaştırılmasını desteklemektedir. Proje destekleri finansal açıdan her zaman sadece devlet imkanlarıyla olmamaktadır. Çeşitli uluslararası ve ulusal kuruluşlar turizmin gelişimini destekleyen projelerle ilgili çağrılar yoluyla bu sürece katkı sunmaktadır. Bu çalışmanın amacı turizmin geliştirilmesine yönelik projeleri destekleyen uluslararası ve ulusal çağrıları araştırarak, doğrudan veya dolaylı olarak turizmle ilgili son beş yılda çağrısı yapılan proje çağrılarını ve mevcut çağrıları araştırarak turizm sektörüyle paylaşmaktır. Bu çalışma ile sektörün projelere yönelik farkındalıklarının arttırılması, proje çağrıları hakkında bilgi sahibi olmaları ve proje yönetimlerine ilişkin deneyim paylaşımları ile turizmle ilgili hazırlanan projelerin sayısının arttırılması da amaçlanmaktadır. Çalışma kapsamında 2020-2024 tarihlerinde uluslararası ve ulusal düzeyde desteklenen proje çağrılarına ilişkin bilgiler verilecek, uygulanan proje örneklerine ilişkin deneyim paylaşımı yapılacak ve gelecek dönemlerde başvurulabilecek turizm odaklı projeler hakkında öneriler sunulacaktır. Bu kapsamda hepsi turizme yönelik olmak üzere Avrupa Birliği'nin proje çağrıları UNESCO ve diğer uluslararası kurumlara ait, Büyükelçilikler, Türkiye'deki Bakanlıklar, Kalkınma Ajansları, Özel kuruluşlara ait proje desteklerine yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Projeleri, Proje Yönetimi, Uluslararası Turizm Projeleri.

[1]Dr.Öğr.Üyesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Devrek Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Zonguldak/Türkiye, afitapbulut@beun.edu.tr

YAPAY ZEKÂ TEKNOLOJİLERİNİN OTEL WEB SAYFALARI AÇISINDAN İNCELENMESİ

Anıl Vatan Er[1]
Atınç Olcay[2]
Belma Suna[3]

ÖZET

Teknolojinin büyümesi, otel endüstrisinde yapay zekâ (AI) tabanlı uygulamalar ve hizmetler gibi son teknoloji sistemlerin kullanılmasıyla sonuçlanmaktadır. Son zamanlarda, bu tür teknolojilerin benimsenmesi ve bunların otellerin işletme maliyetleri ve müşterilere hizmet kalitesi üzerindeki etkileri hakkında bazı tartışmalar olmuştur. Bu yeni teknolojilerin önemini göz önünde bulunduran bu araştırma, otel endüstrisinde yapay zekâ teknolojilerinin benimsenmesini araştırmaktadır. Otelcilik sektörü son yıllarda yapay zekâ (AI) teknolojilerinin önemli bir entegrasyonuna tanık olmuştur. Söz konusu sektördeki yapay zekâ uygulamaları çeşitli türlerde kategorize edilebilir: Sohbet robotları ve sanal asistanlar, kişiselleştirme motorları, optimizasyon hizmetleri vb. Buradan hareketle araştırmada; otellerin web sitelerini, uyguladıkları yapay zekâ teknolojileri açısından incelemek amaçlanmaktadır. Yapay zekâ teknolojilerinin kullanımı ve mevcut uygulamalardan örneklerin ortaya konması için, ‘’similarweb’’ platformu kullanılmıştır. Similarweb, web analitiği ve pazarlama araştırmaları alanında faaliyet gösteren bir platformdur. İnternet sitelerinin trafik verilerini ölçmek, analiz etmek ve karşılaştırmak için kullanılmaktadır. Bu sayede, bir web sitesinin ziyaretçi sayısı, kullanıcı davranışları, trafik kaynakları ve diğer önemli ölçümleri hakkında ayrıntılı bilgi sahibi olunabilmektedir. Platform, web siteleri için yararlı rekabet analizleri sunar. Similar web platfromunda turizm ve konaklama alanında otellerin yer aldığı en iyi 100 web sitesi (booking.com, airbnb, agoda, vb.) taranmıştır. Bu web sitelerinden de en iyi trafik alan 15 otelin web sitesi incelenmiştir. Wappalyzer programı ile web sitelerinin frontend ve backend modüllerinde yapay zekâ uygulamalarına dair izler gözlemlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre yapay zekâ uygulamaları; Gelir Yönetim Sistemi (Revenue Management Systems-RMS), Tahmine Dayalı Analitik (Predictive Analytics), Müşteri İlişkileri Yönetimi (Customer Relationship Management- CRM), Kişiselleştirme Motorları (Personalization Engines), İçerik Yönetim Sistemi (Content Management System - CMS), Reklam Yönetim Sistemi (ads management system) olmak üzere 6 farklı kategoride toplanmıştır. Araştırmanın sonucunda otellerin sohbet botu ve sanal asistan kullanmadığı dikkat çekmiştir. Buna rağmen kişiye özel fiyat vermek amacıyla kişiselleştirme motorları sıkça kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, Otel İşletmeleri, Web Sayfası.

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Gaziantep/Türkiye, owlonic@gmail.com
[2]Prof. Dr., Gaziantep Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Gaziantep/Türkiye, olcay@gantep.edu.tr
[3]Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Tekirdağ/Türkiye, info@medyaverse.com

BİR SİVİL TOPLUM KURULUŞUNUN TURİZME KATKISI: ANTANDROS DERNEĞİ ÖRNEĞİ

Gülçin Cömert[1]
Leyla Yeltin[2]
Sebile Gülüzar Dışkaya[3]

ÖZET

Antandros Antik Kenti'nin ortaya çıkarılması ile korunmasına destek vermek ve farkındalık yaratmak amacıyla 1999 tarihinde kurulan dernek, bugüne kadar yaptığı çalışmalarıyla Antandros Antik Kentinin turizm destinasyonu olarak oluşmasına katkı sağlamaktadır. Dernek ilk kurulduğu günden bu yana pek çok proje, çalışma ve etkinlik yürütmüştür. 2011 yılında AB "Castro& Antandros" Projesi, 2017 yılında Aeneas Çalıştayı, 2017 ve 2022 yılları arasında Antik Dönem Lezzetleri Yemek Etkinliği, 2023 yılında Antik Dönem Sofraları kitabının yayımlanması, kazı alanında dernek üyelerinin gönüllü rehberlik hizmetleri, Sındırgı, Balya, Havran'a geziler düzenlenmesi, "Adım Adım Edremit" yürüyüş turunun başlatılması ve yeni "Kültür ve Turizm Destinasyonlarının" oluşturulmasına katkı sağlanması ve Doç. Dr. Yasemin Polat'ın hazırladığı Arkeopark Projesi ile 3700 çocuğa arkeoloji, mitoloji, kültürel miras konusunda farkındalık yaratılması ve bu aktivitenin Turizm işletmeleri tatil paketlerine eklenmesi gibi projeler derneğin gerçekleştirdiği projelerden sadece birkaçıdır. Bu çalışmalar ile Antandros Antik kentinin bilinirliği güçlendirilmiş, ören yeri ilan edilmesi süreci hızlandırılmış ve kamu kurum ve kuruluşlarınca "Ziyaretçi Merkezi Projesi" hazırlanmıştır. Her ne kadar resmi olarak ören yeri ilan edilmemiş olsa da Antandros Derneğinin gerçekleştirdiği bu farkındalıkla Antandros, her gün yüzlerce kişinin ziyaret ettiği bir turizm destinasyonuna dönüşmüştür. Bölge turizminin 12 aya yayılması açısından yalnızca Antandros'un değil, Kazdağı'nın ve diğer bölge antik kentlerinin, tanıtılması, antik yemek uygulamalarının turizm sektöründe yaygınlaştırılması, antik dönem yürüyüş rotalarının belirlenmesi ile yeni turizm destinasyonlarının oluşturulması önerilmektedir. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı Sivil Toplum Kuruluşlarının turizme olan katkısının Antandros Derneği örneğinde incelenmesidir.

Anahtar Kelimeler: Antandros Antik Kenti, Antandros Derneği, Sivil Toplum Kuruluşu, Turizm.

[1]Yönetim Kurulu Başkanı, Antandros Derneği, Sivil Toplum Kuruluşu, Balıkesir/Türkiye, gulcincomert@hotmail.com
[2]Yönetim Kurulu Başkanı, Antandros Derneği, Sivil Toplum Kuruluşu, Balıkesir/Türkiye, lyeltin@gmail.com,
[3]Yönetim Kurulu Üyesi, Antandros Derneği, Sivil Toplum Kuruluşu, Balıkesir/Türkiye, sebilediskaya@gmail.com

GAZİANTEP'TE ÖZEL GÜN YEMEKLERİ 'YUVARLAMA ÖRNEĞİ'

Oya Özkanlı[1]
Ayşe Ela Kekilli Gül[2]

ÖZET

Bu araştırmanın amacı yuvarlamanın hazırlanması ve yapım aşamasındaki çeşitliliğin incelemesidir. Yuvarlama tarihi çok eskiye dayanan ve hala günümüzde Gaziantep yöresel mutfak denildiğinde akla ilk gelen bayram ve özel gün ürünlerinden biridir. Yuvarlama, kadim metodlarla elde edilen pirinç unu ve etin birleşiminden meydana gelen bir yemektir. Yuvarlama Gaziantep'te ilk akla gelen özel gün yemeklerinden olup genellikle ramazan bayramlarında sabah tüketilir. Araştırma nitel araştırm yöntemlerinden olgubilim desenine göre tasarlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubu Gaziantep'te ikamet eden farklı demografik özelliklere sahip 10 katılımcıdan oluşmaktadır. Araştırmanın verileri araştırmacı tarafından oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formu ile toplanmıştır. Verilerin analizinde içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır. Çözümleme sonrası veriler kodlanmıştır. Bu süreçte kodlama anahtarı da kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre yuvarlama hamurunun hazırlık aşamasında soğan kullanılmaktadır. Araştırmadan elde edilen bir başka bulgu ise yuvarlamada kullanılan etin çeşidinin değişmediği ancak pişirme metodunda farklı tekniklerin kullanıldığı görülmektedir. Araştırmada elde edilen bulgulara göre yuvarlamanın yapımında farklılıklar olsa da Gaziantep mutfağının önemli özel gün yemeklerinden biri olduğu ve her sosyo-ekonomik kesimden insanların mutfaklarında pişirildiği tespit edilmiştir. Bu araştırmanın sonucuna göre de yuvarlamanın Gaziantep kültüründe önemli bir özel gün yemeği olduğu ve gelecek nesillere aktarılması için çeşitli etkinlikler düzenlenmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yuvalama, Gaziantep, Yöresel Mutfak.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Gaziantep Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Gaziantep/Türkiye, ozbayram27@hotmail.com
[2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Gaziantep/Türkiye, elakekilli@hotmail.com

GILGAMIŞ'IN SOFRASI: DESTANDA GEÇEN GASTRONOMİK UNSURLAR

Ayşenur Erten[1]
Zehra Kaya[2]

ÖZET

Gılgamış Destanı, antik Mezopotamya kültürünün önemli bir parçası olan epik bir eserdir. Günümüzden 2000 yıl önce yazılmış bu destan, insanın yaşamın anlamını arayışını, dostluğun ve insanlığın değerini, ölümle yüzleşmeyi ve yaşamın kaçınılmazlığını ele alır. Bu nedenle, dünya edebiyatının en eski ve en etkileyici eserlerinden biri olarak kabul edilir. Bu destan, sadece mitoloji ve kahramanlık hikayeleri açısından değil, aynı zamanda o dönemin yaşam tarzı ve kültürel alışkanlıkları hakkında da değerli bilgiler sunar. Gılgamış Destanı'nda geçen gastronomik unsurları inceleyerek antik Mezopotamya'da beslenme alışkanlıklarını ve kültürel ögeleri hakkında bilgi sahibi olunabilir. Gastronomik unsurlar da bu kültürel yapı içinde önemli bir yer tutar. Destanda sıkça bahsedilen besinler arasında ekmek ve tahıl ürünleri öne çıkar. Buğday ve arpa gibi tahılların işlenmesiyle yapılan ekmekler, antik Mezopotamya'nın temel besin kaynaklarındandı. Et ve av hayvanları da destanın önemli bir bileşenidir. Gılgamış ve Enkidu'nun avladığı hayvanlar arasında boğa, aslan gibi eti insanlar tarafından tüketilen hayvanlar bulunmaktadır. Şarap ve içkiler, Gılgamış Destanı'nda sık sık karşımıza çıkar. Özellikle krallar ve soylular arasında yaygın olan şarap içme geleneği, ziyafetlerin vazgeçilmez bir parçasıydı. Tanrıçanın Enkidu'ya sinirlenip "Evinde ziyafetler kurulmasın" söylemi de dönemde ziyafetlere verilen önemin kanıtıdır. Balıkçılık ürünleri de destanda önemli bir rol oynar. Balıkçılık, nehirlerin ve su kaynaklarının bolluğu sayesinde yaygın bir geçim kaynağıydı ve balık tüketiminden sıkça bahsedilir. Bu gastronomik unsurlar, Gılgamış Destanı'nın okuyucularına antik Mezopotamya'nın beslenme alışkanlıkları ve kültürel yaşamı hakkında değerli bir bakış sunar. Beslenme alışkanlıkları, o dönemin sosyal, ekonomik ve kültürel bağlamlarını anlamak için önemli ipuçları sağlar.

Anahtar Kelimeler: Gılgamış Destanı, Gastronomik Unsurlar, Yemek Kültürü.

[1]Arş. Gör., Beykoz Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul/Türkiye, aysenurerten@beykoz.edu.tr
[2]Öğr. Gör., Beykoz Üniversitesi, Beykoz Lojistik Meslek Yüksekokulu, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü, İstanbul/Türkiye, zehrakaya@beykoz.edu.tr

TURİST REHBERLERİNİN İŞ (TUR) ALMA BİÇİMLERİ

Bahar Özcan[1]
Serkan Türkmen[2]

ÖZET

Turist rehberliği turizmin gelişmesiyle birlikte her geçen gün önemini arttıran bir meslek haline gelmiştir. Turist rehberleri yaşadıkları ülkeyi en iyi şekilde temsil etmekte ve turistlerin tatil deneyim kalitesini en üst seviyede yaşamalarını sağlamaktadırlar. Turistlerin ziyaret süreleri boyunca onlarla birebir hizmetlerde bulunan turist rehberleri, sağlamış oldukları performans ile turist memnuniyetini etkilemekte, bu durum da turist ağırlayan ülkelerin ve işletmelerin hem tanıtılmasında hem de yeniden tercih edilmesinde aktif rol oynamaktadır. Ancak turizm sektörü için büyük öneme ve niteliğe sahip olan turist rehberlerinin iş bulma konusunda zorluk çekmeleri erken dönemde sektörden uzaklaşmalarına ve mesleği terk etmelerine sebep olmaktadır. Bu durum sürdürülebilir rekabetin sağlanması için deneyimli ve kalifiye rehberlerin sektör içerisinde kalmasına engel olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Çanakkale Bölgesel Turist Rehberleri Odası'na (ÇARO) kayıtlı turist rehberlerinin iş (tur) alma biçimlerinin belirlenmesidir. Bu araştırmada veri toplamak için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Elde edilen veriler sonucunda, turist rehberlerinin tur almasındaki zorluklar ve kolaylıklar tespit edilmiştir. Mesleki deneyime göre tur alma biçimlerinin değiştiği, özellikle çalışma kartını yeni almış rehberlerin tur bulma konusunda zorluk çektikleri ve meslekte yeni oldukları için taban altı ücretli tur tekliflerinin verildiği tespit edilmiştir. Ayrıca rehberlerin iş bulma konusunda referansların, Whatsapp gruplarının, sosyal medyanın ve ÇARO'nun etkili olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberleri, Tur Alma Biçimleri, ÇARO.

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Çanakkale/Türkiye, ozcanbahar555@gmail.com
[2]Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü, Çanakkale/Türkiye, sturkmen@comu.edu.tr

BALIKESİR'DEKİ KAMP İŞLETMELERİNE YÖNELİK ZİYARETÇİ YORUMLARININ İNCELENMESİ

S. Banu Yıldız[1]

ÖZET

Büyük şehirlerde yaşayan insanlar, günlük yaşamın koşuşturmasından, stresinden uzaklaşmak için doğayla iç içe olmak, dinlenmek isterler. Doğaya duyulan özlem özellikle pandemi sürecinde insanları açık alan rekreasyon faaliyetlerinden olan kampçılığa yöneltmiştir. Doğa temelli alternatif turizm türlerinden olan kamp turizmine eğilim şehir hayatından kaçma isteğiyle artmıştır. Balıkesir, gerek doğal gerek tarihi, kültürel zenginliklerin yoğun olduğu turistik bir ildir. Balıkesir'in Marmara ve Ege denizlerine kıyısı olması, doğal koyları, zengin doğası, Kazdağı ve Kapıdağ yarımadalarının bu bölgede olması, kamp turizmini geliştirmiş ve kamp işletmelerinin (kamping) sayısını artırmıştır. Bu çalışmanın amacı Balıkesir'deki kamp işletmelerine yönelik ziyaretçi yorumlarının incelenmesi, kamp alanlarının genel durumunun değerlendirilmesidir. Bu amaç doğrultusunda önemli bir seyahat platformu olan Tripadvisor.com'da yer alan Balıkesir'deki kamp işletmelerine yönelik ziyaretçi yorumlarına, nitel araştırma yöntemi olan içerik analizi uygulanmıştır. 2024 yılına kadar yapılmış toplam 520 yorum çalışmanın veri setini oluşturmaktadır. Elde edilen yorumlar sınıflandırılarak kategorileştirilmiştir. Ayrıca bazı yorumlardan doğrudan alıntılar yapılarak bulgular desteklenmiştir. Çalışmada ziyaretçiler açısından kamp işletmelerinin olumlu, olumsuz yönleri, eksiklikleri, ziyaretçilerin memnuniyet düzeyleri tespit edilmeye çalışılmış, sonuçlar doğrultusunda öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Balıkesir, Kamp, Kamp İşletmeleri (Kamping), Ziyaretçi Yorumları.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Balıkesir/Türkiye, banugulec23@hotmail.com

TURLARDA GRUP UYUMUNUN SAĞLANMASINDA TURİST REHBERLERİNİN UYGULADIKLARI ETKİNLİKLERİN BELİRLENMESİ*

Batuhan Eren Şeremetli[1]
Özlem Köroğlu[2]

ÖZET

Tur deneyiminin bir parçası olarak tur katılımcıları birbirleriyle etkileşime girerek aralarında bağ kurabilmekte ve grup uyumu geliştirebilmektedir. Turlarda grup uyumunun sağlanması ise hem tur başarısının artmasını hem de tur deneyiminin en üst seviyede yaşanmasını mümkün kılmaktadır. Bu bağlamda turlarda grup uyumunun sağlanmasında turist rehberlerinin uyguladıkları etkinlikleri belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bu araştırma, keşifsel bir bakış açısını benimseyen nitel bir araştırma biçiminde tasarlanmıştır. Araştırmanın evrenini çalışma kartı bulunan eylemli turist rehberleri oluşturmaktadır. Araştırma 2022 yılı Ocak ve Mart ayları arasında yürütülmüş ve veriler yarı yapılandırılmış online soru formlarıyla toplanmıştır. Araştırmaya katılan 63 katılımcıdan toplanan veriler betimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre turist rehberlerinin turlarda grup uyumunu sağlamaya önem verdikleri ve yönettikleri turlarda grup uyumunu sağlamak için çeşitli stratejiler ve etkinlikler kullanmalarının yanı sıra grup uyumun sağlanmasında liderlik, arabuluculuk, bilgilendirme, aracılık ve kültür elçisi rollerinin önem taşıdığı ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte bir turun başarı ile sonlanmasında grup uyumunun turist, turist rehberi ve ülke turizmi üzerinde önemli etkilerinin olduğu, grup uyumunu sağlamanın milliyetlere ve demografik özelikler ile tur ve grup çeşidine göre değişiklik gösterdiği, grup uyumunu zorlaştıran etkenlerin ise insan özelliklerinden, davranışlarından ve operasyonel eksikliklerden kaynaklı olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca grup uyumunun sağlanmasında grup motivasyonunun önemli olduğu ve turist rehberlerinin grup motivasyonunu sağlamak için misafirlerle etkileşim halinde olup onların memnuniyetini sağlayacak etkinliklerde bulunduğu ve grup içi çatışmaların yönetilmesinde ise turist rehberlerinin liderlik, arabuluculuk ve bilgilendirici rollerinin önemli olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberliği, Grup Kavramı, Grup Uyumu, Grup Motivasyonu.

[1]Doktora Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Balıkesir/Türkiye, batuhanseremetli@yahoo.com
[2]Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, okoroglu@balikesir.edu.tr
*Bu çalışma, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Anabilim Dalı'nda Prof. Dr. Özlem KÖROĞLU danışmanlığında hazırlanmış olan "Turlarda grup uyumunun sağlanmasında turist rehberlerinin uyguladıkları etkinlikleri belirlemeye yönelik bir araştırma" başlıklı tezden üretilmiştir.

DÜNYA MİRAS LİSTESİNDEKİ CUMALIKIZIK'TA YAŞAYAN YEREL HALKIN TURİSTE KARŞI TUTUMU

Bedriye Çilem Soylu[1]
Ömer Ceyhun Apak[2]
Musa Oflaz[3]

ÖZET

Turizm endüstrisinin gelişimi dinamik bir süreçtir ve bu süreçte yerel halkın turistlere karşı tutumları, destinasyonların turizm gelişiminde önemli bir role sahiptir. Turizm faaliyetlerinin olumlu ekonomik etkileri ile olası çevresel ve sosyo-kültürel etkileri arasındaki denge, yerel halkın tutum ve katılımıyla şekillenebilmektedir. Dolayısıyla yerel halkın turistlere yönelik tutum ve davranışları, turizmin başarısını doğrudan etkileyebilmektedir. Bu nedenle, yerel halkın turizm gelişim sürecine aktif olarak dahil edilmesi ve görüşlerinin alınması gelecekteki turizm planlaması için elzemdir. Bu çalışmada Cumalıkızık'ta yaşayan yerel halkın turistlere karşı tutumlarının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Çalışmada nitel araştırma yaklaşımından yararlanılmış ve Cumalıkızık köyünde yaşayan 12 kişi ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Sonraki aşamada elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırma bulgularına göre yerel halk genel olarak turizm faaliyetlerine ve turiste karşı olumlu bir tutum içerisindedir. Katılımcılar en çok turizmin ekonomik etkilerinden fayda sağladıklarını belirtirken, olumsuz olarak yerel kültürü etkilediğini ifade etmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Yerel Halk, Tutum, Cumalıkızık.

[1]Dr., Bağımsız Araştırmacı, Balıkesir/Türkiye, bedriyecilemsoylu@gmail.com
[2]Öğr. Gör. Dr., Bayburt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Bayburt/Türkiye, ceyhun.apak@hotmail.com
[3]Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Balıkesir/Türkiye, musaoflaz@balikesir.edu.tr

POP-UP RESTORANLARIN GASTRONOMİ TURİZMİNE OLAN KATKISININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Tuba Aldemir[1]
Berre Zeynep Uçan Kayaalp[2]

ÖZET

Sabit bir mekân ve menü ile hizmet veren geleneksel restoranlara alternatif yenilikçi bir yaklaşım olarak ortaya çıkan pop-up restoranlar; mutfak şefleri tarafından hazırlanan özel menülerin, belirli bir süre boyunca ve çoğunlukla geçici mekanlarda sunulması prensibiyle hizmet vermektedir. Pop-up restoranlarda düzenlenen yemek gösterileri ve çeşitli etkinlikler farklı bir deneyim yaşamak isteyen müşteriler tarafından oldukça rağbet görmektedir. Bu etkinliklerin duyurulması ve bilet satışlarının çevrim içi platformlar üzerinden yapılması da tercih edilme oranının artmasına imkân tanımaktadır. Buradan hareketle son yıllarda oldukça ilgi gören bir gastronomi trendi olarak ortaya çıkan pop-up restoranların bireylerin gastronomi turizmi üzerine etkisinin değerlendirilmesinin gerekli olduğu düşünülmüştür. Sınırlı alan yazına sahip "pop-up restoran" kavramına ilişkin boşluğu dolduracağı öngörülen bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden literatür incelemesi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre pop-up restoranların farklı kültürlere veya yörelere ait yemekleri deneyimleme amacıyla gerçekleştirilen gastronomi turizmine önemli ölçüde katkısı olduğu söylenebilir. Pop-up restoranların sunduğu deneyimlerin, bireylerin gastronomi turizmine katılması açısından motive edici bir unsur olabileceği ve yine gastronomi turizminin önemli bir parçası olan yerel mutfakların tanıtımına da katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Bu yönüyle değerlendirildiğinde yerel ekonominin desteklenmesine de yardımcı olabileceği öngörülmektedir. Ancak pop-up restoranların çoğunlukla geçici mekanlarda hizmet vermesi dolayısıyla mekân bulmada güçlük yaşanması ya da gelir sağlamada süreklilik elde edilememesi gibi dezavantajları bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Pop-up Restoran, Gastronomi Turizmi, Müşteri Deneyimi.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, İstanbul/Türkiye, tubaaldemir@yahoo.com
[2]Öğr. Gör., İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, İstanbul/Türkiye, berrezeynepucankayaalp@gmail.com

TURİZM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN GELENEKSEL OYUN VE SPORLARA YÖNELİK TUTUM VE KATILIM NİYETLERİNİN BELİRLENMESİ

Beste Demir[1]
Bedriye Çilem Soylu[2]
Cevdet Avcıkurt[3]

ÖZET

Türk kültüründe önemli bir yeri bulunan oyun ve sporlar tarih boyunca varlığını sürdürmektedir. Kültürel değerleri içeren oyun ve sporların nesiller boyunca devam etmesini sağlayan temel etken toplumun benimsediği değerler hakkında bilgi vermesi ve toplum yaşamına dair ip uçları sunmasıdır. Geleneksel spor ve oyunların amacı; gelenek ve göreneklerin canlandırılması, yeni nesillere aktarılması ve beraberliğin sağlanmasıdır. Kırkpınar yağlı güreşleri, geleneksel Türk okçuluğu, geleneksel zekâ ve strateji oyunları Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) tarafından tescillenerek somut olmayan kültürel miras değerleri olarak koruma altına alınmıştır. Araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin geleneksel spor -oyunlara yönelik tutum ve katılım niyetlerinin tespit edilmesidir. Bu amaç doğrultusunda Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencileri örneklem olarak seçilmiştir. Araştırma kapsamında öncelikle öğrencilere seçenekler sunularak geleneksel oyun ve sporlardan bildiklerini ve daha önce katılım sağladığı faaliyetleri işaretlemeleri istenmiştir. Araştırmanın ikinci aşamasında, katılımcıların Somut Olmayan Kültürel Miras listesinde yer alan yağlı güreş, okçuluk ve geleneksel zekâ stratejilerine karşı tutum ve katılım niyetleri ölçülmektedir. Son bölümde ise ilgili bulgular ışığında öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Somut Olmayan Kültürel Miras, Geleneksel Türk Sporları.

