

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/342276477>

Yeni Turist Tipleri

Chapter · January 2020

CITATIONS

0

READS

117

1 author:



Zeynep Çokal

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

31 PUBLICATIONS 57 CITATIONS

SEE PROFILE

Editörler

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Nevin SERT

Dr. Öğr. Üyesi Sıla KARACAOĞLU

Dr. Öğr. Üyesi Serap SERİN KARACAER

TURİZMDE DEĞİŞİM, DÖNÜŞÜM VE GÜNCEL EĞİLİMLER

**DETAY
YAYINCILIK**

Ankara, 2020

DETAY YAYINLARI : 1146

1. Baskı : Ocak 2020

ISBN : 978-605-254-206-4

Yayıncı Sertifika No : 46573

Matbaa Sertifika No : 26649

© 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

Baskı ve Cilt : Bizim Büro Matbaacılık ve Basımevi

1. Sanayi Caddesi Sedef Sokak No: 6/1 İskitler-Ankara

Kütüphane Bilgi Kartı

Editörler: Ayşe Nevin Sert, Sıla Karacaoğlu ve Serap Serin Karacaer

Turizmde Değişim, Dönüşüm ve Güncel Eğilimler, 1. Baskı

ISBN: 978-605-254-206-4, vi + 206 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

İKİNCİ BÖLÜM

YENİ TURİST TİPLERİ

Zeynep ÇOKAL*

GİRİŞ

Küreselleşme ve beraberinde oluşan ürün, sermaye, bilgi, kültür ve insan hareketliliğindeki artış ile çağımız giderek daha homojen, melez ve “postmodern” bir dünyaya dönüşmektedir (Cohen, 2012). Bu dönüşüm, turizme ise “post-modern turizm paradigması” (Kozak, Evren ve Çakır, 2013) olarak yansımaktadır. Post-modern turizmin aktörleri olan postmodern turistlerin güdülleri, geçmişe kıyasla farklılıklar göstermektedir. Bu durum, esasen modern tüketiciden postmodern tüketiciye doğru uzanan süreçte turist tiplerinin de farklılık göstermeye başlamasından kaynaklanmaktadır. Günümüzün postmodern turist tipi, yerel kültürlerle ilgi gösteren (Uriely, 2005: 205), sembolik ve hedonik tüketim yapmayı seven, çevresine statüsünü veya prestijini göstermek amacıyla tüketim yapan (Kezer, 2012: 55) bir yapıya bürünmüştür.

Postmodern turizm paradigması ile birlikte turist davranışlarında da değişimler yaşanmaya başlanmıştır. Bu da turist tiplerinin farklılaşmasına ve yeni turist tiplerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu bölümde postmodern turizmle birlikte ortaya çıkan farklı ve yeni turist tipleri ele alınarak bu turistlerin özelliklerine yer verilecektir. Birçok farklı turist tipi ortaya çıkmasına karşın günümüzde dikkat çekici turist tiplerinden olan gastro turist, foodie turist, fobik turist, yavaş turist ve oyuncak turist bu bölümde ele alınmaktadır.

1. GASTRO TURİST

Sanayi devrimi sonrası insanların boş zamanlarının fazlaşması, gelir seviyelerinin yükselmesi gibi birçok etken turizm hareketlerinin artmasını ve turizmin gelişmesini sağlamıştır. Günümüzde ise insanların bu haklardan çok daha fazlasına sahip olmasıyla istek ve beklentileri de farklılaşmaya başlamıştır. Turizmde talebin farklılaşması arzda da farklılığa gidilmesini zorunlu hale getirmiştir. Turistlerin istek ve beklentilerine yönelik olarak birçok turizm türü ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu turizm türlerinden biri de gastronomi turizmidir. Gastronomi turizmi, turistlerin tatil deneyiminde kültürel ve yerel tatları, kokuları ve dokuları tanıma ve yaşama olanağı sunarak onlara benzersiz yiyecek ve içecek deneyimi sağlayan bir turizm çeşididir (Çalışkan, 2013: 41).

