

Editörler

Prof. Dr. Şule AYDIN | Prof. Dr. Mustafa BOZ

**TURİZMDE GÜNCEL
KONU VE EĞİLİMLER
III**

**DETAY
YAYINCILIK**

Ankara, 2021

DETAY YAYINLARI : 1350

1. Baskı : Haziran 2021

ISBN : 978-605-254-412-9

Yayıncı Sertifika No : 46573

Matbaa Sertifika No : 42488

© Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.

Her hakkı saklıdır. Yazarından ve yayınevinden yazılı izin alınmaksızın bu kitabın fotokopi veya diğer yollarla kısmen veya tamamen çoğaltılması, basılması ve yayınlanması yasaktır. Aksine davranış, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gereğince, 5 yıla kadar hapis ve adli para cezaları ile fotokopi ve basım aletlerine el konulmasını gerektirir.

Dizgi : Detay Yayıncılık

Kapak Tasarım : Detay Yayıncılık

Kütüphane Bilgi Kartı

Şule Aydın, Mustafa Boz

Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler 3, 1. Baskı

ISBN: 978-605-254-412-9, xiv + 328 sayfa, kaynakça var, dizin yok



GENEL DAĞITIM ve İSTEME ADRESİ

DETAY ANATOLIA AKADEMİK YAYINCILIK LTD. ŞTİ.

Adakale Sokak No: 14/4 Kızılay/ANKARA

Tel : (0.312) 434 09 49 • Faks: (0.312) 434 31 42

Web: www.detayyayin.com.tr • e-posta: detayyay@gmail.com

ÖNSÖZ

Her endüstride olduğu gibi, turizm endüstrisi de ortaya çıkan yeni teknolojiler ve tüketici eğilimleri nedeniyle sürekli olarak değişime uğramakta, yeni anlayış ve iş yapış yöntemleriyle dönüşmektedir. Yeni varış yerlerinin turizm pazarına girmesi, yeni teknolojilerin gelişmesiyle ortaya çıkan üretim, iletişim ve ulaşım araçları, sektörde büyük değişimlere neden olmaktadır. Turizm destinasyonlarının ve işletmelerinin, turist ihtiyaç ve isteklerini karşılayarak her geçen gün artan rekabet ortamında hayatta kalıp gelişebilmeleri için yeni eğilimleri ve teknolojileri erken benimsemeleri ve uyum sağlamaları hayati önem taşımaktadır.

Yeni eğilimlerin bazıları turistlerin daha önce yaptıkları seyahatlerden, geçirdikleri tatillerden farklı deneyimler yaşama isteğinden kaynaklanmaktadır. Diğerleri ise destinasyonların, turizm endüstrisini oluşturan işletmelerin iş yapış yöntemlerini kolaylaştıran, turistlerin sahip olduğu deneyimleri iyileştiren yeni teknolojilerin uygulanması ve benimsenmesi ile ortaya çıkmaktadır. Önümüzdeki yıllarda da yeni tüketici eğilimleri ile sosyal, kültürel, ekonomik, çevresel, teknolojik gelişmelerin ortaya çıkacağı ve turizm endüstrisini etkileyeceği şüphesizdir. Örneğin; öngörülmeleyen bir şekilde, 2019 yılı sonunda ortaya çıkan ve tüm dünyayı etkisi altına alan COVID'19 pandemisi, bütün endüstrileri olduğu gibi, özellikle insanların seyahat etmesine, yer değiştirmelerine dayanan turizm endüstrisini de derinden etkilemiş, önceliklerin değişmesine, yeni gereksinmelerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. COVID'19 pandemisinin ortaya çıkardığı yeni turist eğilimlerinin yanı sıra, sosyo-kültürel, politik, ekonomik, teknolojik ve turist davranışlarındaki daha genel değişimler de geleceğin turizm talebini ve hareketlerini şekillendirmeye devam edecektir.

Üçüncü cildini elinizde tuttuğunuz bu kitap, önceki ciltlerde olduğu gibi turizm endüstrisinde ortaya çıkan ve önümüzdeki yıllarda etkisi giderek artacak son eğilimlerden örnekler vermekte, çağdaş turizm ekonomisi için yeni bir vizyon sunmaktadır. Bölümler, konularında uzman akademisyenler tarafından hazırlanmıştır. Kitap, turizm endüstrisindeki güncel gelişmeleri ve eğilimleri incelemek isteyen merkezi ve yerel yöneticiler, turizm profesyonelleri ve bilim insanlarının yanı sıra öğrenciler için de bir kaynak niteliğindedir.

