



ÖZGEÇMİŞ

Adı ve Soyadı: Nur ERTÜRK

Akademik Unvanı: Dr.

E-postası: nurerturk@beykoz.edu.tr

Bildiği Yabancı Diller (Puan ve Yılı): İngilizce (Yökdil: 58.75) yıl: 22.09.2018

Uzmanlık Alanı: Turizm Pazarlaması, Araştırma Yöntemleri

Derece	Bölüm/Program	Üniversite	Yıl
Lisans	Konaklama İşletmeciliği	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	2012-2016
Y. Lisans	Turizm İşletmeciliği	Balıkesir Üniversitesi	2017-2019
Doktora	Turizm İşletmeciliği	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	2019-2024

Yüksek Lisans Tez Başlığı (özetinde) ve Tez Danışman(lar)ı:

Seyahat Acentalarının Satış Geliştirme Faaliyetlerinin X ve Y Kuşağı Tüketicilerin Tatil Satınalma Kararlarına Etkisi

Tez Danışmanı: Doç.Dr. Gülay ÖZDEMİR YILMAZ

Turizm endüstrisine seyahat acentalarının katkıları oldukça fazladır. Seyahat acentaları rakiplerinden bir adım önde olabilmek ve tüketicilerin sadakatlerini kendi bünyelerine çekebilmek adına satış geliştirme faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Acentaların bu faaliyetleri, tüketicilerin satın alma davranışlarını ve demografik özelliklerini de dikkate alarak gerçekleştirmesi gerekmektedir. Çünkü her bireyin satın alma davranışı kendi içerisinde sosyal, kişisel ve psikolojik faktörlere göre farklılık gösterebilmektedir. Bu nedenle çalışmanın amacı, seyahat acentalarının uyguladığı satış geliştirme faaliyetlerinin tüketicilerin kişisel faktörlerden olan yaş değişkeni dikkate alınarak, X ve Y kuşağı tüketicilerin tatil satın alma kararlarında seyahat acentalarının satış geliştirme faaliyetlerine yönelik tutumlarını belirleyebilmek, kuşaklar arasında farklılık olup olmadığını ortaya koyabilmek ve hangi satış geliştirme faaliyetinin hangi kuşak üzerinde daha önemli olduğunu belirleyebilmeye yöneliktir. Çalışmada veriler, İzmir ilinde faaliyet gösteren seyahat acentalarından tatil satın almış, toplamda 397 X ve Y kuşağı tüketicisine anket uygulanarak elde edilmiştir. Sonuçlar, seyahat acentalarının uyguladığı satış geliştirme faaliyetlerine yönelik tutum ifadelerini X kuşağının olumlu algıladığını, Y kuşağının ise, kararsız kaldığını göstermiştir. Aynı zamanda sonuçlarda, X kuşağının önemsendiği

faaliyetler arasında en çok fiyat indirimi, kredi kartıyla taksitli satış imkanı ve erken rezervasyon yer alırken, Y kuşağının önemseydiği faaliyetler arasında ise sırasıyla; fiyat indirimi, erken rezervasyon ve kredi kartıyla taksitli satış imkanı yer almaktadır. Çalışma beş temel bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde giriş başlığı adı altında araştırmanın problemine, amacına, önemine, varsayımlarına, sınırlılıklarına ve çalışmada geçen bazı tanımlara yer verilmektedir. Çalışmanın ikinci bölümünde ise, ilgili alanyazına değinilmekte, satış geliştirme tanımına ve seyahat acentalarının satış geliştirme faaliyetlerine, son olarak tüketici davranışı ile ilgili çalışmalara yer verilmektedir. Üçüncü bölüm araştırmanın yöntemini oluşturmakta, bu bölümde veri toplama araçları ve teknikleri, araştırmanın evren ve örnekleme, verilerin analizi yer almaktadır. Dördüncü bölüm araştırmanın bulguları ve yorumlarından, beşinci ve son bölümde ise, elde edilen bulgular ışığında ulaşılan sonuçlara ve bu sonuçlardan yola çıkılarak geliştirilen önerilere yer verilmiştir.

Doktora Tezi/S.Yeterlik Çalışması/Tıpta Uzmanlık Tezi Başlığı (özeti ekte) ve Danışman(lar)ı:

Glamping Faaliyetine Katılan Yerli Turistlerin Seyahat Motivasyonlarının Davranışsal Niyet Üzerinde Etkisi: Yenilik Arayışının Aracılık Rolü

