



T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ

HAFTALIK HABER BÜLTENİ

23-29 MART 2026

Bülten No: 467



İmtiyaz Sahibi:

Turizm Fakültesi Adına

Prof. Dr. Elbeyi PELİT
(Dekan)

Yayın ve Yazı İşleri Sorumluları:

Dr. Öğr. Üyesi Asilhan Semih MUTLU

Arş. Gör. Zeynep UTKAN


Bülten Yayın Yeri:

<https://turizm.aku.edu.tr/fakulte-bulteni-2/>


Turizm Fakültesi Haftalık Haber Bülteni, dijital olarak yayımlanan, Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi'nin haber amaçlı bir yayın organıdır.

Adres:

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Ahmet Necdet Sezer Kampüsü Gazlıgöl Yolu, 5. Eğitim Binası, 03200 - Afyonkarahisar
Tel: 0 (272) 228 13 06
Fax: 0 (272) 228 13 02

 @akuturizm

 @akuturizm

 @aku_turizm

<https://turizm.aku.edu.tr/>

turizm@aku.edu.tr



T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ
HAFTALIK HABER BÜLTENİ
23-29 Mart 2026



Misyonumuz: Evrensel düzeyde bilimsel bilgi üretmek, mesleki açıdan uluslararası rekabette turizm sektörünün sahip olduğu konumu iyileştirecek nitelikli bireyler yetiştirmek ve bölgesel kalkınmaya katkı sağlamaktır.

Vizyonumuz: Bilimsel araştırma ve eğitim faaliyetlerinde kaliteyi sürekli artırarak bölgesel kalkınmaya katkı sunan, turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu nitelikli insan kaynağı yetiştirerek ulusal düzeyde önde gelen fakülteler arasında yer almak ve uzun dönemde uluslararası tanınırlığa sahip bir fakülte olmaktır.

SUNUŞ

Saygıdeğer paydaşlarımız;

Turizm Fakültesi Haftalık Bülteni'nin 29.03.2026 tarihli 467. sayısını değerlendirmelerinize sunmaktan memnuniyet duyduğumu belirtmek isterim.

Saygılarımla.

Prof. Dr. Elbeyi PELİT
Dekan

BÜLTEN İÇERİĞİ

1	<i>Akademik Haberler</i>	1
2	<i>Akademik Çalışmalar</i>	4
3	<i>Kongre/Sempozyum Duyuruları</i>	9



T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ
HAFTALIK HABER BÜLTENİ
23-29 Mart 2026



AKADEMİK HABERLER

1. Fakültemiz öğretim üyesi Doç. Dr. Gonca Aytaş koordinatörlüğünde, 23 Mart 2026 tarihinde Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Turizm Rehberliği ve Turizm İşletmeciliği Bölümü öğrencileri tarafından Gönüllülük Çalışmaları dersi kapsamında Ayazini'nde çevre temizliği etkinliği gerçekleştirildi. Etkinlikte öğrenciler, doğal ve kültürel değerleriyle öne çıkan Ayazini'nin korunmasına katkı sunmak amacıyla çevre temizliği çalışmaları yürüttü. Toplumsal sorumluluk bilincinin geliştirilmesi, çevre duyarlılığının artırılması ve öğrencilerin gönüllülük faaliyetlerine aktif katılımının teşvik edilmesi amacıyla düzenlenen etkinlik, doğaya ve kültürel mirasa sahip çıkmanın önemine dikkat çekti.

