

TURİZM SEKTÖRÜNDE GÜNCEL SORUNLAR VE YENİ TRENDLER

Editör

Dr. Salih TELLİOĞLU



ISBN: 978-625-7501-06-4

Redaksiyon
Asos Yayınları

Editör
Dr. Salih TELLİOĞLU

Kapak
Asos Yayınları

Mizanpaj
Burhan MADEN



Baskı ve Cilt
Son Çağ Yayıncılık Matbaacılık
İstanbul Cad. İstanbul Çarşısı No: 48/48
İskitler 06070 ANKARA
Tel: 0312 3413667
Matbaa Sertifika No: 47865

Birinci Baskı: 2021



ASOS YAYINLARI
Çaydaçıra Mah. Hacı Ömer Bilginoğlu
Cad. No: 67/2-4/ ELAZIĞ
e-posta: asosyayinlari@gmail.com
web: www.asosyayinlari.com
Tel: 0532 643 75 23
Yayınevi Sertifika No: 47901

Yayıncının yazılı izni olmadan hiçbir şekilde çoğaltılamaz.

Bütün bölümler  intihal.net benzerlik tespit programından geçirilmiştir.
Bu yayın  [BOOKCITES](http://bookcites.com) tarafından indekslenmiştir.
Yazarlar, yazmış oldukları bölümlerin özgünlüğünden sorumludur.

TURİZM SEKTÖRÜNDE GÜNCEL SORUNLAR VE YENİ TRENDLER

Editör

Dr. Salih TELLİOĞLU



TURİZM SEKTÖRÜNDE GÜNCEL SORUNLAR VE YENİ TRENDLER
Editör: Dr. Salih TELLİOĞLU

TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ BAĞLAMINDA TURİZM SEKTÖRÜNDE YAŞANAN GELİŞMELER ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Öğretim Görevlisi Dr. Hanife CANDIR ŞİMŞEK

Doğuş Üniversitesi, İş Sağlığı ve Güvenliği Programı, hsimsek@dogus.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-0603-4407

TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNDE İSTİHDAMIN GENEL GÖRÜNÜMÜ VE SENDİKAL ÖRGÜTLENMENİN YAPISI

Dr. Öğretim Üyesi Ali Kemal NURDOĞAN

Süleyman Demirel Üniversitesi, İ.İ.B.F., Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, alinurdogan@sdu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-9411-4313

Doç. Dr. Gökçe CEREV

Kocaeli Üniversitesi, İ.İ.B.F., Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, gokce.cerev@kocaeli.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-9908-343X

TURİZM SEKTÖRÜNDE KARIYER SORUNLARI VE YENİ KARIYER YAKLAŞIMLARI

Öğretim Görevlisi Uygur ÖZTÜRK

Bitlis Eren Üniversitesi, Ahlat MYO, Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Bölümü, uozturk@

beu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-2267-0497

TURİZM ENDÜSTRİSİ İÇİN YENİ BİR PAZAR: ERİŞİLEBİLİR TURİZM PAZARI

Dr. Öğretim Üyesi Salih TELLİOĞLU

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, ALTSO Turizm MYO, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, slhtellioglu@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-6510-110X

TURİZMDE DEĞİŞEN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARININ İŞLETMELERİN PAZARLAMA KARARLARINA ETKİSİ

Dr. Öğretim Üyesi Mehmet ETLİOĞLU

Ostim Teknik Üniversitesi, İ.İ.B.F., Pazarlama Bölümü, mehmet.etlioglu@ostimteknik.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-5341-5777

TURİZM SEKTÖRÜNDE REKABETÇİ OLABİLMENİN ÖN ŞARTI: SORUMLU TURİZM

Dr. Öğretim Üyesi Murat YETKİN

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, ALTSO Turizm MYO, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, murat.yetkin@alanya.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-5452-8236

ŞEHİR PAZARLAMASI ÇERÇEVESİNDE BİLİMSEL KONGRELERE KATILIM VE BLEISURE YAKLAŞIMI: AKADEMİSYENLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğretim Üyesi Derya KUTLU

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Zara Veysel Dursun UBYO, Sigortacılık ve Risk Yönetimi Bölümü, deryautebay@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-2258-9250

DESTİNASYON MARKALAŞMASINDA LOGONUN ETKİN KULLANIMI: ALANYA ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Boran Toker

Akdeniz Üniversitesi, Serik İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, borantoker@akdeniz.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-4658-1934