[1]Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Balıkesir/ Türkiye, beste.demir@balikesir.edu.tr
[2]Dr., Balıkesir/Türkiye, bedriyecilemsoylu@gmail.com
[3]Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, avcikurt@balikesir.edu.tr

ULUSAL MİRAS DEĞERLERİ BAĞLAMINDA İZMİR'DE ATATÜRK'ÜN AYAK İZLERİ

Burçak Akıncı Ekiztepe[1]

ÖZET

Millî Mücadele dönemi sürecinde ve ardından Cumhuriyet döneminde ulu önderimiz Mustafa Kemal ATATÜRK'ün, mücadele arkadaşları ile birlikte ülkemizin en kuytu yerlerine kadar karış karış ziyarette bulunduğu bilinmektedir. Bu ziyaretleri kim zaman önemli ülke kararları almak; kimi zaman devletin hangi dokular, değerler, temalar ve temeller üzerinde yükseleceğini yorgun Türk milletine tanıtmak, anlatmak ve onları motive etmek, sorunları yerinde analiz etmek ve gerekli tedbirleri almak amacıyla yaptığı görülmektedir. Bu yurt gezileri ve ziyaretleri sırasında bu amaçların halkı ile birlikte vakit geçirme arzusu ile şekillendiği anlaşılmaktadır. Yurt gezilerinde konakladığı evler, mekânlar, binalar genellikle önemli olayların başlangıcı ya da süreç izleme, değerlendirme karargâhı olmuştur. Türk milletinden alınmak istenmesi üzerine başlayan işgale karşı ilk kurşunun atıldığı, dolayısıyla ulusal bağımsızlığın mücadelesinin başladığı kent olan İzmir'in ise Atatürk'ün hayatında annesi Zübeyde Hanım'ın vefat ettiği kent oluşu ve eşi Latife Hanım'ın İzmirli olmasından kaynaklı ayrı bir manevi öneme sahip olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda Atatürk'ün İzmir ziyaretleri sırasında konakladığı ve İzmir duygusalında iz bırakan mekânlar, bu çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bu mekânlar ulusal miras değerleri perspektifinden ele alınmış ve değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ulusal Miras, İzmir, Atatürk.

[1]Dr., Milli Eğitim Bakanlığı, Aydın/Türkiye, burcakakinciekiztepe@gmail.com

COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİN TANITIMINDA DİJİTAL PAZARLAMA İLETİŞİMİNİN KULLANILMASI: BALIKESİR ZEYTİNYAĞLARI ÖRNEĞİ

Büşra Diken Çolak[1]
Seray Evren[2]
Serkan Şengül[3]

ÖZET

Ürünlerin içeriği ve kalitesi açısından güven sağlayan coğrafi işaret tescili, tüketicilerin gözünde ürünün değerini artırması sayesinde firmaların bu ürünlerden daha fazla ekonomik fayda kazanmasını da sağlamaktadır. Fakat firmalar tarafından coğrafi işaretin bir pazarlama stratejisi olarak sürdürülebilmesi için daha geniş kitlelere ulaşılabilmesi ve markalaşmanın sağlanması gerekli görülmektedir. Markayı ve ürünlerini tanıtmak, müşteri kazanmak ve var olan müşteriyi elde tutmak için dijital teknolojilerin kullanılması süreçlerini ifade eden dijital pazarlama ise rekabet avantajı kazanmayı ve pazar payını genişletmeyi amaçlayan markalar için önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu doğrultuda dijital pazarlamanın ivme kazandığı günümüzde araştırmanın amacı coğrafi işaretli Ayvalık, Burhaniye ve Edremit zeytinyağı üreticisi firmaların internet sayfaları aracılığıyla uyguladıkları dijital pazarlama stratejilerinin incelenmesidir. Zeytinyağı sektörünün, ülkemiz tarım ekonomisi açısından sahip olduğu pay, bölge kalkınmasına etkisi, yarattığı katma değer ve ihracat potansiyeli araştırma evreninin belirlenmesinde etkili olmuştur. Nitel araştırma yöntemi ve örnek olay deseni benimsenen araştırmanın verileri ikincil kaynaklardan elde edilmiştir. Araştırma kapsamında incelenen firmalar ölçüt örneklem yöntemi ile belirlenmiş olup Balıkesir'de coğrafi işaretli zeytinyağı üreten 45 firmanın içerisinde internet sayfası bulunan 38 adet firma ele alınmıştır. Veriler tanımlayıcı bulgular, içeriğe ilişkin bulgular, kullanıcı kolaylığına ilişkin bulgular, müşteri hizmetlerine ilişkin bulgular ve topluluğa ilişkin bulgular olmak üzere beş ana tema altında incelenmiştir. İçerik başlığının altında firma hakkında ve ürün hakkında olmak üzere alt temalara yer verilmiştir. Araştırma sonucunda bu firmaların internet sayfalarında coğrafi işaret tesciline ve markalaşmayı işaret eden unsurlara yeterince yer verilmediği, dil seçeneği ile görsel kullanımı açısından kısıtlılıklar yer aldığı, kullanıcı kolaylığının sağlayan dijital araçların etkin biçimde kullanılmadığı, tüketici ile iletişim kurmayı ve topluluk oluşturmayı kolaylaştıran araçların kullanımında eksiklikler bulunduğu tespit edilmiştir. Coğrafi işaretli zeytinyağının tanıtımının etkin bir biçimde gerçekleştirilmesinde dijital pazarlama iletişiminin sağladığı kritik avantajlar göz önüne alınarak tespit edilen zayıf yönler ve fırsatlar dâhilinde ilgili firmaların dijital pazarlama faaliyetlerini iyileştirmek için önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Dijital Pazarlama, Balıkesir, Zeytinyağı.

[1]Öğr. Gör., İstanbul Gedik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul/Türkiye, dikencolak1@gmail.com
[2]Arş. Gör., İstanbul Gedik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul/Türkiye, seray.evren@gedik.edu.tr
[3]Prof. Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Sakarya/Türkiye, serkansengul@subu.edu.tr

İSTANBUL'UN MEŞHUR ESNAF LOKANTALARININ GELENEKSEL YİYECEK KÜLTÜRÜ: MENÜ İÇERİK ANALİZİ

Nihan Akdemir[1]
Cansel Yüksel[2]
Berkay Ercelep[3]
Ahmet Can Göksun[4]

ÖZET

Esnaf lokantaları Türk mutfağında oldukça önemli bir yere sahip olan ve yerel mutfak kültürünün yansıtılmasında etkin bir rol oynamaktadır. Tarihsel süreci Osmanlı dönemine uzanan esnaf lokantaları sadece yemek hizmeti vermenin ötesinde kuşaktan kuşağa yönetimi sayesinde yerel lezzetlerin sürdürülebilirliğini sağlamaktadır. Esnaf lokantalarının geleneksel atmosferi ile sıcak misafirperverliği ve uygun maliyet avantajı dolayısıyla yerli ve yabancı turistler tarafından her zaman tercih edilmektedir. Bu araştırmada; esnaf lokantalarının menülerinde Türk mutfağındaki geleneksel hangi yiyeceklerin yer aldığını tespit etmek amaçlanmaktadır. Ayrıca menülerinin de Türk mutfağını ne oranda yansıttığı sorusu da cevap bulacaktır. Araştırma evrenini İstanbul'un meşhur esnaf lokantaları oluşturmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın verileri ''İncili Gastronomi Rehberi 2024'''te yer alan 6 esnaf lokantası ile yüz yüze görüşülerek ve mevcut menü incelenerek 22.03.2024 tarihinde toplanmıştır. Araştırmada nitel yöntemlerden gözlem, mülakat ve içerik analizi kullanılmaktadır. Araştırma sonucunda İstanbul'daki meşhur esnaf lokantalarının menülerinde; çorba kategorisinden en sık ''Paça Çorbası''nın ana yemek kategorisinden en sık ''Kebap çeşitleri'' ve ''Bulgur ve Pirinç pilavları''nın ve tatlı kategorisinden ise en sık ''Kabak Tatlısı''nın yer aldığı tespit edilmiştir. Bir diğer önemli sonuç ise araştırmadaki esnaf lokantaların Türk mutfağı yiyeceklerini ortalama %87,4 oranda yansıttığı ortaya çıkarılmıştır. Esnaf lokantaları arasında menülerinde Türk mutfağına özgü olmayan tatlı ve salataların olduğu da ilgi çekici diğer bir sonuçtur. Esnaf lokantalarının geçmiş ve şu andaki durumları hakkında yapılacak araştırmalar, yerel işletmelerin özellikle kültürel sürdürülebilirliği hakkında önemli bilgiler sunacağını söylemek mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Esnaf Lokantası, Geleneksel Yiyecek, Menü, İçerik Analizi.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Kocaeli/Türkiye, nihan.akdemir@kocaeli.edu.tr
[2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Kocaeli/Türkiye, canselxyuksel@gmail.com
[3]Yüksek Lisans Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Kocaeli/Türkiye, berkayercelep6161@gmail.com
[4]Yüksek Lisans Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Kocaeli/Türkiye, ahmetcangoksun@hotmail.com

SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS KAPSAMINDA UNUTULMUŞ DÜĞÜN GELENEKLERİ: KEPSUT İLÇESİ ÖRNEĞİ

Cemile Özdemir[1]
Ahmet Köroğlu[2]

ÖZET

Somut olmayan kültürel miras unsurları nesillerden nesillere aktarılarak sürdürülebilirliğini korumaktadır. Bu çalışma somut olmayan kültürel miras kapsamında unutulmuş düğün geleneklerinin belirlenmesi ve tekrar canlandırılması açısından önem taşımaktadır. Ayrıca, bu konuya ilişkin çalışmaların az olması da çalışmanın önemini vurgulamaktadır. Bu çalışmanın problemi, Balıkesir ilinin Kepsut ilçesinde unutulmuş ve halen devam etmekte olan düğün geleneklerinin neler olduğudur. Bu çalışmanın amacını Kepsut ilçesinde unutulmuş düğün geleneklerinin kültürel kimlik boyutunda belirlenmesi oluşturmaktadır. Bu doğrultuda, unutulmuş düğün yemeklerinin belirlenmesi de çalışmanın alt amacını oluşturmaktadır. Çalışmada nitel veri toplama tekniklerinden derinlemesine görüşme tekniği uygulanmış ve veriler betimsel analiz tekniği ile analiz edilmiştir. Bu doğrultuda Kepsut ilçesinde (Şubat-Mart) ikamet eden 16 katılımcı ile görüşme gerçekleştirilmiş ve çalışma kapsamına dahil edilmiştir. Çalışma sonucunda üç farklı kültürel kimlik tespit edilmiştir. Tespit edilen kültürel kimliklerde halen uygulanan ve unutulmuş düğün gelenekleri ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte üç farklı kültürel kimliğin düğün gelenekleri arasındaki farklarına ve benzerliklere çalışmanın bulgularında yer verilmiştir. Son olarak, çalışmada bulguları doğrultusunda önerilere de yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Düğün Gelenekleri, Kepsut, Kültürel Miras, Kültürel Kimlik.

[1]Doktora Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Balıkesir/Türkiye, cemileozdemir10@gmail.com
[2]Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, akoroglu@balikesir.edu.tr

TANITIM FİLMLERİNİN TURİZM AÇISINDAN GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ: BALIKESİR ÖRNEĞİ

Yusuf Aymankuy[1]
Damla Kütüklü[2]

ÖZET

Ulusal veya uluslararası platformlarda rekabet avantajı elde etmek ve turizmin yaratmış olduğu olumlu etkilerden faydalanmak isteyen destinasyonlar, tanıtma çabaları içerisine girmektedirler. Tanıtım filmleri, turist sayısını ve turizmden elde edilen gelirleri artırmak ve turistik tüketici zihninde olumlu bir imaj yaratmak isteyen destinasyonlar açısından etkili bir tanıtma faaliyeti seçeneği olarak görülmektedir. Turizm destinasyonları, tanıtım filmleri aracılığıyla, sahip oldukları kültürel ve doğal çekicilikleri, bazen sadece dilsel iletilerle destekleyerek hedef kitleye aktarabilmektedir. Bazen de tanıtım filmlerinde olduğu gibi, görsel unsurlar kullanılarak iletilen mesajlar aracılığıyla hedef kitle üzerinde beklenen etkinin sağlanması hedeflenmektedir. Bu araştırmanın temel amacı, Balıkesir İli Tanıtım Filminin içeriğinde kullanılan unsurların göstergebilim aracılığıyla analiz edilmesi ve iletilmek istenen mesajların çözümlenmesidir. Destinasyon tanıtım filmleri, sanatsal veya edebi anlatım yerine çoğunlukla reaksiyon odaklıdır. Bu nedenle, zıtlıklar, şiirsel anlatımlar yerine, hedef kitlede hayal gücünü harekete geçirmeyi amaçlayan birtakım iletiler içerir. Bu amaç doğrultusunda göstergebilimsel çözümlemelerde sıklıkla kullanılan üç temel yöntemden biri olan Barthes (1977) tarafından tanımlanmış çözümleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu kapsamda, tanıtım filminde yer alan 22 adet gösterge, 1- Dilsel ileti, 2- Düz anlam, (gerçek unsurun tanımlanması), 3- Gizlenmiş ileti (dilsel ileti ve gerçek ileti doğrultusunda harmanlama), şeklinde çözümlenmiştir. Yapılan çözümlemelerden elde edilen sonuçlar doğrultusunda, Balıkesir'in kültürel ve doğal güzellikleriyle öne çıkarken, bununla birlikte alternatif turizm çeşitleri bakımından da zengin bir potansiyele sahip olduğu vurgulanmıştır. Aynı zamanda tanıtım filmi içerisinde, Balıkesir ilinin önemli ve zengin tarımsal ve hayvancılık ürünleri arasında yer alan, zeytin, zeytinyağı, bal, peynir gibi doğal üretim süreçlerine tabii tutulan gastronomik ürünlere de tanıtım filminde dikkat çekilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Göstergebilim, Turizm, Tanıtma, Tanıtım Filmi, Balıkesir.

[1]Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, yusufaymankuy@gmail.com
[2]Doktora Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Balıkesir/Türkiye, damla_kutuklu @hotmail.com

DİJİTAL BAĞIMLILIĞIN GÖLGESİNDE TURİZMİN GÜNEŞLİ YÜZÜ: ALTERNATİF BİR TURİZM ARASI

Demet Kırkar[1]
Cemali Buzlukçu[2]

ÖZET

Günümüzdeki teknolojik değişimlere paralel olarak ortaya çıkan internet tabanlı akıllı cihazlar, toplumda küresel dönüşümlere neden olmaktadır. Bireyler, dijital dünyada yaşadıkları ortamları oluşturmak için medyayı, teknolojiyi ve kameraları aktif olarak kullanmakta olup, bu süreç doğrultusunda birey ve teknoloji arasında ayrılmaz bir bağ oluşmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile internete erişimin kolaylığı, telefon, tablet, bilgisayar gibi araçların kullanımını artırmış ve bu da dijital bağımlılık kavramını ortaya çıkarmıştır. Dijital bağımlılığın artmasıyla birlikte ortaya çıkan Fomo, Nomofobi, Netlessfobi ve Phubbing gibi hastalıklar yaygın hale gelmiştir. Bu bağlamda kullanıcılar dijital bağımlılığa karşı önlem almak, internet kullanımlarını kontrol etmeye ve dijital cihazlarda geçirdikleri zamanı en aza indirmeye yönelik çaba göstermektedirler. Bu çabalar sonucunda ise dijital detoks uygulamaları ortaya çıkmış ve bu uygulamalar ile dijital bağımlılığın olumsuz etkilerini azaltılmaya çalışılması söz konusu olmuştur. İnsan merkezli turizm sektörü de bireylerin beklenti ve ihtiyaçlarına cevap vermek adına dijitalin hayatımızdaki yarattığı olumsuz etkileri göz önünde bulundurarak ortaya çıkan dijital detoks turizmini benimsemektedir. Bu doğrultuda bir dijital detoks tatili konsepti olarak, bireyleri teknolojik cihazlardan ve dijital bağımlılıktan uzak tutabilecek yoğunlukla grup aktivietlerinin yapılabileceği, günlük belirlenen sınırlı süre ile teknolojik araçlarına erişimlerinin olabileceği, acil durumlar için bir iletişim planının olduğu dijital detoks tatil konsepti sunulmuştur. Türkiye'de faaliyet gösteren ve dijital detoks turizmine uygun olabilecek işletme örneklerine yer verilmiştir. Bununla birlikte seyahat acentalarının internet sayfalarında tatil temaları arasına dijital detoks tatili temasının da eklenmesi önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Bağımlılık, Dijital Detoks, Alternatif Turizm.

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Balıkesir/Türkiye, kirkardemet@hotmail.com
[2]Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, cemalibuzlukcu@balikesir.edu.tr

FÜZYON MUTFAK AKIMI VE SEMİYOTİK ANALİZ: AKADEMİSYENLER ÜZERİNE BİR İNCELEME

Şimal Yakut Aymankuy[1]
Didem Uzun[2]

ÖZET

Füzyon mutfak akımı 1980'lerde ortaya çıkan ve son yıllarda oldukça gündemde olan bir olgudur. Özellikle gastronomi alanında yeni arayışlar ve yaklaşımların popülerleşmesi ile birlikte sıklıkla gündeme geldiği de bilinen bir gerçektir. Gastronomide yaratıcılığın ve görselliğin ön plana çıktığı günümüzde, yemek fotoğrafçılığının gelişmesinin de etkisiyle, füzyon mutfak akımı yaklaşımı ile hazırlanan tabakların, görsel çekiciliklerinin ve taşıdıkları anlamların da dikkat çektiğini görmekteyiz. Füzyon mutfak akımı çerçevesinde hazırlanan bu tabakların aslında özünde, toplumsal kültürel ve sosyal olguların sentezlendiği, topluma ve kültüre dair birtakım ipuçları verme misyonu üstlendiği de düşünülmektedir. Özellikle bu tabakların oluşturulmasında dikkate alınan bu sentezlerin, görselde tüketicilere neler ifade ettiği ve nasıl anlamlandırıldığı konusu da bu noktada önem taşımaktadır. Füzyon mutfak akımı yaklaşımı ile hazırlanan tabakların görsellerinin semiyotik analiz yöntemi ile incelenmesi ve değerlendirilmesi bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Füzyon mutfak akımının ortaya çıkışında temel alınan Uzakdoğu ve batı mutfağının sentezlenmesi fikri dikkate alınarak seçilmiş beş örnek tabak görselinin katılımcılar tarafından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Semiyotik analiz için gerekli görüşmeler, bu değerlendirmelerin anlamlı ve sağlıklı olması açısından, özellikle füzyon mutfak akımı hakkında bilgi sahibi olma olasılığı yüksek, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümlerinde görev yapan akademisyenler arasından ölçüt örnekleme yöntemiyle yeterli sayıda seçilmiş akademisyenle gerçekleştirilmiştir. Türkiye'nin farklı üniversitelerinden akademisyenlere mülakat formu ve görseller gönderilmiş ve çevrimiçi platformlarda görüşmeler yapılmıştır. Aynı zamanda yüz yüze yapılan görüşmeler de olmuştur. Çalışma için etik kurul izni alınmış ve görüşmeler mart ayında gerçekleştirilmiştir. Katılımcı akademisyenlerin izinleri ile görüşmeler kayıt altına alınmış ve veriler çalışmaya aktarılmıştır. Elde edilen bulgular çerçevesinde semiyotik analiz yöntemi ile füzyon mutfağının bilinirliğinin ve hazırlanan tabakların felsefesinin ve sentezinin anlaşılırlığının ortaya konması planlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Füzyon Mutfağı, Göstergebilim, Yemek Fotoğrafları.

[1]Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Balıkesir/Türkiye, simalyakut@gmail.com
[2]Öğr. Gör., Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Bingöl/Türkiye, didemuzun@bingol.edu.tr

TURİZM İŞLETMESİ YÖNETİCİLERİNİN SAĞLIK TURİZMİNE BAKIŞ AÇILARININ NÖROBİLİMSEL ANALİZİ

Ebru Bağçı[1]
Gül Nihan Güven Yeşildağ[2]
Feyza Taşkın[3]

ÖZET

Bu çalışmada, turizm sektöründe sağlık turizminin yöneticiler tarafından nasıl algılandığı ve değerlendirildiği ele alınmaktadır. Yapılan araştırmalar turizm işletmelerinin sadece fiziksel olarak sağlıklı bireylere değil, engelli bireylere, sağlık sorunu yaşayan bireylere de özel hizmetler sunma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Otel işletmeleri yöneticilerinin turizm faaliyetlerine bakış açılarının incelenmesi, otel işletmelerinde sürdürülebilirlik algısının tespit edilmesi, işletmelerin geleceği açısından önem arz etmektedir. Özellikle sağlık turizmi paydaşlarının bakış açılarıyla ilgili yapılan çalışmalar; sağlık kurumları, turizm işletmecileri, sivil toplum kuruluşları ve yerel yönetim temsilcilerinin sağlık turizmi potansiyelini nasıl değerlendirdiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, turistik ürünlerin geliştirilmesinde kültürel ve doğal çekiciliklerin yanı sıra sağlık turizminin de değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, turizm sektöründe yaşanan yoğun rekabet, kaliteli hizmet sunumunu zorunlu kılmaktadır. Bu noktadan hareketle, turizm işletmesi yöneticilerinin sağlık turizmine bakış açılarının nörobilimsel analizi, sektördeki eğilimleri ve tutumları anlamak için önemli bir araştırma konusu oluşturmaktadır. Bu tür çalışmalar, turizm sektöründe sürdürülebilirlik ve rekabetçilik açısından değerli bilgiler sunmaktadır. Çalışma, nitel ve nicel araştırma yöntemleriyle gerçekleştirilen önceki çalışmalardan bu bağlamda farklılık taşımaktadır. Nörobilim araçlarıyla gerçekleştirilen deneysel çalışmaların nitel ve nicel araştırma yöntemlerinden elde edilen çalışmalara göre daha somut ve gerçekçi sonuçlar elde edilmesine olanak sağlaması ilgili çalışmanın önemini ön plana çıkarmaktadır. Nörobilim araçlarından göz izleme ve EEG (Elektroensefalografi) ile gönüllü 40 denekle gerçekleştirilecek olan bu çalışmada, görsel uyaran olarak kullanılan sağlık turizmi reklamları denekler cihazlara bağlıyken izletilecek ve deneklerin sağlık turizmine ilişkin hazırlanan tanıtım broşürlerini incelemeleri istenilecektir. Bu süreç içerisinde yöneticilerden cihazlar vasıtasıyla elde edilen veriler kaydedilerek süzülecek ve deney öncesi-sonrası deneklerle gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen verilerle kıyaslanarak yorumlamalar gerçekleştirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Turizmi, Göz İzleme, EEG (Elektroensefalografi).

[1]Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Beykent Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü, İstanbul/Türkiye, ebrubagci@beykent.edu.tr
[2]Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Beykent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Turizm İşlemeciliği Bölümü, İstanbul/Türkiye, gulnihanguven@beykent.edu.tr
[3]Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Beykent Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, İstanbul/Türkiye, feyzataskin@beykent.edu.tr

EN İYİ TURİZM KÖYÜ ADAYLARINDAN KÜÇÜKKÖY'ÜN SWOT ANALİZİ

Sultan Ebru Ekici[1]
Gülay Özdemir Yılmaz[2]
Cevdet Avcıkurt[3]
Hüseyin Çeken[4]

ÖZET

Balıkesir ili Ayvalık ilçesine bağlı olan Küçükköy'ün tarihi 15. yüzyıla kadar dayanmaktadır. Uzun bir süre Rum köyü olan yerleşme 1893'ten sonra Boşnaklara, Mübadele Dönemi'nde ise Midilli, Yugoslavya ve Selanik göçmenlerine ev sahipliği yapmıştır. Küçükköy'de Boşnak kültürü hakimiyeti görülmektedir. Zengin doğal, tarihi ve kültürel yapısıyla, kırsal turizmin bileşenleri kırsal alan, kırsal miras, kırsal yaşam ve kırsal etkinlikleri ile önemli bir kırsal turizm destinasyonudur. Küçükköy'ün kırsal mirası olan Rum evleri geleneksel mimarisi korunarak restore edilmiştir. Restore edilen evler sanatçıların dikkatini çekmiş ve sanatçılar tarafından sanat atölyesi ve galeri olarak kullanılmıştır. Böylelikle Küçükköy bir sanat köyü haline de gelmiştir. Köyde turizmi geliştirmek için Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ve Sabancı Üniversitesi iş birliğinde Sürdürülebilir Enerji Temelli Turizm Uygulama Merkezi modeli uygulanmaktadır. Küçükköy, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü tarafından seçilen "En İyi Turizm Köyü" ağına dahil olma yolunda güçlü bir adaydır. Bu ağa dahil olmak için değerlendirme kriterleri başlıkları; kültürel ve doğal kaynaklar, kültürel kaynakların geliştirilmesi ve korunması, ekonomik sürdürülebilirlik, sosyal sürdürülebilirlik, çevresel sürdürülebilirlik, turizmin gelişimi ve değer zinciri entegrasyonu, turizmin yönetişimi ve önceliklendirilmesi, altyapı ve bağlantı, sağlık, emniyet ve güvenlikten oluşmaktadır. Bu çalışmada, Küçükköy'ün En İyi Turizm Köyü kriterleri kapsamında durumunu değerlendirmek amaçlanmıştır. Literatür taraması ve alan araştırmaları sonucunda elde edilen veriler ışığında SWOT analizi yapılarak Küçükköy turizminin güçlü ve zayıf yönleri ile tehdit ve fırsatları belirlenmiştir. Elde edilen bilgiler doğrultusunda Küçükköy'ün En İyi Turizm Köyü olabilmesi yönünde yapılması gerekenlerle ilgili öneriler sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: En İyi Turizm Köyü, Kırsal Turizm, Ayvalık, Küçükköy.