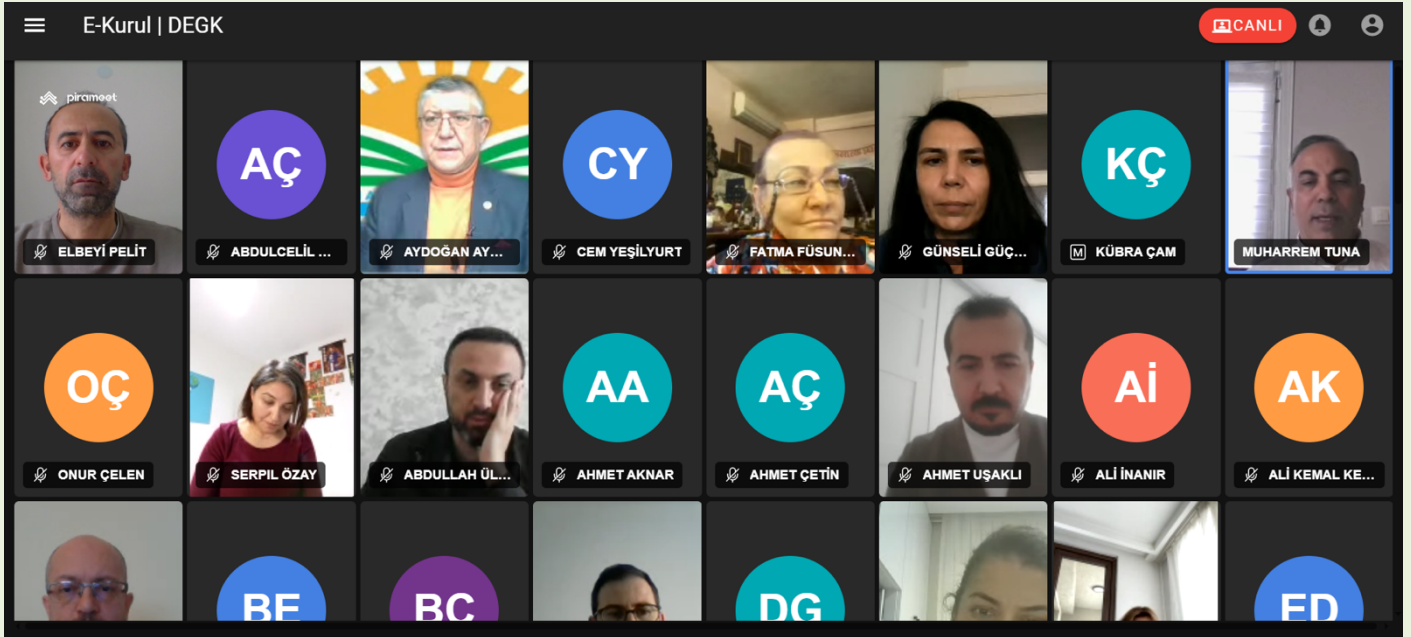




T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ
HAFTALIK HABER BÜLTENİ
23-29 Mart 2026



2. Fakültemiz Dekanı Prof. Dr. Elbeyi Pelit, 29 Mart Pazar günü saat 15.00'te çevrim içi olarak gerçekleştirilen Turizm Akademisyenleri Derneği (TUADER) Genel Kurul Toplantısına katılım sağladı. Toplantıda, derneğin yürüttüğü faaliyetler değerlendirilirken gelecek döneme ilişkin planlamalar ve yapılabilecek çalışmalar üzerine görüş alışverişinde bulunuldu.



3. Fakültemizde 30 Mart–3 Nisan 2026 tarihleri arasında gerçekleştirilecek 2025–2026 Eğitim-Öğretim Yılı Bahar Dönemi vize sınavlarında tüm öğrencilerimize başarılar diliyoruz. Sınav sürecinde görev alacak akademik ve idari personelimiz ile kat görevlilerimize de emekleri için teşekkür ediyor, kolaylıklar diliyoruz.



T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ
HAFTALIK HABER BÜLTENİ
23-29 Mart 2026



AKADEMİK ÇALIŞMALAR

1. Fakültemiz Turizm İşletmeciliği Bölümü Başkanı Prof. Dr. Ahmet Baytok ile Turizm İşletmeciliği Bölümü öğretim elemanı Arş. Gör. Zeynep Utkan'ın “*Turizm Sektöründe Antropomorfik Hizmet Robotları: Bir Değerlendirme ve Öneriler*” başlıklı çalışması, “*Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*”nin 2026 yılı 37. cilt, 1. sayısında yayımlanmıştır. Kendilerini tebrik ederiz.