Öğretim Görevlisi Dr. M. Bahadır Kalıpçı

Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Meslek Yüksekokulu, Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, bkalipci@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-7310-890X

SEYAHAT SEKTÖRÜNDE ORTAK ÜRETİM VE ORTAK YARATIM BAĞLAMINDA HİZMET YENİLİĞİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Öğretim Üyesi İnci POLAT

Süleyman Demirel Üniversitesi, Sivil Havaçılık Yüksekokulu, Havaçılık Yönetimi Bölümü, incislesliokuyucu@sdu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-4052-2009

GIDANIN YENİ FORMU: ÜÇ BOYUTLU YAZICILAR VE TURİZMDEKİ UYGULAMALARI

Doç. Dr. Yıldırım YILDIRIM

Düzce Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü, yildirimyildirim@duzce.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-7788-5851

Özge YİĞİTBAŞI

Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ozgeyigitbasi@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0003-4856-588X

YENİ NESİL GERÇEKLIK TEKNOLOJİLERİ VE FÜTÜRİSTİK TURİZM YAKLAŞIMLARI

Dr. Öğretim Üyesi Züleyhan BARAN

Düzce Üniversitesi, Akçakoca MYO, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, zuleyhanabaran@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-4804-5622

Öğretim Görevlisi Dr. Hüseyin BARAN

Düzce Üniversitesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, baranbarans@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-2456-7760

TURİZM SEKTÖRÜNDE YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARI

Doç. Dr. Hasan UZUN

Fırat Üniversitesi, İ.İ.B.F., Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, huzun@firat.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-3526-2540

İçindekiler

ÖN SÖZ	13
TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ BAĞLAMINDA TURİZM SEKTÖRÜNDE YAŞANAN GELİŞMELER ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	15
GİRİŞ	15
1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	16
2. TURİZM SEKTÖRÜNDE KADIN İŞ GÜCÜNÜN DURUMU VE KARŞILAŞILAN SORUNLAR	18
3. TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ MESELESİNİN TURİZM SEKTÖRÜNE YANSIMALARI	26
SONUÇ	34
KAYNAKÇA	35
TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNDE İSTİHDAMIN GENEL GÖRÜNÜMÜ VE SENDİKAL ÖRGÜTLENMENİN YAPISI.....	39
GİRİŞ	39
1. TURİZM ENDÜSTRİSİNİN İSTİHDAMA KATKISI	40
2. TURİZM ENDÜSTRİSİNDE ÇALIŞMA ŞARTLARI VE İSTİHDAMIN NİTELİĞİ.....	41
3. TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNDE İŞGÜCÜ PİYASASININ YAPISI	44
4. TURİZM SEKTÖRÜNDE SENDİKAL ÖRGÜTLENME.....	53
4.1. Geçmişten Günümüze Turizm Sektöründe Sendikal Örgütlenme Mücadelesi	55

4.2. Turizm Sektöründe Sendikalaşmanın Güncel Görünümü	60
4.3. Turizm Sektöründe Sendikalaşma Sorunları	65
SONUÇ	68
KAYNAKÇA	69

TURİZM SEKTÖRÜNDE KARIYER SORUNLARI VE

YENİ KARIYER YAKLAŞIMLARI	75
GİRİŞ	75
1. KARIYER KAVRAMI	76
1.1. Değişen Kariyer Anlayışı	77
2. TURİZMDE KARIYER	79
2.1. Turizmde Kariyer Sorunları	81
2.2. Turizmde Yeni Kariyer Yaklaşımları	83
2.2.1. Sınırsız Kariyer	84
2.2.2. Çok Yönlü Kariyer	87
2.2.3. Portföy Kariyer	89
2.2.4. Global Kariyer	90
2.2.5. Esnek Kariyer	91
2.2.6. İki Basamaklı Kariyer	92
2.2.7. Kariyer Mozaïği	93
SONUÇ	93
KAYNAKÇA	97

TURİZM ENDÜSTRİSİ İÇİN YENİ BİR PAZAR: ERİŞİLEBİLİR

TURİZM PAZARI	105
GİRİŞ	105
1. ENGELLİLİK VE TURİZM	107
1.2. Engelli Bireylerin Turistik Faaliyetleri Süresince Karşılaştıkları Sorunlar	110
2. ERİŞİLEBİLİR TURİZM	113
2.1. Erişilebilir Turizm Pazarı	115
3. ERİŞİLEBİLİR DESTİNASYON YÖNETİMİ	118
SONUÇ	120
KAYNAKÇA	122

