



ULUSLARARASI BATI ASYA TURİZM ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

BİLDİRİ ÖZETLERİ KİTABI ABSTRACTS BOOK

28th September – 1st October 2017, Van



ULUSLARARASI BATI ASYA TURİZM ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

28 Eylül - 1 Ekim 2017, Van

Düzenleyen Kurum

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu

Editörler

Doç. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU
Yrd. Doç. Dr. Mehmet ŞEREMET
Yrd. Doç. Dr. Hacer ARSLAN KALAY
Yrd. Doç. Dr. Sağbetullah MERİÇ
Öğr. Gör. Sedat ŞAHİN

Tasarım

Öğr. Gör. Sedat ŞAHİN

İletişim

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Van-Türkiye
Tel: 04322251621 **Fax:** 04322251620
e-mail: info@iwact.org **Web:** www.iwact.org

Baskı Bilgileri

Baskı Yılı: Eylül, 2017
ISBN:978-605-67761-8-2
Paradigma Akademi Basın Yayın Dağıtım
Fetvane Sokak No: 29/A
ÇANAKKALE
Tel: 0531 988 97 66

*Bu Kongre Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri
Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir. Proje Kodu: 6383-*

2017

*Bu kitap, Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi kapsamında
yayınlanmıştır. Bu kitapta yer alan bildiri özetleri yazarların kendi düşüncelerini
yansıtır ve yasal sorumluluk kendilerine aittir.*

KONGRE KURULLARI

Onur Kurulu

Murat ZORLUOĞLU
Beşir ATALAY
Peyami BATTAL

Van Valisi
Van Milletvekili
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Rektörü

Davetli Konuşmacılar

Robert GOVERS

Uluslararası Markalaşma Birliği (IPBA)
Kurucu Başkanı

Prof. Dr. Füsun BAYKAL

Ege Üniversitesi

Düzenleme Kurulu

Düzenleme Kurulu Başkanı

Faruk ALAEDDİNOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokul
Müdürü

Düzenleme Kurulu Üyeleri

Süleyman GÜLER

Asya Ajans Fuarcılık ve Organizasyon
Yönetim Kurulu Başkanı

Emine CİHANGİR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Mehmet ŞEREMET

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Burcu TURAN TORUN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Hacer ARSLAN KALAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Neşe COŞKUN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Sedat ŞAHİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Songül ÖZER

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Sağbetullah MERİÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Mohammed AL HADDAR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Sekreteryas

Duygu METİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Asef SUBAŞI

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Fehim BAŞTÜRK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Bilim Kurulu

Aija VAN DER STEİNA	University of Latvia, Letonya
Alan MARVELL	University of Gloucestershire, İngiltere
Alastair M. MORRISON	Purdue University, ABD
Ali Fuat DOĞU	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Ali ÖZÇAĞLAR	Ankara Üniversitesi, Türkiye
Alpaslan ALİAĞAOĞLU	Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
Annie CHEN	Sheffield Hallam University, İngiltere
Aslı Özge ÖZGEN ÇİĞDEMLİ	Şırnak Üniversitesi, Türkiye
Atılhan NAKTİYOK	Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Ayşe Baş COLLİNS	Bilkent Üniversitesi, Türkiye
Brian CHALKLEY	Plymouth University, İngiltere
Burak ARZOVA	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Burcu TURAN TORUN	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Celil ÇAKICI	Mersin Üniversitesi, Türkiye
Cevdet AVCIKURT	Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
Çağdaş ERTAŞ	Şırnak Üniversitesi, Türkiye
Emine CİHANGİR	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Emma WHİTTLESEA	Plymouth University, İngiltere
Emrah ÖZKUL	Kocaeli Üniversitesi, Türkiye
Erdoğan KAYGIN	Kafkas Üniversitesi, Türkiye
Erol DURAN	Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Türkiye
Esra Güzel ERDOĞAN ULUHAN	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Faruk ALAEDDİNOĞLU	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Filiz ÇAKIR ZEYTİNOĞLU	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Fusun BAYKAL	Ege Üniversitesi, Türkiye
Gözde EMEKLİ	Ege Üniversitesi, Türkiye
Halil KOCA	Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Hacer ARSLAN KALAY	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye

İbrahim GÜNER	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
İclal ATTİLA	Marmara Üniversitesi, Türkiye
İhsan BULUT	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Jennifer HILL	University of West of the England, İngiltere
Jose Antonio C. SANTOS	University of Algarve, Portekiz
Kübra CİHANGİR ÇAMUR	Gazi Üniversitesi, Türkiye
Martin MOWFORTH	Plymouth University, İngiltere
Mehmet SOMUNCU	Ankara Üniversitesi, Türkiye
Mehmet ŞEREMET	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Mehmet ZAMAN	Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Mehmet Zeydin YILDIZ	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Mert UYDACI	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU	Mersin Üniversitesi, Türkiye
Muharrem TUNA	Gazi Üniversitesi, Türkiye
Mustafa MUTLUER	Ege Üniversitesi, Türkiye
Nazmiye ERDOĞAN	Başkent Üniversitesi, Türkiye
Neşe COŞKUN	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Nuray TÜRKER	Karabük Üniversitesi, Türkiye
Okan YAŞAR	Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Türkiye
Ozan BAHAR	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
Ömer ÇOBAN	Batman Üniversitesi, Türkiye
Öznur BOZKURT	Düzce Üniversitesi, Türkiye
Rıdvan ERDOĞAN	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Rıfkı SINDIR	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Robert GOVERS	University of Leuven, Belçika
Saliha KODAY	Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Sanem ŞEHRİBANOĞLU	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Sedat ÇELİK	Şırnak Üniversitesi, Türkiye
Serhat HARMAN	Batman Üniversitesi, Türkiye

Serkan DOĞANAY

Serkan UZUNOGULLARI

Sevcan YILDIZ

Sevgi ÖZTÜRK

Sheela AGARWAL

Suna DOĞANER

Şeref TÜR

Ünsal BEKDEMİR

Warren EASTWOOD

Yüksel EKİNCİ

Zeki KODAY

Giresun Üniversitesi, Türkiye

University of Sunderland, İngiltere

Akdeniz Üniversitesi, Türkiye

Kastamonu Üniversitesi, Türkiye

Plymouth University, İngiltere

İstanbul Üniversitesi, Türkiye

Marmara Üniversitesi, Türkiye

Giresun Üniversitesi, Türkiye

University of Birmingham, İngiltere

University of Reading, İngiltere

Atatürk Üniversitesi, Türkiye

ÖNSÖZ



Dünya, dün olduğu gibi bugün de ekonomik, sosyal, politik ve daha birçok bileşen açısından sürekli değişiyor ve dönüşüyor. Bunda birçok sektörün etkisi ve katkısı vardır. Bu sektörlerden birisi de hiç şüphe yok ki turizmdir. Turizm dünyanın ekonomik, sosyal ve kültürel dinamikler açısından değişimine katkı sunduğu gibi yaşanan bütün ekonomik olumsuzluklara ve krizlere rağmen sürekli büyüyen nadir sektörlerden biridir. Uzun yıllık ortalamalarda % 5'ler civarında büyüyen turizm, maalesef Türkiye hariç Batı Asya coğrafyasının birçok ülkesinde istenilen düzeyde gelişme göstermemiş, ülkelerin sosyal ve ekonomik kalkınmasında bir araç olamamıştır. Oysa Türkiye'nin de içinde bulunduğu Batı Asya coğrafyası, büyük ölçüde deneyimlenmeyi bekleyen oldukça zengin ve çoğaltılarak yaşatılması gereken değerlere sahip bir bölgedir. Dolayısıyla bu coğrafyanın turizme yeni bir yaklaşım getirmesi ve yeniden bölgesel bir değer olarak ele alınması gerekmektedir. Zira turizme konu olan değerler açısından oldukça zengin olan bu bölge, aynı zamanda modern bir güvenlik konusu olan savaş ve onun uzun dönemli sonuçlarına ve derin sosyal etkilerine maruz kalmıştır. Bugünde bu sürecin kısmen yaşandığı bölgede mevcut yapıdan en olumsuz etkilenen sektörlerden birisi de turizmdir. Tam da bu noktada savaşın karşısında, barışın ise yanında yer olan turizm bölgede en çok ihtiyaç duyulan ve geliştirilmesi gereken bir sektördür.