Bu eserin meydana gelmesinde değerli katkılarını sunan tüm meslektaşlarımıza teşekkür ederiz. 2013 yılında yolculuğuna başlayan ve güncel olarak turizm konu ve eğilimlerini incelemeyi hedef edinmiş olan bu kitap dizisinde ve diğer eserlerimizde bizlere olan desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen Detay Yayıncılık ve çalışanlarına, özellikle de Sayın Hüseyin Yıldırım'a şükranlarımızı sunarız.

Editörler

Prof. Dr. Şule AYDIN

Prof. Dr. Mustafa BOZ

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iii
------------	-----

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM ENDÜSTRİSİNDE ROBOTLAR, MÜŞTERİ DESTEK CANLI SOHBET SERVİSİ, OTOMASYON

Dr. Öğr. Üyesi Eda Özgül Katlav, Prof. Dr. Cihan Çobanoğlu

GİRİŞ	1
1. TURİZM SEKTÖRÜNDE TEKNOLOJİNİN KULLANIMI, ENDÜSTRİ 4.0 VE ETKİLERİ.....	1
2. TURİZM SEKTÖRÜNDE YAPAY ZEKA	2
3. TURİZM İŞLETMELERİNDE SERVİS ROBOTLARI	3
4. TURİZM İŞLETMELERİNDE SOHBET ROBOTLARI (CHATBOTS)	4
5. TURİZM İŞLETMELERİNDE SOHBET ROBOTLARI, SERVİS ROBOTLARI VE OTOMASYON KULLANIMI İLE İLGİLİ ÖRNEKLER.....	6
5.1. Konaklama İşletmeleri	6
5.2. Havalimanları	8
5.3. Restoranlar	9
5.4. Müze ve Sanat Galerileri	11
5.5. Eğlence Parkları.....	11
6. TURİZM İŞLETMELERİNDE ROBOT KULLANIMININ AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI	12
SONUÇ	15
KAYNAKÇA.....	16

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNDE YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARI

Prof. Dr. Kurtuluş Karamustafa, Arş. Gör. Nazlı Örnek

GİRİŞ	20
1. YAPAY ZEKÂ VE TARİHSEL DAYANAKLARI	21
2. YAPAY ZEKÂNIN MEVCUT VE POTANSİYEL KULLANIM ALANLARI	23
3. TURİZM SEKTÖRÜNDE YAPAY ZEKÂNIN KULLANIMI	25
3.1. Ulaştırma Alt Sektörü	29
3.2. Konaklama Alt Sektörü	31
3.3. Yiyecek ve İçecek Alt Sektörü	33
3.4. Turizm Aracıları.....	35
3.5. Müzeler ve Danışma Büroları	36

3.6. Araç Kiralama Alt Sektörü.....	38
3.7. Toplantı ve Etkinlikler	38
SONUÇ.....	39
KAYNAKÇA.....	39

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM TURİZMDE ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK

Doç. Dr. Ömer Çoban

GİRİŞ	44
1. ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK KAVRAMI VE KAPSAMI.....	44
2. ARTIRILMIŞ GERÇEKLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	46
3. ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK VE TURİZM	47
4. TURİZMDE ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK KULLANIM ALANLARI.....	49
4.1. Doğal ve Kültürel Miras Alanları, Müzeler, Milli Parklar ve Temalı Parklarda Artırılmış Gerçeklik Kullanımı.....	49
4.2. Turizm İşletmelerinde Artırılmış Gerçeklik Kullanımı.....	51
4.3. Destinasyonlarda Artırılmış Gerçeklik Kullanımı.....	53
SONUÇ.....	54
KAYNAKÇA.....	55