TURİZMDE DEĞİŞEN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARININ İŞLETMELERİN PAZARLAMA KARARLARINA ETKİSİ	127
GİRİŞ	127
1. TURİZMDE TÜKETİCİ DAVRANIŞI VE KARARLARI	128
2. TURİZMDE TÜKETİCİ SATIN ALMA DAVRANIŞINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER.....	132
2.1. Kişisel (Demografik) Faktörler (Yaş ve Yaşam Dönemi Cinsiyet, Eğitim, Meslek, Yaşam Tarzı)	134
2.2. Sosyal Faktörler (Rol, Statü, Aile ve Aile Yaşam Seyri, Sosyal Sınıf, Referans Grupları).....	136
2.3. Kültürel Faktörler (Kültür, Alt kültür, Karşıt Kültür).....	138
2.4. Ekonomik Faktörler (Gelir, Parasal Güç)	139
2.5. Psikolojik Faktörler (Güdüleme, Algılama, Tutum, İnanç, Öğrenme)	140
2.6. Pazarlama Çabaları (Ürün, Fiyat, Tutundurma, Dağıtım, Kişiler, Fiziksel Kanıtlar, Süreçler).....	147
3. TURİZMDE TÜKETİCİ SATIN ALMA KARAR SÜRECİ	148
SONUÇ	149
KAYNAKÇA	151

TURİZM SEKTÖRÜNDE REKABETÇİ OLABİLMENİN ÖN ŞARTI: SORUMLU TURİZM	163
GİRİŞ	163
1. KONUyla İLGİLİ KAVRAMLAR.....	164
1.1. Sürdürülebilir Kalkınma.....	165
1.1.1. Sürdürülebilir Kalkınmanın Tarihçesi	165
1.1.2. Sürdürülebilir Kalkınmanın Boyutları	174
1.2. Sürdürülebilir Turizm	175
1.2.1. Sürdürülebilir Turizm Belgelendirme Sistemleri.....	176
1.2.2. Sürdürülebilir Turizm Belgelendirme Sistemleri ve Konaklama Tesisleri	176
SONUÇ	178
KAYNAKÇA	182

**ŞEHİR PAZARLAMASI ÇERÇEVESİNDE BİLİMSSEL KONGRELERE
KATILIM VE BLEISURE YAKLAŞIMI: AKADEMİSYENLER
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....187**

GİRİŞ	187
1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR TARAMASI	188
1.1. Kongre Turizmi ve Şehir Pazarlaması	189
1.2. Bleisure ve Bleisure Turizmi	191
2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ	196
3. VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR	199
SONUÇ	212
KAYNAKÇA	216

**DESTİNASYON MARKALAŞMASINDA LOGONUN ETKİN
KULLANIMI: ALANYA ÖRNEĞİ.....219**

GİRİŞ	219
1. MARKALAŞMA VE DESTİNASYON MARKALAŞMASI.....	221
2. DESTİNASYON MARKALAŞMASININ BİR PARÇASI OLARAK LOGO VE ÖNEMİ.....	224
3. AKDENİZ ÇANAĞINDA GÖZDE BİR TURİSTİK DESTİNASYON: ALANYA	227
4. ÇALIŞMANIN AMACI VE YÖNTEMİ.....	231
5. BULGULAR	232
SONUÇ	238
KAYNAKLAR.....	240

**SEYAHAT SEKTÖRÜNDE ORTAK ÜRETİM VE ORTAK YARATIM
BAĞLAMINDA HİZMET YENİLİĞİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ245**

GİRİŞ	245
1. HİZMET YENİLİĞİ.....	246
2. ORTAK DEĞER YARATMA	247
2.1 Ortak Üretim ve Ortak Yaratım	248
2.2. Ortak Üretim Süreci.....	252
3. ORTAK ÜRETİM VE HİZMET YENİLİĞİ	254
4. SEYAHAT SEKTÖRÜNDE HİZMET YENİLİĞİ VE ORTAK ÜRETİM	255
SONUÇ	258
KAYNAKÇA	259