EDİTÖRE MEKTUP

Editör: Nazmi KOZAK
E-posta: nazmi.kozak@gmail.com

Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 37, Sayı 1, Bahar: 252 - 256, 2026
Copyright © 2026 anatolia
Bütün hakları saklıdır
ISSN: (Çevrimiçi: 2822 - 4647 - Baskı: 1300 - 4220)
<https://doi.org/10.17123/atad.1911783>

Turizm Sektöründe Antropomorfik Hizmet Robotları: Bir Değerlendirme ve Öneriler

Anthropomorphic Service Robots in the Tourism Industry: An Evaluation and Recommendations

Zeynep UTKAN,* Ahmet BAYTOK**

*Afyon Kocatepe Üniversitesi
Turizm Fakültesi

**Afyon Kocatepe Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Anahtar sözcükler:

Antropomorfizm, Hizmet robotları,
İnsan-robot etkileşimi, Tekinsiz vadi
teorisi, Turizm sektörü.

Key words:

Anthropomorphism, Service robots,
Human-robot interaction, Uncanny
valley theory, Tourism sector.

ÖZ

Robotik ve yapay zekâ (YZ) alanındaki gelişmelerin etkisiyle, turizm sektöründe antropomorfik robotların kullanımını hızla yaygınlaştırmaktadır. Bu çalışmanın amacı İnsan-Robot Etkileşimi ve Tekinsiz Vadi Teorisi'nden yararlanarak hizmet robotlarında antropomorfik özelliklerin kapsamını, rolünü ve sonuçlarını keşfetmek için antropomorfik robotların çalışan ve müşteri deneyimlerini hangi mekanizmalar aracılığıyla şekillendirdiğini ortaya koyarak, turizm sektöründe etkili insan-robot iş birliğini tasarlama ve yönetme konusunda teorik ve pratik çıkarımlar sunmaktır.

ABSTRACT

With the impact of developments in robotics and artificial intelligence (AI), the use of anthropomorphic robots in the tourism sector is rapidly becoming widespread. The aim of this study is to explore the scope, role, and consequences of anthropomorphic features in service robots by utilizing Human-Robot Interaction and the Uncanny Valley Theory, revealing the mechanisms through which anthropomorphic robots shape employee and customer experiences, and to provide theoretical and practical insights for designing and managing effective human-robot collaboration in the tourism sector.



T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ
HAFTALIK HABER BÜLTENİ
23-29 Mart 2026



2. Fakültemiz Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölüm Başkanı Prof. Dr. Mustafa Sandıkcı ile Turizm İşletmeciliği öğretim elemanı Arş. Gör. Zeynep Utkan'ın "Kovanın İçindeki Sessiz Rekabet: Beş Yıldızlı Termal Otellerin Yiyecek İçecek Departmanlarında Kraliçe Arı Sendromu" başlıklı çalışması, "Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel" dergisinin 2026 yılı 9. cilt 1. sayısında yayımlanmıştır. Kendilerini tebrik ederiz.

Utkan ve Sandıkcı / Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel, 9(1) – 2026



ISSN: 2619-9548

Journal homepage: www.joghath.org

Received: 14.07.2025 Accepted: 03.02.2026

Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel, 2026, 9(1), 409-429

Araştırma Makalesi (Research Article)

KOVANIN İÇİNDEKİ SESSİZ REKABET: BEŞ YILDIZLI TERMAL OTELLERİN YİYECEK İÇECEK DEPARTMANLARINDA KRALİÇE ARI SENDROMU (SILENT COMPETITION INSIDE THE HIVE: QUEEN BEE SYNDROME IN FOOD AND BEVERAGE DEPARTMENTS OF FIVE-STAR THERMAL HOTELS)

Zeynep UTKAN^{1*} (orcid.org/ 0000-0003-1377-7452)

Mustafa SANDIKCI² (orcid.org/ 0000-0002-1437-2484)