[1]Doktora Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Balıkesir/Türkiye, ebrukaya.77@gmail.com
[2]Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, gulay@balikesir.edu.tr
[3]Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, avcikurt@balikesir.edu.tr
[4]Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Muğla/Türkiye, hceken@mu.edu.tr

KARİYER ETKİNLİKLERİNDE TURİZM SEKTÖR TEMSİLCİLERİNİN VE TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN BEKLENTİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Murat Aksu [1]
Ecevit Sayılır[2]
Gencay Saatcı Savsa [3]

ÖZET

Günümüz yaşam koşullarında üniversiteyi bitiren gençlerin iş tecrübesi olmadan sektörde kendilerine iş bulmalarını hayli zor olmaktadır. Bundan dolayı turizm gibi hizmet sektörlerinde mezuniyet öncesi sektöre hazırlık önemli bir yer tutmaktadır. Üniversitelerde öğrencileri mezuniyetleri sonrasında sektöre mümkün olduğunca hazır hale getirmek için yapılan önemli faaliyetlerden biri de kariyer etkinlikleri olmaktadır. Bu etkinlikler öğrencilerin sektör temsilcileriyle buluşmaları sağlanmaktadır. Çalışmanın amacı, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi'nin kariyer etkinliğine katılan turizm sektör temsilcilerinin ve turizm öğrencilerinin karşılıklı beklentilerinin tespit edilmesidir. Çalışmanın evrenini kariyer etkinliğine katılan 64 işletme ve fakültede öğrenim gören 920 öğrenci oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında amaçlı örnekleme yapılarak 28.02.2024 tarihinde 25 işletme ve 14 öğrenci ile demografik ve açık uçlu sorulardan oluşan bir form üzerinden yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Görüşme formları içerik analizine tabi tutularak raporlanmıştır. Çalışmanın sonucunda, etkinliğe katılan işletmelerin nitelikli personel bulma ve kendilerini tanıtma beklentileri ön plana çıkmaktadır. Öğrencilerin ise kariyer hedeflerine uygun nitelikli işletme bulma ve işletmelerin tanıma ön plana çıkmıştır. Bunun yanında işletmelerin öğrencilerin yeterli katılım göstermediğini; öğrenciler ise daha fazla işletmenin katılım göstermesi istemişlerdir. Hem işletmeler hem de öğrenciler kariyer etkinliğinin daha birkaç güne yayılması konusunda ortak görüş belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Kariyer Etkinlikleri, Turizm Sektörü, Turizm Öğrencileri, Beklenti.

[1]Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Çanakkale/Türkiye, drmurataksu@comu.edu.tr
[2]Doktora Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Çanakkale/Türkiye, ecevitsayilir@stu.comu.edu.tr
[3]Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Çanakkale/Türkiye, gencaysaatci@comu.edu.tr

NETFLİX'TE YER ALAN GASTRONOMİ TEMALI İÇERİKLERİN AYRINTILI İNCELEMESİ

Elif Aslan[1]
Özkan Demir [2]
Alper Kurnaz [3]

ÖZET

Netflix platformunda gastronomi temalı çeşitli içerikler bulunmaktadır. Bu içerikler genellikle yemek pişirme şovları, belgeseller ve yemek kültürü üzerine yapılan programlar şeklinde çeşitlilik göstermektedir. Yemek pişirme şovları genellikle ünlü şeflerin veya yemek yarışması katılımcılarının yarıştığı veya tariflerini paylaştığı formatlarda sunulmaktadır. Ayrıca belgesellerde genellikle şefler, restoranlar veya yerel halk üzerine odaklanarak izleyiciye derinlemesine bir bakış sunmaktadır. Netflix'te yer alan gastronomi temalı içerikler geniş bir yelpazede sunulmakta olup, izleyicilere dünya mutfağını keşfetme ve yeni tarifler deneme fırsatı sunmaktadır. Bu çalışma kapsamında, Netflix'in gastronomi temalı içerikleri üzerine odaklanılarak, belirli bir bölgeye, ülkeye veya şehre odaklanan programların özetleri detaylı bir şekilde incelenmiş ve analiz edilmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiş olup, çalışmanın verileri dokuman analizi ile elde edilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi ile çözümlenmiştir. Çalışmada Netflix arama motoru sekmesine 'Cuisine' ve 'Culinary' anahtar sözcükleri girilerek yapılan tarama sonucunda 13-25 Şubat 2024 tarihleri arasında listelenen film, dizi, belgesel ve program sonuçları çalışma kapsamına dahil edilmiştir. Çalışma sonucunda Netflix TV yemek programlarının mesleki eğitim ve motivasyon üzerinde olumlu izlenimler sağladığı görülmüştür. Bununla birlikte özellikle bir destinasyonu tanıtan gastronomi temalı içeriklerin, tüketicilerin seyahat tercihlerini de etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Netflix, Dijital Yayıncılık.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Bolu/Türkiye esenelif6@gmail.com
[2]Dr. Öğr. Üyesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Kütahya/Türkiye ozkan.demir@dpu.edu.tr
[3]Doç. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Bolu/Türkiye alperkurnaz@ibu.edu.tr

MİTOLOJİK TANRILARIN KUTSAL YİYECEKLERİ

Elif Zeynep Özer[1]

ÖZET

Mitoloji; geçmiş yaşamlarda var olan durumları, inanışları, yaşayış biçimlerini şimdiki zaman diliminde düşsel bağlamda yorumlayarak açıklamaktadır. Şimdiki anlayış ve kavrayışla geçmiş yaşam kültürlerine ışık tutma eylemi gibi görülebilen mitolojik yaklaşım; evrenin var oluşu, yaşamın temel dinamikleri, çeşitli inanışlar hakkında bilgileri içermektedir. Geçmiş zaman kültürleri olarak da düşünülebilen mitolojilerde yaşamsal dinamikleri şekillendirenin tanrılar olduğu görülmektedir. İnsanlar, Tanrıların lütfuna mazhar olmak için kendi inanışlarına uygun biçimde Tanrıları kızdırmayacak eylemlerde bulunmaya, gönüllerini yiyecek-içeceklerle hoş tutmaya gayret etmişlerdir. Tanrılardan dileği olan kişiler; dileği olduğunda "adak", tanrıları kızdırdıklarını düşündüklerinde "kurban" ritüelleri ile Tanrıya (yüceye) yiyecek-içecek sunmuşlardır. Bazı Tanrıların yarı insan olduğu düşünülmüş, yüce tanrıları özenle beslenmiş ve kutsal kabul edilen gıdaları tüketmeleri sağlanmıştır. Mitolojiideki tanrı inancı ve tanrı çeşitliliği farklı topraklarda, farklı kültürlere ait toplumlar arasında değişkenlik gösteriyor olsa da genel olarak bakıldığında işlevsel ve önem olarak tanrıların birbiriyle eşleşecek kadar benzer olduğu görülmektedir. Bu çalışmada, Yunan mitolojilerindeki Tanrıların yiyecekleri ele alınmıştır. Çalışmanın amacı, Yunan mitolojilerindeki tanrıların yiyeceklerinin neler olduğunu ortaya koymaktır. Temel amaca bağlı olarak alt amaç ise, tanrıların kutsal yiyeceklerinin neler olduğu belirlendikten sonra, yiyeceklerin mitolojik dönem dışında varlığını koruyup korumadığını ortaya koyaraktır. Bu alt amaçtan hareketle diğer alt amaç ise, mitlerdeki yemek kültürünün zaman içerisindeki aktarımsallığı ve toplumsal devamlılığı ilgili ilgili literatüre katkı sağlamaktır. Geçmiş zaman kültürüne mitoloji denilebilmesini sağlayan "şimdiki" zaman diliminde; sağlık, din, popülarite gibi çeşitli gerekçelerle önemli bulunan; ayrıca semavi dinlerde kutsal kabul edilen gıdalarla mitolojik tanrı yiyecek-içeceklerinin benzerliğinin ortaya konması kültürel bakış açısı zenginliği sağlama açısından önem taşımaktadır. Bu çalışma Olympos'un 12 mitolojik tanrıları ile sınırlandırılmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Elde edilmek istenen veriler alanyazın taraması ve doküman analizi ile toplanmıştır. Çalışmanın sonucunda tanrıların belli bir dönem (Zeus kral olmadan önce) insanlarla birlikte yemek yedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Tanrıların yiyecek-içecekleri arasında ise geyik, koyun, keçi eti, şiş kebap ve şarap bulunmaktadır. Elde edilen bulgular doğrultusunda mitolojik olarak değerli bulunan ve tanrıların yiyecekleri olarak kabul edilen yiyecek ve içeceklerin "şimdiki" zaman diliminde de değerli bulunduğu, mitolojik yiyecek kültürünün aktarımsal devamlılığı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Turizm, Mitoloji, Yiyecek, İçecek.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Kastamonu/Türkiye, elifozer@kastamonu.edu.tr

GASTRONOMİ MARKALAŞMASININ WEB SİTELERİ ÜZERİNDEN İNCELENMESİ: İSTANBUL MUTFAĞI SUNAN RESTORANLAR ÖRNEĞİ

Emel Çirişoğlu[1]
Ebru Güneren[2]

ÖZET

İstanbul mutfağı, tarih boyunca çeşitli kültürlerin etkisi altında kalarak zenginleşmiş ve gelişmiş bir mutfak kültürüne sahiptir. Şehrin kozmopolit yapısının mutfak kültürüne kazandırdığı çeşitli lezzetlerin tanıtılması ve şehrin markalaşma çalışmalarında gastronomi kültürünün yer edinmesi için birtakım çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışmanın amacı, restoranların web sitelerinde yer alan içeriklerin markanın kimliğiyle nasıl ilişkilendirildiği ve İstanbul'un gastronomi markalaşmasındaki rolünü analiz etmektir. Bu kapsamda araştırmanın evrenini İstanbul'da yer alan tüm restoranlar, örneklemini ise İstanbul'da faaliyetlerini sürdüren 24 yiyecek içecek işletmesi oluşturmaktadır. İşletmeler, "en az 100 yıl önce kurulmuş olmaları, kendilerini tarihi işletme olarak nitelendirmeleri, gayrimüslimlerden kalma veya farklı etnik toplulukların lezzetlerini sunmaları, tarihi olan tatlı işletmeleri arasında yer almaları*"* kriterleri belirlenerek, ölçüt örnekleme yöntemine uygun seçilmiştir. Belirlenen işletmelerin web siteleri üzerinden elde edilen bilgiler içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi yapılırken "genel bilgiler (vizyon, değerler, marka hikâyesinin anlatımı), menü, ürün ve hizmetler, görsel içerikler, markanın sürdürülebilirlik uygulamaları, müşteri incelemeleri, online rezervasyon ve iletişim kolaylığı, dijital pazarlama kanallarının kullanımı ve aktifliği (blog ve içerik pazarlaması, facebook, instagram, web sitesi) olmak üzere 7 tema belirlenmiş, bu temalar doğrultusunda veriler analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre tarihi olarak nitelendirilen işletmelerin web sitelerinin etkin şekilde kullanılmadığı, sosyal medya platformlarının aktif olmadığı, web site kullanımında dil seçeneklerinin yetersiz olduğu görülmektedir. Sonuç olarak, marka bilinirliği açısından pazarlama iletişiminde işletme hikâyesinin yansıtılmasına daha çok önem verilmesi ve zengin gastronomi kültürünün turistik faaliyetlerde daha aktif kullanılması önerilmektedir. Ayrıca, restoranların kültürel hafızalarda yer edinmesi ve gastronomi markalaşmasının sağlanabilmesi için web sitelerinin ve sosyal medya platformlarının daha aktif kullanılmasına da vurgu yapılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İstanbul Mutfağı, Gastronomik Markalaşma, Restoran, Mutfak Kültürü.

[1]Arş. Gör., İstanbul Gelişim Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul/Türkiye, ecirisoglu@gelisim.edu.tr
[2]Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Nevşehir/Türkiye, ebruguneren@nevsehir.edu.tr

SÜRDÜRÜLEBİLİR DESTİNASYON YOLUNDA MAKER HAREKETİ: SENTRUM PROJESİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Emine Yılmaz[1]
Büşra Uzun[2]
Hüseyin Çeken[3]

ÖZET

Maker hareketi, bireylerin günlük yaşamlarında yaratıcı ürünler geliştirip, bunları diğerleriyle paylaşmak için fiziksel ve dijital platformlar kullanarak ahşap işleme, lehimleme, yemek pişirme, programlama gibi analog ve dijital becerileri kullanmasını ifade etmektedir. Ayrıca, sürdürülebilir destinasyonlar, eğitim, tasarım, imalat, girişimcilik ve daha sürdürülebilir şehirlerin oluşturulmasında stratejik bir rol oynayarak ekonomik paradigmadaki değişimi yansıtmaktadır. Bu kapsamda, yerel ekonomileri canlandıran, toplulukları güçlendiren, çevresel kaynakların sürdürülebilir kullanımını teşvik eden ve son yılların önemli yaklaşımlarından biri olarak görülen maker hareketi, destinasyonların sürdürülebilirliği için önemli bir araç olarak görülebilir. Bunun nedeni, turizmin olumlu etkilerini maksimize, olumsuz etkilerini minimize etmek için doğal, kültürel ve çevresel değerlerin korunduğu, toplulukların refahının arttığı, turizm faaliyetinin uzun vadede yaratacağı olumsuz etkilerin en aza indirildiği sürdürülebilir destinasyonların ortaya çıkmasının gerekliliğidir. Bu gerekliliğin bir ürünü olarak ortaya çıkan SENTRUM (Sürdürülebilir Enerji Temelli Turizm Uygulama Merkezi) projesi, Türkiye'de bir ilk olup, yeşil bir destinasyon modeli oluşturmayı hedeflemiş; destinasyonlarda sürdürülebilir turizm uygulamalarını özendirmeyi ve yerel ekonomik kalkınmayı destekleyerek dönüşümü sağlamayı amaç edinmiştir. Nitel yaklaşımın benimsendiği bu çalışmada, maker hareketinin destinasyonların sürdürülebilirliğinde uygulanabilecek bir strateji olup olamayacağını tartışmak amaçlanmıştır. Çalışmada öncelikle maker hareketi kavramsal açıdan ele alınmıştır. Ardından örnek olay kapsamında Balıkesir, Ayvalık/Küçükköy'de gerçekleştirilen Sentrum projesinin maker hareketi kapsamında değerlendirilmesine yer verilmiş, yapılan değerlendirmeler sonucunda teori ve uygulamada faydalı olacağı düşünülen öneriler sunulmuştur. Buradan hareketle, çalışmanın özellikle destinasyondaki karar alıcılar ve uygulayıcılar açısından önemli bir katma değer sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, kavramın alan yazında çok yeni olduğu ve turizm konusu ile bağdaştırılmadığı tespit edildiğinden, çalışmanın özgün değeri de ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon Sürdürülebilirliği, Küçükköy, Maker Hareketi, Sentrum Projesi.

[1]Arş. Gör. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Muğla/Türkiye, emineyola@mu.edu.tr
[2]Öğr. Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Muğla/Türkiye, busrauzun@mu.edu.tr
[3]Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Muğla/Türkiye, hceken@mu.edu.tr

TÜRKİYE'DEKİ E-SPOR ETKİNLİK ORGANİZATÖRLERİNİN DİJİTAL PAZARLAMA FAALİYETLERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Emrah İnaltekin[1]
Barış Erdem[2]

ÖZET

E-spor, güncel eğlence ve spor anlayışının temsilcisi konumuna gelen teknoloji tabanlı becerilere dayalı ve gelişmekte olan yeni bir alandır. Her alanda olduğu gibi e-spor alanında da üreticiler ve tüketicilerin bulunduğu bir piyasa mevcuttur. Yine her üretici ve tüketici arasında bulunduğu gibi e-spor üretici ve tüketici grupları arasındaki iletişimi sağlayan unsur da pazarlamadır. Bu çalışma, Türkiye'de gelişimini sürdüren e-spor etkinlik organizatörlerinin pazarlama faaliyetlerini güncel bir bakış açısı etrafında dijital odaklı bir yaklaşımla ele almayı ve bu organizatör firmaları dijital pazarlama faaliyetleri kapsamında değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Nitel araştırma yaklaşımının benimsendiği bu araştırmada veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Elde edilen bulgulara göre; e-spor etkinlik organizatörlerinin web sayfalarının büyük çoğunlukla mobil uyumlu olduğu, bu firmaların sosyal medyayı etkin bir şekilde kullandıkları, en çok tercih edilen sosyal medya platformlarının Instagram, Twitter ve Facebook olduğu, ancak bu platformlardaki takipçi sayılarının e-spor organizatörlerinin etkin oldukları sosyal medya hesaplarına göre değiştiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, dijital pazarlama araçlarından elektronik postanın da firmaların büyük çoğunluğunda mevcut olduğu saptanmıştır. Son olarak ise, arama motoru optimizasyonu konusunda firmaların çoğunlukla Google arama motorunda görünür olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: e-Spor, Etkinlik, Pazarlama, Turizm.

[1]Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Balıkesir/ Türkiye, emrah.inaltekin@balikesir.edu.tr
[2]Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Balıkesir/ Türkiye, bariserdem@balikesir.edu.tr

MUĞLA İLİ COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİ KULLANILARAK CHEESECAKE REÇETESİ GELİŞTİRİLMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA*

Emre Temür[1]
Şaban Kargiglioğlu[2]

ÖZET

Coğrafi işaretli ürünlerin turizmde cazibe unsuru olarak kullanılması yadsınamaz bir gerçektir. Muğla ilinde şu ana kadar coğrafi işaret alınmış yiyecekler; Bodrum Mandarini, Datça Bademi, Fethiye Kaya inciri, Fethiye Tahini, Kavaklıdere Cevizi, Marmaris Çam Balı, Marmaris Yer Fıstığı, Milas Kanlı Kavurma, Milas Vekilharcı, Milas Çekişke Zeytini, Milas Tepsi Böreği, Milas Çaykaması, Milas Ekşili Köfte, Milas Yağlı Zeytin, Milas Zeytinyağı, Muğla Göce Tarhanası, Muğla Köftesi, Muğla Saraylısı, Muğla Çam Balı ve Köyceğiz Portakalı, Fethiye Tarhanası, Milas Çıntar Kavurması, Muğla Simidi, Muğla Sulu Kebabıdır. Bu araştırmanın konusu, Muğla ili coğrafi işaretli ürünlerinden bazıları kullanılarak yeni bir cheesecake reçetesi geliştirilmesidir. Ürün geliştirme çalışması tamamlanan nihai reçetenin "Yiyecek İçecek İşletmeciliği" ve "Gastronomi ve Mutfak Sanatları" bölümü öğrencileri ile Muğla ili içerisinde faaliyette bulunan yiyecek içecek işletmelerine tanıtımı ve işletmeleri coğrafi işaretli ürünlerin üretimi ile pazarlamaya özendirilmesi amaçlanmaktadır. Muğla'ya ait coğrafi işaretli ürünlerle geliştirilmiş herhangi bir yiyecek ve içeceğin olmaması araştırmamızın özgün değerini temsil etmektedir. Araştırmada iki aşamalı duyusal değerlendirme tekniği kullanılmıştır. Öncelikle söz konusu reçeteler ile hazırlanan ürünlerin duyusal değerlendirmeleri gerçekleştirilerek en çok beğenilen form tespit edilmiştir. İkinci aşamada en çok beğenilen formun standart reçete haline getirilerek yeni bir ürün geliştirilebilmesi için panel lideri ile eğitimli 10 kişilik panelist grubu tarafından Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi servis atölyesinde duyusal analiz tekniği ile değerlendirilmiştir. Sonuç olarak hazırlanan standart reçetenin Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları ile Yiyecek İçecek İşletmeciliği öğrencileri, kamu kurumları ve ticari yiyecek içecek işletmeleri ile paylaşılması düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaretli Ürün, Muğla, Cheesecake, Ürün Geliştirme.

[1]Lisans Öğrencisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Yiyecek İçecek İşletmeciliği Bölümü, Muğla/Türkiye, temur5847@gmail.com.
[2]Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Muğla/Türkiye, sabankargiglioglu@mu.edu.tr.
*Bu bildiri, TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı tarafından desteklenen ve yürütücülüğünü Emre Temür'ün, danışmanlığını Doç. Dr. Şaban KARGİGLİOĞLU'nun yaptığı "Muğla İline ait Coğrafi İşaretli Ürünler Kullanılarak Yeni Bir Cheesecake Reçetesi Geliştirilmesi" başlıklı projeden üretilmiştir.

TURİZM TANITIMINDA INSTAGRAM'IN KULLANIMI: GOBALIKESİR HESABINA YÖNELİK BETİMSEL BİR ANALİZ

Enbiya Özkan[1]

ÖZET

Yeni medyanın yaygınlaşması ile birlikte birçok alanda olduğu gibi turizm tanıtımında da yenilikler ortaya çıkmıştır. Yeni medya ortamları arasında önemli bir yer tutan sosyal medya mecralarından, iletilerin görsel unsurlara dayalı olduğu Instagram plaftormu turizm tanıtımında yaygın kullanmaktadır. Türkiye'nin turizm tanıtımında, Kültür ve Turizm Bakanlığının iletişim kanallarından olan GoTürkiye platformunun sosyal medya mecraları arasında; instagram, facebook, x, youtube ve tiktok mecralarında hesaplar/sayfalar bulunmaktadır. Türkiye'deki il destinasyonlarının da resmi turizm tanıtım platformu hesapları kullandığı görülmektedir. Türkiye'de önemli turizm destinasyonları arasında yer alan Balıkesir'in de "GoBalıkesir"(İngilizce) ve "GezsenBalıkesir"(Türkçe) adlı Instagram hesapları bulunmaktadır. Bu çalışmada, turizm tanıtımı ve kurumsal iletişim bağlamında GoBalıkesir instagram hesabının kullanımı, betimsel analiz yöntemi ile incelenmiştir. Betimsel analiz var olan durumu, ortaya koymak için yapılmaktadır. Çalışmanın amacı, GoBalıkesir instagram hesabının ve hesap üzerinden yapılan paylaşımların betimsel olarak ortaya konulmasıdır. İlk paylaşımı 5 Ekim 2021 tarihinde olan GoBalıkesir hesabının 15.6 bin takipçisi, 83 adet takip ettiği hesap bulunmaktadır. Hesapta, 31 Mart 2024'e kadar toplam 447 gönderi paylaşımı yapılırken, bunların 362'si fotoğraf, 85'i de video/reels formatındadır. Yapılan çalışmada ayrıca; GoBalıkesir Instagram hesabının Şubat 2024 döneminde gerçekleştirdiği paylaşımlar da örneklem olarak detaylı ele alınmıştır. Belirlenen dönemde 2 günde 1 paylaşım frekansı ile 6'sı video/reels, 8'i ise fotoğraf formatında 14 gönderi paylaşıldığı görülmektedir. Hesapta, paylaşım frekansının düzen göstermesi ve görsel kaliteye dikkat edilmesi değerlidir. Fotoğraf ve reels/video kullanımının dengeli yapıldığı, hesabın kendi ürettiği içeriklerle birlikte, kullanıcıların #GoBalikesir etiketi ile yapmış olduğu paylaşımların da kullanıldığı görülmektedir. Hesabın etkileşim verilerinin artırılması için belirli plan dahilinde uygun iletişim yöntem ve tekniklerin kullanımı önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Turizm Tanıtımı, İnstagram.

[1]Balıkesir Üniversitesi, Rektörlük, Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, Balıkesir/Türkiye, enbiyaozkan@balikesir.edu.tr

EVSEL GIDA ATIKLARI EVLERDE BESLEDİĞİMİZ PATİLİ DOSTLARIMIZ İÇİN NE KADAR UYGUN? VETERİNERLERİN GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ozan Güler[1]
Dila Şahingök[2]
Esat Özata[3]

ÖZET

Son zamanların popüler kavramlarından birisi olan atıksız yaşam, endüstriyel ve ev mutfaklarındaki "atıksız mutfak" uygulamaları ile yaygınlaşan bir yaklaşım halini almıştır. Gereksiz tüketim ve israfın azaltılması amacıyla gerçekleştirilen bir dizi uygulamanın paydaşlarından birisi de patili dostlarımızdan olan kedi ve köpeklerdir. Evcil hayvan olarak evlerimizde beslediğimiz bu dostlarımızın beslenmesi için evsel gıda atıkları sıklıkla başvurulan besinlerdendir. Her ne kadar atıksız mutfak israfın engellenmesi açısından faydalı ve verimli bir uygulama olarak görülse de hayvan sağlığı açısından faydaları ve zararları tartışmalı bir konudur. Yerli alanyazında göz ardı edildiği tespit edilen bu konu üzerine 12 veteriner hekimden yüz yüze görüşmeler aracılığıyla veriler elde edilmiştir. Görüşme sorularından hareketle ortaya çıkan bulgular; evsel gıda atıklarının evlerde beslenen kedi ve köpekler için kullanılmasının çok uygun olmadığı yönündedir. İnsan ve kedi/köpek midelerinin ph'ı arasındaki fark, mide enzimlerinin üretimi ve yoğunluğu arasındaki fark gibi faktörlerden kaynaklı olarak insanların tükettiği gıdalar patili dostlar için zararlı olabileceği ifade edilmiştir. İnsanların sık tükettiği besinlerin çoğu (ekmek, baharat, salça, soğan, bitkisel yağ vb.) patili dostlar açısından toksik sayılmaktadır. Bunların yanı sıra evde uygun besinlerle hazırlanan mamaların kullanımı çoğu veteriner hekim tarafından uygun görülmekte ancak yeterli bulunmamaktadır. Kuru mamaların içerdiği vitamin/mineral gibi bedenin çalışması ve hayati faaliyetlerin yerine getirilmesi için gerekli olan bileşiklerin evde hazırlanan mamalardan yeterince alınamayacağından dolayı sürekli evsel gıdalarla beslenen evcil hayvanların ilerde obezite, kalp rahatsızlığı, bağırsak problemleri gibi sorunlarla karşılaşma ihtimalinin yüksek olduğu ortaya koyulmuştur. Buradan hareketle evsel gıda artıkları ve atıklarının sınırlı miktarlarda ve vitamin/mineral takviyesi ile sokaklarda ve barınaklarda yaşayan patili dostlarımız ile paylaşılmasının daha uygun olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Sıfır Atık, Atıksız Mutfak, Evcil Hayvan Beslenmesi.