GIDANIN YENİ FORMU: ÜÇ BOYUTLU YAZICILAR VE TURİZMDEKİ UYGULAMALARI.....265

GİRİŞ	265
1. ÜÇ BOYUTLU BASKI ÜRETİMİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ	267
2. ÜÇ BOYUTLU GIDA BASKISI.....	267
2.1. Üç Boyutlu Gıda Baskı Yöntemleri	268
2.1.1. Seçici lazer sintereleme (Selective Laser Sintering – SLS):	268
2.1.2. Katmanlı Yığın Modelleme (Fused Deposition Modelling – FDM):	269
2.1.3. Bağlayıcı Sıvılarla Yazdırma (Binder Jetting – BJ):	270
2.1.4. Mürekkep Püskürmeli Yazdırma (İnkjet yazdırma):	271
2.2. Üç Boyutlu Yazıcıların Gıda Sektöründeki Kullanım Alanları ...	271
2.2.1. Çikolata/Şekerleme.....	271
2.2.2. Şarküteri Ürünleri.....	272
2.2.3. Unlu Mamuller.....	272
2.2.4. Süt ve Süt Ürünleri	273
2.2.5. Deniz Ürünleri	273
2.2.6. Dondurulmuş Ürünler.....	274
2.2.7. Makarna ve Kuru Bakliyat	274
2.2.8. Meyve ve Sebzeler	275
2.3. Üç Boyutlu Gıda Baskısının Avantajları ve Dezavantajları.....	275
3. TURİZM ENDÜSTRİSİNDE ÜÇ BOYUTLU GIDA BASKISI	277
3.1. Konaklama İşletmelerinde Üç Boyutlu Gıda Baskısı Kullanımı	278
3.2. Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Üç Boyutlu Gıda Baskısı Kullanımı	278
3.3. Üç Boyutlu Gıda Baskısının Gastronomi Turizmi ile İlişkisi	279
SONUÇ	280
KAYNAKÇA	281

YENİ NESİL GERÇEKLIK TEKNOLOJİLERİ VE FÜTÜRİSTİK TURİZM YAKLAŞIMLARI.....287

GİRİŞ	287
1. YENİ NESİL GERÇEKLIK TEKNOLOJİLERİ	288
1.1. Sanal Gerçeklik (VR) Teknolojisi	290
1.2. Artırılmış Gerçeklik (AR) Teknolojisi	292
1.3. Karma Gerçeklik (MR) Teknolojisi	295

1.4. Çapraz (Genişletilmiş) Gerçeklik (XR) Teknolojisi	297
2. TURİZMDE YENİ NESİL GERÇEKLİK YAKLAŞIMLARI	297
2.1. Yeni Nesil Gerçeklik Teknolojilerinin Turizm Sektöründe Kullanımı	298
2.1.1. Kültürel Miras Alanında Kullanımı.....	298
2.1.2. Rekreasyon Alanında Kullanımı	300
2.1.3. Müze Alanında Kullanımı.....	301
2.1.4. Konaklama İşletmeleri Alanında Kullanımı.....	304
2.1.5. Seyahat İşletmeleri Alanında Kullanımı	306
2.1.6. Yiyecek-içecek İşletmeleri Alanında Kullanımı	307
2.2. Yeni Nesil Gerçeklik Teknolojilerinin Avantaj, Dezavantajları	309
2.2.1. Avantajları.....	309
2.2.2. Dezavantajları	311
2.3. Yeni Nesil Gerçeklik Teknolojilerinde Küresel Salgın Yaklaşımları	312
2.3.1. Devletler Açısından Yaklaşımlar	312
2.3.2. Bireyler Açısından Yaklaşımlar	313
2.3.3. İşletmeler Açısından Yaklaşımlar	313
2.3.4. Devlet, Birey ve İşletme Arasındaki Ortak Terminal	313
SONUÇ	314
KAYNAKÇA	321

TURİZM SEKTÖRÜNDE YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARI.....	333
GİRİŞ	333
1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	335
1.1. Akıllı Turizm	335
1.2. Yapay Zekâ	337
1.3. Akıllı Teknoloji Kavramı.....	339
2. TURİZM SEKTÖRÜNDE YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARI	340
SONUÇ	345
KAYNAKÇA	346

ÖN SÖZ

Turizm dünyada en çok büyüyen sektörlerden biridir ve emek-yoğun yapısı itibariyle de önemli bir istihdam kaynağıdır. Bunun yanında sektörün yapısal sorunlarının sektördeki işletmelere ve çalışanlara olumsuz etkileri söz konusudur. Bu sorunlar özellikle de çalışanların sektör ile güçlü bağlar kurmasına engel olmaktadır. Bu sorunlara çözüm üretilmesi noktasında sektörün paydaşlarına önemli görevler düşmektedir. Turizm sektörü ile ilgili üzerinde konuşulması gereken bir diğer önemli konu ise dünyada yaşanan hızlı değişimin turizm sektörüne olan etkileridir. Bu değişim turistlerin seyahat ve tatil tercihlerine de yansımakta ve beklentilerinin farklılaşmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda sektörün sorunlarına çözüm üretilmesinin yanında sektördeki yeni trendlerin işletmelerce takip edilmesi ve işletmelerin hizmetlerini bu trendlere göre yeniden düzenlemeleri gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