Post-modern düşünce ve gelişen teknoloji sayesinde zaman ve mekân arasında yakınlaşma, modernliğe duyulan endişe ve eğitime verilen önem, insanların yeni coğrafyaları ve kültürleri görme, tanıma ve etkileşimde bulunma dürtüsünü artırmıştır. Bu yaklaşım içinde bulunduğumuz Bölge için bir fırsattır. Bu fırsatı kullanmanın ve yeni yaklaşımlar geliştirmenin en önemli araçlarından biri de uluslararası kongre organizasyonlarıdır. Bilindiği üzere turizm araştırmaları konusunda ağırlıklı olarak Batı Dünyasının turizm paradigma değişimlerine öncülük ettiği, araştırma konu ve alanlarını büyük ölçüde şekillendirdiği ve ilgili platformlarda tartışmaya açtığı kabul görmektedir. Bununla birlikte Türkiye'nin de içinde bulunduğu Coğrafya'da, turizm araştırmalarına ilişkin akademik çalışmalar her geçen gün hem nicelik hem de nitelik açısından çok daha iyi noktalara taşınmaktadır. Geline bu noktayı hem akademik hem de ziyaret sayısı açısından daha ileri bir noktaya taşımak için Bölge ülkeleri turizm konusunda birlikte hareket etmeli ve işbirliği yapmalıdırlar. Ayrıca Bölgede barışın inşasında da turizmin rolü unutulmamalıdır. Zira Bölge ülkelerindeki insanların turizm adına yapacakları karşılıklı ziyaretler hem birbirlerini anlama hem de tanımları adına bir fırsattır. Bu

organizasyon (IWACT 2017), her şeyden önce soyut bir mekan üzerine temellendirilen Batı Asya'yı kısmen de olsa somut bir gerçeklik üzerine inşa etme fırsatı vermiş ve bölge ülkelerinin turizme ilişkin sorunlarını ortak bir platformda tartışma imkanı sunmuştur.

Bu bağlamda Türkiye'de akademik anlamda hızla gelişen bu sürece katkıda bulunmak bir sorumluluk olduğu gibi, Batı Asya coğrafyasının tamamına hitap etmeyi amaçlayan bu organizasyona (IWACT 2017) ev sahipliği yapmak bir gerekliliktir. Birincisini düzenleyeceğimiz bu organizasyon inanıyorum ki önümüzdeki yıllarda bölge ülkelerinin çok daha etkin katılımı ile daha iyi noktalara gelecek ve aynı zamanda turizm alanındaki işbirliklerinin çoğalmasına katkı sunacaktır. Bu vesileyle organizasyonun gerçekleşmesi sürecinde hem düşünsel hem de ekonomik katkılarından dolayı Van YYÜ Rektörü Sayın Prof. Dr. Peyami BATTAL hocamıza, Van Valimiz Sayın Murat ZORLUOĞLU beyefendiye ve kongrenin düzenlenmesi ve gerçekleşen harcamaların önemli bir kısmını karşılayan Asya Ajans Fuarcılık ve Organizasyon Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Süleyman GÜLER beye teşekkürlerimi sunmak istiyorum. Ayrıca kongreye teşekkürleriyle bizleri onurlandıran değerli katılımcılara ve çağrılı konuşmacılarımız olan Prof. Dr. Füsün BAYKAL ve Robert GOVERS'a teşekkür ederim.

Düzenleme kurulu olarak, yapılagelmiş birçok başarılı kongre organizasyonundan ilham alarak gerçekleştirmeye çalıştığımız bu yeni organizasyonumuzla turizm araştırmalarına katkı sunmaktan ve siz değerli katılımcılara hizmet vermekten büyük bir keyif duyduğumuzu bir kez daha ifade etmek istiyoruz.