¹ Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Afyonkarahisar, Türkiye

² Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Afyonkarahisar, Türkiye

Özet

Kraliçe Arı Sendromu (KAS), erkek normlarının baskın olduğu iş ortamlarında lider kadınların hemcinslerine mesafeli ve rekabetçi yaklaşarak cinsiyet ayrımcılığını pekiştirdiği bir olgudur. Bu çalışma, Afyonkarahisar'daki beş yıldızlı termal otellerin yiyecek-içecek departmanlarında çalışan kadınların KAS algısını ve bunun sosyo-demografik değişkenlere göre nasıl farklılaştığını incelemektedir. Nicel araştırma yöntemiyle 65 kadın çalışandan anket yoluyla veri toplanmış ve KAS ölçeği kullanılarak destek, yapı ve yeterlilik boyutları analiz edilmiştir. Bulgular, kadın çalışanların kadın yöneticilere yönelik algılarının yaş, önceki çalışma deneyimi ve işletmede birden fazla kadın yönetici bulunması gibi faktörlere bağlı olarak anlamlı şekilde farklılaştığını göstermektedir. Kadın yöneticilerle uzun süre çalışanlar, onları daha az destekleyici olarak değerlendirirken, yaş arttıkça rekabet algısının yükseldiği belirlenmiştir. Ayrıca, kadın yöneticilerin yeterlilik algısı görev pozisyonuna göre değişmekte; alt kademedeki çalışanlar daha olumlu, yönetici pozisyonuna yakın olanlar ise daha eleştirel yaklaşmaktadır. Çalışma hem turizm ve otelcilik hem de KAS literatürüne ilişkin teorik katkıyı zenginleştirerek üst düzey yöneticiler, insan kaynakları yöneticileri ve politika yapımcılar gibi uygulayıcılar için değerli bilgiler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kraliçe Arı Sendromu, Kadın Çalışanlar, Kadın Yöneticiler, Yiyecek İçecek Departmanı

Abstract

Queen Bee Syndrome (QBS) is a phenomenon where female leaders in male-dominated work environments reinforce gender discrimination by adopting a distant and competitive approach toward their female colleagues. This study examines perceptions of the QBS among women working in the food and beverage departments of five-star thermal hotels in Afyonkarahisar and how these perceptions vary according to socio-demographic variables. Data were collected through a survey from 65 female employees using a quantitative research method, and the support, structure, and competence dimensions were analyzed using the Queen Bee Syndrome scale. The findings indicate that female employees' perceptions of female managers vary significantly based on factors such as age, prior work experience, and the presence of multiple female managers within the organization. Those who have worked with female managers for a long time perceive them as less supportive, while it has been found that perceptions of competition increase with age. Additionally, perceptions of women's competence vary by job position; employees at lower levels are more positive, while those closer to managerial positions are more critical. The study enriches the theoretical contributions to both tourism and hospitality as well as QBS literature, providing valuable insights for practitioners such as senior managers, human resources managers, and policymakers.

Keywords: Queen Bee Syndrome, Female Employees, Female Managers, Food and Beverage Department



T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ
HAFTALIK HABER BÜLTENİ
23-29 Mart 2026



3. Fakültemiz Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölüm Başkanı Prof. Dr. Mustafa Sandıkcı ile Dr. Hatice Dikmen Boyraz'ın ortak yazarlı *“Somut Olmayan Kültürel Miras Kavramı ve Unsurlarına İlişkin Yerel Paydaşların Görüşleri: Afyonkarahisar’da Bir Araştırma”* başlıklı çalışma, “Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi”nin 2026 yılı 10. cilt 1. sayısında yayımlanmıştır. Kendilerini tebrik ederiz.

Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi

GTAD, 2026; 10(1): 325-348

e-ISSN: 2602-3008

<https://doi.org/10.32572/guntad.1815709>

*Somut Olmayan Kültürel Miras Kavramı ve Unsurlarına İlişkin Yerel Paydaşların Görüşleri: Afyonkarahisar’da Bir Araştırma**

Hatice Dikmen Boyraz^{1**} Mustafa Sandıkcı²

¹ Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar, Türkiye, haticedikmen@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-0558-491X

² Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Afyonkarahisar, Türkiye, sandikcimustafa@aku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1437-2484