* Arş. Gör. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü

bu seyahatlere kendilerinin gittiklerini hayal etmekte ve bundan haz almaktadır. Oyuncakın sahibine tur şirketleri etkinliklere ilişkin bilgiler ve fotoğraflar göndermektedir. Ayrıca sosyal medya hesabı olan seyahat acenteleri oyuncakların tur sırasında fotoğraflarını da paylaşmaktadır (URL 7). İnsanlar kendileri ile özdeşleştirdikleri maskotların seyahat etmesinden mutlu olmaktadır. Özellikle Japonya'da ileri yaştaki insanların tercih ettiği oyuncak turistler her geçen gün daha büyük bir pazar haline gelmektedir. Oyuncak turist kavramı ile hayal gücünün turizm sektöründe nasıl kullanılabileceği, önemi ve hayal gücü ile turizm çeşitlendirmesine gidilip farklı pazarlar oluşturulabileceği görülmektedir.

Oyuncak turist kavramı turizm literatüründe son yıllarda yerini almasına karşın özellikle Uzak Doğu ülkelerinde oldukça yaygın hale gelmeye başlamıştır. Bu gelişmelerin üzerine Avrupa ülkeleri de bu kavrama sıcak bakmaya başlamış ve Avrupa turizminde de yerini almaya başlamıştır. Farklı turistik ürünler ortaya koymak isteyen turizm işletmelerinin her geçen gün sayısı artan oyuncak turistleri göz önünde bulundurması, farklı pazarlara hitap edebilmesinin önünü açacaktır. Bu açıdan turizmin özellikle seyahat düzenleme kısmında yer alanların bu pazara yönelik çalışmalar rekabette yapması avantajlı hale gelmelerini sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Bagozzi, R. P., & Dholakia, U. (1999). Goal setting and goal striving in consumer behavior. *Journal of Marketing*, 63(special issue), 19-32.
- Bağcı, E., Pak A. ve Akçay, Y. (2017). Göç turizmi (diaspora), son şans turizmi (last chance), oyuncak turist (toy tourist) kavramlarının Türkiye'deki turizm işletmeleri ve işletmecileri açısından bilinirliğine dair bir araştırma. *18. Ulusal Turizm Kongresi*. 18-22 Ekim, Mardin.
- Baran, G. ve Özoğul G. (2018). Uzmanlaşan acentalar ve niş pazar sorunlarına bir çözüm reçetesi: Fobik turistler ve özel ilgi turizmi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (65), 39-51.
- Beh, A. W., & Bruyere, B. L. (2007). Segmentation by visitor motivation in three Kenyan National Reserves. *Tourism Management*, 28(6), 1464-1471.
- Blichfeldt, B. S., & Therkelsen, A. (2011). 'It has to vary': Tourists' multi-facetted relations to food. Seventh International Conference on Culinary Arts and Sciences Global, National and Local Perspectives, 183-191.
- Cairns, K., Johnston, J., & Baumann, S. (2010). Caring about food: Doing gender in the foodie kitchen. *Gender & Society*, 24, 519.
- Cohen, E. (2012). *Major trends in contemporary tourism*. The Routledge Handbook of Tourism Research. New York: Routledge.
- Conway, D., & Timms, B.F. (2010). Re-branding alternative tourism in the Caribbean: The case for 'slow tourism'. *Tourism and Hospitality Research*, 10 (4), 329-344.