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM TURİZMDE SANAL GERÇEKLİK

Doç. Dr. Tülay Güzel, Dr. Nurgül Çalışkan

GİRİŞ	60
1. SANAL GERÇEKLİK.....	60
2. SANAL GERÇEKLİK VE TURİZM: SANAL TURİZM	63
3. TURİZMDE SANAL GERÇEKLİK KULLANIMI	65
3.1. Kültürel Mirası Koruma Amaçlı Kullanımı	65
3.2. Tanıtım ve Pazarlama Amaçlı Kullanımı	66
3.3. Eğitim Amaçlı Kullanımı.....	67
SONUÇ.....	68
KAYNAKÇA.....	69

BEŞİNCİ BÖLÜM TURİZMDE BLOCKCHAIN

Dr. Öğr. Üyesi Koray Çamlıca

GİRİŞ	72
1. BLOCKCHAIN TEKNOJİLERİ.....	73
2. KRİPTOPARA BİRİMLERİNİN TURİZM SEKTÖRÜ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ	74

3. TURİZMDE BLOCKCHAIN MODELİ	78
4. TURİZMDE BLOCKCHAIN UYGULAMARINDAN ÖRNEKLER	79
SONUÇ.....	80
KAYNAKÇA.....	81

ALTINCI BÖLÜM

TURİZM ENDÜSTRİSİNDE 4.0

Prof. Dr. Kemal Birdir, Doç. Dr. Sevda Birdir, Arş. Gör. Derya Toksöz

GİRİŞ	83
1. ENDÜSTRİ 4.0 VE TURİZM.....	84
1.1. Endüstri 4.0'ın Gelişim Süreci	85
1.2. Turizmde Endüstri 4.0	86
2. TURİZM SEKTÖRÜNDE ENDÜSTRİ 4.0 UYGULAMALARINA ÖRNEKLER.....	87
SONUÇ.....	89
KAYNAKÇA.....	91

YEDİNCİ BÖLÜM

YALNIZ SEYAHAT

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Umur

GİRİŞ	93
1. YALNIZ SEYAHAT VE YALNIZ GEZGİN KAVRAMLARI.....	94
2. YALNIZ SEYAHAT İTME VE ÇEKME FAKTÖRLERİ.....	95
3. YALNIZ GEZGİNLERİN ÖZELLİKLERİ	96
4. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE YALNIZ SEYAHAT DESTİNASYONLARI	97
SONUÇ.....	98
KAYNAKÇA.....	99

SEKİZİNCİ BÖLÜM

EKOSEYAHAT

Prof. Dr. Abdullah Karaman, Öğr. Gör. Gülhan Sözbilen

GİRİŞ	101
1. EKOTURİZMİN TANIMI, ÖNEMİ VE AMACI.....	101
2. EKOTURİZM ENDÜSTRİSİ	103
2.1. Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri	105
2.2. Konaklama İşletmeleri.....	107
3. EKOTURİZM PAZARI	108
3.1. Ekoseyahatlerde Tüketici Profili.....	108
3.2. Ekoturizm Arzı	110

3.3. Ekoturizm Talebi.....	111
4. EKOSEYAHATLERİN ÇEVRE ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ.....	112
5. EKOTURİZMİN DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE GELİŞİMİ	115
SONUÇ.....	117
KAYNAKÇA.....	118

DOKUZUNCU BÖLÜM

YEREL TURİSTİK DENEYİM

Öğr. Gör. Ecem Tezgel Çoban, Prof. Dr. Şule Aydın

GİRİŞ.....	120
1. DENEYİM VE DENEYİM EKONOMİSİ.....	121
2. TURİSTİK DENEYİM VE YEREL TURİSTİK DENEYİM	121
3. TURİSTİK DENEYİMİN YERELLEŞMESİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER	122
3.1. Yerel Halkın Turizmin Gelişimine Yönelik Tutumu	123
3.2. Turizm Hareketlerinin Kitleleşme ve Endüstriyelleşme Düzeyi	123
3.3. Paylaşım Ekonomisine Yönelik Araçlardan Faydalanma	124
4. YEREL TURİSTİK DENEYİMİN YOĞUN YAŞANDIĞI TURİZM TÜRLERİ	125
4.1. Gönüllü Turizm	125
4.2. Gastronomi Turizmi.....	125
4.3. Kırsal Turizm	126
4.4. Yaratıcı Turizm.....	126
SONUÇ.....	127
KAYNAKÇA.....	128