Öz

Araştırmanın amacı, Afyonkarahisar’daki yerel paydaşların somut olmayan kültürel miras (SOKÜM) kavramına ve unsurlarına ilişkin farkındalıklarını incelemek ve ortaya koymaktır. Bu doğrultuda; yerel paydaşların SOKÜM kavramını nasıl tanımladıkları ve nitelendirdikleri, ülke düzeyinde Türkiye’de ve şehir olarak Afyonkarahisar’daki mevcut SOKÜM unsurlarından hangilerine yönelik bilgi sahibi oldukları tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın örnekleme, olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden amaçlı örnekleme tekniği ile belirlenen, Afyonkarahisar’da kamu ve sivil toplum kuruluşlarında görev yapan, SOKÜM unsurları üzerinde söz sahibi olan 15 yerel paydaştan oluşmaktadır. Araştırma nitel olarak tasarlanmış ve veri toplama yöntemi olarak görüşme tekniği kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak, yarı yapılandırılmış görüşme formları kullanılan araştırmada, Aralık 2023-Mayıs 2024 tarihleri arasında gerçekleştirilen mülakatlarla veri toplama süreci tamamlanmıştır. Görüşmelerin yazılı metin haline dönüştürülmesi ile elde edilen verilerin analiz aşamalarında, içerik analizi ile betimsel analiz yöntemleri kullanılmıştır. Veri analiz süreci için MAXQDA 2020 nitel veri yazılımından faydalanılmış ve yapılan çeşitli analizlerle bulgular görsel araçlarla desteklenerek doğrudan alıntılarla açıklanmıştır. Yapılan analizler, yerel paydaşların SOKÜM kavramını hem anlamsal içerik hem de nitelik açısından oldukça farklı boyutlarda değerlendirdiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurları, UNESCO, SOKÜM Türkiye Ulusal Eyanteri, Turizm Paydaşları, Afyonkarahisar

Local Stakeholders’ Views on the Concept and Elements of Intangible Cultural Heritage: A Research in Afyonkarahisar

Abstract

The study aims to examine and reveal the awareness of local stakeholders in Afyonkarahisar regarding the concept and elements of intangible cultural heritage (ICH). In this context, it was attempted to determine how local stakeholders define and qualify the concept of ICH and which of the existing ICH elements they know about in Turkey at the national level and in Afyonkarahisar. The study sample consists of 15 local stakeholders who work in public and non-governmental organizations in Afyonkarahisar and have a say in the elements of ICH, determined using the purposive sampling technique, one of the non-probability sampling methods. The study was designed qualitatively, and the interview was used as the data collection method. In the study where data were collected using semi-structured interview forms, the data collection process was completed with interviews conducted between December 2023 and May 2024. Content and descriptive analysis methods were used to analyze the data obtained by converting the interviews into written text. MAXQDA 2020 qualitative data software was used for the data analysis process, and the findings were explained with direct quotes supported by visual tools through various analyses. The analyses reveal that local stakeholders evaluate the concept of Intangible Cultural Heritage (ICH) across highly diverse dimensions in terms of both its semantic content and qualitative attributes.

Keywords: Elements of Intangible Cultural Heritages, UNESCO, ICH Türkiye National Inventory,

Araştırma Makalesi

Gönderim: 05.11.2025

Düzeltilme: 14.01.2026

Kabul : 11.03.2026

Telif hakkı: © 2026

Yazar(lar). Bu, Creative Commons Atıf Lisansı koşulları altında dağıtılan açık erişimli bir makaledir.

Research Article

Received: 05.11.2025

Revision : 14.01.2026

Accepted: 11.03.2026

Copyright: © The author (s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License.



T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ
HAFTALIK HABER BÜLTENİ
23-29 Mart 2026



4. Fakültemiz Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü öğretim üyesi Doç. Dr. Asuman Pekyaman'ın "Kore Dizilerinde Yemek Kültürünün İletişimsel Rolü: Sky Castle Örneği" başlıklı çalışması, "Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel" dergisinin 2026 yılı 9. cilt 1. sayısında yayımlanmıştır. Kendisini tebrik ederiz.