- Cripps, K. (2013). Travel CNN. [www.cnn.com: ttp://travel.cnn.com/tokyotravel-agency-stuffed-animals-986126/](http://travel.cnn.com/tokyotravel-agency-stuffed-animals-986126/) (Erişim Tarihi: 07.08.2019).
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Dall'Aglio, S. (2011). ECONSTAT Strategies for the travel industry. *Slow Tourism Seminar*, March-May 2011, Bled, Slovenia.
- De Salvo, P., Mogollón, J. M. H., & Di Clemente, E. (2013). "Repellent" tourists versus "slow" tourists. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(2), 131-148.
- Dickinson, J. E., & Lumsdon, L. (2010). *Slow travel and tourism*. London: Earthscan Ltd.
- Dixit, S. K. (2019). *Gastronomic tourism: A theoretical construct*. S.K. Dixit (Ed.), *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*, In (p. 13-23). New York: Routledge.
- Fields, K. (2002). *Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors*. A.M. Hjalager, ve G. Richards (Ed.), *Tourism and Gastronomy*, In (p.36-50). London: Routledge.
- Fullagar S., Wilson, E., & Markwell, K. (2012). *Starting slow: Thinking through slow mobilities and experiences*. S. Fullagar, K. Markwell and E. Wilson (Ed.), *Slow Tourism Experiences and Mobilities*, In (p. 1-10). UK: Channel View Publications.
- Getz, D., & Robinson, R. N. S. (2014). Foodies and food events. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 14 (3), 315-330.
- Green, E. (2013). A study of travelers' foodie activity dimensions, demographic characteristics and trip behaviors (Unpublished Master's Thesis). East Carolina University. ABD.
- Guzman, T.L., & Canizares, S.S. (2011). Gastronomy, tourism and destination differentiation: A case study in Spain. *Review of Economics & Finance*, September, 63-72.
- Güzel, B. ve Apaydın, M. (2016). *Gastronomy tourism: Motivations and destinations*. C. Avcıkurt, M. S. Dinu, N. Hacıoğlu, R. Efe, A. Soykan, N. Tetik (Ed.), *Global Issues and Trends in Tourism*, İçinde (s. 394-404), ST. Kliment Ohridski University Press: Sofia.
- Heitmann, S., Robinson, P., & Povey, G. (2011). Slow food, slow cities and slow tourism. P. Robinson, S. Heitmann and P. Dieke (Eds.), *Research Themes for Tourism*, içinde (s 115-127). Wallingford: CAB International.
- Hjalager, A. (2004). What do tourists eat and why? towards a sociology of gastronomy and tourism. *Tourism*, 52 (2), 195-201.
- Howard, C. (2012). Speeding up and slowing down: pilgrimage and slow travel through time. S. Fullagar, K. Markwell, and E. Wilson (Ed.) *Slow Tourism: Experiences and Mobilities*, içinde (s. 11-24) Bristol, UK: Channel View.
- Ignatov, E., & Smith, S. (2006). Segmenting Canadian culinary tourists. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235-255.
- Jansen-Verbeke, M. (1998). Tourismification of historical cities. *Annals of Tourism Research*, 25(3), 739-742.

- Johnston, J., & Baumann, S. (2009). *Foodies: Democracy and distinction in the gourmet foodscape*. New York: Routledge.
- Kezer, P. (2012). Postmodern tüketicinin değişen satın alma davranışı: İçgüdüsel alışveriş (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kivela, J., & Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Knight, J. (2010). The ready-to-view wild monkey: The convenience principle in Japanese wildlife tourism. *Annals of Tourism Research*, 37 (3), 744-762.
- Kozak, A. M., Evren, S. ve Çakır, O. (2013). Tarihsel süreç içinde turizm paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7 - 22.
- Long, L. M. (2004). *Culinary tourism*. Lexington, KY: University Press of Kentucky.
- Lumsdon, L. M., & McGrath, P. (2011). Developing a conceptual framework for slow travel: A grounded theory approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), 265-279.
- Mak, A.H.N., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R.C.Y. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 928-936.
- Mapes, G. (2015). The construction of an elite middle-class: Foodie discourse in Bon Appétit Magazine (Unpublished Master's Thesis). Georgetown University, Washington, DC.
- McCabe, S. (2009). Who Needs a holiday? evaluating social tourism. *Annals of Tourism Research*, 36 (4), 667-88.
- Oh, H., Assaf, A. G., & Baloğlu, S. (2014). Motivations and goals of slow tourism. *Journal of Travel Research*, 55(2), 205-219.
- Özdemir, G. ve Çelebi, D. (2018). Exploring dimensions of slow tourism motivation. *Anatolia*, 29(4), 540-552.
- Parkins, W., & Craig, G. (2006). *Slow living*. Berg: Oxford.
- Pekerşen, Y., Birsen, A. G. ve Aslan, N. (2017). Oyuncak turist paradoksu. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(4), 653-662.
- Robinson, S. (2014). Toys on the move: Vicarious travel, imagination and the case of travelling toy mascots. *Travel and Imagination*, 168-183.
- Ryan, C., & Glendon, I. (1998). Application of leisure motivation scale to tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 169-84.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- Smith, S., & Costello, C. (2009). Segmenting visitors to a culinary event: motivations, travel behavior, and expenditures. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(1), 44-67.
- Sohn, E., & Yuan, J. J. (2013). Who are the culinary tourists? An observation at a food and wine festival. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(2), 118-131.