[1]Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Mersin/Türkiye, ozanguler@mersin.edu.tr
[2]Lisans Mezunu, Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Mersin/Türkiye, dilasahingok@gmail.com
[3]Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Beykent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul/Türkiye, esatozata@beykent.edu.tr

KIRSAL TURİZM GİRİŞİMCİLERİNİN YEŞİL EKONOMİYE YÖNELİK GÖRÜŞLERİ

Esra Cesur[1]
Hüseyin Çeken[2]

ÖZET

Yeşil ekonomi, ekonomik büyümenin ve ekolojik sorumluluğun birbirini güçlendiren ve aynı zamanda ekonomik kalkınmanın ilerlemesini destekleyen sürdürülebilir bir ekonomidir. Yeşil ekonomiye geçişte turizm, insana yakışır iş yaratılmasına, yoksulluğun azaltılmasına, kaynak kullanımında verimliliğin artırılmasına ve çevresel bozulmanın azaltılmasına yardımda bulunabileceği anlayışına dayanmaktadır. Bu noktada turizm, ekonomik toparlanmaya önemli bir katkı sağlayarak yeşil ekonomiye dönüşmede hayati bir rol oynayabilir. Yeşil ekonomi bağlamında kırsal turizm girişimciliği, çevreye duyarlı fırsatların kullanılması yoluyla piyasa başarısızlıklarını azaltmanın ve sosyal refahı artırmanın bir yolu olarak ortaya çıkmıştır. Kırsal turizm girişimcileri, kırsal alanların canlandırılmasında, yerel halka istihdam ve gelir yaratılmasında, doğal, tarihi ve kültürel mirasın korunmasında, kırsal yoksulluğun azaltılmasında ve nihayetinde bütünleşik ve sürdürülebilirliğin sağlanmasında önemli bir rol oynayarak yeşil ekonomiye destek sağlayabilir. Turizmin her zaman var olacağı gerçeği sürdürülebilir bir gelecek ve yerel ekonomiler için, doğal çevreye zarar vermek yerine ekosistemleri koruyan çevreye duyarlı kırsal turizm girişimciliğinin yeşil ekonomi perspektifinden ele alınması hem turizmin hem de ekonominin devamlılığı açısından önemli görülmektedir. Çalışmanın amacı, kırsal turizm girişimcilerinin faaliyetlerinin yeşil ekonomi yaklaşımdan irdelenerek görüş ve tutumlarının belirlenmesidir. Bu kapsamda çalışmanın evrenini Marmaris Turizm Birliği tarafından hazırlanan ve Güney Ege Kalkınma Ajansı tarafından desteklenen `Marmaris Turizm Birliği Köyleri Kırsal Turizm Envanteri` projesi kapsamında Marmaris çevresinde belirlenen 15 özel köy oluşturmaktadır. Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılarak maksimum çeşitlilik örneklemi ile seçilen 15 kırsal turizm girişimcisiyle veri toplama yoluna gidilmiştir. Elde edilen veriler MAXQDA programı kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarında, kırsal turizm girişimciliğinin yeşil ekonomi gelişiminde etkili olabileceği, bu doğrultuda yapılan ve yapılması beklenen birtakım unsurlar ortaya koyulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kırsal Turizm, Kırsal Turizm Girişimciliği, Yeşil Ekonomi.

[1]Öğr. Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Muğla/Türkiye, esracesur@mu.edu.tr
[2]Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Muğla/Türkiye, hceken@mu.edu.tr

YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE EĞİTİMLİ İLE ALAYLI ŞEFLERİN TERCİHİ VE SEKTÖR BAŞARILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Esra Zıvalı[1]
Medeni Cin[2]

ÖZET

Dünya genelinde yiyecek içecek sektörüne yönelik ilgi son yıllarda önemli ölçüde artış göstermiştir. Artan bu ilgiye paralel olarak aşçılık ve gastronomi alanında eğitim veren kurum ve kuruluşlar hızla popülerlik kazanmıştır. Özel kuruluşlarda verilen aşçılık eğitimlerinin yanı sıra; lise, ön lisans ve lisans düzeyinde gastronomi eğitimi veren pek çok kurumun var olduğu bilinmektedir. Bu kuruluşlardan mezun olup çeşitli sertifika ve diplomaya sahip olan şef adayları sektörde kendini göstermeye başlamıştır. Dolayısıyla mutfakta artık alaylı ve eğitimli olarak iki farklı aşçı imgesi söz konusu olmuştur. Aşçılık bilgi, beceri ve deneyim gerektiren bir meslektir. Alaylı ve eğitimli aşçılar arsındaki çatışmaların yanı sıra bu iki grubun sektör tarafından nasıl değerlendirildiği ise merak konusudur. Bu araştırmada, yiyecek işletmelerinin eğitimli ile alaylı şefler arasındaki tercihleri ve bu personelin sektörel başarılarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında 30 farklı yiyecek işletmesi ile görüşme yapılmıştır. Farklılıkları ve ortak örüntüleri belirlemek amacıyla maksimum çeşitlilik örnekleme türü kullanılmıştır. Görüşme yapılan katılımcılara birinci bölümde tanımlayıcı sorular (7), araştırmaya yönelik ikinci bölümde ise 15 soru yöneltilmiştir. Görüşmenin ikinci bölümünde işletmelerin alaylı ile eğitimli personel tercihleri ve sektörel başarıya ilişkin sorular bulunmaktadır. Yapılan görüşmeler sonucunda işletmelerin personel seçiminde şeflerin hem eğitimli hem de deneyim sahibi olmalarının tercih sebebi olduğu ortaya çıkmıştır. Buna ilaveten alaylı şeflerin temel mutfak becerileri ve kriz yönetimi konusunda eğitimli şeflerden daha başarılı oldukları değerlendirilmiştir. Gıda güvenliği, yönetim, iletişim, ARGE ve yaratıcılık konularında ise eğitimli şeflerin daha başarılı oldukları anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Aşçı, Şef, Yiyecek İçecek İşletmeleri, Sektör Başarısı.

[1]Öğr. Gör., Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Eskişehir/Türkiye, esrazb@anadolu.edu.tr
[2]Lisans Öğrencisi, Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Eskişehir/Türkiye, medenicn73@gmail.com

YİYECEK İÇECEK HİZMETLERİ ALANINDAKİ ÖĞRENCİLERİN İSTİHDAM KAYGILARININ VE ÜNİVERSİTE EĞİTİMİNDEKİ TERCİHLERİNİN İNCELENMESİ: SİNOP ÖRNEĞİ

Faruk Ünal[1]
Hasan Evrim Arıcı[2]

ÖZET

Ortaöğretim kurumlarına bağlı Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinde bulunan Yiyecek İçecek Hizmetleri Alanı öğrencilerinin sektördeki istihdam kaygı durumlarının incelenmesi ve kaygı durumlarının mezun olduktan sonra üniversite eğitimlerine hangi alanlarda devam edecekleri etkisinin incelenmesi araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Ayrıca, yiyecek içecek hizmetleri alanı öğrencilerinin sektörlerinde istihdam kaygıları ile üniversite eğitim tercihleri arasındaki ilişkide demografik faktörlerin (ailenin geliri, cinsiyet, velinin eğitim düzeyi, ailede yiyecek içecek departmanında çalışan birinin olması) düzenleyici bir rol oynayıp oynamadıklarını ortaya koymak da çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Çalışmanın kapsamı, ortaöğretim kurumlarına bağlı mesleki ve teknik anadolu liselerinde bulunan yiyecek içecek hizmetleri alanı öğrencilerinden oluşmaktadır. Örneklem ise 2023-2024 Eğitim Öğretim yılında Sinop ili ve ilçelerinde bulunan yiyecek içecek hizmetleri alanında öğrenim gören öğrencilerinden oluşmaktadır. Verilerin toplanmasında, belirlenen gruba en az 15 gün öncesinden haber verilip müsaitlik durumları göz önünde bulundurularak kurumlarındaki idare veya öğretmenlerce duyurulup anket formları sınıf ortamında yüz yüze olacak şekilde 18/12/2023 – 19/01/2024 tarihleri arasında uygulanmıştır. Elde edilen verilerinin analizi SPSS programında tanımlayıcı istatistikler ve korelasyon analizleri yapılmıştır. Bu analizler neticesinde öğrencilerin istihdam kaygıları ile üniversite eğitimindeki tercihleri arasında zayıf düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Önümüzdeki dönemlerde gastronomi eğitimi üzerine öğrenim gören öğrencilere yönelik yapılacak çalışmalar çeşitlenebilir. Örneğin; ön lisans, lisans, yüksek lisans, doktora veya yaygın eğitim kurumlarında gastronomi eğitimi gören öğrencilerin; istihdam kaygıları, mezun olduktan sonra sektörde çalışma istekleri ve sektördeki memnuniyetlerine özgü bulguların elde edilmesine yol gösteren çalışmalar yapılabilir. Bu amaçla gelecekte alanı tercih edecek öğrencilere ve bu öğrencilerin kılavuzu olan alan ve rehber öğretmenlerine katkı sağlaması beklenmektedir. Ayrıca yiyecek içecek hizmetleri alanı öğrencilerinin bölümlerine olan bakış açıları tespit edilerek eksik veya geliştirilmesi gereken yönleri ile faydalı tarafları ortaya çıkacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yiyecek İçecek Hizmetleri Alanı, İstihdam Kaygısı, Sinop, Gastronomi.

[1]MEB Öğretmen, Boyabat Mevlana Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Yiyecek İçecek Hizmetleri Bölümü, Sinop/Türkiye, farukunaal@gmail.com
[2]Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Kastamonu/Türkiye, hasanarici@kastamonu.edu.tr

REÇETE STANDARTLAŞTIRMA: MANCARLI PİDE ÖRNEĞİ

Nihan Akdemir[1]
Gözde Kumaş[2]
Bilsen Bilgili[3]
Cevdet Avcıkurt[4]
Mehmet Sarıoğlan[5]

ÖZET

İnsanlığın doğuşuna kadar uzanan ilk çağlardan itibaren yeme içme faaliyetleri insanların sosyal ve kültürel değerlerinin bir parçası olmuştur. Çeşitli kültürlerin yeme-içme alışkanlıkları, ritüelleri onların sosyal değerleri, alışkanlıkları hakkında diğer toplumlara bilgi sunmaktadır. Dolayısıyla çağlar boyunca yeme-içme faaliyetleri aracılığıyla takip edilen ipuçları kültürlerin nesiller boyunca aktarılmasında rol oynamıştır. Yeme - içme alışkanlarının kaybolmadan ve mümkün olduğunca tahrip edilmeden sonraki nesillere aktarılması kültürel sürdürülebilirlik açısından önem taşımaktadır. Bu araştırma kapsamında Kocaeli, Sakarya ve Düzce İllerinde tüketilen ortak bir yiyecek olan Mancarlı Pide reçetesinin standartlaştırılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda ilgili yörelerde Kartopu Örneklem aracılığıyla ulaşılmış olan katılımcılara Yarı Yapılandırılmış Görüşme gerçekleştirilmiştir. Konu kapsamında literatür destekli 9 adet soru hazırlanmıştır. Sorular katılımcılara sunulmadan önce uzman görüşlerine danışılmıştır. Verilerin toplanması sırasında not alma ve katılımcıların izni alınarak da ses kaydı yapılmıştır. MAXQDA Nitel Veri Analiz Programı aracılığıyla veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırmanın Kocaeli, Sakarya ve Düzce illerinde Kartopu Örneklemi ile yapılması bir sınırlılıktır. Araştırma sonucunda Mancarlı Pide'nin standart reçetesi oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Reçete Standartlaştırma, Mancarlı Pide, MAXQDA.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Kocaeli/Türkiye, nihan.akdemir@kocaeli.edu.tr
[2]Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, gozde.kumas@balikesir.edu.tr
[3]Prof. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Kocaeli/Türkiye, bilsen.bilgili@kocaeli.edu.tr
[4]Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, avcikurt@balikesir.edu.tr
[5]Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Balıkesir/Türkiye, mehmets@balikesir.edu.tr

TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜNDE TATLI İSİMLENDİRMELERİ

Halide Yıldırım Tuğrul[1]
Çağla Özer[2]

ÖZET

Bir ülkenin mutfak zenginliği, o ülkenin en önemli kültürel göstergelerinden olup, tarihsel süreç içerisinde kültürel, coğrafi zenginlikler ve yaşayan farklı uygarlıkların etkisiyle gelişmiş, zenginleşmiş ve günümüze taşınmıştır. Bu, aynı zamanda yapılan yemeklerin ve tatlıların isimlendirmelerine de etkili olmuştur. Türk sosyokültürel yaşamını biçimlendiren bir unsur olarak, doğum, nişan, evlilik, sünnet ve hatta ölüm gibi geçiş dönemleri ve özel günlerle ilgili yemeklerin çok kere sembolik yiyeceği tatlıdır. Türk mutfağında yapılış yöntemi ve kullanılan malzemelere göre geniş bir yelpaze içinde yer alan çok sayıda geleneksel tatlı bulunmaktadır. Adlandırmanın sözdizimsel yapısı esas alınarak yapılacak incelemenin dışında kalarak, bu çalışmada; ana malzemesi ile anılan, göçlerle ve/veya yaşanan bir olay sonucunda hikayelerle oluşan, yöresel dildeki kelimelerin anlamını taşıyan, duyusal niteliklerine atfedilen, kökenleri farklı olup dilimize kazandırılan isimlendirmelere yer verilecektir. Aynı zamanda tarihsel süreç içinde toplumların siyasi ilişkilerinin sosyal yaşam üzerindeki etkisi, aile içi yaşanan olaylar ve özel günlerdeki geleneklerin etkileri gibi bu farklılaşmaya ve sınıflandırmaya neden olan olaylar da incelenmiş olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Tatlılar, Tatlı hikayeleri, Yiyecek tarihi, Yemek Kültürü.

[1]Arş. Gör., İstinye Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul/Türkiye, halide.yildirim@istinye.edu.tr
[2]Doç. Dr., İstinye Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul/Türkiye, cozer@istinye.edu.tr

DİJİTAL PAZARLAMA KAPSAMINDA DİJİTAL İLGİLENİM: BALIKESİR TURİZMİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Harun Ataman[1]
Muammer Bezirgan[2]
Yakup Dinç[3]

ÖZET

Teknolojinin hızlı gelişimi ve bu gelişimle birlikte yaşamın her alanında kullanılan internet bağlantılı teknolojik araç gereçler, dijital pazarlamaya yönelerek dijital ortamlarda var olma gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bununla birlikte gerçekleşen her yenilikle bir değişiminde ortaya çıkması nedeniyle insanların ihtiyaç, istek ve beklentilerinde de değişiklikler görülmektedir. Söz konusu değişim ile birlikte iletişim sürecinde de yaşanan değişim ve gelişmeler, dijital çağın gerekliliği olan dijital pazarlamanın önemini artırmaktadır. Davranış şekillerinden alışkanlıklara kadar birçok tercihi değişen insanın, teknoloji odaklı ortaya çıkan değişim isteklerine uyum sağlayabilmenin yolu dijital teknolojilerden geçmektedir. Geleneksel pazarlama anlayışından farklı olarak iletişimin öne çıktığı dijital pazarlama ticari kurumlardan destinasyonlara kadar birçok örgüt/organizasyon için hayati öneme sahip bir konuma gelmiştir. Bu nedenle birçok işletme ya da destinasyon yönetimi, dijital pazarlamayı önemseyerek dijital ortamlarda var olabilme çabası içerisine girmektedir. Buradan hareketle çalışmada Balıkesir ilinin dijital ortamlardaki varlığı araştırılmaktadır. Google Trend verileri kullanılarak gerçekleştirilen araştırmada, Balıkesir turizmine yönelik anahtar kelimeler kullanılarak aramalar gerçekleştirilmektedir. Elde edilen veriler ışığında Balıkesir'in dijital ortamlardaki varlığı tespit edilecektir. Son olarak Balıkesir turizminin dijital pazarlama kapsamında değerlendirmesi yapılarak öneriler geliştirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Pazarlama, Google Trend, Balıkesir.

[1]Doktora Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, hrntrzc@hotmail.com
[2]Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Balıkesir/Türkiye, muammerbezirgan@hotmail.com
[3]Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Ayvalık Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Balıkesir/Türkiye, yakdin@yahoo.com

GÖNEN TERMAL OTELLERİNİN ÇEVRİM İÇİ KULLANICI YORUMLARI ARACILIĞIYLA MEVCUT DURUMUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ

Havva Gözgeç Mutlu[1]

ÖZET

Çalışmanın amacı, çevrimiçi kullanıcı yorumları aracılığıyla Gönen termal otellerinin mevcut durumunu değerlendirmektir. Çalışmanın örneklemini, seçilen 3 termal otelin "Google" ve "Tripadvisor" sitelerinden Ocak 2023 ile Ocak 2024 arasındaki dönemde toplamda 63 çevrimiçi kullanıcı yorumu oluşturmaktadır. Verilere MAXQDA nitel veri analizi kullanılarak içerik analizi uygulanmıştır. Çalışma sonucunda üç otel de temizlik, personelin memnuniyet verici davranışları, yemeklerin lezzeti, otellerin konumu ve uygun fiyatları konusunda olumlu yorumlar almıştır. Ancak, ortak eleştiriler arasında temizlik sorunları, eskiyen yapı ve personelin memnuniyet vermeyen davranışları bulunmaktadır. Çalışma, Gönen termal otellerinin mevcut durumunu değerlendirerek işletme yöneticilerine ve sahiplerine değerli bilgiler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Termal Turizm, Termal Otel, Çevrimiçi, Kullanıcı Yorumu.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Erdek Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Balıkesir/Türkiye, hgozgec@bandirma.edu.tr

YEREL HALKIN SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASA İLİŞKİN FARKINDALIK DÜZEYİNİN BELİRLENMESİ

Hayriye Duman[1]
Damla Kütüklü[2]
Cevdet Avcıkurt[3]

ÖZET

Yerel halkın somut olmayan kültürel mirasa ilişkin farkındalığının belirlenmesi, bir toplumun kültürel mirasını koruması, yaşatması ve gelecek nesillere aktarması için hayati öneme sahiptir. Bu çalışmanın amacı, Balıkesir ilindeki yerel halkın somut olmayan kültürel mirasa ilişkin farkındalık düzeyinin belirlenmesidir. Anket yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen çalışmada, 22 Şubat - 25 Mart 2024 tarihleri arasında 405 katılımcıdan veriler toplanmıştır. Veriler SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre, yerel halkın somut olmayan kültürel mirasa ilişkin farkındalık düzeyinin iyi düzeyde olduğu görülmüştür. Yerel halkın somut olmayan kültürel mirasın korunması gerektiği konusunda olumlu bir tutum sergiledikleri, kendilerinden somut olmayan kültürel mirası korumalarının beklendiği, somut olmayan kültürel mirası koruma konusunda kendilerine olan inanç ve güvenlerinin sağlam olduğu ve gelecekte de somut olmayan kültürel mirası daha fazla korumayı düşündükleri belirlenmiştir. Ayrıca, Balıkesir'de yaşamaktan memnuniyet duydukları sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda yerel halk ve destinasyona yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yerel halk, Somut olmayan kültürel miras, Farkındalık, Balıkesir.

[1]Arş. Gör. Dr., Batman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Batman/Türkiye, hayriye.duman@batman.edu.tr
[2]Doktora Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Balıkesir/Türkiye, damla_kutuklu@hotmail.com
[3]Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, avcikurt@balikesir.edu.tr

TURİSTLERİN DOĞA TURİZMİ TERCİHLERİNİ YÖNETEN SOSYAL MEDYA FAKTÖRLERİNİN BELİRLENMESİ: TREKKİNG ÖRNEĞİ

Hayriye Duman[1]
Reşat Arıca[2]
Delal Acar[3]

ÖZET

Sosyal medya doğa turizmi tercih ve karar aşamalarını yöneten önemli bir faktördür. Doğa aktivitelerinin kısa sürede geniş kitlelere ulaşmasını sağlaması, popülaritesini arttırması ve nispeten aktiviteye ilişkin bilinmezlikleri ortadan kaldırması yönü ile sosyal medya kısa veya uzun süreli seyahat hareketlerinin önemli bir yöneticisi haline gelmiştir. Sosyal medya platformlarında doğal güzellikleri yansıtan fotoğraf ve videolar sayesinde insanların farklı doğal alanlara olan ilgisi artabilmekte ve bu alanları ziyaret etme eğilimleri değişebilmektedir. Bu durum, sosyal medyanın doğa aktivitelerine olan ilgiyi nasıl şekillendirdiğini anlamanın önemini ortaya koymaktadır. Mevcut çalışmada, turistlerin trekking tercih ve karar aşamalarını yöneten sosyal medya faktörlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Anket yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen çalışmada, 01 Şubat - 01 Mart 2024 tarihleri arasında 273 katılımcıdan veriler toplanmıştır. Elde edilen sonuçlar, turistlerin trekking tercih ve karar aşamalarını yöneten sosyal medya faktörlerinin (i) bilgi edinme, (ii) güven ve (iii) etkilenme/karar verme olduğunu göstermektedir. Çalışmada elde edilen sonuçlara dayalı olarak literatür ve sektörel bağlamda öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Doğa Turizmi, Sosyal Medya, Trekking.

[1]Arş. Gör. Dr., Batman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Batman/Türkiye, hayriye.duman@batman.edu.tr
[2]Doç. Dr, Batman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Batman/Türkiye, resat.arica@batman.edu.tr
[3]Yüksek Lisans Öğrencisi, Batman Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Batman/Türkiye, delal.acar@gmail.com

SINDIRGI'DA KURTARILMASI GEREKEN BİR KÜLTÜR VARLIĞI: ŞERİF PAŞA KONAĞI (KOCAKONAK)

Hüseyin Can[1]
Hatice Çopur[2]

ÖZET

Anadolu'nun birçok bölgesinde, farklı yerel mimari geleneklerinin de içinde olduğu, sosyo-ekonomik, iklim ve coğrafi şartlarla şekillenen zengin bir konut mimarisi göze çarpar. Balıkesir'in Sındırgı ilçesinin Kocakonak Mahallesinde bulunan Şerif Paşa Konağı bunlardan biridir. Konak ismini bânisi olan Şerif Paşa'dan almıştır. Şerif Paşa, Çavdarlı aşiretinden Halil Ağa'nın torunlarından olup Osmanlı devlet ricali kademelerinden sancak yöneticiliği yani mutasarrıflık görevinde bulunmuştur. Aynı zamanda Sındırgı'da yetkili vergi memurluğu görevini de deruhte eden Şerif Paşa, bu muhitte aralarında kendi adı ile anılan camii, han, hamam, konak gibi mimari yapılar inşa ettirmiştir. Bu yapılardan biri olan Şerif Paşa Konağı, Sındırgı'da kitabesi mevcut yapılar arasında en erken tarihli Türk dönemi eserlerindendir. Eser, iki katlı dış sofalı bir plan düzenlemesine sahiptir. İnşa malzemesi olarak moloz taş, kerpiç ve ahşap kullanılmıştır. Dış cephe duvarları nispeten iyi olan yapının kiremit kaplı ahşap çatısı büyük oranda çökmüştür. İç mekânda tavan ve zemin döşemeleri çürümüş, yer yer kırılmıştır. Nitelikli bir işçilik ile yapılan yüklük, ocaklık ve sergenler günümüzde harap durumdadır. Geçmişte kiler, fırın vb. ihtiyaçlar için kullanılan zemin kat günümüzde ahır ve samanlık olarak işlev görmektedir. Bu çalışmada Şerif Paşa Konağı, Sanat Tarihi disiplini içerisinde ele alınacak, günümüzdeki vaziyeti hakkında değerlendirmelerde bulunulup, Balıkesir ve Sındırgı özelindeki önemine değinilecektir.

Anahtar Kelimeler: Sanat Tarihi, Balıkesir, Sındırgı, Şerif Paşa Konağı.

[1]Arş. Gör. Dr., Sakarya Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, İslam Tarihi ve Sanatları Bölümü, Sakarya/Türkiye, huseyincan@sakarya.edu.tr
[2]Dr., Bağımsız Araştırmacı, Ankara/Türkiye, haticecopurr@gmail.com

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA TURİST REHBERİ ADAYLARININ GÖNÜLLÜ SADE YASAM TARZLARININ BELİRLENMESİ

İpek Birkon[1]
Gökhan Demiray[2]
Şeyma Dumanlı[3]
Berrin Seyrek[4]

ÖZET

Gönüllü sade yaşam tarzı, kişinin bilinçli bir şekilde basitleşme, tüketim alışkanlıklarını azaltma, çevresel etkilerini minimize etme ve daha sade, dengeli ve anlamlı bir yaşam sürme tercihidir. Bu yaşam tarzı, gereksiz tüketim alışkanlıklarından kaçınarak, daha az kaynak kullanımıyla ve doğaya daha az zarar vererek yaşamayı amaçlamaktadır. Gönüllü sade yaşam, genellikle sahip olunan eşyaları azaltmak, doğal kaynakları korumak, atık miktarını azaltmak, sürdürülebilir ürünleri tercih etmek, daha derin ve anlamlı ilişkiler kurmaya odaklanmak gibi ilkeleri içermektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı turist rehberliği öğrencilerinin gönüllü sade yaşam tarzlarının belirlenmesidir. Bu durum sürdürülebilir turizm eğitimi ve uygulaması açısından kritik bir konudur. Çalışma, "TUBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı" kapsamında hazırlanmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda, araştırmanın evrenini oluşturan İstanbul Nişantaşı Üniversitesi'nde Turist/Turizm Rehberliği bölümünde eğitim alan 248 öğrencinin 161'inden kolayda örnekleme yöntemi ile veriler elde edilmiştir. Nicel veri toplama yöntemlerinden anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Verilerin analizi istatistik programı ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik sorulan soruların yanıtlarını belirlemek amacıyla frekans analizi yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiş, bağımsız grup t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Turist rehberliği öğrencilerinin sade yaşam tarzını benimsemesinin; az tüketim ve çevresel duyarlılıkla hareket ederek, turizm faaliyetlerinin çevresel etkileri azaltarak, yerel topluluklarla daha sağlam ilişkiler kurarak ve onların ekonomik ve sosyal kalkınmasına katkıda bulunarak sürdürülebilir turizme katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: Turist Rehberliği, Sürdürülebilir Turizm, Sade Yaşam.