Pekyaman / Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel, 9(1) – 2026

 **JOURNAL OF GASTRONOMY
HOSPITALITY AND TRAVEL**

ISSN: 2619-9548 Journal homepage: www.joghat.org

Received: 26.09.2025 Accepted: 17.02.2026

Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel, 2026, 9(1), 174-189

Araştırma Makalesi (Research Article)

KORE DİZİLERİNDE YEMEK KÜLTÜRÜNÜN İLETİŞİMSEL ROLÜ: SKY CASTLE ÖRNEĞİ
(THE COMMUNICATIVE ROLE OF FOOD CULTURE IN KOREAN DRAMAS: THE CASE OF SKY CASTLE)

Asuman PEKYAMAN* (orcid.org/ 0000-0002-6934-0930)

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Afyonkarahisar, Türkiye

Özet

Yemek kültürü, sadece beslenme biçimlerini değil; bireyler ve toplumlar arasında kimlik, aidiyet ve paylaşım temelli bir iletişim dili olarak da önemli bir rol üstlenir. Birçok toplumda yemekler, özel günlerin, kutlamaların, ritüellerin ve aile içi ilişkilerin önemli bir parçası, sosyal sınıflar, statüler ve ilişkiler arasında güçlü bir iletişim aracıdır. Geleneksel yemeklerde kullanılan malzemeler, yemeklerin hazırlanma biçimi ve sunumu, bir toplumun dilinin bir parçasıdır. Yemekleri sunma şekli, yemekleri paylaşma biçimi ve yemekle ilgili yapılan yorumlar, bireyler arasındaki ilişkilerin ve toplumsal normların birer yansımasıdır. Güney Kore hükümeti Kore Dalgası kapsamında Kore dizileri (K-Drama), Kore filmleri (K-Film) vb. ile Kore kültürünün geleneksel değerlerini ve normlarını modernleştirip popülerleştirerek dünya genelinde tanıtmaya ve aktarmaya çalışan bir devlet politikası oluşturmuştur. Bu bağlamda sinema ve televizyon içerikleri, pop müzik, dijital oyunlar, geleneksel Kore mutfağı vb. kategoriler değerlendirilmiştir. Kore dizileri 2000'li yıllarda Türkiye'de ve birçok ülkede yayınlanmaya başlamış ve izleyicilerin hayranlığını kazanmıştır. Kore dizi ve filmlerinde, toplumsal ilişkiler, Kore geleneksel yemek kültürüne ait yemekler ve yeme-içme alışkanlıklarına verilen önemin yansıtıldığı görülmektedir. Çalışmanın amacı, geleneksel yemeklerin ve yeme-içme alışkanlıklarının iletişimdeki rolü ile kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarımındaki etkisini, Güney Kore dizileri örneği üzerinden ortaya koymaktır. Bu kapsamda araştırmada yemek kültürü ve iletişim ilişkisi, Güney Kore yemek kültürü ve Güney Kore dizileri (K-Drama) ele alınmıştır; Sky Castle dizisinde yer alan geleneksel Kore yemekleri ve yemek kültürü, kişiler arası iletişim bağlamında göstergebilimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sonucunda dizide sunulan geleneksel yemeklere sosyal ilişkileri düzenleme, bağ kurma, teşekkür etme, saygı gösterme ve rekabet aracı olma gibi farklı sembolik anlamlar yüklediği belirlenmiştir. Ayrıca yemek üzerinden kurulan iletişim pratiklerinin aile içi ilişkiler ile toplumsal statü algısının inşasında önemli bir rol oynadığı ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yemek Kültürü, Geleneksel Yemekler, İletişim, Kore dizileri, Sky Castle

