

Editörler

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

TURİZMDE GÜNCEL KONU VE EĞİLİMLER III



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, izin 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

ON DOKUZUNCU BÖLÜM

DÜĞÜN TURİZMİ

Doç. Dr. Bekir EŞİTTİ
Dr. Buket BULUK EŞİTTİ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
 bekiresitti@comu.edu.tr
 bulukbuket@comu.edu.tr

GİRİŞ

Hemen hemen bütün kültürlerde düğün, çok kişisel bir olgu olup, unutulmaz bir şekilde kutlama yapılmasını gerektiren önemli bir yaşam olayını ifade etmektedir. Düğünlerde, çiftlerin hikayelerini anlatan bir tören tasarlaması nedeniyle; insanlar, mekân ve hazırlık süreci bir düğünün temel unsurlarını oluşturmaktadır. Her çiftin motivasyon kaynakları ve tercihleri farklı olsa da sevgiyi, özel ve kalıcı bir şekilde kutlamanın derin özlemi tarih boyunca ve kültürler arasında tutarlılık göstermiştir. Düğün turizmi, evlenmek veya bir düğünü kutlamak amacıyla uluslararası seyahat etme eylemi, son yıllarda giderek daha popüler bir hale gelmiştir (Major vd., 2010: 249). Düğünler her ev sahibi destinasyonu, kendisini özel bir yaşam olayı ile unutulmaz bir şekilde anılabileceği bir yer olarak pazarlamak için çeşitli fırsatlar sağlayan bir meta haline dönüştürmüştür (Boden, 2001).

Günümüzde düğün turizmi, seyahat ve turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler açısından hayati bir öneme sahiptir (Wood, 2019). Düğün turizmine yönelik yıllık harcamaların dünya genelinde 16 milyar ABD doları olduğu tahmin edilmektedir. Düğün turizminin genel turizm sektöründeki gelir payının önümüzdeki yıllarda daha da artması beklenmektedir. Genellikle egzotik destinasyonlardaki otel, tatil köyü ve kruvaziyer hattı şirketlerindeki artışla birlikte havayolu şirketlerinin uçuş bağlantılarındaki artış da çiftlerin tercih ettikleri destinasyonlarda evlenmelerini kolaylaştırmaktadır.

Düğün turizmi, bazı gelişen turizm alanları ve yerel ekonomiler için adeta ana gelir kaynağı haline gelmiş bulunmaktadır (Wood, 2019). Ayrıca, online seyahat acentelerinin büyümesi de çiftlerin bütçelerine ve düğün için gelen konuk sayısına göre istedikleri destinasyon düğün paketlerini araştırmalarını, hatta seçim yapmalarını sağlamaktadır. Dolayısıyla dünya turizm pastasından daha fazla pay almak ve rakiplerine karşı avantaj elde etmek isteyen seyahat işletmelerinin, destinasyon düğünü isteyen çiftlerin tercihlerini anlayarak buna hızlı bir biçimde ayak uydurmaları gerekmektedir.

Türkiye'deki durum ve yerli alanyazın incelendiğinde, uluslararası alanyazındaki ve turizm pratiğindeki önemine rağmen, her ne kadar bu pazar için gerekli koşullara sahip olsa da düğün turizmi konusuna Türkiye'de yeterince önem veril-

- Ritchie, J.R. B. ve Ritchie, J. B. R. (1998). The Branding of tourism destination: past achievements and future challenges (1-31). *The International Association of Scientific Experts in Tourism, Destination Marketing: Scopes and Limitations*, 1998, Marrakech.
- Orel, F. D. ve Yavuz, M. C. (2003). Rekreasyonel turizmde müşteri potansiyelinin belirlenmesine yönelik bir pilot çalışma, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (11), s. 61-76.
- Özpak, B. (2019), "Hint Düğünü Bereketi!", 15 Mayıs 2020 tarihinde <https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/hint-dugunu-bereketi-2905425> adresinden erişildi.
- Schumann, F. R. ve Amado, C. (2010). Japanese overseas weddings in Guam: A case study of Guam's first hotel wedding chapel, *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 3 (1), s. 173-181.
- Seebaluck, V., Naidoo, P. ve Ramseook-Munhurrin, P. (2013). Meetings, incentives, conferences and exhibitions as a tourism development strategy in Mauritius. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 8 (2), s. 354-370.
- Seebaluck, V., Naidoo, P. ve Ramseook Munhurrin, P. (2015). Prospects and challenges of business tourism: A case of Mauritius. *Review of Business & Finance Studies*, 6 (3), s. 45-55.
- Shone, A. ve Parry, B. (2004). *Successful event management: a practical handbook*. Cengage Learning EMEA.
- Silvers, J. R. (2012). *Professional event coordination*. John Wiley & Sons.
- Tepeler, M. (2012), "Las Vegas'tan sonra ikinciyiz", 12 Mayıs 2020 tarihinde <https://www.bloomberght.com/haberler/haber/1143571-las-vegastan-sonra-ikinciyiz> adresinden erişildi.
- Turizm Aktüel (2014). "Türkiye'de çiftler balayı tatilinde ne kadar harcıyor?", 17 Temmuz 2020 tarihinde <https://www.turizmarktuel.com/haber/turkiye-de-ciftler-balayi-tatilinde-ne-kadar-harciyor> adresinden erişildi.
- Unur, K., Kanca, B. ve Ertaş, Ç. (2017). Yeni bir turistik ürün olarak düğün turizmi: alanyazın incelemesi, *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3 (1), s. 149-163.
- Wall, G. ve Mathieson, A. (2006). *Tourism: change, impacts and opportunities*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Weaver, D. B. ve Oppermann, M. (2000). *Tourism Management*. Brisbane: Wiley Australia.
- Wood, L. (2019). "Wedding Tourism Insights, 2018: Key Market Trends and Analysis of Wedding Tourism", 09 Nisan 2020 tarihinde <https://www.businesswire.com/news/home/20190205005780/en/Wedding-Tourism-Insights-2018-Key-Market-Trends> adresinden erişildi.
- Vidauskaitė, R. (2015). *Destination branding through wedding tourism: The case of the Caribbean*, University of Ljubljana, Faculty of Economics.
- Yoon, Y. ve Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model, *Tourism Management*, 26 (1), s. 45-56.
- Yuan, S. ve McDonald, C. (1990). Motivational determinates of international pleasure time, *Journal of Travel Research*, 29 (1), s. 42-44.
- Zoğal, V. ve Emekli, G. (2017). Yaratıcı turizme kavramsal ve coğrafi bir yaklaşım, *Ege Coğrafya Dergisi*, 26 (1), s. 21-34.