



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2019, 3(1):34-46.

DOI: [10.26677/tutad.2019.45](https://doi.org/10.26677/tutad.2019.45)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Turizm Endüstrisinde Blogların Gücü ve Turist Rehberleri Açısından Bir Değerlendirme

Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İstanbul, e-posta: mzdincer@istanbul.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4928-8303>

Öğr. Gör. Dr. Tolga Fahri ÇAKMAK, Bartın Üniversitesi, Bartın Meslek Yüksekokulu, Bartın, e-posta: tolgafahricakmak@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7952-1102>

Arş. Gör. Merve AYDOĞAN ÇİFÇİ, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İstanbul e-posta: merve.aydogan@istanbul.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7597-6951>

Öz

21. yüzyılın küreselleşen dünyasında internet teknolojileri hayatın her alanında kendisini etkin bir biçimde hissettirmektedir. Öte yandan dünyanın en hızlı büyüyen endüstrilerinden biri olan turizm endüstrisi ile internet teknolojileri arasında da hızlı bir etkileşim yaşanmakta ve bu etkileşim gün geçtikçe artmaktadır. Üstelik artan bu ilişki sadece işletmelerin hizmet satışı veya reklamları odaklı olmamakta, aynı zamanda gezginlerin deneyimlerini paylaşması ve başkalarını etkilemesi noktasında da etkin bir görev üstlenmektedir. Pek çok farklı platform üzerinden gerçekleşen bu bilgi paylaşım yöntemlerinden biri de blog olarak isimlendirilen kişisel web sayfalarıdır. Kullanımı ve önemi giderek artan bloglar soyut olan hizmetin satın alınmaya karar verilmesi sürecinde önemli bir görev üstlenmektedir. Bu çalışmada internet teknolojileri ve özellikle blogların turizm endüstrisi üzerindeki etkileri araştırılarak geleceğe yönelik analizleri turist rehberleri üzerinden yürütülen bir çalışma ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma kartopu örneklem yöntemi ile tespit edilen 13 adet blog yazarı turist rehberi katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Toplanan bilgilerden hareketle, turist rehberlerinin blogları mesleki yaşamlarında nasıl kullandıkları, iş hayatlarına ve turlarına nasıl etki ettiği araştırılmış, blogların etkinliği mesleki açıdan ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Blog, Turizm Endüstrisi, Tur Rehberleri, İnternet Teknolojileri.

Makale Gönderme Tarihi: 22.11.2018

Makale Kabul Tarihi: 30.12.2018

Önerilen Atıf:

Dinçer, M. Z., Çakmak, T. F. ve Aydoğan Çiftçi, M. (2019). Turizm Endüstrisinde Blogların Gücü ve Turist Rehberleri Açısından Bir Değerlendirme, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1):34-46.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

Power of Blogs in Tourism Industry and an Evaluation from Tourist Guides' Perspective

Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER, İstanbul University, Faculty of Economics, İstanbul, e-mail: mzdincer@istanbul.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4928-8303>

Dr. Tolga Fahri ÇAKMAK, Bartın University, Bartın Vocational School, Bartın, e-mail: tolgafahricakmak@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7952-1102>

Research Assistant. Merve AYDOĞAN ÇİFTÇİ, İstanbul University, Faculty of Economics, İstanbul e-mail: merve.aydogan@istanbul.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7597-6951>

Abstract

In the 21th centuries' globalling world internet technologies have arisen effectively in almost every part of life. On the other hand, internet technologies interact with tourism industry which is most growing rapidly and this interaction is increasing day by day. Moreover, this increasing interaction is not only focused on service sales and advertisement, but also functions on travelers' experience sharing and altering other people. One of the methods which appears in different platforms is personal web pages naming blogs. Blogs which usage and significance are expanding, play a crucial role on making decision on purchasing the intangible services. In this study analyses are made intended for future according to study which is conducted by tourist guides' participation by exploring internet technologies' and particularly blogs' effects on tourism industry. The study has been conducted with 13 tourist guide who are blog writer identified by snowball sampling method. According to data collected, it's explored that how tourist guides use blogs in their professional works, how blogs affect their work life and tours and blogs effectiveness is presented in terms of professional work.

Keywords: Blog, Tourism Industry, Tourist Guides, Internet Technologies.

Received: 23.11.2018

Accepted: 30.12.2018

Suggested Citation:

Dinçer, M. Z., Çakmak, T. F. and Aydoğan Çiftçi, M. (2019). Power of Blogs in Tourism Industry and an Evaluation from Tourist Guides' Perspective, *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(1):34-46.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.