Abstract

Food culture plays an important role not only in terms of dietary habits, but also as a language of communication based on identity, belonging, and sharing among individuals and communities. In many societies, food is an important part of special occasions, celebrations, rituals, and family relationships, serving as a powerful means of communication between social classes, statuses, and relationships. The ingredients used in traditional dishes, the way they are prepared and presented, are part of a society's language. The way food is served, the manner in which meals are shared, and the comments made about food are reflections of the relationships between individuals and social norms. The South Korean government has established a state policy that seeks to promote and convey Korean culture worldwide by modernizing and popularizing traditional Korean values and norms through Korean dramas (K-Drama), Korean films (K-Film), etc., as part of the Korean Wave. In this context, categories such as cinema and television content, pop music, digital games, traditional Korean cuisine, etc. have been evaluated. Korean dramas began airing in Turkey and many other countries in the 2000s and have won the admiration of viewers. In Korean TV series and films, the importance placed on social relationships, traditional Korean cuisine, and eating and drinking habits is reflected. The aim of this study is to reveal the role of traditional foods and eating habits in communication and their effect on the transmission of cultural values to future generations, using South Korean TV series as an example. Within this scope, the study examines the relationship between food culture and communication, focusing on South Korean food culture and South Korean TV series (K-Drama). Traditional Korean foods and food culture featured in the Sky Castle series are analyzed using a semiotic analysis method within the context of interpersonal communication. The analysis revealed that the traditional dishes presented in the series were imbued with different symbolic meanings, such as regulating social relationships, establishing connections, expressing gratitude, showing respect, and serving as a means of competition. Furthermore, it has been demonstrated that communication practices established through food play a significant role in the construction of family relationships and perceptions of social status.

Keywords: Food Culture, Traditional Dishes, Communication, Korean Dramas, Sky Castle



T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ
HAFTALIK HABER BÜLTENİ
23-29 Mart 2026



5. Fakültemiz Turizm İşletmeciliği Bölümü öğretim üyesi Dr. Öğr. Üyesi Emine Ağtaş Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Yönetim ve Organizasyon Bölümü öğretim üyelerinden Doç. Dr. Volkan Yüncü ile Afyon Kocatepe Üniversitesi Sandıklı Meslek Yüksekokulundan Dr. Öğr. Üyesi Koray Gürpınar'ın “*Beyond the Lecture Hall: Unpacking the Contextual Drivers of Entrepreneurial Intention*” başlıklı çalışması, ESCI indeksinde taranan “Entrepreneurship Education” dergisinde yayımlanmıştır. Kendilerini tebrik ederiz.

Entrepreneurship Education
<https://doi.org/10.1007/s41959-026-00179-8>

RESEARCH



Beyond the lecture hall: unpacking the contextual drivers of entrepreneurial intention

Volkan Yüncü¹ · Emine Ağtaş¹ · Koray Gürpınar¹

Received: 21 August 2025 / Revised: 18 March 2026 / Accepted: 19 March 2026
© The Author(s), under exclusive licence to Springer Nature Singapore Pte Ltd. 2026

Abstract

This study investigates the roles of perceived educational support, family support, formal networks, perceived feasibility, and risk aversion in shaping entrepreneurial intention among university students. The research employs a quantitative survey design and analyses data collected from 794 undergraduate students at a state university in Türkiye by utilizing Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM). The results indicate that perceived educational support does not directly influence entrepreneurial intention; instead, its effect is fully mediated through perceived feasibility, family support, and formal networks. Risk aversion, on the other hand, demonstrates no significant direct or indirect effect. These findings suggest that entrepreneurial intention depends not only on perceived educational support but also on broader contextual factors. By extending conventional perspectives that emphasize the effects of perceived educational support, the study highlights the value of a broader entrepreneurial support environment in triggering and developing entrepreneurial intention through feasibility perceptions, family support, and networking opportunities.

Keywords Entrepreneurial Intention · Perceived Educational Support · Perceived Feasibility · Family Support · Formal Network

JEL Code L26 · I23 · M10



T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ
HAFTALIK HABER BÜLTENİ
23-29 Mart 2026



KONGRE/SEMPOZYUM DUYURULARI



1. "VII. International Travel and Tourism Dynamics Congress (ITTDC 2026)" Ankara'da Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi ev sahipliğinde gerçekleştirilecektir.

📍 Ankara, Türkiye

📅 15-17 Nisan 2026

📌 Kongre hakkında detaylı bilgi almak ve kayıt/katılım sağlamak için [tıklayınız](https://hacibayram.edu.tr/tourismice).