[1]Öğr. Gör., İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, İstanbul/Türkiye, ipek.birkon@nisantasi.edu.tr
[2]Öğr. Gör., İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, İstanbul/Türkiye, gokhan.demiray@nisantasi.edu.tr
[3]Öğr. Gör. Dr., Harran Üniversitesi, Halfeti Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Şanlıurfa,/Türkiye, seymadumanli@harran.edu.tr
[4]Ön Lisans Mezunu, Bağımsız Araştırmacı, İstanbul/Türkiye, berrinnseyrek@gmail.com

TÜRK MUTFAĞINDA YER ALAN BAZI GELENEKSEL GIDALARIN PSİKOBİYOTİK POTANSİYELLERİ

Fazilet Mıdık[1]
İrem Buldur[2]

ÖZET

Geleneksel fermente gıdalar probiyotik mikroorganizma içerikleriyle insan sağlığı açısından büyük önem arz etmektedir. Söz konusu bu gıdalar, insan mikrobiyotası ve bağırsak-beyin aksı etkileşiminde çift yönlü iletişime katkı sağlamaktadır. Gündelik hayatta yaygın olarak görülen yoğun stres düzeyi, ani duygu değişimleri, sağlıksız yaşam tarzı ve enfeksiyonel hastalıklar gibi olumsuz etmenler nedeniyle bağırsak mikrobiyotasının bozulması sıklıkla karşılaşılan bir durum olup beraberinde çeşitli sağlık sorunlarını meydana getirebilmektedir. Bu rahatsızlıkların önlenmesi ve tedavi edilmesinde kullanılan psikobiyotikler, pozitif psikiyatrik etki gösteren probiyotikler olarak anılmaktadır. Psikobiyotiklerin bazı psikolojik rahatsızlıkları önleyerek ruh sağlığını olumlu yönde etkilediği, antidepresan ve antisiyolitik etkileri ile bu rahatsızlıkların tedavisinde rol oynadığı çeşitli çalışmalarda bulgulanmıştır. Bu çalışmada, Türk mutfağında yer alan bazı geleneksel gıdalara değinilecek olup bu gıdalar psikobiyotik potansiyelleri açısından değerlendirilerek ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel Gıdalar, Fermente, Psikobiyotik, Türk Mutfağı.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, İstinye Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul/Türkiye, fazilet.midik@istinye.edu.tr
[2]Arş. Gör., İstinye Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul/Türkiye, irem.civelek@istinye.edu.tr

AŞÇILIK ÖĞRENCİLERİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ ALGILARINA YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA: HALFETİ MYO ÖRNEĞİ

Mehmet Fatih Kayran[1]
S. Ceylin Şanlı Kayran[2]

ÖZET

Çalışmanın amacı aşçılık ön lisans öğrencilerinin gastronomi turizmine yönelik algı ve tutumlarını belirlemektir. Bu amaçla Harran Üniversitesi Halfeti Meslek Yüksekokulu Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri bölümü Aşçılık programında okuyan 20 öğrenciye 7 açık uçlu soru ile 4 demografik soru yöneltilmiştir. Veriler 4 Ocak – 25 Ocak 2024 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırma verileri içerik analizi ve betimsel analize tabi tutulmuştur. Araştırma sonuçlarına göre aşçılık öğrencileri gastronomi turizmini tanımlamak için yiyecek-içecek kültürü, merak, lezzet – tat, aktivite - faaliyet, deneyim ve otantiklik kodlarından faydalanmışlardır. Bununla birlikte katılımcıların genel anlamda merak duygusu ile farklı kültürlerin kendine özgü yiyeceklerini deneyimlemek ve yiyecek içecek kültürlerini öğrenmek, yarışma ve gastronomi festivallerine katılma amaçlarıyla seyahat ettikleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca katılımcıların gelecekte geleneksel mutfak kültürünü içeren yemek turlarını deneyimlemek, gastronomi festivallerine katılmak ve farklı ülkelerin mutfaklarını detaylı keşfetmeye yönelik turizm aktivitelerinde yer almayı düşündükleri belirlenmiştir. Katılımcılar gastronomi turizminin olumlu etkilerini kalkınma, istihdam, yemek kültürünün korunması/sürdürülebilirliği, ekonomik katkı, tanıtım, yerel halkın kültürel etkileşimi kodları ile açıklarken turizminin olumsuz etkilerini ise kültürel yabancılaşma, çevre kirliliği, bölgesel enflasyon ve yerel gıda kaynaklarının aşırı tüketimi kodları ile açıklamışlardır. Son olarak ön lisans aşçılık öğrencilerinin gastronomi turizmini yemek kültürünün deneyimlenmesi içeren faaliyetler ya da aktiviteler olarak ifade ettikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Gastronomi Etkinlikleri, Aşçılık Öğrencileri.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, Halfeti Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Şanlıurfa/Türkiye, fatihkayran@harran.edu.tr
[2]Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, Halfeti Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Şanlıurfa/Türkiye, ceylinsanli@harran.edu.tr

JEOPARK VE JEOTURİZM KONULU ÇALIŞMALARIN BİBLOYOMETRİK ANALİZİ

Melike Gül[1]
Bilge Villi[2]

ÖZET

Kitle turizminin olumsuz etkilerinin hissedilmesiyle birlikte günümüz insanında çevre bilinci ve doğal, kültürel değerler üzerinde farkındalık anlayışı artarak alternatif turizm türlerine ilgi oluşmuştur. Bu kapsamda ortaya çıkan jeoturizm faaliyetleri, sürdürülebilir turizm anlayışı ile gerçekleşen kırsal turizm ve eko turizm gibi turizm çeşitlerinin bir uzantısı olarak görülmektedir. Jeoturizm alternatif turizm türleri arasında oldukça talep alan bir turizm çeşidi olmaya başlamıştır. Çalışmanın amacı dünyada jeoturizme yönelik yapılmış olan araştırmaların eğilimlerinin bibliyometrik olarak incelenmesidir. Bu amaçla, 2003 ile 2024 yılları arasında yapılmış olan jeoturizm ile ilgili çalışmalar "jeopark" ve "jeoturizm" anahtar kelimeleri kullanılarak Scopus veri tabanında taranmıştır. Veri toplama işlemlerinde; araştırmanın başlığı, yayınlandığı yıl, yayınlayan derginin ismi, yazar adları ve atıf sayısı gibi bilgilerden yararlanılmıştır. Metin verilerinin analizinde VOSviewer yazılımı kullanılarak doğruluk ve güvenilirlik sağlanmaya çalışılmıştır. Sonuçların daha anlaşılır hale gelmesi için veri görselleştirme yöntemleri (bubbles maps) ve metin madenciliği gibi tekniklerden faydalanılmıştır. Çalışma sonucunda yıllar itibariyle "jeopark" ve "jeoturizm" konusuna yönelik yapılan araştırmaların nitelik ve niceliğinde, atıf sayısında nasıl bir değişim olduğu ve araştırmaların hangi ülke ve kurumlarda daha ağırlıklı yayınlandığı tespit edilmeye çalışılacaktır. Çalışmanın jeoturizm konusunda geleceğe yönelik eğilimleri ve farklı bakış açılarını ortaya çıkararak bundan sonra yapılacak çalışmalara rehberlik edeceği öngörülmektedir. Literatür incelendiğinde "jeopark" ve "jeoturizm" alanında yapılan araştırmalara yönelik herhangi bir bibliyometrik analiz çalışmasının olmadığı, bu nedenle bu alandaki boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Jeoturizm, Jeopark, Jeomiras, Bibliyometrik Analiz.

[1]Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Sındırgı Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Balıkesir/Türkiye, melikegul@balikesir.edu.tr
[2]Öğr. Gör. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Sındırgı Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Balıkesir/Türkiye, bilgevilli@balikesir.edu.tr

ORTAÖĞRETİM DÜZEYİNDE MESLEKİ TURİZM EĞİTİMİ GÖREN ÖĞRENCİLERİN İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ KONUSUNDA BİLGİ DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Muammer Bezirgan[1]
Mehtap Türkan[2]
Sayim Can[3]

ÖZET

Küresel istatistiklere göre dünyada iş kazası ve meslek hastalıkları nedeniyle her 15 saniyede 1 çalışan hayatını kaybederken, 160 çalışan işle ilgili kazalara maruz kalmaktadır. Yıllık veriler ise, 2,3 milyondan fazla çalışanın iş kazası ve meslek hastalıkları nedeniyle hayatını kaybettiğini ve 317 milyonun üzerinde iş kazası yaşandığını göstermektedir (Kılkış, 2013: 20). İş kazası ve meslek hastalıklarının önlenmesi için dünya ülkeleri tarafından çeşitli mevzuatlar oluşturulmuştur. Türkiye'de de iş sağlığı ve güvenliği konusunda uzun yıllardır çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Hali hazırda iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili düzenlemeler 6331 sayılı "İş Sağlığı ve Güvenliği" kanunu çerçevesinde yürütülmektedir (Yiğit, 2013). Bu kanun, işyerlerinde çalışanların sağlığını ve güvenliğini sağlamak, iş kazalarını ve meslek hastalıklarını önlemek, iş sağlığı ve güvenliği kültürünü geliştirmek gibi amaçlarla 2012 yılında yürürlüğe girmiştir. İş sağlığı ve güvenliği eğitimi, işyerlerinde çalışanların sağlığını ve güvenliğini korumak amacıyla verilen bir eğitim türüdür. 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu ve kanunun yürütülmesine ilişkin çıkarılmış olan "Çalışanların İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimlerinin Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik" hükümlerince iş yerlerinde çalışanlara iş sağlığı ve güvenliği eğitimi verilmesi yasal bir zorunluluktur. Bu eğitimler, işyerindeki potansiyel riskleri belirleme, önleme ve müdahale etme becerilerini geliştirmeyi hedeflemektedir. İş sağlığı ve güvenliği eğitimleri, işverenlerin ve çalışanların sorumluluklarını anlamalarını, kazaların, yaralanmaların ve meslek hastalıklarının önlenmesini amaçlamaktadır. Turizm, Türkiye'de sürekli büyüyen bir sektördür. Buna bağlı olarak istihdam edilen personel sayısı her yıl artmaktadır. Dolayısıyla çalışanlar, iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili daha fazla risk faktörüyle karşı karşıya kalmaktadır. Bununla birlikte; stajyer öğrencilerin, daha çok sezonluk dönemler ve yaz ayları gibi mevsimlik olarak iş yükünün arttığı zamanlarda ya da vardiyalı sistemde yoğun şekilde ve amaç dışı çalıştırılmaları iş sağlığı ve güvenliği risklerini artırmaktadır. Turizm eğitimi veren kurumlar, genellikle öğrencilerin sektöre uyum sağlamaları ve deneyim kazanmaları amacıyla staj programları düzenlemektedirler. Turizm sektöründeki staj imkânları; öğrencilere sektörel bilgi ve beceri kazandırmak, işyeri atmosferini deneyimlemelerini sağlamak ve sektördeki profesyonellerle bağlantı kurmalarına fırsat tanımak gibi hususları sağlaması bakımından önem arz etmektedir. Sektörde stajyer olarak çalışacak olan öğrencilerin iş sağlığı ve güvenliği konusunda bilgi ve deneyim sahibi olmaları, staj esnasında yaşanacak olan iş kazaları ve meslek hastalıklarının en aza indirilmesinde büyük katkı sağlayacaktır. Çalışma, ortaöğretim düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin iş sağlığı ve güvenliği eğitimlerine odaklanmaktadır. Çünkü söz konusu eğitimler; öğrencilerin çalışma ortamında karşılaşabilecekleri potansiyel riskleri anlamalarına, güvenli çalışma alışkanlıkları edinmelerine ve iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili temel bilgileri öğrenmelerine yöneliktir. Bu sayede öğrenciler, staj sürecinde daha bilinçli ve güvenli bir şekilde çalışmalarını gerçekleştirebilecektir. Çalışmanın amacı, ortaöğretim düzeyinde mesleki turizm eğitimi gören öğrencilerin iş sağlığı ve güvenliği konusunda bilgi düzeylerinin belirlenmesidir. Bu kapsamda ortaöğretim düzeyinde yiyecek ve içecek hizmetleri ile konaklama ve seyahat hizmetleri alanında eğitim gören öğrencilere iş sağlığı ve güvenliği konusundaki çeşitli sorulardan oluşturulan bir anket uygulaması gerçekleştirilecek, ulaşılan verilerin analiziyle öğrencilerin iş sağlığı ve güvenliği eğitimleri sonucundaki algı düzeyleri tespit edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Mesleki Turizm Eğitimi, İş Sağlığı ve Güvenliği, Ortaöğretim.

[1]Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Balıkesir/Türkiye, muammerbezirgan@hotmail.com
[2]Ögr. Gör. Dr. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Gelibolu Piri Reis Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Çanakkale/Türkiye, mehtapturkan@comu.edu.tr
[3]Uzman, Manisa Yunusemre Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Manisa/Türkiye, ogretmencan45@gmail.com

ŞEHİR TURİZMİNDE YENİ BİR TUR ROTASI ÖNERİSİ: BANDIRMA

Murat Ünver[1]
Seda Şahin[2]

ÖZET

Turizmin çeşitlendirilmesi ve 12 aya yayılmasına yönelik çalışmalar ve planlamalar çerçevesinde, yeni ziyaret noktalarının ortaya çıkarılması ve mevcut turistik çekiciliklerin yeni rotalara eklenmesi, sektörün önem verdiği konularından biridir. Özellikle şehir turizmi kapsamında, kentlerin markalaşması, tarihi ve kültürel değerlerinin ortaya konulması, kent merkezi ve yakın çevresinde bulunan arkeolojik alanların, mimari yapıların, doğal alanların turizme kazandırılması yöre halkına da olumlu katkılar sağlamaktadır. Konuyla ilgili değerlendirilmeler yapılırken, üretilecek yeni rotaların ve ziyaret noktalarının sahip oldukları özelliklerin ön plana çıkarılmasına yönelik süreçler ilgili bakanlıklar, yerel yönetimler, üniversiteler ve diğer paydaşlarla bir araya gelinerek ortak bir akılla yönetilmelidir. Bu çalışmayla, Bandırma'nın sahip olduğu turistik çekicilikler ve mevcut turizm potansiyeli değerlendirilmiş gerek şehir turizmi açısından ve gerekse önemli bir ziyaret noktası olabilmesi yolunda öneriler ortaya konulmuştur. Her yıl milyonlarca ziyaretçinin farklı destinasyonlara giderken Bandırma'dan sadece transit olarak geçmesi sebebiyle, sahip olduğu eşsiz tarihi ve kültürel birikiminin turizm açısından yeterince değerlendirilemiyor oluşu öne çıkarılmış ve düzenlenen tur rotası önerileri ile bölgenin aktif olarak turizmin içine nasıl çekileceği gibi sorulara yanıtlar verilmiştir. Ayrıca, alan yazında Bandırma özelinde bu konuyla ilgili sınırlı sayıda çalışmalara rastlanılması nedeniyle, ortaya konulan bulgu ve önerilerin daha sonra araştırma yapacaklar ve turist rehberleri için bir yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bandırma, Şehir Turizmi, Tur Rotası, Turist Rehberliği.

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Balıkesir/Türkiye, unvermurat@hotmail.com
[2]Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, ssen@balikesir.edu.tr

YEREL YÖNETİMLERİN TURİZME BAKIŞI VE YENİ DESTİNASYONLAR YARATMADA ENGELLER

Murat Bayram[1]

ÖZET

Yerel yönetimler çeşitli mekanizmalar aracılığıyla turizmin gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Birçok araştırma turizm gelişiminde yerel yönetimin artan önemini vurgulamaktadır. Yerel yönetimlerin işbirliği ve koordinasyonu, turizm gelişimi için önemli bir unsurdur. Diğer bir ifadeyle turizm gelişiminde yerel yönetim, sürdürülebilir uygulamaların, toplum katılımının ve dengeli ekonomik büyümenin teşvik edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Yerel yönetimler, yerel topluluklarla etkileşime girerek, etkili politikalar oluşturarak ve turizm girişimlerini teşvik ederek kendi bölgelerinde turizm gelişiminin gidişatını şekillendirmede hayati bir rol oynamaktadır. Bu nedenle araştırmanın temel amacı yerel yönetimlerin turizme bakış açısını incelemektir. Bu amaç doğrultusunda Denizli'deki 19 ilçenin yerel yöneticileri olarak ilçe belediye başkanları ve kaymakamlarının turizme yönelik algıları değerlendirilmiştir. Araştırmanın deseni nitel araştırma desenlerinden bütüncül çoklu durum deseni, veri toplama yöntemi olarak görüşme ve verilerin analizinde de içerik analizi kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, yerel yöneticilerin turizmin gelişmesi için alt yapıyı önemli bir engel olarak gördükleri, turizmin ekonomik etkisinin kısmen bilincinde olmalarına rağmen sosyal ve kültürel etkilerinin farkında olmadıkları görülmüştür. Ayrıca yerel yöneticilerin yeni destinasyonlar oluşturma kapsamında kendi bölgelerinin turistik potansiyelinin farkında olmadıkları, turistik çekicilikler olarak çoğunlukla konaklama tesisleri ve yiyecek içecek işletmelerini algıladıkları ortaya çıkmıştır. Yerel yöneticilerin çoğunluğunun turizm yönetimi ve pazarlaması konusunda farkındalık düzeylerinin yeterli olmadığı da görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Yerel Yönetimler, Turizm Geliştirme, Kalkınma.

[1]Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Denizli/Türkiye, mbayram@pau.edu.tr

TÜRKİYE KÜLTÜR YOLU FESTİVALLERİ KAPSAMINDA MANİSA KÜLTÜREL TURİZM DESTİNASYONUNA NASIL DÖNÜŞEBİLİR?

Mustafa Tepeci[1]

ÖZET

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 29 Ekim 2021'de Beyoğlu Kültür Yolu Festivali ile başlattığı Türkiye'nin uluslararası marka değerine katkıda bulunmak amacıyla düzenlenen Türkiye Kültür Yolu Festivalleri 2024 yılında 16 şehirde gerçekleştirilmesi planlanmaktadır. Kültür ve sanatla bütünleşmiş turizm vizyonu ile hareket eden Bakanlık turizm ile kültür ve sanatın birbirini beslediği bir ekosistem yaratmayı amaçlamaktadır. Bu ekosistem sayesinde kültür ve sanat etkinlikleri, turizm hareketlerine sebep olurken bu hareketlerden de yararlanmaktadır. Festival organizasyonlarına ev sahipliği yapan mekanların restore edilmesi ve yeniden işlev kazanması buraların görünür ve bilinir hale gelmesine ve kültür ve sanat mirasının yaşanarak sürdürülmesine olanak sağlamaktadır. Böylece kültür ve sanat mirasını yaşayıp gelen konuklara da yaşatarak sosyal birliktelik ve bütünleşme sağlanabilmektedir. 16 şehirde, toplamda 8 ay sürecek olan, sanatı, kültürü, tarihi, bir noktada birleştirmeyi amaçlayan Kültür Yolu Festivalleri; yerel, ulusal ve uluslararası sanatçıların katılımıyla düzenlenen konser, tiyatro, sinema, sergi, geleneksel sanatlar, atölye, söyleşi ve çocuk etkinliklerinden oluşan programları kapsamaktadır. Bakanlık tarafından belirlenen festival programına dahil edilen iller sırasıyla Adana, Şanlıurfa, Bursa, Samsun, Trabzon, Van, Nevşehir, Erzurum, Çanakkale, Gaziantep, Ankara, Konya, İstanbul, Diyarbakır, İzmir ve Antalya olmuştur. Bakanlık, Kültür Yolu festivallerini diğer illerimizle büyütmeye ve festivalleri geleneksel hale getirmeyi planlamaktadır. Ancak bu planlamalara hangi illerin dahil olduğu henüz bilinmemekte ve festival organizasyonuna illerin en etkin şekilde nasıl katkı verebileceği ve yararlanılabileceği konusunda çalışmalara ihtiyaç duyulduğu görülmektedir. İlgili literatür incelenerek Manisa'nın başta Uluslararası Mesir Macunu Festivali organizasyonu ve doğal, tarihi ve kültürel zenginlikleriyle şehrin kültürel bir destinasyon haline getirilebilmesi için öneriler geliştirilecekler.

Anahtar Kelimeler: Manisa, Kültür Yolu Festivali, Mesir, Kültür Turizmi.

[1]Prof. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Manisa/Türkiye, mtepeci@yahoo.com

BALIKESİR'İN FOTOĞRAF DİLİ: KİMLİK, HAFIZA VE İMAJ

Nur Neşe Şahin[1]
Pelin Koç[2]

ÖZET

Kent kimliği, bir şehrin kendine özgü karakteristik özelliklerini; kent hafızası geçmişini ve kültürel mirasını; kent imajı ise dışarıdan nasıl algılandığını temsil etmektedir. Hazırlanan bu çalışma, Balıkesir ilini kent kimliği, kent hafızası ve kent imajına dair görsel veriler sunan, temsil kabiliyeti yüksek, turistik potansiyeli geliştirici ve pekiştirici bir unsur olması nedeniyle fotoğraflar üzerinden incelemektedir. Fotoğraf; bir şehrin mimarisini, doğal ve kültürel özelliklerini yansıtmak, kent kimliğine ve hafızasına katkı sunmak noktasında kıymetli bir sanat dalıdır. Fotoğraf yarışmaları da benzer biçimde şehrin özgün taraflarını ön plana çıkartırken aynı zamanda turistik açıdan da önemli bir tanıtım unsuru olarak görülmektedir. Yarışmalar, şehirlerin tanıtımını yapmak, turizm potansiyelini artırmak, kent hafızasını korumak ve toplumsal katılımı teşvik etmek için önemli araçlar olarak değerlendirilmektedir. Bu çerçevede geniş kapsamlı bir seçkiye sahip olan Balıkesir Fotoğraf Maratonu yarışmasında 2023 yılı derece almış ve sergilenmiş fotoğraflar çalışmaya dahil edilmiş ve analiz edilmiştir. Çalışmanın amacı objektifin ardından Balıkesir'e bakmak; kent kimliği, hafızası ve imajının görsel anlatısına ışık tutmaktır. Yapılan analiz ve yorumlamaların sonucunda Balıkesir ilinin kimliği, hafızası ve imajına bütünleşik bir bakış sunulmakta olup kent imajının geliştirilmesi noktasında öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kent Kimliği, Kent Hafızası, Kent İmajı, Fotoğraf Yarışması.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Yalova Üniversitesi, Armutlu Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Yalova/Türkiye, nur.sahin@yalova.edu.tr
[2]Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Van/Türkiye, pelinyagci@yyu.edu.tr

TURİZM ALANINDA LİSANSÜSTÜ DÜZEYDE EĞİTİM ALAN ÖĞRENCİLERİN DERS SEÇİM KRİTERLERİNİN TESPİT EDİLMESİ

Ali Solunoğlu[1]
Oğuzhan Dülgaroğlu[2]

ÖZET

Eğitim bireylerin belirledikleri hedefler doğrultusunda kendilerini geliştirmeleri için önemli bir araç olarak değerlendirilebilir. Bu doğrultuda turizm eğitimi de öğrencilerin turizm alanında kendilerini geliştirerek bilgi ve tecrübelerini artırmaları sürecidir. Bu çalışma Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Konaklama İşletmeciliği Anabilim Dalı öğrencilerini kapsamaktadır. Bu çalışmada lisansüstü düzeyde eğitim gören öğrencilerin ders seçimlerinde dikkat ettikleri unsurları ve bu unsurlardan hangilerinin öne çıktığını tespit etmek amaçlanmaktadır. Çalışmada veriler Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Konaklama İşletmeciliği Anabilim Dalı öğrencilerinden toplanmıştır. Toplanan veriler Çok Kriterli Karar Verme yöntemlerinden "Applying Additive Ratio Assessment" tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Analizler sonucunda öğrencilerin ders seçimi yaparken zorunlu haller dışında hangi kriterlere önem verdiği tespit edilmeye çalışılacaktır. Yapılan analizlerden sonra elde edilen bulgular ve sonuç bölümü daha sonra paylaşılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turizm Eğitimi, ARAS, ÇKKV.

[1]Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Balıkesir/Türkiye, alisolunoglu@balikesir.edu.tr
[2]Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, oguzhan@balikesir.edu.tr

MİTLERİN VE EFSANELERİN TURİZMDEKİ ROLÜ: KAZDAĞLARI ÖRNEĞİ

Oğuzhan Dülgaroğlu[1]
Gizem Özgürel[2]

ÖZET

Destinasyonlarda turistler için çekicilik oluşturabilecek unsurların ön plana çıkarılması tanınırlık, bilinirlik, imaj güçlendirme ve markalaşma süreçleri için bir gerekliliktir. Destinasyonların Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM) hazineleri arasında yer alabilen mitler ve efsaneler; nesiller boyunca aktarılan, yöre halkının düş gücüyle zaman içerisinde değişen halk öyküleridir. Gerek kültür turizmine katılmaktan keyif alan turistler gerekse körfez bölgesini çeşitli amaçlarla ziyaret etmeyi planlayan turistler için Balıkesir ve Çanakkale sınırları içerisinde yer alan Kazdağları birçok mit ve efsanenin doğduğu, yaşadığı bir coğrafyadır. Bu çalışma Kazdağları'nın sahip olduğu mit ve efsaneleri turistik değerini kapsamaktadır. Bu çalışmada Kazdağları'nın sahip olduğu mit ve efsanelerin turistik değeri ön plana çıkarılması amaçlanmaktadır. Çalışmada ikincil veriler taranarak bu mit ve efsanelerin bölge turizmine katkıları ön plana çıkarılmıştır. Yapılan çalışmada destinasyonların sahip oldukları mitlerin turizm faaliyet ve uygulamalarında oynayabilecekleri roller nelerdir? Sorusuna cevap aranmıştır. Çalışmada; bölgede kuşaktan kuşağa aktarılan, SOKÜM değerleri içerisinde bulunan mitlerin neler olduğu, körfez turizmi açısından taşıdıkları önem ve bu mitlerin nasıl değerlendirilebileceği konularına odaklanılmıştır. Nitel araştırma yöntemi ile belgesel tarama yapılarak araştırma verileri toplanmıştır. Çalışmada Edremit Körfezi'nde; Sarıkız, Hasan Boğuldu, İda Dağı ve Üç Güzeller Yarışması mitlerinin ve efsanelerinin bulunduğu, tur programlarında bu mit/efsanelere yer verildiği ve körfez tanıtımında bir araç olarak kullanıldığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sarıkız - Hasan Boğuldu - Üç Güzeller Yarışması Efsaneleri, İda Dağı Miti, Edremit Körfezi, Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM).