ONUNCU BÖLÜM

KİŞİYE ÖZEL SEYAHAT TASARIMI

Doç. Dr. Lütfi Buyruk, Öğr. Gör. İrem Bozkurt

GİRİŞ.....	132
1. SEYAHAT TASARIMI.....	133
2. KİŞİYE ÖZEL SEYAHAT TASARIMI OLUŞTURMAK	135
3. KİŞİYE ÖZEL SEYAHAT ÜRÜNLERİ VE LÜKS SEYAHATLER.....	136
4. KİŞİYE ÖZEL SEYAHAT TASARIMINDA SEYAHAT WEB SİTELERİ.....	138
5. KİŞİYE ÖZEL SEYAHAT TASARIMINDA TUR OPERATÖRLERİ VE SEYAHAT ACENTELERİ.....	139
SONUÇ.....	140
KAYNAKÇA.....	141

ON BİRİNCİ BÖLÜM

SAĞLIKLI VE ORGANİK YİYECEK-İÇECEKLER

Dr. Öğr. Üyesi Gül Yılmaz, Arş. Gör. Dr. Şule Ardıç Yetiş

GİRİŞ	143
1. ORGANİK YİYECEK-İÇECEKLERİN TANIMI VE İÇERİĞİ	143
1.1. Sağlıklı ve Organik Yiyecek-İçeceklerin Tüketimini Etkileyen Faktörler ..	145
1.2. Sağlıklı ve Organik Yiyecek-İçecek Tüketicilerinin Profili.....	146
2. SAĞLIKLI VE ORGANİK YİYECEK-İÇECEKLERİN TURİZMDE KULLANIMI.....	147
SONUÇ	148
KAYNAKÇA.....	149

ON İKİNCİ BÖLÜM

KUTUP TURİZMİ

Dr. Öğr. Üyesi Meral Dursun, Öğr. Gör. Figen Sevinç

GİRİŞ	151
1. KUTUP TURİZMİ KAVRAMI	151
2. KUTUP TURİZMİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ	152
3. GÜNÜMÜZDE KUTUP TURİZMİ VE ÇEVRESEL YAPISI.....	153
3.1. Kutup Turizmi Bileşenleri	154
3.2. Kutup Turizmi Turist Profili.....	155
3.3. Kutup Turizmi Arz Unsurları	155
3.4. Kutup Turları	156
4. SÜRDÜRÜLEBİLİR KUTUP TURİZMİ UYGULAMALARI	157
SONUÇ	158
KAYNAKÇA.....	159

ON ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

UZUN ÖMÜR VE KIDEMLI GEZGİNLER

Doç. Dr. İbrahim İlhan, Arş. Gör. Dr. Zeynep Çokal

GİRİŞ	161
1. UZUN ÖMÜR KAVRAMI VE TURİZM İLİŞKİSİ	162
2. KIDEMLI GEZGİN KAVRAMI.....	163
2.1. Talep Açısından Kıdemli Gezinler	164
2.2. Arz Açısından Kıdemli Gezinler	166
2.3. Kıdemli Gezinlerin Seyahatlerinde Yaşadıkları Endişeler	167
SONUÇ	168
KAYNAKÇA.....	169

ON DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

AŞIRI TURİZM

Öğr. Gör. Dr. Yasin Günden, Doç. Dr. Duygu Eren

GİRİŞ	171
1. AŞIRI TURİZM KAVRAMI	172
2. AŞIRI TURİZMİN NEDENLERİ	173
3. AŞIRI TURİZMİN BELİRTİLERİ / GÖSTERGELERİ	174
4. AŞIRI TURİZMİN ETKİLERİ	175
5. TURİZM PAYDAŞLARININ AŞIRI TURİZME BAKIŞ AÇILARI.....	176
6. AŞIRI TURİZME KARŞI GELİŞTİRİLEN STRATEJİLER.....	177
7. AŞIRI TURİZM ÖRNEKLERİ	178
SONUÇ	179
KAYNAKÇA.....	180

