



Oleo Turist Deneyimlerinin İçerik Analizi ile Belirlenmesi: Büyük Veri Aracılığıyla Nitel Bir Araştırma (Determining Oleo Tourist Experiences by Content Analysis: A Qualitative Research Through Big Data)

Furkan BALTACI^a , * Gül ÇIKMAZ^b 

^a Hasan Kalyoncu University, Faculty of Fine Arts and Architecture, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Gaziantep/Turkey

^b Hasan Kalyoncu University, Vocational School, Department of Transportation Services, Department of Civil Aviation and Cabin Services, Gaziantep/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 16.11.2022

Kabul Tarihi: 24.12.2022

Anahtar Kelimeler

OLEO turizm

İtici ve çekici faktörler

Motivasyon

Deneyim

Zeytin ve zeytinyağı

müzesi

Öz

Bu çalışma zeytin ve zeytinyağı (OLEO) turistlerinin seyahat motivasyonlarını ve turistik deneyimlerine etki eden faktörleri belirlemek amacıyla yapılmıştır. Turist motivasyonlarının itme ve çekme kuramı çerçevesinde ele alındığı çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik yaklaşım benimsenmiştir. Bu kapsamda, zeytin ve zeytinyağı müzelerini ziyaret eden turistlerin, çevrim-içi platformlarda yapmış oldukları yorumlar çalışmanın evreni olarak belirlenmiştir. Google Haritalar, Holidaycheck ve Tripadvisor'dan toplanan tüketici yorumları, MAXQDA Analytics Pro2020(20.2.2) ile sistematize edilmiştir. Elde edilen bulgular OLEO turistlerin en önemli itici seyahat motivasyonlarının arayış olduğunu göstermiştir. Destinasyon altyapısı, katarsis, hijyen, münzevilik ve yenilik arayışı ise ön plana çıkan çekici faktörlerdir. OLEO turist seyahatlerinde ürün, personel, bilgilendirme ve olanaklar turistik deneyimde en fazla vurgulanan faktörlerdir. Seyahat esnasında yaşanan duygular da yine deneyime katkıda bulunan önemli bileşenler olarak elde edilmiştir.

Keywords

OLEO yourism

Push and pull factors

Motivation

Experience

Olive and olive oil museum

Abstract

This study was conducted to determine the travel motivations of olive and olive oil (OLEO) tourists and the factors affecting their touristic experiences. In the study, in which tourist motivations are handled within the framework of push and pull theory, a phenomenological approach, one of the qualitative research methods, has been adopted. In this context, the comments made by tourists visiting olive and olive oil museums on online platforms were determined as the universe of the study. Consumer reviews collected from Google Maps, Holidaycheck and Tripadvisor were systematized with MAXQDA Analytics Pro2020(20.2.2). The findings showed that the most important driving motivation of OLEO tourists is seeking. Destination infrastructure, hygiene, catharsis, seclusion, and novelty seeking are the attractive factors that stand out. In OLEO tourist travel, the product, staff, information and facilities are the most emphasized factors in the touristic experience. Emotions experienced during travel were also obtained as important components that contributed to the experience.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: gul.ckmz@gmail.com.tr (G. Çıkmaz)

DOI: 10.21325/jotags.2022.1166