[1]Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, oguzhan@balikesir.edu.tr
[2]Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, gizem.ozgurel@balikesir.edu.tr

SOSYAL MEDYA ÖRNEKLEMİNDE GERÇEKLEŞTİRİLEN GASTRONOMİ TEMALI ARAŞTIRMALAR ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR DERLEME

Ozan Güler[1]
Fatma Nur Karaman[2]
Aliye Serin[3]
Esra Keklikoğlu[4]

ÖZET

Sosyal medyanın son zamanlarda sosyal bilimler alanındaki araştırmalara en fazla konu olan alanlardan birisi olduğunu söylemek mümkündür. Tüketicilerin, işletmelerin, organizasyonların ve hatta destinasyonların eylemlerinin, tercihlerinin, duygularının, tutumlarının ve davranışlarının anlaşılması açısından eşsiz bir örneklem olan sosyal medya, yiyecek&içecek ve gastronomi temalı araştırmalarda da giderek artan sayıda araştırmanın veri toplama merkezi haline gelmiştir. Buradan hareketle gastronomi temalı araştırmaların sosyal medyayı hangi konu, problem, kavramsal ve teorik çerçeve ve yöntemler açısından ele aldığı ve ortaya koyulan bulguların gelecek araştırmacılar için neleri işaret ettiği anlaşılması gereken bir sorun haline gelmiştir. Bu araştırmada yerli alanyazında sosyal medya örnekleminde gerçekleştirilen gastronomi araştırmaları sistematik derleme tekniği ile incelenmiştir. 2018-2023 yılları arasında Dergipark, Google Akademik ve JOTAGS dergisi internet sayfaları üzerinden çeşitli kriter anahtar kelimeler aracılığıyla PRISMA modelinden hareketle toplam 67 çalışma araştırmaya dâhil edilmiştir. Gerçekleştirilen sistematik tarama sonucunda sosyal medya ve gastronomi ilişkisinin alanyazında "sosyal medya paylaşımlarının etkileri", "müşteri hizmet memnuniyet ve şikâyetleri"', "gastronomik içerik paylaşımı", "restoranların sosyal medya paylaşımları'' ve ''destinasyon temelli gastronomik paylaşımlar" olmak üzere 5 ana tema altında yoğunlaştığı görülmüştür. Elde edilen bulgular araştırmaların çok büyük bir kısmının sosyal medyada tüketici yorumları üzerinden elde edilen çevrimiçi yorumların nitel veril analizleri ile gerçekleştirildiğini göstermektedir. Genel olarak araştırmaların bütününde nitel araştırma yöntemleri tasarımının baskın olduğu, nicel araştırma yöntemlerinin daha az olduğu görülmektedir. Ayrıca nitel yöntemle yazılan çalışmaların desenlerinin durum-vaka çalışması üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Sosyal medyanın etkileri üzerine gerçekleştirilen çalışmalarda nicel çalışmaların baskın, birbirini tekrar eden ve benzeyen çalışmaların olduğu, konuların gösterişçi tüketim, restoran tercihi ve yöresel mutfak tercihi üzerine sınırlı kaldığı görülmektedir. Hizmet memnuniyeti ve şikayeti, gastronomik içerik paylaşımı, restoranların sosyal medya kullanımı ve destinasyon temelli gastronomik paylaşımlar konulu çalışmalarda nicel araştırma modellerine neredeyse hiç başvurulmadığı görülmektedir. Çalışmalarda Tripadvisor internet sitesinin baskın veri toplama alanı olduğu, destinasyonlar bazında hali hazırda UNESCO unvanı alan ya da gastronomi müzesi olan şehirlerin örneklem olarak sınırlı kaldığı da bir başka dikkat çekici bulgudur. Gelecekteki araştırmalarda Tripadvisor dışında tüketici yorumlarının bulunduğu farklı internet sayfalarının veri kaynağı olarak kullanılması ve küçük verilerden ziyade Veri madenciliği ve Büyük veri analitiği kullanılarak daha büyük veri setlerine ulaşılması önerilmektedir. Buna ek olarak teorik altyapısı kuvvetli, nitel ve nicel araştırma modellerine ait farklı desenlerinin ve veri toplama tekniklerinin bir arada kullanıldığı araştırmalar ile tüketicilerin algı, tutum ve davranışlarını kültürel ve kültürlerarası bağlamda araştıran çalışmalar ile yerli alanyazın için daha nitelikli yayınların ortaya koyulması mümkün olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Sosyal Medya, Sosyal Medya Yemek Paylaşımı, Çevrimiçi Tüketici Yorumları, Sistematik Derleme.

[1]Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Mersin/Türkiye, ozanguler@mersin.edu.tr
[2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, karamanf.2104@gmail.com
[3]Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, aliyeserin73@gmail.com
[4]Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, esrakeklikoglu2@gmail.com

İÇKİLER VE İÇECEKLER BAĞLAMINDA GASTRONOMİ ARAŞTIRMALARININ GÜNCEL DURUMU VE GELECEĞİ ÜZERİNE BİR SİSTEMATİK DERLEME

Ozan Güler[1]
Dila Sabahşan[2]
Halil Efe Ayçiçek[3]

ÖZET

Türk mutfağı coğrafi konumunun ve tarihi geçmişinin sunduğu eşsiz sentez ile hem nicelik hem de nitelik açıdan yiyecekleri ve yöresel kültürü ile çok geçmiş dönemlerden etkilenen zengin mutfaklardan biridir. Bu zenginliği yansıtan unsurlardan birisinin de alkollü ve alkolsüz içecekler olduğu söylenebilir. Bu durum, Türk mutfağını içerik ve çeşitlik bakımından eşsiz hale getiren önemli bir özelliktir. Bu çalışma ile yerli alanyazında içkiler ve içecekler bağlamında gerçekleştirilen gastronomi araştırmalarına yönelik sistematik bir derleme araştırması ile durum tespiti yapılması amaçlanmıştır. 2018-2023 yılları arasında Dergipark, Google Akademik ve JOTAGS dergisi örnekleminde, çeşitli anahtar kelimelerden hareketle Tr Dizin, Ulusal ve Diğer Uluslararası endekslerde taranan toplam 37 makale tespit edilmiştir. Gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda içkiler ve içecekler bağlamında araştırmaların yerli alanyazında "helal gastronomi bağlamında içecekler", "geleneksel Türk içecekleri", "alkollü içecekler", "destinasyon ve coğrafi işaretler bağlamında alkollü ve alkolsüz içecekler", "kahve", "miksoloji ve moleküler gastronomi" olmak üzere 7 ana tema altında yoğunlaştığı görülmüştür. Araştırmalar incelendiğinde, nicel yöntemlere en fazla kahve konulu araştırmalarda başvurulduğu, buna karşın tüm araştırma konuları genelinde nitel araştırma yöntemlerinin baskın olduğu görülmüştür. Nitel araştırmaların ise nitel araştırma desenlerinden doküman tarama ve durum-vaka desenleri ağırlıklı olup fenomenoloji, etnografi, göstergebilim ve semiyotik araştırmalar açısından kısır olduğu anlaşılmaktadır. Nicel araştırmaların ağırlıklı olarak tekil tarama yöntemi ile sınırlı kaldığı, duyusal analiz gibi deneme modellerinden faydalanılmadığı görülmektedir. Konu olarak kahve ve coğrafi işaretli alkolsüz içecekler üzerine ele alınan çalışmaların nicelik bakımdan yoğunlaşılan bir alan olduğu, ancak alkollü içecekler ve miksoloji gibi güncel trendler üzerine araştırmaların çok kısıtlı olduğu görülmektedir. Buradan hareketle gelecekteki araştırmalarda içki ve içecekler bağlamında daha nitelikli araştırmalar yapılabilmesi için derleme ve doküman tarama tekniklerinin kullanıldığı araştırmalardan ziyade tüketicilerin tercih, beğeni ve satın alma niyeti gibi değişkenler üzerine nicel araştırmalar ya da duyusal analiz bağlamında deneysel araştırmalar gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Gelecekteki araştırmalarda ülkemizi ziyaret eden turistlerin yerli üretim rakı, şarap ve bira gibi alkollü içecek deneyimleri ilişkisel veya deneysel araştırma tasarımları ile araştırılabilir. Coğrafi işaretli alkolsüz içeceklerle ilgili duyusal analizler aracılığıyla tüketici tercih ve beğenilerini ölçen yeni araştırmalar tasarlanabilir, coğrafi işaret alma potansiyeli olan yöresel içecekler üzerine keşfedici araştırmalar gerçekleştirilebilir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Alkolsüz İçecekler, Alkollü İçecekler, Sistematik Derleme.

[1]Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Mersin/Türkiye, ozanguler@mersin.edu.tr
[2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Mersin/Türkiye dsabahsan@gmail.com
[3]Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Mersin/Türkiye halilefeaycicek@gmail.com

ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI TURİZMİ KAPSAMINDA YAPILAN ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Suat Akyürek[1]
Özcan Özdemir[2]

ÖZET

Geçmişten günümüze sadece mutfakların değil, aynı zamanda hayatın bir parçası olarak insanlığa çok değerli katkılar sunan zeytinin birçok faydaları ve kullanım alanları mevcuttur. Özellikle zeytinyağının Antik Yunan ve Roma zamanlarında başka kavimlere de ticareti yapılması, yaygın olarak kullanılması, ticaretinin yapılabilmesi için sanatsal formda taşıma kaplarının dahi oluşturulması önemini açıkça ortaya koymaktadır. Yine olimpiyat oyunlarında kullanılan, kazanan yarışmacılara ödül olarak çelenk formunda sunulan, inanç bazında inanışların simgesi olarak kutsal sayılan ve hakkında mitolojik efsaneler oluşturulan bir bitkidir. Günümüzde de başta Marmara ve Ege Bölgelerinde geçim kaynaklarından birini oluşturan, renginden ve değerinden ötürü altın terimi kullanılarak benzetme yapılan, festivaller ile özdeşleştirilen bir bitki şeklinde ifade edilmektedir. Turizm açısından değerlendirildiğinde ise Akdeniz-Ege-Marmara Bölgelerine yapılan kültür turlarında zeytin ve zeytinyağı müzeleri, gastrokültür turlarında zeytin hasat şenlikleri gezginler için rota sunmakta, tadım yapma fırsatı sağlamaktadır. Ayrıca gastronomik unsur olarak da Türk Mutfağı'nın vazgeçilmezleri arasında yer almaktadır. Tüm bu hususlar çerçevesinde değerlendirildiğinde, turizm, kültür ve gastronomi odaklı zeytin ve zeytinyağı ile yapılan çalışmalar Türk turizm sektörünün gelişimine önemli katkılar sağlayabilir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında yapılan çalışmaların bibliyometrik analizini sunmaktır. Yapılan bibliyometrik analiz çalışması neticesinde, zeytin ve zeytinyağı turizmi literatürünün mevcut durumu ortaya koyulmuş ve gelecekte konuyla ilgili yapılabilecek çalışmalar hakkında öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Zeytin, Zeytinyağı Turizmi, Gastronomik Unsur, Bibliyometrik Analiz.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Gümüşhane/Türkiye, suat.akyrek@gmail.com
[2]Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Yeşilova İsmail Akın Turizm Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Burdur/Türkiye, ozdemirozcan.48@gmail.com

YAPAY ZEKA İK'NIN YERİNİ ALABİLİR Mİ?: TURİZMDE MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİ VE EĞİTİM PLANLAMASI ÖRNEĞİ

Özge Erdal[1]
Özlem Arı[2]
Bayram Şahin[3]

ÖZET

TripAdvisor gibi çevrimiçi platformlarda, müşteriler deneyimlerini olumlu ve olumsuz şekilde değerlendirerek işletme yöneticilerine ve potansiyel müşterilere çeşitli yararlı bilgiler sunmaktadır. Yöneticiler, daha iyi hizmet sunabilmek adına bu olumsuz yorumları değerlendirerek kendi eğitim ihtiyaçlarını belirleyebilirler. Bu çalışmada öncelikle TripAdvisor web sitesindeki olumsuz müşteri yorumları MAXQDA ile tematik içerik analizi yapılarak ilgili ana ve alt temalar oluşturulmuştur. Ardından, çalışanlara yönelik eğitim planları geliştirilebilmek amacıyla OpenAI tarafından geliştirilen ChatGPT 3,5 kullanılarak şikayetlere otomatik metin analizi yapılmıştır. ChatGPT ile yapılacak görüşmede ortak bir soru ifadesi oluşturulmuştur. ChatGPT'nin önermiş olduğu eğitim başlıkları literatürdeki araştırmaların bulguları ile karşılaştırılarak değerlendirilmiştir. Araştırma evrenini, Balıkesir ilinde faaliyet gösteren ve turizm işletmesi belgeli 4 ve 5 yıldızlı konaklama tesisleri oluşturmaktadır. Çalışmada 5'i 5 yıldızlı ve 9'u 4 yıldızlı olmak üzere toplamda 14 otel işletmesi ve bu işletmelere ait 83 olumsuz yorum analiz edilmiştir. Oteller en fazla çalışanları ile ilgili konularda olumsuz yorumlar aldığı (%39) onu sırasıyla sundukları yiyecekler (%21), otelin özellikleri (mevcut durumu) (%18), sunulan hizmet (%18) ve son olarak otelin fiyatlarına yönelik (%5) olumsuz yorumların takip ettiği tespit edilmiştir. Ardından, ChatGPT'nin araştırma kapsamındaki olumsuz yorumlara önermiş olduğu eğitimler belirlenmiştir. Bunlardan bazıları müşteri memnuniyeti, iletişim becerileri, yiyecek içecek hizmetleri, servis standartları, problem çözme teknikleri, kriz yönetimi ve yönetsel becerilerin geliştirilmesidir. Bu eğitimler uluslararası otel markalarının sunmuş oldukları hizmet içi eğitim konuları ile benzerlik göstermektedir. Buna göre yapay zekâ teknolojisinin hizmet içi eğitim planlanmasında işletme yöneticileri ve özellikle insan kaynakları departmanı açısından kullanılabilir bir araç olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet İçi Eğitim, Yapay Zekâ, ChatGPT.

[1]Doktora Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Balıkesir/Türkiye, ozge.bicer3087@gmail.com
[2]Dr. Öğr. Gör., Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Balıkesir/Türkiye, ozlem.ari@balikesir.edu.tr
[3]Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, bsahin@balikesir.edu.tr

TURİST REHBERLERİNE YÖNELİK UZMANLAŞMA PROGRAMI ÖNERİSİ: EVLİYA ÇELEBİ YOLU

Ece Özge Pamuk[1]
Özlem Köroğlu[2]

ÖZET

Evliya Çelebi, 40 yılı aşkın bir süre boyunca Osmanlı İmparatorluğu sınırlarında ve komşu topraklarda seyahat eden gezgin ve yazardır. Evliya Çelebi'nin gezdiği yerlerde yaptığı gözlemleri ve yaşadığı olayları anlattığı Seyahatname adlı on ciltten oluşan bir eseri bulunmaktadır. Evliya Çelebi'nin 1671 yılında çıktığı Hac yolculuğunun ilk bölümlerini takip eden İzmit Körfezi'nden Kütahya Simav'a uzanan güzergahı baz alınarak 2011'de Evliya Çelebi Yolu adıyla bir kültür rotası oluşturulmuştur. Bu kültür rotasının en önemli özelliklerinden biri Türkiye'nin ilk at binme yolu olan rotası olmasıdır. Ayrıca, yürüyerek ya da bisikletle de gezilen bir rotadır. Evliya Çelebi Yolu, Osmanlı İmparatorluğu'nun doğduğu kent ve kasabaların içerisinden geçmesiyle de önemlidir. Rota içerisinde yer yer Roma ve Osmanlı İmparatorluğu dönemine ait yollar bulunan tarihi yerlerden, kasabalardan, nehirlerden geçmektedir. Rota; tarihi, doğayı, inancı, macerayı ve dinlenmeyi bir araya getiren nadir rotalardan biridir. Bu kapsamda bu çalışmada Evliya Çelebi Yolu üzerine turist rehberlerinin uzmanlaşmalarını sağlayacak bir eğitim programının önerilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Evliya Çelebi Yolu ile ilgili bilgiler aktarılmış, turist rehberlerinin bu alanda uzmanlaşmalarının önemi açıklanmış ve bir eğitim programı önerisi sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberi, Evliya Çelebi, Kültür Rotası, Uzmanlaşma.

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Balıkesir/Türkiye, eceozgepamuk43@gmail.com
[2]Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, okoroglu@balikesir.edu.tr

KÜLTÜREL MİRAS DEĞERLERİNİN KORUNMASINDA COĞRAFİ İŞARETLEMENİN ÖNEMİ: BALIKESİR'İN İNCİSİ KİRLİ HANIM PEYNİRİ ÖRNEĞİ

Rana Şat[1]

ÖZET

Geçmişteki kültürel birikim ve bir toplumu oluşturan temel öğelerin toplamı kültürel miras olarak nitelendirilmektedir. Kültürel miras somut olan kültürel değerlerin ve somut olmayan kültürel değerlerin bütünü olarak tanımlanabilmektedir. Somut olmayan kültürel değerler sayesinde insanların geçmiş kültürleri ile arasında bağ kurulabilmekte, toplumların dününü ve bugününü anlamalarına olanak tanınmaktadır. Kültürün vazgeçilmez yapı taşı olarak bilinmektedir. Kültürel mirasın korunmasında ve geleneksel üretimin öneminin vurgulanmasında coğrafi işaretleme en önemli uygulamalardan birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Coğrafi işaretleme ile nesiller boyunca geleneksel bilginin, üretilen ve bulunulan bölge ile sınırlı kalmayarak ürüne sahip çıkılmasını, bilginin ve üretiminin sürdürülebilir hale gelmesinde destek veren bir koruma alanı sağlamaktadır. Balıkesir iliyle anılan ve coğrafi işaretli ürünleri arasında yer alabilecek nitelikte olan, Norveç'te yapılan Dünya peynir yarışmasında 3. Olarak bronz madalya alan "Kirli Hanım peyniri", ulusal ve uluslararası boyutta koruma altına alınması gereken yöresel ürünlerde birisi olarak değer işlevini daha güçlü kılmaktadır. Bu çalışmada, coğrafi işaretini henüz almamış olan Kirli Hanım peyniri örneği üzerinden kültürel mirasın korunmasında kültürel miras açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada Kirli Hanım peynirinin üretim sürecini derinlemesine incelemek için nitel araştırma kapsamında, yarı yapılandırılmış görüşme formu eşliğinde görüşülerek ve Kirli Hanım peyniri yapım aşamaları gözlemlenerek kayıt altına alınmış ve bilgiler paylaşılmıştır. Elde edilen betimsel veriler betimsel analiz yöntemi ile yorumlanmıştır. Bu çalışmada coğrafi işaretleme almanın kültürel değerlere sahip çıkılmasına etkisi somut bir örnek üzerinde anlatılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Somut Olmayan Kültürel Miras, Coğrafi İşaretleme, Balıkesir Kirli Hanım.

[1]Doktora Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Balıkesir/ Türkiye, rana_sat_95@hotmail.com

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE İSTİHDAM VE ÜCRETLERİN CİNSİYETLERE GÖRE DEĞİŞİMİ: YATAY KESİT VERİLERDEN KANITLAR

Sabriye Çelik Uğuz[1]
Ferhat Topbaş [2]

ÖZET

Alınan ziyaretçi ve elde edilen gelir bakımından Türkiye dünya sıralamasında daima ilk 10 ülke arasında yer almaktadır. 2022 yılında alınan yaklaşık 50,5 milyon ziyaretçi ile dünya dördüncüsü olan Türkiye'de turizm makro ekonomik yapı içerisinde lokomotif sektöreler arasında yer almaktadır. Çalışmada turizm sektörünün 2018-2021 yıllarındaki istihdam ve ücret yapısı ele alınmıştır. Ancak bunu yaparken turizm sektörü içerisinde en önemli paya sahip olan konaklama işletmeciliği referans alınmış olup, Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması (NACE. Rev.2)" 55 nolu meslek tanımlaması olan konaklama işletmeciliği verilerinden hareketler yatay kesit analizler yapılmıştır. 2018-2021 yılları itibariyle anıldığı sıra ile 1994, 2053, 2009 ve 2257 adet olmak üzere 7513 konaklama işletmesi çalışanına ait yatay kesit veri seti kullanılarak yapılan analizlerden elde edilen bulgular özetle şu şekildedir. Sektörde ortalama kazançlar Türkiye ortalamasının altında seyretmektedir. Örneğin 2021 yılında erkek çalışanların ortalama kazançları ülke genelinde 45954,29 TL iken, aynı ortalama konaklama işletmelerinde 3724,66 TL'dir. Benzer biçimde ve anılan sırayla kadın çalışanların ücretleri ise, 4366,01 TL ve 3336,36 TL şeklindedir. Ortalama kazançların konaklama işletmeleri özelinde cinsiyetçi yapısına bakıldığında ise, 2018-2021 yılları için tahmin edilen ücret fonksiyonları çerçevesinde Oaxaca (1973) ayrıştırma analizi kullanılmış ve ücret farklarının yıllara göre, %62, %74, %82 ve %64'ünün ayrımcılıktan kaynaklandığı tespit edilmiştir. Ayrıca küresel pandemi döneminde ayrımcı uygulamaların arttığı ve ücretlerin yanısıra istihdam fırsatı, kayıtlılık anlamında da kadın işgücü aleyhine sonuçlar ortaya çıktığı görülmüştür. Örneğin, 2020 Türkiye genelinde kadın işgücünün kayıtlılık oranı %97,5 iken konaklama işletmelerinde bu oran %86,5 civarındadır. Sonuç olarak, ilgili alınyazındaki çalışmalarca ortaya konulduğu üzere kadın işgücü ekonomik daralma dönemlerinde ilk gözden çıkarılan ve istihdam dışına itilen grupta yer almaktadır. Aynı zamanda kadın işgücü aktif çalışma dönemlerinde ise ücret, terfi vb. konularda dezavantajlı bir durumda yer almaktadır. Turizm sektörünün ciddi anlamda küçülmeye gittiği ve gerileme gösterdiği küresel pandemi döneminde konaklama işletmelerinde istihdam ve ücretlerin diğer sektörlere göre önemli bir gerileme gösterdiği, sektör özelinde cinsiyetler arasında bir değerlendirme yapıldığında ise kadın ve erkek işgücü arasındaki eşitliksiz uygulamaların daha da arttığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Konaklama İşletmeleri, Ücret Fonksiyonu, Ayrımcılık.