On iki bölümden oluşan bu kitapta turizm sektörünün sorunları ve sektördeki yeni trendler farklı başlıklar altında ele alınmıştır. Birinci bölümde Dr. Hanife Candır Şimşek, toplumsal cinsiyet eşitliği konusunu turizm sektörü kapsamında ele almış ve sektördeki kadınların durumunu toplumsal cinsiyet eşitliği bağlamında değerlendirmiştir. Dr. Ali Kemal Nurdoğan ve Doç. Dr. Gökçe Cerev ise ikinci bölümde turizm sektöründe istihdamın genel görünümü, sektördeki çalışma şartları ve sendikal yapılanmayı güncel verilerle ele alarak genel bir değerlendirme yapmıştır. Üçüncü bölümde Öğr. Gör. Uygur Öztürk, sektördeki yeni kariyer biçimlerini, kariyer sorunlarını ve yeni kariyer yaklaşımlarını ele almış ve sektör çalışanlarına kariyer planlamalarına yönelik önerilerde bulunmuştur. Kitabın dördüncü bölümünde ise Dr. Salih Tellioğlu, engellilik ve turizm ile birlikte erişilebilir tu-

rizm konularını ele almıştır. Dr. Tellioğlu ayrıca sektörde alternatif pazarlara ihtiyaç duyulduğu bir süreçte erişilebilir turizm pazarının potansiyelinden bahsetmiştir. Dr. Mehmet Etlioğlu ise beşinci bölümde turizmde değişen tüketici davranışları konusunu ve bunun işletmelerin pazarlama kararlarına olan etkisini ele almıştır. Dr. Etlioğlu ayrıca COVID-19 salgını nedeniyle tüketicilerde oluşan korku, endişe, panik, kaygı veya kafa karışıklığının tüketicilerin davranışları üzerindeki etkilerine de yer vermiştir. Altıncı bölümde Dr. Murat Yetkin, sürdürülebilir turizm ve sorumlu turizm kavramlarına yer vermiş ve sorumlu turizmin giderek artan rekabet ortamında sektörde rekabetçi olabilmenin ön şartlarından biri olduğunu belirtmiştir. Kitabın yedinci bölümünde ise Dr. Derya Kutlu, şehir pazarlaması ve Bleisure yaklaşımını ele almış ve bilimsel kongrelerin şehirlerin tanıtılmasında ve pazarlanmasında önemli bir etkiye sahip olduğundan bahsetmiştir. Doç. Dr. Baran Toker ve Dr. M. Bahadır Kalıpçı ise sekizinci bölümde destinasyon markalaşmasında logonun öneminden ve etkin kullanımından bahsetmiş ve bu konuyu Alanya örneği kapsamında ele almışlardır. Kitabın dokuzuncu bölümünde ise Dr. İnci Polat, seyahat sektöründe ortak üretim ve ortak yaratım konusunu hizmet yeniliği kapsamında değerlendirmiş ve ortak üretim ile hizmet yeniliği ilişkisini incelemiştir. Doç. Dr. Yıldırım Yıldırım ve Özge Yiğitbaşı ise onuncu bölümde üç boyutlu baskı üretiminin tarihsel gelişimini, üç boyutlu gıda baskısını, üç boyutlu yazıcıları ve bunların turizmdeki uygulamalarını ele almışlardır. Kitabın on birinci bölümünde ise Dr. Züleyhan Baran ve Dr. Hüseyin Baran, yeni nesil gerçeklik teknolojilerinden ve gelecekte karşılaşılması muhtemel turizm alternatiflerinden bahsetmiş ve fütüristik turizm yaklaşımlarına değinmişlerdir. Kitabın son bölümü olan on ikinci bölümde ise Doç. Dr. Hasan Uzun, akıllı turizm ve yapay zeka kavramları ile birlikte turizm sektöründe yapay zeka uygulamaları konusunu ele almıştır.

Editör

Dr. Salih TELLİOĞLU