

## Presentation Sunuş

Dear Stakeholders,

We decided to continue publishing our journal, which we started in 2020 under the name "Journal of Eurasian Tourism Research", with an English name to more easily appeal to the international tourism academy as of 2024. However, to remain loyal to the ATA name, we changed the name of the journal to the Journal of Academic Tourism Analysis (Journal ATA). There is no change in the stance, purpose, and scope of the journal. In this context, as Journal ATA, we published the first issue of the fifth volume. There are five articles in this issue.

In the first study, Toprak, and Dilek examined the perceptions of tourists visiting Istanbul regarding responsible tourism. The researchers found significant statistical differences in terms of education level and nationality variables. The researchers suggested that responsible tourism policies should be developed for all stakeholders of tourism.

In the second study, Tunç Sancak, and Geçgin examined how effective social media is in the selection of food and beverage businesses in food and beverage activities in Van province. The researchers found that consumers take into consideration social media posts before purchasing the service in the decision-making process of choosing a food and beverage business, but they do not share them.

In the third study, Tecimen, and Durlu Özkaya examined the cross-cultural interaction of kumiss, which is considered the ancestral drink of the Turks, and presented a comprehensive analysis of the studies conducted on kumiss. The researchers found that the majority of the studies focused on the functional and therapeutic properties of kumiss on human health, the components that makeup kumiss, and the production of kumiss by various methods.

In the fourth study, Cizreliogulları, Günay, and Girgin examined the relationship between attitudes towards green products and purchasing behaviors of tourism business managers and employees. The researchers found that increasing preferences for green products increased environmental sensitivity and green marketing awareness, and increasing environmental sensitivity increased green marketing awareness.

In the last study of this issue, Batu, and Batu conceptually discussed the importance of cooking at high temperatures or using a blowtorch in terms of food quality and the potentially harmful substances that may arise from improper cooking. The researchers made some recommendations as a result of the study.

Journal ATA awaits the contributions and support of you, our esteemed stakeholders, on its way out.

On the way of science to a beautiful tomorrow.

Sayın Paydaşlarımız,

2020 yılında "Journal of Eurasian Tourism Research" ismiyle yayın hayatına başladığımız dergimizi, 2024 yılı itibarıyla uluslararası turizm akademisine daha kolay hitap edebilmek için İngilizce bir isimle yayınlamaya devam etme kararı aldık. Ancak ATA ismine sadık kalmak adına, derginin ismini Journal of Academic Tourism Analysis (Journal ATA) olarak değiştirdik. Derginin duruşunda, amacında ve kapsamında herhangi bir değişiklik bulunmamaktadır. Bu bağlamda, Journal ATA olarak beşinci cildin ilk sayısını yayınladık. Bu sayıda beş makale bulunmaktadır.

İlk çalışmada Toprak ve Dilek, İstanbul'u ziyaret eden turistlerin sorumlu turizme ilişkin algılarını incelemiştir. Araştırmacılar, eğitim düzeyi ve milliyet değişkenleri açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulmuşlardır. Araştırmacılar, sorumlu turizm politikalarının turizmin tüm paydaşları için geliştirilmesi gerektiğini önermişlerdir.

İkinci çalışmada Tunç Sancak ve Geçgin, Van ilinde yiyecek ve içecek faaliyetlerinde yiyecek ve içecek işletmelerinin seçiminde sosyal medyanın ne kadar etkili olduğunu incelemiştir. Araştırmacılar, tüketicilerin yiyecek ve içecek işletmesi seçme karar sürecinde hizmeti satın almadan önce sosyal medya paylaşımlarını dikkate aldıklarını ancak bunları paylaşmadıklarını bulmuşlardır.

Üçüncü çalışmada Tecimen ve Durlu Özkaya, Türklerin ata içeceği olarak kabul edilen kımızın kültürler arası etkileşimini incelemiş ve kımız üzerine yapılan çalışmaların kapsamlı bir analizini sunmuşlardır. Araştırmacılar, çalışmaların çoğunluğunun kımızın insan sağlığı üzerindeki işlevsel ve tedavi edici özelliklerine, kımızı oluşturan bileşenlere ve kımızın çeşitli yöntemlerle üretimine odaklandığını bulmuşlardır.

Dördüncü çalışmada Cizreliogulları, Günay ve Girgin, turizm işletmesi yöneticileri ve çalışanlarının yeşil ürünlere yönelik tutumları ile satın alma davranışları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmacılar, yeşil ürünlere yönelik tercihlerin artmasının çevresel duyarlılığı ve yeşil pazarlama farkındalığını artırdığını, çevresel duyarlılığın artmasının da yeşil pazarlama farkındalığını artırdığını bulmuşlardır.

Bu sayının son çalışmasında Batu ve Batu, yüksek sıcaklıklarda pişirmenin veya kaynak makinesi kullanmanın gıda kalitesi ve uygunsuz pişirmeden kaynaklanabilecek potansiyel zararlı maddeler açısından önemini kavramsal olarak ele almışlardır. Araştırmacılar, çalışma sonucunda bazı önerilerde bulunmuşlardır.

ATA Dergisi çıktığı yolda siz değerli paydaşlarımızın katkılarını ve desteklerini beklemektedir.

Bilimin yolunda güzel yarınlara.

Editor-in-Chief on Behalf of the Journal ATA ATA Dergisi Adına Baş Editör

Kamil UNUR