[1]Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Burhaniye/Balıkesir sabriye_celik@yahoo.com
[2]Doç. Dr., İzmir Demokrasi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, İzmir/Türkiye, ferhat.topbas@idu.edu.tr

PRESTİJ ÖDÜLLÜ RESTORANLARA YÖNELİK YAPILAN YORUMLARIN İNCELENMESİ: MICHELIN GUIDE ÖRNEĞİ

Samet Can Curkan[1]
Ilgın Gül Talak[2]

ÖZET

Gastronomi amaçlı yapılan seyahatler destinasyonların aralarında rekabet oluşturmaktadır. Gastronomi amaçlı ziyaret eden gezginlere hitap eden restoranlar farklı yönlerini ortaya çıkarmak, ürün ve hizmetlerinin en iyi olduğunu ispatlamak adına farklı derecelendirme kuruluşlarına başvurarak işletmelerinin ürün ve hizmetlerini tescil etmek istemektedir. Çalışmanın amacı, bu amaçla kurulan bir restoran derecelendirme kuruluşu olan Michelin Guide listesine Urla bölgesinden seçilmiş üç farklı restorana yapılan yorumların incelenmesi ve derinlemesine analizidir. Bu çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması deseni kullanılarak içerik analizi tekniğiyle yapılmıştır. Çalışma kapsamında İzmir'in Urla bölgesinde Michelin Guide listesine giren üç farklı restorana (Od Urla, Vino Locale ve Teruar Urla) yapılan beş yüzden fazla yorum 15 Şubat 2024 – 10 Mart 2024 tarihleri arasında incelenmiştir. Veriler Dünya çapında kullanılan bir seyahat değerlendirme platformu olan Tripadvisor üzerinden toplanmıştır. Toplanan veriler nitel araştırma veri analizine uygun bir paket program kullanılarak raporlanmıştır. Çalışmanın temel bulguları İzmir bölgesinde yaşayan tüketicilerin Michelin Guide algısının diğer bölgelere göre daha zayıf olduğunu göstermektedir. Çalışmanın sonuçlarına göre en fazla kodlanan temaların başında deneyim, lezzet ve kalite bulunmaktadır. Araştırmanın sonuçları ışığında İzmir'de Michelin Guide listesine aday olmaya uygun restoranlara gerekli desteğin verilmesi ve insanların bu oluşum konusunda bilgilendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Michelin Yıldızı, Restoran Yorumları, Gastronomi Turizmi.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Ege Üniversitesi, Çeşme Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, İzmir/Türkiye, samet.can.curkan@ege.edu.tr
[2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir/Türkiye, ilgintalak@gmail.com

İSRAF KARŞITI HAREKET: FREEGANLAR VE SÜRDÜRÜLEBİLİR BESLENME

İrfan Yurt[1]
Savaş Altuner[2]

ÖZET

Günümüzde küresel ölçekte artan gıda israfı ve doğal kaynakların aşırı tüketimi, sürdürülebilir beslenme konusunda ciddi endişelere yol açmaktadır. Bu bağlamda, freeganizm adını verdiğimiz israf karşıtı hareket, geleneksel tüketim alışkanlıklarına karşı bir alternatif olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışma, freeganizmin sürdürülebilir beslenme açısından önemini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu çalışmanın temel amacı ise, freeganizmin sürdürülebilir beslenme perspektifinden nasıl bir alternatif sunabileceğini anlamak, gıda israfına karşı nasıl bir çözüm olabileceğini incelemek ve bu hareketin toplumsal ve çevresel etkilerini analiz etmektir. Freeganizm, gıda israfına karşı etkili bir tepki olarak ortaya çıkmış bir harekettir. Bu çalışma, freeganların çöp konteynerlerinden elde ettikleri gıdaların sürdürülebilir beslenme açısından değerini vurgulayarak, geleneksel tüketim alışkanlıklarını sorgulama ve değiştirme potansiyelini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın yöntemi, freeganizmin temel prensipleri, beslenme alışkanlıkları ve gıda kaynakları üzerine kapsamlı bir literatür taramasını içermektedir. Analiz bölümü, freeganların gıda kaynaklarına erişim yöntemleri, beslenme değerlendirmeleri ve toplumsal etkilerini içerecek şekilde tasarlanmıştır. Ayrıca, freeganizmin çevresel sürdürülebilirlik üzerindeki etkileri de detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Bu çalışmanın sonuçları, freeganizmin sürdürülebilir beslenme açısından önemini vurgulayacak ve geleneksel tüketim alışkanlıklarına alternatif bir bakış açısı sunacaktır. Ayrıca, freeganizmin toplumsal ve çevresel etkilerini değerlendirerek, bu hareketin daha geniş çaplı benimsenmesine yönelik öneriler geliştirilecektir. Bu akademik çalışma, freeganizmin sürdürülebilir beslenme perspektifinden incelenmesiyle, gıda israfı ve doğal kaynakların korunması gibi önemli konulara ışık tutmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Freeganism, Freeganfood, Sürdürülebilir Gastronomi.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Karabük/Türkiye, irfanyurt@karabuk.edu.tr
[2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Karabük/Türkiye, savasaltuner95@gmail.com

DANIŞMANIM YAPAY ZEKÂ: TURİZM EĞİTİMİNDE VE ARAŞTIRMALARINDA YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARI

Selda Güven[1]
Selin Yılmaz Balkaner[2]
Bayram Şahin[3]

ÖZET

Yakın geçmişte teknolojinin insan hayatında meydana getirdiği değişim ve dönüşüm, yapay zekâ teknolojilerine yönelik ilgiyi artırmıştır. Bu teknolojilerin eğitim ve araştırma süreciyle ilişkili uygulamaları ise çeşitli tartışmaları gündeme getirmektedir. Bir taraftan yapay zekânın avantajlarına vurgu yapılarak desteklenmekte, diğer taraftan ise intihal, yanlış bilgilendirme gibi eğitim ve araştırma süreci ile ilgili etik endişeler dile getirilmektedir. Bu kapsamda bu araştırmada turizm akademisyenlerinin eğitim ve araştırma sürecinde yapay zekâ uygulamalarına yönelik bakış açıları tespit edilerek, bu teknolojilerin potansiyel avantaj ve dezavantajları gözler önüne serilmeye çalışılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden görüşme (mülakat) tekniği ile 12 turizm akademisyeninden veri toplanmış ve elde edilen veriler betimsel ve içerik analizi yoluyla analiz edilmiştir. Araştırma çerçevesinde ulaşılan sonuçlardan biri, yapay zekâ uygulamalarının insanın sahip olduğu kişiselleştirilmiş deneyimlerden yoksun olduğu ve bundan dolayı çeşitli alanlarda avantajlar sağlasa dahi belirli bir noktadan sonra sınırlılıklar ortaya çıkaracağı yönündedir. Her ne kadar yapay zekâ, bilimsel araştırma, eğitim ve yeni konulara ilham olma gibi bir takım faydalarla ilişkilendirilse de etik kaygılar bu faydaların önüne geçebilmektedir. Bu kapsamda teknolojide yaşanan değişimlerin eğitim ve araştırma müfredatlarına sağlıklı bir şekilde adapte edilmesi, yapay zekânın araştırma süreçlerinde kullanımıyla ilgili özellikle etik endişeleri giderecek yol haritaları oluşturulması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Eğitimi, Yapay Zekâ Uygulamaları, Turizm Akademisyenleri.

[1]Öğr. Gör. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ezine Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Çanakkale/Türkiye, seldaegilmezgil@comu.edu.tr
[2]Öğr. Gör. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ezine Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Çanakkale/Türkiye, selinyilmaz@comu.edu.tr
[3]Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, bsahin@balıkesir.edu.tr

TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN HİZMET VERME YATKINLIKLARININ SEKTÖRDE ÇALIŞMA NİYETİNE ETKİSİ

Selda Güven[1]
Berna Mazlum[2]
Merve Aycan[3]
Esra Cesur[4]
Seda Şahin[5]

ÖZET

Turizm sektörünün gelişmesi insan kaynağına duyulan ihtiyacı giderek artırmaktadır. İnsan kaynağı ihtiyacı genellikle nicelik olarak belirtilse de sektörün sürdürülebilirliği ve başarısı için nitelik de vurgulanmaktadır. Çünkü emek- yoğun üretim nedeniyle otomasyon imkanının az olduğu ve insan kaynağına duyulan ihtiyacın fazla olduğu turizm sektöründe yüz yüze iletişim yüksek düzeyde yaşanmaktadır. Dolayısıyla insan faktörü ve onun sahip olduğu bilgi, beceri ve nitelikler kilit rol oynamaktadır. Bu araştırmada turizm öğrencilerinin hizmet verme yatkınlıklarının sektörde çalışma niyetine etkisi araştırılacaktır. Ayrıca demografik ve sektörel değişkenlerin hizmet verme yatkınlığı ve sektörde çalışma niyetinde farklılık yaratıp yaratmadığı araştırmanın diğer bir amacı olarak incelenecektir. Turizm alanında eğitim alan öğrencilerin gelecekteki istihdamı oluşturacağı ve sektörün geleceğini doğrudan etkileyeceği düşünüldüğünde henüz eğitim aşamasında hizmet verme yatkınlığının araştırılması ve durum tespiti yapıldıktan sonra kariyerlerine yönelik geliştirici tedbirlerin alınabilmesi açısından çalışmanın önemli olduğu düşünülmektedir. Söz konusu amaçlar doğrultusunda öncelikle 5 farklı bölgede ön lisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi veren üniversitelerden pilot çalışma kapsamında anket aracılığıyla veri toplanmıştır. 200 öğrencinin katılım gösterdiği pilot analiz sonucunda ölçeklerin geçerlik ve güvenirlik analizleri yapılmıştır. Hizmet verme yatkınlığı ile ilgili olarak gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin 12 madde ve 2 boyutlu ölçek yapısıyla ilişkili olduğu ve sektörde çalışma niyeti ölçeğinin ise 12 madde ve tek boyutlu ölçek yapısıyla ilişkili olduğu görülmüştür. Güvenirlik analizleri sonucunda hizmet verme yatkınlığı ölçeği güvenirlik katsayısı 0.98 ve sektörde çalışma niyeti ölçeği güvenirlik katsayısı 0.90 bulunmuştur. Ayrıca öğrencilerin hizmet verme yatkınlığı yüksek ($\bar{X}$= 3,87), turizm sektöründe çalışma niyetleri ($\bar{X}$= 2,77) ise orta düzeyde bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Verme Yatkınlığı, Sektörde Çalışma Niyeti, Turizm Sektörü.

[1]Öğr. Gör. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ezine Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Çanakkale/Türkiye, seldaegilmezgil@comu.edu.tr
[2]Dr. Öğr. Üyesi., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Ardeşen Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Rize/Türkiye, berna.sad@erdogan.edu.tr
[3]Öğr. Gör. Dr., İstanbul Arel Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü, İstanbul/Türkiye, merveaycan@arel.edu.tr
[4]Öğr. Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Muğla/Türkiye, esracesur@mu.edu.tr
[5]Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, ssen@balikesir.edu.tr

TURİZM İŞLETMELERİNDEKİ ÖRGÜTSEL STRES FAKTÖRLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Meliha Sena Yıldırgan[1]
Ebru Arıcı[2]
Orhan Batman[3]

ÖZET

İş ortamında çeşitli sebeplerden dolayı oluşan stres, genellikle örgütsel stres olarak ifade edilir. Bu tür stres, bireylerin günlük iş akışını etkiler ve olumsuz sonuçlara neden olabilir. Özellikle turizm işletmeleri gibi emek yoğun sektörlerde örgütsel stres faktörlerinin incelenmesi önemlidir. Bu araştırma, turizm endüstrisinde yer alan işletmelerdeki çalışanların çalışma ortamındaki stres kaynaklarını belirlemeyi, nedenlerini incelemeyi ve işletmeler için örgütsel stresi azaltmaya yönelik stratejiler geliştirmeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında stresin ve örgütsel stresin tanımı, turizm işletmelerinde örgütsel stresin temel kaynakları ve bu kaynakların nedenleri incelenerek literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda literatürde yer alan ampirik çalışmalar incelenmiş olup, içerik analizi yöntemi ile turizm işletmelerinde yaşanan stres kaynakları ortaya koyulmuştur. Araştırmada stres kaynakları "örgütsel politikalardan kaynaklı stres kaynakları", "örgütsel yapıdan kaynaklanan stres kaynakları", "iş ortamındaki fiziksel şartlardan kaynaklanan stres kaynakları", "işin yapısı ile ilgili stres kaynakları", "örgütte kişilerarası ilişkilerden kaynaklanan stres kaynakları" olmak üzere beş başlıkta incelenmiştir. Araştırmanın özgün değeri, turizm işletmelerinde çalışanların güncel stres kaynaklarına odaklanması ve bu kaynakların sınıflandırılmasıdır. Araştırmanın sonuçlarına göre ulusal ve uluslararası literatürdeki çalışmaların genel olarak tüm otel çalışanlarına yönelik olduğu ve sadece ön büro departmanına odaklanan az sayıda çalışmanın olduğu görülmüştür. Sonuçlar incelendiğinde stresin kaynağının genel olarak işin yapısı ya da organizasyon yapısı ve örgütsel politika ile ilgili olduğu ortaya koyulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm İşletmeleri, Stres, Örgütsel Stres Faktörleri.

[1]Arş. Gör., İstanbul Beykent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, İstanbul/Türkiye, senayildirgan@beykent.edu.tr
[2]Doktora Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Sakarya/Türkiye, ebruarici96@hotmail.com
[3]Prof. Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Sakarya/Türkiye, obatman@subu.edu.tr

SİVAS TURİZMİNDE KÜLTÜREL MİRASIN KORUNMASI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR BAKIŞ

Serap İnceöz[1]

ÖZET

Ülkemiz, coğrafi ve iklimsel açıdan zengin olabildiği kadar özellikle kültürel ve maddi olmayan değerleri ile de varlığını tanıtmış bir ülkedir. Turistik tercihlerin hemen hemen birçoğuna cevap veren ülke varlıklarımız turizm çekicilikleri ile özellikle kültürel varlıklarıyla ön plana çıkmaktadır. İklimsel ve coğrafi açıdan Sivas, doğa turizmi, yayla turizmi, eko-turizm, kış turizmi, gençlik turizmi ve kültür turizmi gibi birçok turizm çeşidine ev sahipliği yaparak aynı zamanda turizmde sürdürülebilirliği besleyen bir il konumunu da taşımaktadır. Sivas İli, Unesco Dünya mirası listesinde yer alan Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası başta olmak üzere Çifte Minare, Gök Medrese, Eğri Köprü gibi birçok tarihi eserlere sahiptir. Kültürel varlıklarıyla literatüre konu olan Sivas, otantik ve mütevazı kent dokusuyla sürdürülebilirlik anlamında ozanlara ve şairlere de ilham kaynağı olmuştur. Kültür, kavramı ve manası gereği, toplumlar için en kıymetli mirastır. Miras bir milli varlıktır ve tanıtılması ölçüsünde korunması gerekmektedir ki, kültürler arası aktarım gerçekleşsin. Buradan hareketle araştırmanın amacı, Sivas İlinin kültürel yapısını kavramsal ve literatür desteği ile aktararak, Sivas turizminin tanıtımı ve gelişimine yönelik öneriler sunmaktır. Çalışmanın kapsamı ise, Sivas il ve ilçelerindeki mevcut kültürel miras unsurları ile sınırlıdır. Yöntem olarak kapsamlı literatür çalışması yapılarak, araştırma kapsamında Sivas turizminde kişi, kurum ve kuruluşlarla kültürel mirasın korunmasına yönelik görüş ve önerileri alınarak sonuçlandırılacaktır. Bu yönüyle çalışma nitel araştırma özelliği taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sivas Turizmi, Kültürel Miras, Sürdürülebilirlik.

[1]Öğr. Gör. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Cumhuriyet Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Sivas/Türkiye, sinceoz@cumhuriyet.edu.tr

TÜRKİYE'DE PASTACILIK VE EKMEKÇİLİK EĞİTİMİ VEREN ÜNİVERSİTELER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ali Şen[1]
Serkan Semint[2]

ÖZET

Bu araştırmanın amacı; Türkiye'de pastacılık ve ekmekçilik eğitimi veren üniversiteleri, bu kurumlarda istihdam edilen akademik personeli, eğitim müfredatlarını araştırmak ve ilgili literatüre katkı sağlamaktır. Amaç doğrultusunda nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Yükseköğretim Program Atlası'ndan "pastacılık ve ekmekçilik" kelimeleri taratılarak bu alanda eğitim veren üniversitelere ulaşılmıştır. Üniversiteler belirlendikten sonra araştırmanın evreni ve örneklemi belirlenmiştir. Araştırmanın evrenini yükseköğretim kurumları oluştururken örneklemini ön lisans düzeyinde pastacılık ve ekmekçilik alanında eğitim veren üniversiteler oluşturmaktadır. İlgili literatür taranmış kavramsal çerçeve oluşturulmuş ve pastacılık ve ekmekçilik bölümünde eğitim veren 6 üniversitenin olduğu saptanmıştır. Bu üniversitelerin ders müfredatları, akademisyen profilleri ve üniversitelerin genel durumları içerik analizine tabii tutularak incelenmiştir. Üniversitelerde 14 Öğretim Görevlisi, 1 Doktor Öğretim Üyesi olmakla birlikte toplamda 15 akademisyenin istihdam edildiği tespit edilmiştir. Uygulamalı ders kapsamında en fazla unlu mamuller, teorik ders kapsamında ise en fazla gastronomiye yönelik genel derslerin verildiği diğer sonuçlar arasındadır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda ileriye yönelik yapılması gereken öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Türkiye, Pastacılık, Pastacılık Eğitimi.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Karaman/Türkiye, alisen.gastronomi@gmail.com
[2]Arş. Gör., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Karaman/Türkiye, semintserkann@gmail.com

GASTRONOMİ TEMALI FİLMLERİN GÖSTERGEBİLİM YAKLAŞIMI İLE İNCELENMESİ: HUNGER FİLM ÖRNEĞİ

Sevda Nur Korkut[1]
Sümeyye Öztürk[2]
Serkan Şengül[3]

ÖZET

İnsanın en temel fizyolojik ihtiyaçlarından biri olan yemek yeme eylemi gündelik hayatın önemli bir kısmını kaplamaktadır. Yaşam için gerekli olan bu temel ihtiyaç son zamanlarda sosyal medyada, dizi ve filmlerde bir tema olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle sinemada gastronomi temalı ve şef odaklı filmler artış göstermektedir. Bu çalışmada öncelikle gastronomi temalı filmler araştırılmış ve gastronomi ile sinema ilişkisini inceleyen yazın taranmıştır. Çalışmada 2023 yılında uluslararası bir platformda yayınlanan gastronomi, mutfak ve yemek temalarına sahip olan Hunger filmi ele alınarak göstergebilim yaklaşımı ile mutfak ve yemeğin simgesel anlamları incelenmiştir. Yemek yapma, sunma ve yemek yeme sahneleri gösterge, gösteren ve gösterilen alt başlıklarına ayrılarak yemek sahnelerinin düz ve yan anlamları açıklanmıştır. Çalışma hazırlanırken film içerisindeki yemek sahnelerinde aktarılan simgelerin aslında vermek istediği anlamların ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Yemek ve sınıf, mutfak ve hiyerarşi, iletişim, yemek ve haz, görsel şovlar gibi konular ve kavramlar arasında ilişki kurularak mutfağın arka planında yaşanan ve yaşanması mümkün olan olaylar anlamlandırılarak ve açıklanarak çalışmanın bulgular kısmında sunulmuştur. Gastronomi temalı filmlerin oldukça popüler olduğu günümüz sinemasında, Türk yemek kültürünün psikolojik, sosyolojik ve antropolojik analizinin yapılması amacıyla ulusal yapımların da hazırlanması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi Sineması, Yemeğin Temsili, Göstergebilim.

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatlara Anabilim Dalı, Sakarya/Türkiye, y215017002@subu.edu.tr
[2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Sakarya/Türkiye, y215017005@subu.edu.tr
[3]Prof. Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Sakarya/Türkiye, serkansengul@subu.edu.tr

YEREL HALKIN KÜLTÜREL MİRAS FARKINDALIĞI: BİRGİ ÖRNEĞİ

Songül Gökhan[1]
Erol Duran[2]

ÖZET

İzmir'in Ödemiş ilçesine bağlı yerleşim yerlerinden biri olan Birgi, kültürel ve tarihi değerleri, geleneksel mimarisi ile dikkat çekmektedir. UNESCO'nun Dünya Mirası Listesi'ne aday olan Birgi yüzyıllar boyunca çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Birgi'de 100'ün üzerinde tarihi yapı bulunmaktadır. Bu yapıların orijinalliğini koruması, bölgenin tarihi ve mimari özelliklerini yansıtması turistler açısından çekicilik unsuru oluşturmaktadır. Anadolu Beylikleri ve Osmanlı İmparatorluğu döneminin mimari ve somut kültürel özelliklerini yansıtan tarihi konakları, han, hamam, cami, türbe, medrese ve çeşmeleri Birgi kültürel miras açısından oldukça önemli bir yerleşim merkezidir. Bu çalışmanın amacı, tarihi ve mimari özellikleri ile kültürel miras unsurlarına sahip Birgi'de yaşayan yerel halkın kültürel miras unsurlarına ilişkin farkındalıklarını araştırmaktır. Bu amaç doğrultusunda Birgi'de yaşayan yerel halk ile farkındalıklarını ve algılarını keşfetmek için derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırma kapsamında 15 kişiye ulaşılmış ve elde edilen veriler nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılan analiz programı yardımıyla çözümlenmiş ve içerik kodları oluşturulmuştur. Analiz sonuçlarına göre Birgi'de yerel halkın ve yerel kültürün yok olmaya başladığı, bölge de yaşayan yaşlı kesimin tarihi yapılar hakkında bilgi sahibi olduğu, bölge hakkında çeşitli hikâyeler bildikleri, yörenin yemek ve el sanatları hakkında bilgi sahibi oldukları görülmüştür. Ancak bölgenin sit alanı olarak ilan edilmesi ve yapıların restorasyonunun yüksek maliyeti nedeniyle yerli halkın satışlarla bölgeden çıktığı, bölgeye yeni yerleşimlerin olduğu, yeni yerleşenlerin kültürel farkındalığının düşük olduğu görülmektedir. Bölgede el sanatlarının yok olmaya başladığı, kültürel değerler açısından otantikliğin bozulmaya başladığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Miras, Otantiklik, Birgi.

[1]Dr., Bağımsız Araştırmacı, Çanakkale/Türkiye, songlgkhan@gmail.com
[2]Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Çanakkale/Türkiye, erolduran@comu.edu.tr

TURİZMDE YANLIŞ HABER/BİLGİ YAYILIMININ DOĞRULUK KONTROLÜ PLATFORMLARI ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ

Sultan Nazmiye Kılıç[1]

ÖZET

İnternet kullanımının, içerik ve bilgi paylaşımının hızla yayılmasıyla birlikte bilgiye erişim kolaylaşmıştır. Ancak, pandemi ve siyasal seçimler gibi toplumu ilgilendiren önemli konularda yapılan paylaşımlar incelendiğinde bazı içeriklerin gerçeği yansıtmadığı görülmektedir. Bu nedenle, paylaşılan bilgilerin doğruluk kontrolünü sağlayan platformlar son dönemde daha yaygın hale gelmiştir. İlgili platformlarda turizmi de ilgilendiren paylaşımların ve haberlerin doğruluk kontrolüne ilişkin analizler gerçekleştirilmektedir. Yabancı çalışmalarda turizm olgusu ve yanlış haber/bilgi yayılımını inceleyen araştırmalar bulunsa da yerli literatürde yeterli araştırmaya rastlanmamıştır. Bu doğrultuda, araştırmada Türkçe doğruluk platformlarında analizi yapılmış olan, ülke turizmini, tanıtımını ve imajını etkileyebilecek haberlerin ve paylaşımların incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma soruları şunlardır: Turizm anahtar kelimesini içeren şüpheli içerikler, "Hangi mecralarda paylaşılmaktadır?"; "Hangi doğrulama platformları tarafından incelenmektedir?"; "Yıllara göre dağılımı nasıldır?"; "Hangi konulardadır?" ve "Yanıltıcı yönleri nelerdir?". Nitel yöntem kullanılarak doğruluk kontrolü yapılan paylaşımların ve haberlerin içerikleri betimsel olarak incelenmiştir. 09.02.2024-12.03.2024 tarihleri arasında "turizm" anahtar kelimesiyle yapılan internet taramaları sonucunda doğrulama platformlarında analiz edildiği belirlenen 84 içerik incelenmiştir. İçerikler yoğun olarak Twitter ve haber sitelerinde paylaşılmıştır ve en fazla Teyit.org platformu tarafından analiz edilmiştir. 2019, 2020 ve 2021 yıllarında diğer yıllara göre daha fazla inceleme bulunmaktadır. Turizmi ilgilendiren içeriklerde yoğun olarak; tanıtım, kültürel ve doğal varlıkların kaybı ve sayısal verilere yönelik konular belirlenmiştir. İçeriklerin yanıltıcı yönünün en fazla hatalı ilişkilendirme olduğu görülmüştür. Ülke tanıtımına zarar verebilecek yanıltıcı haber ve bilgi paylaşımlarının önüne geçilebilmesi için yasal engellerin ve yaptırımların elzem olduğu anlaşılmıştır. Gelecek çalışmalarda bu tip haberler ve bilgi paylaşımlarının turizm niyetleri ve destinasyon imajı üzerindeki etkileri incelenmesi ve yanlış paylaşımların engellenmesine yönelik çalışmaların yürütülmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Haberleri, Sosyal Medya, Yanlış Bilgi Yayılımı, Dezenformasyon.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, sultan.kilic@balikesir.edu.tr

OTEL İŞLETMELERİNDE GASTRONOMİ ETKİNLİKLERİ: GAZİANTEP İLİ ÖRNEĞİ

Suzan Yıldız[1]
Belma Suna[2]
İbrahim Giritlioğlu[3]

ÖZET

Otel işletmelerinde uygulanan önemli bir faaliyet olan gastronomik etkinliklere katılım günümüzde gittikçe artmaktadır. Otellerde gastronomi adı altında birçok faaliyet düzenlenmektedir. Bu faaliyetler; festivaller, tadım günleri, cooking class (yemek pişirme etkinliği), gastro turlar ve buna benzer etkinliklerden oluşmaktadır. Bu çalışma otel işletmelerinde gastronomi ile ilgili ne gibi etkinlikler yapıldığı ve bu etkinliklerin otel işletmelerine katkılarının neler olduğu belirlemek amacıyla çalışılmıştır. Bu amaçla, Gaziantep de Shimall Otel, Tuğcan Otel, Burak Otel, Nov Otel ve Divan Otel ile görüşmeler yapılmıştır. Araştırma nitel araştırma deseni ile tasarlanmıştır. Konuyla ilgili verileri toplamak amacıyla yüz yüze görüşme yapılmış ve yarı yapılandırılmış görüşme formları kullanılmıştır. Katılımcı, yönetici şeflerin cevaplarını uygun şekilde analiz etmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, Gaziantep'te gastronomi etkinliklerine misafir talepleri ve doluluk oranı göz önünde bulundurularak yılın Nisan ve Ekim ayları arasında yıl boyu faaliyet gösteren otellerde 2 ya da 3 kez yer verilmekte olup bu etkinlikler şeflerin yönetiminde geçekleştirilmektedir. Gastronomi etkinlikleri yerel halktan çok şehir dışından gelen otelde konaklayan misafirin katılımı ile gerçekleştirilmektedir. Gastronomi etkinliklerinin başarılı şekilde uygulandığı oteller prestij kazanmakta ve önemli düzeyde ekstra gelirler elde etmektedirler. Bu nedenle, belirli büyüklükteki otel işletmelerinde deneyimli bir şef ile çalışılması ve yapılan gastronomi etkinliklerine yerel halkın da katılımının sağlanması önemli bir gelir kaynağı olabilir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi Etkinlikleri, Otel İşletmeleri.

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Gaziantep/Türkiye, suzansuzi3327@gmail.com
[2]Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Gaziantep/Türkiye, suna@gantep.edu.tr
[3]Prof. Dr., Gaziantep Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Gaziantep/Türkiye, giritlioglu@gantep.edu.tr

GASTRONOMİ VE TEKNOLOJİ KONULU MAKALELERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Şimal Yakut Aymankuy[1]
Şule Demir[2]

ÖZET

Gelişen teknoloji, gastronomi alanında beslenme alışkanlıklarından yeme-içme deneyimlerine kadar birçok konuda önemli değişimlere yol açmaktadır. Gastronomi ve teknoloji arasındaki etkileşim giderek daha fazla dikkat çekmekte ve bu durum literatürde bu konuları bir arada barındıran yayınların sayısını artırmaktadır. Bu çalışmanın amacı Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi (ULAKBİM) tarafından taranan dergilerde yayımlanan gastronomi ve teknoloji konulu makaleleri inceleyerek bu yayınların bibliyometrik analizini gerçekleştirmektir. Analiz çerçevesinde 2014-2024 yılları arasında yayımlanmış 71 makale ele alınmıştır. Verilerin analizinde MAXQDA (24.2.0) paket programından yararlanılmıştır. İlgili çalışmaların 2018 yılı ve sonrasında yoğunlaşmaya başladığı, daha çok araştırma makalesi ve iki yazarlı olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmalarda daha çok nitel yöntemlerin kullanıldığı, içerik analizinin en yaygın kullanılan analiz olduğu, öne çıkan ve en fazla atıf alan konu başlığının ise sosyal medya olduğu gözlemlenmektedir. Elde edilen verilerin gastronomi alanında teknoloji konusunda nasıl bir noktada olunduğunu ortaya koyacağı ve literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Teknoloji, ULAKBİM, Bibliyometrik Analiz.