ON BEŞİNCİ BÖLÜM

SEYAHAT HAREKETLİLİĞİ/ULAŞIM ÇEŞİTLİLİĞİ VE UYGUNLUĞU

Arş. Gör. Dr. Meral Büyükkuru, Doç. Dr. Emrah Özkul

GİRİŞ	183
1. TURİZMDE SEYAHAT HAREKETLİLİĞİ	184
1.1. Uluslararası Turizm Hareketliliği	184
1.2. Turizm Seyahatinde Ulaşım Uygunluğu	185
2. SEYAHAT VE ULAŞIM SİSTEMİ	186
2.1. Karayolu Taşımacılığı	187
2.2. Denizyolu Taşımacılığı	188
2.3. Havayolu Taşımacılığı	189
2.4. Demiryolu Taşımacılığı	190
SONUÇ	191
KAYNAKÇA.....	192

ON ALTINCI BÖLÜM

GÖÇ VE TURİZME ETKİLERİ

Dr. Öğr. Üyesi Gaye Deniz, Prof. Dr. Derman Küçükaltan

GİRİŞ	194
1. GÖÇ KAVRAMI VE ÖNEMİ	194
2. GÖÇ VE TURİZM İLİŞKİSİ.....	195
3. DÜNYADA GÖÇ VE TURİZM	197
4. TÜRKİYE'DE GÖÇ VE TURİZM	198
SONUÇ	201
KAYNAKÇA.....	202

ON YEDİNCİ BÖLÜM ESENLIK TURİZMİ

Arş. Gör. Veli Ceylan, Prof. Dr. Mehmet Saruışık

GİRİŞ	205
1. ESENLIK KAVRAMI.....	205
1.1. Esenlik Uygulamaları.....	206
2. ESENLIK TURİZMİ	208
2.1. Esenlik Turizmi Motivasyon Kaynakları.....	209
2.2. Esenlik Turizminde Arz ve Talep	209
2.3. Dünyada ve Türkiye’de Esenlik Turizmi Pazarı	211
SONUÇ.....	211
KAYNAKÇA.....	212

ON SEKİZİNCİ BÖLÜM HASAT TURİZMİ

Arş. Gör. Dr. Gamze Çoban Yıldız, Prof. Dr. İbrahim Yılmaz

GİRİŞ	214
1. HASAT TURİZMİ	215
2. HASAT TURİZMİNİN KAPSAMI.....	215
2.1. Hasat Festivalleri/Şenlikleri	216
2.2. Hasat Turizmi Etkinliklerinden Diğer Örnekler	219
2.3. Hasat Turizminin Sektör Açısından Önemi	221
SONUÇ.....	222
KAYNAKÇA.....	223

ON DOKUZUNCU BÖLÜM DÜĞÜN TURİZMİ

Doç. Dr. Bekir Eşitti, Dr. Buket Buluk Eşitti

GİRİŞ	227
1. DÜĞÜN TURİZMİ KAVRAMI VE GELİŞİMİ.....	228
1.1. Düğün Turizminin Özellikleri ve Bileşenleri	230
1.2. Düğün Turizminde Turist Profili ve Motivasyonları	232
2. DÜĞÜN TURİZMİ VE DESTİNASYONLAR	235
2.1. Düğün Turizminde Destinasyon Markalaşması	235
2.2. Dünya Düğün Turizmi Destinasyonları.....	236
2.3. Bir Düğün Turizmi Destinasyonu Olarak Türkiye.....	237
SONUÇ.....	240
KAYNAKÇA.....	241

YIRMİNCİ BÖLÜM TURİZMDE OYUNLAŞTIRMA

Prof. Dr. Gökalp Nuri Selçuk, Arş. Gör. Filiz Dalkılıç Yılmaz

GİRİŞ	244
1. OYUNLAŞTIRMA KAVRAMI	245
1.1. Oyunlaştırma Unsurları ve Tasarım	246
1.2. Oyuncu Türleri ve Motivasyonları.....	247
1.3. Oyunlaştırmanın Avantajları ve Dezavantajları	248
1.4. Oyunlaştırmanın Kullanım Alanları.....	248
2. TURİZMDE OYUNLAŞTIRMA	248
2.1. Turizmde Oyunlaştırma Uygulamalarının Faydaları	249
2.2. Turizmde Oyunlaştırma Uygulamaları.....	249
2.2.1. Dünyada Oyunlaştırma Uygulamaları	250
2.2.2. Türkiye’de Oyunlaştırma Uygulamaları	252
SONUÇ	253
KAYNAKÇA.....	253