Tez Danışmanı: Doç. Dr.Melek Ece ÖNCÜER

Gün geçtikçe farklı turizm arayışlarına giren bireyler, farklılık arayışlarından kaynaklı turizm sektöründe yaşanan değişimlerle alternatif turizm çeşitlerine yönelmeye başlamıştır. Çevre ve sürdürülebilirlik kavramları da önem kazanmaya başladığından, bu durum bireyleri kitle turizminden çok, doğa temelli turizm türlerine yönlendirmiştir. Glamping ise lüks kampçılık deneyimi sunmayı amaç edinen doğa temelli bir turizm çeşididir. Bu araştırmanın temel amacı, glamping faaliyetlerine katılan yerli turistlerin çekici ve itici seyahat motivasyonlarını, davranışsal niyetlerini ve yenilik arayışlarını ortaya koymaktır. İki farklı yöntem ile ölçülen bu çalışmada, katılımcılarla görüşmeler yapılırken, eş zamanlı olarak anketler online platform üzerinden gönderilmiştir. Nitel ve nicel veri analizlerinden elde edilen veriler doğrultusunda, iki ayrı yöntemin sonuçlarının birbirini desteklediği görülmüştür. Keşifsel bir araştırma olarak ele alınan çalışmada, karma araştırma yöntemlerinden yakınsayan paralel desen kullanılarak araştırmanın geçerliliğine ve güvenilirliğine katkı sağlanmıştır. Nicel boyutta 375, nitel boyutta 20 kişiye ulaşılarak elde edilen bulguların sonuçlarında, bireylerin çekici ve itici seyahat motivasyonlarının neler olduğu, gittikleri destinasyonu başkalarına tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme niyetleri nitel boyutta ortaya koyulmuştur. Nicel boyutta ise, yenilik arayışında sürpriz, can sıkıntısı azaltma ve heyecan boyutunun seyahat motivasyonu ve davranışsal niyetler arası ilişkide aracılık etkisi göstermediği, fakat çekici ve itici seyahat motivasyonlarının davranışsal niyetleri üzerinde etkisinde rutinden uzaklaşmanın aracılık etkisinin olduğu görülmüştür. Sonuçlar doğrultusunda mevcut turizm paydaşlarına ve turizm akademisyenlerine yönelik öneriler geliştirilmiştir.

ESERLER

A. Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

Karaca, K., **Ertürk, N.**, Köroğlu, Ö., ve Yılmaz, Ö. G., (2018). Bir Kırsal Turizm Çeşidi Olarak Astro-Turizm ve Balıkesir İlinin Astro-Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 8(2), 1-9.

Çeken, H., Yılmaz, Ö. G., ve **Ertürk, N.**(2018). Arap Ülkelerinden Gelen Turistlerin Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Algısı: Sapanca Örneği, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1), 401-414.

Türker, G. Ö., ve **Ertürk, N.** (2020). COVID-19'un konaklama işletmelerine etkileri: Yöneticiler perspektifinden bir değerlendirme. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 89-101.

B.Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler:

Ertürk, N. (2024), Turizmde Metalaşmanın Olumsuz Etkilerinin Çözümlerine Yönelik Kavramsal Bir Değerlendirme: Cittaslow Sığacık Örneği, 1. *Uluslararası Balıkesir Uygulamalı Bilimler Kongresi*, 13-15 Eylül 2024, Balıkesir/Burhaniye.

Demir, Ö., Akça, İ., ve Ertürk, N. (2024) Gastronomi Turizmi Konusunda Tr Dizin Veri Tabanında Yayınlanan Araştırmaların Analizi, 8. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi, 17-20 Ekim 2024 Kuşadası, Aydın.

Ertürk, N. (2024). Mardin'in Kültürel Mirasının Sürdürülebilirliği: Dijital Arşivleme, 2. Uluslararası Mezopotamya İnanç ve Kültür Turizmi Kongresi, 5-7 Aralık 2024, Mardin.

C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplardaki bölümler:

Kaya, Ş., **Ertürk, N.** ve Çolakoğlu, Ü.(2020). "Turizm İşletmeciliği, Pazarlaması ve Ekonomisi" Karabulut, Ş. (Editör), *Seyahat Acentalarında Gizli Misafir Uygulamaları içinde*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Ertürk, N., ve Karaca, Ç. K (2022). "Turist Rehberleri İçin Şehir Turu Rehberi", Türker, A ve Köksal, G. (Editörler)., *Bursa*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Ertürk, N. (2022). "Nitel Araştırma Yöntemleri", Atay, H., ve Ayyıldız, T. (Editörler), *Söylem Analizi İçinde* (179), Ankara: Detay Yayıncılık.

Ertürk, N. (2024). "Küresellikten Yerelliğe: Küyerelleşme", Öncüer, E.M. ve Özdoğan, O. N.(Editörler), *Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Küyerelleşme* (78), Ankara: Detay Yayıncılık.

D. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında basılan bildiriler:

Kağan Çağrı Karaca, **Nur Ertürk**, Doç. Dr. Özlem Köroğlu, Dr. Öğr. Üyesi Gülay Özdemir Yılmaz, (2018). Bir Kırsal Turizm Çeşidi Olarak Astro-Turizm ve Balıkesir İlinin Astro-Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi, 7. *Ulusal Turizm Kongresi*, 10-13 Mayıs 2018, Muğla.

Hüseyin Çeken, Gülay Özdemir Yılmaz, **Nur Ertürk**, (2018). Arap Ülkelerinden Gelen Turistlerin Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Algısı: Sapanca Örneği, 6.*Ulusal Kırsal Turizm Kongresi*,4-6 Mayıs 2017, Bursa.