- Şimşek, A. ve Selçuk, G. N. (2018). Gastro-turistlerin tipolojisinin belirlenmesi: Gaziantep ölçeğinde bir araştırma. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 28-43.
- Tanrısever, C., Pamukçu, H. ve Batman, O. (2016). New tourism trends in the world and their adaptations to Turkey. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 55-73.
- Tekin, C. (2017). Yavaş turizm ve yavaş turist: Cittaslow Seferihisar'da karşılaştırmalı bir araştırma (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman.
- Uriely, N. (1997). Theories of modern and postmodern tourism. *Annals of Tourism Research*, 24: 982-985.
- Uyar, B ve Zengin, H. (2015). Gastronomi turizminin alternatif turizm çeşidi olarak değerlendirilmesi bağlamında gastronomi turizm indeksinin oluşturulması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(17): 355-376.
- Watson, P. J. (2013). Grab your fork: a netnographic study of a foodie blog and its community (Unpublished Doctoral Dissertation). Bournemouth University, England.
- Watson, P., Morgan, M., & Hemmington, N. (2008). Online communities and the sharing of extraordinary restaurant experiences. *Journal of Foodservice*, 19, 289-302.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26 (1), 45-56.
- Yozukmaz, N., Bekar, A. ve Kılıç, B. (2017). Yeni bir turist segmenti: "Foodie"ler. 18. Ulusal Turizm Kongresi Kültür Turizmi (18-22 Ekim 2017). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yurtseven, H.R. ve Kaya, O. (2011). Slow tourists: a comparative research based on Cittaslow principles. *American International Journal of Contemporary Research*, 1(2), 91-98
- Yurtseven, H.R., Kaya, O. ve Harman, S. (2010). *Yavaş hareketi*, Ankara: Detay Yayıncılık.

İnternet Kaynakları

- URL 1: <https://www.worldfoodtravel.org/cpages/home> (Erişim Tarihi: 07.04.2019).
- URL 2: <http://sozluk.gov.tr/> (Erişim tarihi: 20.07.2019).
- URL 3: <https://www.tripzilla.com/exotic-visa-free-countries-for-filipinos/44865>. (Erişim Tarihi: 05.07.2019).
- URL 4: <https://travelingjackie.com/on-being-brave-when-fear-comes-knocking/>. (Erişim Tarihi: 05.07.2019).
- URL 5: <https://edition.cnn.com/travel/article/facing-fears-travel/index.html> (Erişim Tarihi: 05.07.2019).
- URL 6: <http://www.teddy-tour-berlin.de/25.html?&L=1>(Erişim Tarihi: 07.08.2019).
- URL 7: <http://www.triplepundit.com/story/2015/stuffed-animal-tours-compassionate-tourism-future/37811> (Erişim Tarihi: 07.08.2019).