[1]Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Balıkesir/Türkiye, sayman@balikesir.edu.tr
[2]Öğr. Gör., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Karaman/Türkiye, suledemir@kmu.edu.tr

GASTRONOMİ TURİZMİ VE BİSİKLET TURİZMİ İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Talha Serdar Sezen[1]
İbrahim Misir[2]

ÖZET

Dünya çapında bisiklet kullanımının yaygınlaşmasıyla bisikletli seyahate olan talep ve bisiklet turizminden elde edilen gelir artmaktadır. Ayrıca günümüzde bireylerin yeni bir yiyecek-içecek deneyimi yaşama motivasyonu ile gastronomi turizmine ilgi gösterdikleri bilinmektedir. Bisiklet turizmi farklı destinasyonları keşfetmek, doğayla iç içe olmak, kültürel mirası tanımak ve destinasyonlara ait lezzetleri deneyimlemek gibi birçok imkânı kapsamaktadır. Bu noktada Gastronomi turizmi ve bisiklet turizmi birbirlerini tamamlayan iki turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir destinasyonu bisiklet ile keşfederken o bölgenin lezzetlerini deneyimlemek mümkündür. Dünyada bisiklet turizmi ve gastronomi turizmini bir araya getiren pek çok organizasyon ve destinasyon bulunmaktadır. Fransa'da bulunan şarap rotaları, Tayland'ın sokak lezzetleri, Türkiye'de düzenlenen birbirinden güzel festivaller ve turistik rotalar bu organizasyon ve destinasyonlardan bazılarıdır. Bu kavramsal araştırmada gastronomi ve bisiklet turizminin ilişkisi incelenmiştir. Sonuç olarak iki turizm çeşidinin; yerel lezzetlerin keşfedilmesi, yerel tarım ürünlerinin desteklenmesi, yerel işletmelerin desteklenmesi, kültürel değişim ve etkileşim sağlaması, aktif bir tatil ve sağlıklı beslenme olanağı sunması noktasında birbirlerine olumlu katkılar sağladığı ve ekonomiyi de destekleyerek kalkınmaya katkıda bulunduğu ifade edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bisiklet, Gastronomi Turizmi, Bisiklet Turizmi.

[1]Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Balıkesir/Türkiye, serdarsezen@balikesir.edu.tr
[2]Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Balıkesir/Türkiye, ibrahimmisir@balikesir.edu.tr

TURİZM VE YEREL YÖNETİM KONULU AKADEMİK YAYINLARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Emrah Kara[1]
Hüseyin Çeken[2]
Taner Dalgın[3]
Bilgin Güner[4]

ÖZET

Turizm sektörünün gelişimine yön veren birçok paydaş bulunmaktadır. Bu paydaşlardan bir tanesi hatta en önemlisi de yerel yönetimlerdir. Turizm sektörünün doğal/fiziksel bir çevrede gerçekleşmesi, yerel yönetimlerle ilişkisini kaçınılmaz hale getirmektedir. Buna bağlı olarak turizm ve yerel yönetim ilişkisinin hangi bağlamda ele alındığını kavramaya yönelik çalışmalara akademik literatürde rastlanılmaması bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı, turizm ve yerel yönetim konularının birlikte yer aldığı akademik çalışmaları bibliyometrik analiz yöntemi ile inceleyerek mevcut durumu ve güncel eğilimleri belirlemektir. Bu bağlamda 23 Ağustos 2023 tarihinde Web of Science veri tabanında yıl sınırlaması yapılmadan "tourism" and "local government" anahtar kelimelerinin birlikte geçtiği akademik çalışmalar taranmıştır. Doküman türü ve dil konusunda filtreleme yapıldıktan sonra 1994 ile 2023 yılları arasında 870 çalışma değerlendirmeye dahil edilmiştir. Elde edilen veriler VOSviewer programı ile analiz edilmiştir. Bulgulara göre; turizm ve yerel yönetim ilişkisini inceleyen akademik çalışmaların sayısında giderek artış eğilimi olduğu, en çok çalışmanın 2021 yılında yapıldığı ve bu konudaki en çok atıfın ise 2022 yılında verildiği tespit edilmiştir. Turizm ve yerel yönetim konusunda yapılan çalışmalar en çok "Konaklama Boş Zaman Spor Turizm" alanında yayımlanırken, en fazla yayın yapılan kaynak "Sustainability" dergisi olmuştur. Turizm ve yerel yönetim konusuna yönelik en çok kullanılan anahtar kelimenin "turizm" olduğu saptanmıştır. En çok iş birliği yapan yazar "Xu, Honggang" dır. En fazla iş birliği yapan ülke ise "Çin" olmuştur. "Doğan Gürsoy" en çok atıf alan yazar olarak ön plana çıkmaktadır. "Tourism Management" dergisinin en fazla atıf alan kaynak olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Yerel Yönetim, Bibliyometrik Analiz, Web of Science, VOSviewer.

[1]Doktora Öğrencisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Muğla/Türkiye, emrahkara4852@gmail.com
[2]Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Muğla/Türkiye, hceken@mu.edu.tr
[3]Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Muğla/Türkiye, tanerdalgin@mu.edu.tr
[4]Öğr. Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Milas Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Muğla/Türkiye, bilginguner@gmail.com

MİRAS GIDA KAVRAMI VE BÖLGESEL TURİZM GELİŞİMİ AÇISINDAN ÖNEMİ

Mahmut Tufan Taşar[1]
Şefik Okan Mercan[2]

ÖZET

İnsanlık tarihi boyunca süregelen, beslenme ihtiyacı etrafında şekillenmiş yeme içme davranışları, kültürün oluşmasında büyük bir rol oynamaktadır. Kültür, doğası gereği nesilden nesle aktarılırsa varlığını devam ettirebilmektedir. Bu nedenle kültürün devamlılığı için kültürel değerlerin sürdürülebilir bir anlayış ile ele alınması gerekmektedir. Bu noktada somut ve somut olmayan kültürel miras öğelerinin korunması ve özgünlüğünün sağlanması, kültürün aktarılabilmesi ve nitelikli turistik ürün oluşabilmesi için oldukça önemlidir. Somut olmayan kültürel miras olarak ele alınan yeme içme alışkanlıkları ve miras değeri taşıyan gıdaların korunması, bu nedenle oldukça önem taşımaktadır. Kültürel miras değeri taşıyan yerel gıda ürünleri, bölgesel turizm gelişimi açısından önemli bir yere sahiptir. Türkçe alanyazında, bir bölgeye ait gıda ürünlerinin kültür ve bölgesel gelişim ile olan ilişkisi birçok kez incelenmiş, birçok çalışmada bu gıdalar kültürel miras değeri olarak ele alınmıştır. Ancak yapılan çalışmalarda kavramsal bir bütünlük olmadığı görülmektedir. Söz konusu alanyazında kültürel miras değeri taşıyan ve kültürün bir parçasını oluşturan gıda ürünlerinin; yerel gıda, gastronomik miras ve geleneksel gıda gibi birçok kavram kapsamında ele alındığı görülmüştür. Bu noktada gıda ürünlerinin korunması için gerekli olan bilinç düzeyini sağlamak adına, bu gıdaların bir miras olduğunu vurgulayan ortak bir kavram ile ele alınmasının ilgili alanyazın açısından daha tutarlı bir yaklaşım olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle gıda ürünlerinin korunmasının gerekliliğini öne çıkartan ve tüm bu kavramların altında incelenen unsurları kapsayan bir kavram olarak bu çalışmada miras gıda kavramı kullanılacaktır. İlgili alanyazının taranacağı bu teorik çalışmada kültürel miras değeri taşıyan gıda ürünlerinin, miras gıda kavramı ile ilişkilendirilerek bölgesel turizm gelişimi açısından değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Miras Gıda, Kültürel Miras, Bölgesel Turizm, Sürdürülebilirlik.

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Çanakkale/Türkiye, mahmut.tufan.tasar@gmail.com
[2]Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Çanakkale/Türkiye, okanmercan@comu.edu.tr

PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN ÖRTÜK BİLGİ KULLANIM DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ

Veli Ulaş Asmadili[1]

ÖZET

Turizm sektörü dinamik yapısı gereği dünya üzerinde yaşanan gelişmelerden en fazla etkilenen alanların başında gelmektedir. Turizmin insan temelli emek-yoğun bir hizmet sektörü olması söz konusu etkilerin turist beklentileri ve deneyimi üzerinde değişiklik yaratmasını olası hale getirmektedir. Netice olarak günümüzde gelinen noktada bireyler klasik turizm anlayışı dışına çıkarak deneyimlerini farklılaştıracak tecrübeler aramaktadır. Bu noktada turist rehberleri beklentilerin karşılanması ve turist tatmininin sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Her bir turist rehberi hem büyük bir takımın parçası hem de birbirinin en dişli rakibi konumundadır. Turist rehberleri arasındaki bu rekabette birini diğerinin önüne taşıyacak yegâne güç bilgidir. Bu bağlamda her bir rehberin kendine has yorumlama gücü ve bilgi hazinesi oldukça önem arz etmektedir. Turist rehberini rekabette avantajlı kılacak olan bu hazine bir noktada sahip olduğu örtük bilgi olarak yorumlanabilmektedir. Örtük bilgi, birey tarafından kolaylıkla açıklanamayan bilgi birikimi ve fiziksel becerileri ifade etmek için kullanılan bir terimdir. Buradan hareketle çalışmanın amacı profesyonel turist rehberlerinin örtük bilgi konusundaki farkındalıkları ve örtük bilgi kullanım düzeylerinin belirlenmesidir. Bu noktada araştırma yöntemi olarak nitel yöntem tercih edilmiş ve veri toplama aracı olarak da yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formu yüz yüze ve e-posta aracılığı ile farklı illerdeki 10 turist rehberine gönderilmiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz yoluyla incelenmiştir. Araştırmanın sonucunda turist rehberlerinin turlar esnasında örtük bilgilerinden yararlandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turist Rehberi, Örtük Bilgi.

[1]Öğr. Gör. Dr., Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Denizli/Türkiye, ulasasmadili@pau.edu.tr

YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ: İŞ KAZASI HABERLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Gülçin Özbay[1]
Vildan Tüysüz[2]
Serkan Semint[3]

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, yiyecek içecek işletmelerinde iş sağlığı ve güvenliği kapsamında incelenen iş kazalarına yönelik bir değerlendirme yapmaktır. Bu amaç doğrultusunda ulusal ve uluslararası online haber siteleri incelenmiş ve toplam 62 habere ulaşılmıştır. Bu haberlerin 33'ü ulusal, 29'u ise uluslararası basında yer almaktadır. Ulaşılan haberler toplam 8 parametre çerçevesinde incelenmiştir. Haberler yayımlandığı gazete, meydana geldiği şehir/ülke, etkilenen kişi sayısı, etkilenen kişilerin cinsiyeti, kazaların meydana geldiği yer, kazaya sebep olan ekipman, kaza nedenleri ve sonuçlarına göre değerlendirilmiştir. İş kazalarının Türkiye'de en çok %18 oranla Habertürk gazetesinde yayımlandığı, en çok Kocaeli ve İstanbul'da (%12) meydana geldiği, %73 oranla tek kişinin etkilendiği kazaların yaşandığı, kazazedelerin çoğunluğunun erkek olduğu görülmüştür. Kazaların en sık yaşandığı yerin %61 oranla mutfakların olduğu, kazaya sebep olan ekipmanın %30'la kıyma makinesi olduğu, kaza nedenlerinin büyük kısmının dikkatsizlikten kaynaklandığı ve kazaların %35 oranla yanma ile sonuçlandığı tespit edilmiştir. Dünyada ise iş kazalarının en fazla %28 oranla ABD'de meydana geldiği, %86'lık oranla tek kişinin etkilendiği kazaların yaşandığı, kazazedelerin çoğunluğunun erkek (%53) olduğu, kazaların en sık yaşandığı yerin %61'le mutfakların olduğu, en çok kazaya sebep olan ekipmanın kıyma makinesi (%17) olduğu, kaza nedenlerinin büyük kısmının düşmeden kaynaklandığı ve kazaların %35 oranla yanmayla sonuçlandığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: İş Kazaları, İş Sağlığı ve Güvenliği, Yiyecek İçecek İşletmeleri.

[1]Doç. Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Sakarya/Türkiye, gozbay@subu.edu.tr
[2]Doktora Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Sakarya/Türkiye, vildantuysuz@outlook.com
[3]Arş. Gör., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Karaman/Türkiye, semintserkann@gmail.com

ANTANDROS KAZI BAŞKANLIĞI ARKEOLOJİ-TURİZM PROJESİ OLARAK BAŞLANGICINDAN BUGÜNE AENEAS'IN ROTASI

Gürcan Polat[1]
Yasemin Polat[2]

ÖZET

Antandros Antik Kenti, İda Dağı'nın (Kaz Dağları) eteklerinde ve Edremit Körfezinin kuzey kıyısında kurulmuş önemli bir Troas yerleşimidir. Kentte 23 yıldır aralıksız sürdürülen arkeolojik kazı çalışmaları, bilimsel yayınları ile kent ve bölgenin tarihine ışık tutmanın yanı sıra, bölgenin arkeoloji temelindeki tarihsel ve mitolojik değerleri turizme yönelik olarak da projelendirilmekte, uluslararası ve ulusal farkındalığı arttırmaya çalışılmaktadır. Antik Yunan mitoslarına bakıldığında, efsanelerin geçtiği mekânının Balıkesir ve Çanakkale sınırları içinde kalan İda Dağı olduğu görülmektedir. Başta üç güzeller yarışması olmak üzere, Zeus ve Hera'nın İda Dağı'nda evlenmeleri, Zeus'un Ganymedes'i kaçırması, Ankhises ve Aphrodite'nin birliktelikleri, Zeus ve diğer tanrıların Troia savaşını İda'nın zirvesinden izlemeleri, Troia savaşını Akhalar kazansın diye Hera'nın Zeus'u kandırması, Troia'dan kaçan Aeneas'ın Antandros'a gelip, gemiler inşa ederek yeni bir yurt bulmak için denize açılması en bilindik mitoslardır. Vergilius, yanmakta olan Troia'dan babası, oğlu ve yanındakiler ile birlikte ayrılan Aeneas'ın, Roma yakınlarına varıp yerleştikleri zamana kadar başlarından gecen olayları "Aeneis" adlı eserinde anlatmıştır. Bu eserin Vergilius tarafından Roma İmparatoru Augustus'un isteği ile yazılması ve İmparator'un soyunun Aeneas'tan yani Troia'dan geldiğinin belirtilerek övülmesi, Anadolu-Avrupa tarihsel ve mitolojik birlikteliğinin önemli bir göstergesidir. Birçok Avrupa ülkesinde eğitim müfredatı içerisinde Troia efsanesi, Homeros ve Vergilius'un yer alması, Avrupa-Anadolu ilişkisinin mitolojik ve tarihsel birlikteliğine dikkat çekmek için çok önemli bir potansiyel barındırmaktadır. Türkiye, Balıkesir, Edremit ve Antandros tanıtımı ve turizmine yeni bir rota yaratma düşüncesinden yola çıkarak 2009 yılında ön araştırmalarla başlayan Aeneas Rotası Projesi, 2011 yılında Turkiye & Avrupa Birliği Sivil Toplum Diyaloğu II Kültür Sanat Hibe Programı kapsamında "Anadolu Avrupa, Mitolojik-Tarihsel Birliktelik: Castro& Antandros" başlığıyla Avrupa Birliği projesi olarak gerçekleştirilmiştir. Bildirinin konusunu 2009 yılından başlayarak bugün Avrupa Kültür Rotaları içine alınan Aeneas Rotası'nın tüm aşamalarını göz önüne sermek, yeni çalışmalara ilham olması için geleceğe not düşmektir.

Anahtar Kelimeler: Antandros, Aeneas Rotası, Mitoloji, Turizm.

[1]Prof. Dr., Ege Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Arkeoloji Bölümü, İzmir/Türkiye, gurcan.polat@ege.edu.tr
[2]Doç. Dr., Ege Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Arkeoloji Bölümü, İzmir/Türkiye, yasemin.polat@ege.edu.tr

BALIKESİR İÇİN YENİ TURİZM DESTİNASYONU PROJE ÖNERİSİ: MİTOLOJİ MÜZESİ

Yasemin Polat[1]

ÖZET

Balıkesir ili, antik dönemde Troas ve Mysia olarak adlandırılan bölgeleri kapsamaktadır. Bu bölgelerde Antandros, Astyra, Adramytteion, Daskyleion ve Kyzikos başta olmak üzere birçok yerleşim yer almaktadır. Özellikle MÖ 1. Binyıla ait yerleşimler ve İda Dağları Antik Yunan Mitolojisinin en önemlilerine ev sahipliği yapmıştır. Troia savaşının çıkma sebebi olarak gösterilen başta üç güzeller yarışması olmak üzere, Homeros'un İlyada ve Vergilius'un Aeneis adlı eserlerinin içeriğinde bölgenin önemi yadsınamaz. Paris'in doğumu ve yetişmesi, Ankhises ve Aphrodite birlikteliği, Troia Savaşında İda, Aeneas'ın yolculuğu, Zeus'un Ganymedes'i kaçırışı, Apollon ve Poseidon'un cezası, Zeus ile Hera'nın İda Dağı'nda evliliği, Troia savaşında İda Dağı zirvesinde tanrılar toplantısı ve Hermaphroditos'un İda Dağı'nda yetişmesi ünlü efsanelerin diğerleridir. Ülkemiz gerçek eserlerin, yani somut kültürel varlıklarımızın sergilendiği ve korunduğu birçok Arkeoloji Müzesi'ne sahiptir. Hikâyelerden ve eserler üzerindeki tasvirlerden bildiğimiz dünya kültür mirasının önemli bir parçası olan Antik Yunan Mitolojisi de, günümüz teknolojik imkânları ile kurulmuş müzelerde sergilenebilme potansiyeline sahiptir. Çok büyük bir ilgili kitlesine sahip olan Antik Yunan Mitolojisi, Arkeolojik alan turizminden ayrı tutulamaz. Bu nedenle böyle bir oluşumun, bölgeye antik kentleri ve müzeleri gezmek adına gelen ziyaretçilerin görmeden geçemeyeceği bir destinasyon olacağı kesindir. Müzede heykeller, resimlenmiş veya animasyonu oluşturulmuş dijital-görsel içerikler, konusunu bölgeden alan eserlerin kolaylaştırıcı eşliğinde okunması ve açıklanması, antik dönem klasikleri ve mitoloji kütüphanesi, her yaşa uygun planlanmış mitoloji seminerleri, yaratıcı drama gibi sınırsız etkinlik alanları yaratılması mümkündür. Bildirinin konusunu bölgenin Antik Yunan Mitolojisi konuları ve kaynağını bu konulardan alan müze ortamında yaratılması mümkün olan aktivitelerin önerilip açıklanması oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Mitoloji, Müze, Turizm, İda Dağı.

[1]Doç. Dr., Ege Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Arkeoloji Bölümü, İzmir/Türkiye, yasemin.polat@ege.edu.tr

OTEL İŞLETMELERİNDE AKILLI TURİZM UYGULAMALARI: NG PHASELİS BAY ÖRNEĞİ

Yasemin Tekin[1]
Nevin Gündüz[2]

ÖZET

Hızla gelişen ve yaşamımızın önemli bir parçası olan teknoloji, turizm sektöründe yenilikçi işletmelerin varlığını artırmaktadır. Turizm işletmeleri, ürün ve hizmet yeniliği başta olmak üzere çeşitli alanlarda yenilik yapmaktadır. Akıllı turizm uygulamaları ise işletmelerin etkinlik ve verimliliğini desteklemesi, kişiselleştirilmiş hizmetler ve farklı deneyimler ile misafir memnuniyetini sağlaması, destinasyonda ve işletmede talepleri artırırken rekabet avantajı sunması açısından oldukça önemlidir. Bu çalışmanın amacı, ulusal zincir işletme olan NG Hotels bünyesinde yer alan ve Antalya'da faaliyet gösteren NG Phaselis Bay otel işletmesinin başta kat hizmetleri olmak üzere çeşitli departmanlarında kullanılan akıllı turizm uygulamalarını derlemek ve sunmaktır. İşletme yönetiminden elde dilen veriler ile işletme süreçlerinde kullanılan akıllı turizm uygulamalarının insan kaynağı ve misafir memnuniyeti odaklı olduğu ve kaynakların sürdürülebilir kullanımını desteklediği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada ayrıca, otel işletmelerindeki akıllı turizm uygulamalarına Türkiye'den ve dünyadan örnekler verilerek, yenilikçi öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Akıllı Turizm, Akıllı Otel, Yenilik, Antalya.

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, yasemin.tekin@balikesir.edu.tr
[2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Kapadokya Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü, Sürdürülebilir Turizm Yönetimi Anabilim Dalı, Nevşehir/Türkiye, nevingunduz@nghotels.com.tr

YEREL KAHVE MARKALARI KÜRESEL MARKAYA EVRİLEBİLİR Mİ? BALBUCKS ÖRNEĞİ: SWOT ANALİZİ

Yusuf Aymankuy[1]
Esra Çelik[2]
Yağmur Tursan[3]

ÖZET

İnsan sosyal bir varlıktır. Sosyalleşmek için diğer bireylerle iletişim kurma ve etkileşimde bulunma ihtiyacı duymaktadır. Bunun yanında bireyler, kendileri ile baş başa kalarak kendilerini dinlemek, düşünmek ve değerlendirmelerde bulunmak isteyebilirler. İnsanlar, tüm bu eylemlerini, bir yiyecek-içecek işletmesinde sunulan yiyecek-içecek ürünlerini o işletmede tüketerek veya işletmeden alıp giderek de gerçekleştirebilmektedirler. Hemen her yaş grubundan insanın sosyalleşmek ve bu esnada bir şeyler yemek, içmek için kullandıkları mekanlardan biri de ulusal ve uluslararası markaya sahip kahve dükkanlarıdır. Balıkesir'de Balıkesir Büyükşehir Belediyesi tarafından heyecan verici bir proje olarak yakın zamanda hayata geçirilen yerel kahve markası Balbucks, her kesimden tüketicilere hitap eden ve insanların sosyalleşmelerini sağlayan bir marka olarak ortaya çıkmıştır. Küresel ve yerel ürünlerin yer aldığı Balbucks, fiyat, lezzet, ambiyans açılarından tüketicilere uygun seçenekler sunmakta ve gün geçtikçe il ve ilçe bazında şube sayılarını arttırmaktadır. Araştırmanın amacı Balbucks'ın güçlü ve zayıf yönlerini, fırsat ve tehditlerini belirlemektir. Bu bağlamda çalışmada SWOT analizi tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmanın sonunda Balbucks'ın yerel bir markadan küresel bir marka olabilme potansiyeli değerlendirilmiş ve çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Balbucks, Kahve, Marka, Küreselleşme.

[1]Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, aymankuy@balikesir.edu.tr
[2]Ögr. Gör., Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Balıkesir/Türkiye, esra.celik@balikesir.edu.tr
[3]Doktora Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Balıkesir/Türkiye, yagmurtursan@gmail.com

SİNEMATOGRAFİK ANLATIDA TURİST REHBERLİĞİ

Yusuf Yurdigül[1]

ÖZET

Turizm sektörünün ana unsurlarından biri olan turist rehberliği çeşitli destinasyonlar ve kültür hakkında bilgi ve beceriye sahip bir meslek olarak turist ziyaretlerini deneyime dönüştüren pratiğin de temel dinamosudur. Mesleki kariyer bakımından Mısırlı rahipler dönemine kadar götürülen rehberlik için dönüm noktası M.Ö. 7. yüzyılda başlayan olimpiyat oyunları olmuştur. 19.yüzyılda tren gezilerinin başlamasıyla birlikte modern turizmde rehberlik, şatoların ve kulelerin gezdirilmesi için eleman istihdam edilmesiyle beraber meslek haline dönüşmüştür. Gezdirmek ve anlatmak rehberlik mesleğinin ana hatlarını çizen kavramlar olarak tanımlayıcı olmuştur. Mesleğin icrasına yönelik olarak bir mekan sınırlaması bulunmamaktadır. Turizme dair hemen her mekanda ya da mecrada rehberliğin icrasını görmek mümkündür. 20.yüzyılın önemli anlatı mecralarından biri olan sinemada da rehberlik bir karakter tasarımı olarak iş görmüştür. Özellikle aksiyon, macera ve gezi türü yapımların kategorik belirleniminde turist rehberliği bir meslek olarak karşımıza çıkmaktadır. Sinematografik anlatıdaki hikayelendirme sürecinde genelde ikincil rollerin mesleği olarak karakter tasarımında kullanılan turist rehberliği birçok filmde ana karakter olarak da film öyküsünü ilerletmede kullanılmıştır. Çalışmada turist rehberliği biçiminde bir meslek üzerinden karakterize edilen baş rol oyuncularının sinematografik anlatıdaki yansımasına bakılacaktır. Bu doğrultuda sinematografik anlatı, turist rehberliği ve sinema gibi konular çalışmanın kavramsal çerçevesini oluştururken seçilen filmlerin analiziyle de turist rehberlerinin anlatıya yansıma biçiminin ortaya konması amaçlanmaktadır. Kavramsal çerçevenin belirlenmesi için literatür taraması, filmlerin analizi için de içerik çözümlemesi yöntemleri kullanılacaktır. Analiz için dört Hollywood ve bir adet de Türk sinemasından film seçilmiştir. Seçilen filmler; A Tourist's Guide to Love (2023), The Loneliest Planet (2013), Chernobyl Diaries (2012), The Canyon (2009) ve Kördüğüm (1977).

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberi, Sinematografi, Turizm, Film.

[1]Prof. Dr., Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, Erzurum/Türkiye, yusufyurdagul@hotmail.com