YIRMİ BİRİNCİ BÖLÜM DÖNÜŞÜMSEL TURİZM

Prof. Dr. Nuray Türker, Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül Acar

GİRİŞ	256
1. DÖNÜŞÜM VE KİŞİSEL DÖNÜŞÜM	257
1.1. Dönüşümsel Öğrenme Teorisi	258
2. DÖNÜŞÜM VE TURİZM İLİŞKİSİ	258
3. TURİST-YERLİ HALK ETKİLEŞİMİ VE YEREL HALKIN DÖNÜŞÜMÜ.....	259
4. DÖNÜŞÜMSEL TURİZM VE DÖNÜŞTÜRME POTANSİYELİ TAŞIYAN ALTERNATİF TURİZM ÇEŞİTLERİ	260
4.1. Sağlıklı Yaşam Turizmi (Wellness Turizmi)	261
4.2. Gönüllü Turizmi (Volunteer Tourism).....	262
4.3. İnanç ve Spritual Turizm (Religious and Spiritual Tourism)	262
4.4. Ekoturizm (Ecotourism)	263
4.5. Diğer Alternatif Turizm Türleri	264
SONUÇ	265
KAYNAKÇA.....	265

YIRMİ İKİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ MÜZELERİ

Arş. Gör. Firdevs Yönet Eren, Prof. Dr. Nilüfer Şahin Perçin

GİRİŞ	269
1. MÜZE KAVRAMI.....	270
2. GASTRONOMİ MÜZE KAVRAMI.....	271
2.1. Gastronomi Müze Türleri ve Sınıflandırılması.....	272
3. DÜNYADAKİ GASTRONOMİ MÜZELERİ	274
4. TÜRKİYE'DEKİ GASTRONOMİ MÜZELERİ	276
SONUÇ.....	278
KAYNAKÇA.....	279

YIRMİ ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ŞEHİR TURİZMİ VE YAYALAŞTIRMA

Arş. Gör. Vahit Oğuz Kiper, Prof. Dr. Orhan Batman

GİRİŞ	281
1. ŞEHİR TURİZMİ.....	282
1.1. Şehirlerin Turizm ile Buluşması ve Etkileri	282
1.2. Şehir Turizmi İçin Sürdürülebilirlik	283
2. YAYALAŞTIRMA VE YÜRÜNEBİLİRLİK	285
2.1. Yayalaştırmanın Olumlu Etkileri	286
2.2. Yayalaştırma Nasıl Sağlanır?	287
SONUÇ.....	289
KAYNAKÇA.....	289

YIRMİ DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNDE METİN MADENCİLİĞİ

Dr. Öğretim Üyesi İbrahim Akın Özen

GİRİŞ	292
1. METİN MADENCİLİĞİ.....	293
1.1. Metin Madenciliği Yöntemleri	294
1.2. Metin Madenciliğinde Veri İşleme Aşamaları.....	295
1.2.1. Veri Setinin Toplanması.....	296
1.2.2. Metin İşleme.....	296
1.2.3. Metin Filtreleme	297
1.2.4. Veri Dönüştürme.....	297
1.2.4.1. Vektör Uzay Modeli (Vector Space Model-Word Vector)	297
2. TURİZM SEKTÖRÜNDE ÇEVİRİMİÇİ VERİ KAYNAKLARI	298

3. TURİZM SEKTÖRÜNDE METİN MADENCİLİĞİ	299
3.1. Turistik Ürünlerin Değerlendirilmesi	300
3.2. Turizm Pazarında Trendleri Keşfetme	303
SONUÇ	304
KAYNAKÇA	304

YİRMİ BEŞİNCİ BÖLÜM

DİJİTAL GASTRONOMİ

Prof. Dr. Mustafa Boz, Doç. Dr. Çiğdem Özkan

GİRİŞ	307
1. DİJİTAL GASTRONOMİ KAVRAMI VE EVRİMSEL SÜRECİ	307
1.1. Ne Yiyecemize Nasıl Karar Veririz?	309
1.2. Tat Bileşenleri Ağı	310
2. 3D YAZICI TEKNOLOJİSİ	312
2.1. 3D Yazıcıların Dijital Gastronomide Kullanım Alanları	312
2.2. Dijital Gastronomi ve Turizm Sektörüne Olası Etkileri	314
SONUÇ	315
KAYNAKÇA	315