2. "8. Ulusal Turist Rehberliği Kongresi", 24-25 Nisan 2026 tarihlerinde Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Turizm Fakültesi ev sahipliğinde düzenlenecektir.

📍 Burdur, Türkiye

📅 24-25 Nisan 2026

📌 Kongre hakkında detaylı bilgi almak ve katılım sağlamak için [tıklayınız](https://makuturizm.com).





T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ
HAFTALIK HABER BÜLTENİ
23-29 Mart 2026



3. “II. Uluslararası Sağlık, Turizm ve Spor Kongresi”, “Gelecek Perspektifi” temasıyla Sinop Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi ev sahipliğinde gerçekleştirilecektir.

📍 Sinop Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi – Sinop

📅 28–30 Nisan 2026

📌 Kongre hakkında detaylı bilgi almak ve başvuru yapmak için [tıklayınız](#).

II. ULUSLARARASI SAĞLIK, TURİZM VE SPOR KONGRESİ
“GELECEK PERSPEKTİFİ”
II. INTERNATIONAL CONGRESS OF HEALTH, TOURISM, AND SPORTS
“FUTURE PERSPECTIVE”

KONGRE TAKVİMİ
CONGRESS CALENDAR

ERKEN KAYIT:
EARLY REGISTRATION:
28 ŞUBAT 2026 / 28 FEBRUARY 2026

ÖZET BİLDİRİ SON GÖNDERİM
ABSTRACT SUBMISSION DEADLINE:
31 MART 2026 / 31 MARCH 2026

KONGRE TARİHLERİ:
CONGRESS DATE:
28-30 NISAN 2026 / 28-30 APRIL 2026

📍 Sinop Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi

QR Code

https://sts.sinop.edu.tr/
www.sinop.edu.tr

mtcon

The 7th Conference on Managing Tourism
Across Continents

Tourism for a better World

(MTCON'26)

May 07-10, 2026

Antalya, Türkiye

Join us in Antalya: A breathtaking city where the sun embraces the sea... Antalya, often called the 'Pearl of the Mediterranean,' is a living mosaic of history, culture, and natural beauty. Home to ancient civilizations, stunning beaches, and majestic mountains, it is one of the world's most unique destinations where history and nature exist in perfect harmony.

4. “Policy, Knowledge Exchange, and Bridging Theory with Practice” temasıyla düzenlenecek olan “7. Kıtalararası Turizm Yönetimi Konferansı (MTCON'26)”, turizm politikaları, bilgi paylaşımı ve kuram ile uygulama arasındaki köprülerin güçlendirilmesi konularına odaklanacaktır.

📍 Antalya, Türkiye

📅 07–10 Mayıs 2026

📌 Kongre hakkında detaylı bilgi almak ve katılım sağlamak için [tıklayınız](#).



T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ
HAFTALIK HABER BÜLTENİ
23-29 Mart 2026



5. “8. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Kongresi” Ankara’da Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi ev sahipliğinde gerçekleştirilecektir.

📍 Ankara, Türkiye

📅 14-16 Mayıs 2026

📌 Kongre hakkında detaylı bilgi almak ve katılım sağlamak için [tıklayınız.](#)

6. “26. Ulusal Turizm Kongresi”, Şırnak Üniversitesi ev sahipliğinde “Kültür, İnanç ve Doğa” temasıyla gerçekleştirilecektir.

📍 Şırnak Üniversitesi – 15 Temmuz Kültür ve Kongre Merkezi

📅 8-10 Ekim 2026

📌 Kongre hakkında detaylı bilgi almak ve katılım sağlamak için [tıklayınız.](#)





T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
TURİZM FAKÜLTESİ
HAFTALIK HABER BÜLTENİ
23-29 Mart 2026



Fakülte bültenimizde akademik ve sosyal haber olarak yayımlanmasını istediğiniz haberleri tarafımıza bildirmenizi önemle rica ederiz.

Haber bültenimizde yayımlanmasını istediğiniz haberler için iletişim (e-mail) adresimiz: turizm@aku.edu.tr



“yenilik ve kalite ile daima önde”