YİRMİ ALTINCI BÖLÜM

TURİZM VE YAŞAM KALİTESİ

Öğr. Gör. Dr. Neşe Yılmaz

GİRİŞ	317
1. YAŞAM KALİTESİ	318
2. YAŞAM KALİTESİ İLE İLGİLİ KAVRAMLAR	318
2.1. Mutluluk	319
2.2. Öznel İyi Oluş (Subjective Well-Being)	319
3. SERBEST ZAMAN, REKREASYON VE YAŞAM KALİTESİ	320
4. TURİZM VE YAŞAM KALİTESİ	322
SONUÇ	324
KAYNAKÇA	324

ONUNCU BÖLÜM

KİŞİYE ÖZEL SEYAHAT TASARIMI

Doç. Dr. Lütfi BUYRUK

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
buyruk@nevsehir.edu.tr

Öğr. Gör. İrem BOZKURT

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
irembozkurt@nevsehir.edu.tr

GİRİŞ

Turist, bir destinasyona yaptığı ziyarette, görmek istediklerine dair beklentileri olan kişidir. Ziyaret etmeyi planladığı veya tatilini geçirmeyi düşündüğü yer hakkında bilgi edinmek için bir turistin çeşitli seçenekleri vardır. Geleneksel turist, büyük olasılıkla, iyi bir kitapçıyı ziyaret ederek turistler için hazırlanan rehber kitaplardan birinin en yeni baskısını seçecektir. Geleneksel turist, daha sonra oturup, gitmek istediği destinasyona dair bilgiler içeren satın aldığı kitabı okuyacak; ziyaret etmek istediği olası ilgi noktalarını not edecektir. Bu arada zaman, para ve diğer bazı kısıtlamalarını göz önüne alıp, yolculuk, konaklama, yemek, müze vb. ziyaret yerlerini içeren kendi seyahat planının bir taslağını oluşturacaktır. Daha sonra telefonla konaklama, ulaşım ve destinasyonda ziyaret edeceği yerler için müsaitlik durumunu soracak, rezervasyon yaptıracak veya bilet satın alacaktır.

Günümüzde ise, internetin yaygın kullanımı, sürekli artan çevrimiçi içerikler, turistlere seyahatleri ile ilgili bilgi edinme ve planlama yapmaları konusunda yepyeni olanaklar sunmaktadır. Artık basılı materyal yerine, internetteki arama motorlarını tarayıp, gideceği destinasyonla ilgili “turistlerin mutlaka bilmesi gerekenler”, “mutlaka görülmesi gereken en iyi 10 yer” ve “en iyi restoranlar” gibi bilgilere kısa zamanda ve kolayca sahip olabilmektedir. Hatta arama yaptığı temel kavramlarla ilgili bağlantılı web sayfalarına ulaşım, araştırma yaptığı destinasyonla ilgili metinlere ve görsel içeriklere göz atma imkânı bulabilmektedirler. Yine, bir rehber kitapta olmayan güncel etkinliklere ait bilgilere de ulaşabilecektir. Bunlara ek olarak, *Google Maps* vb. çevrimiçi haritalar yardımıyla gideceği destinasyondaki ilgi çekici yerleri kolayca bulabileceği ve rotasını planlayabileceği gibi; çevrimiçi hizmetler sayesinde müsaitlik durumunu kontrol edip rezervasyon ve satın alma gibi işlemleri rahatlıkla yapabilmektedir. Kaldı ki bütün bu işlemler için artık kablolu sabit bir set üstü bilgisayara ihtiyaç duymamakta, eğer elinde internet bağlantılı bir cep telefonu varsa, bu işlemleri dilediği yerden yapabilmektedir.

Bununla birlikte turist, internet bağlantısı ve mobil bir cihaza sahip olsa bile, sınırlı zamanını en iyi şekilde nasıl kullanacağı ve destinasyonda ilgi duyduğu her şeyi nasıl göreceği sorununu çözmek durumundadır. Hala ilgi alanları, bütçesi ve harcayacağı zamanı göz önünde bulundurarak, turistik yerleri ziyaret sırasını ve