Düzenleme Kurulu Başkanı

Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

İÇİNDEKİLER

KONGRE KURULLARI	ii
ÖNSÖZ	vi
AVRUPA'DAN BATI ASYA'YA TÜRKİYE TURİZMİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	1
EMPLOYEE RECRUITMENT AND SELECTION PROCESS WITHIN HOTEL ESTABLISHMENTS: A COMPARATIVE CASE STUDY	3
SEFERİHİSAR HALKININ SAKİN ŞEHİR KAVRAMINA İLİŞKİN METAFORİK ALGILARI	4
GELİBOLU TARİHİ ALAN BÖLGESİNDE YAŞAYAN YEREL HALKIN TURİZMDEN BEKLENTİSİ	6
TURİZMİN DİYARBAKIR HALKININ YAŞAM KALİTESİ ÜZERİNE ETKİLERİ.....	7
TURİZMİN SOSYAL PSİKOLOJİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	9
YEREL HALKIN TURİZMİN SOSYOKÜLTÜREL ETKİLERİNE İLİŞKİN ALGILARI	11
TURİZM FAALİYETLERİNİN POPÜLER KÜLTÜRÜN YAYGINLAŞMASINA ETKİSİ	12
TERÖR SALDIRILARININ TURİZM FAALİYETLERİNE ETKİLERİNİN ÇÖZÜM ÖNERİLERİ ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ	14
TÜKETİRKEN TÜKENİYORUZ FARKINDA(MI)YIZ	16
BULUT (TAR) ŞELALESİ VE ÇEVRESİNİN REKREASYON POTANSİYELİ.....	17
BEYDAĞLARI YÖRÜK GÖÇ YOLLARININ DOĞAL VE KÜLTÜREL COĞRAFYA ÖZELLİKLERİ VE TURİZM AMAÇLI KULLANIMINA YÖNELİK PLANLAMA ÖNERİLERİ	19
ALTERNATİF TURİZM KONSEPTLERİ KAPSAMINDA BİR DESTİNASYON POTANSİYELİNİN İNCELENMESİ.....	21
TURİZM SEKTÖRÜNDE DESTİNASYON MARKALAMASI: VAN DESTİNASYONU İÇİN “DÖRT AYAKLI” MARKALAŞMA MODELİ ÖNERİSİ	22
DİM ÇAYI VADİSİ’NİN EKOTURİZM POTANSİYELİ.....	24
TOURISM RECEIPTS, FINANCIAL DEVELOPMENT AND ECONOMIC GROWTH IN 14 WEST ASIAN COUNTRIES: A PANEL COINTEGRATION ANALYSIS	25
TURİZMİN GELİŞMESİNDE TEMEL KURALLAR; YOZGAT’TA KIRSAL TURİZM ÖRNEĞİ	26
ŞANGHAY İŞBİRLİĞİ ÖRGÜTÜ’NÜN TÜRKİYE TURİZM GELİRLERİ ÜZERİNE MEVCUT VE POTANSİYEL ETKİLERİ	28
TURİZMDE KENT MARKALAŞMASINDA SİVİL TOPLUM ÖRGÜTLERİNİN(ŞTÖ) ROLÜ: VAN SİVİL TOPLUM ÖRGÜTLERİ ÖRNEĞİ	30
MODERN İPEK YOLU PROJESİ ÇERÇEVESİNDE ULAŞTIRMA AĞLARININ TURİZME KATKILARI ...	32
OTEL İŞLETMELERİNDE YETENEK YÖNETİMİ UYGULAMALARININ DEĞERLENDİRİLMESİ	34
VAN TURİZM KÜMELENME POTANSİYELİNİN İNCELENMESİ.....	35

ERZURUM KENTİ HALKININ, KÜRESEL İKLİM DEĞİŞİMİ İLE İLGİLİ FARKINDALIK VE İLGİ DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ	37
RELATIONSHIP BETWEEN PERSONALITY TRAITS RELATED TO FOOD, SATISFACTION AND LOYALTY: CASE STUDY OF 13 th ISTANBUL INTERNATIONAL GASTRONOMY FESTIVAL	39
TURİZM SEKTÖRÜNDE POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYE İLE ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME İLİŞKİSİ: ANTALYA İLİNDE BİR UYGULAMA	40
VAN GÖLÜ HAVZASINDA KÜLTÜR ROTASI PLANLAMA DENEMESİ.....	42
TOURISM PROCEDURES POST TERRORIST ATTACK: METHODS TO ALLEVIATE NEGATIVE EFFECTS OF TERRORISM	44
GELİŞMEKTE OLAN KENTLERDE TURİZM: DIŞSAL VE İÇSEL ENGELLER	45
EKOTURİZM DE MANZARANIN ÖNEMİ TENDÜREK DAĞI ÖRNEĞİ	46
TÜKETİM KÜLTÜRÜNDE ÇİĞ BESLENME VE YAŞAYAN BESİNLER.....	47
KARATAŞ MAĞARASI’NIN TURİZM POTANSİYELİ.....	48
MOLEKÜLER GASTRONOMİDE GIDA MÜHENDİSLİĞİNİN ROLÜ VE ÖNEMİNİN GASTRONOMİ TURİZMİNE KATKISI	50
COĞRAFI İŞARETLENMİŞ GIDALARIN GASTRONOMİ TURİZMİNDEKİ ÖNEMİ	52
GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN VAN MUTFAĞINA ÖZGÜ BİR ÜRÜN: VAN OTLU PEYNİRİ .	53
TÜRKİYE’DEKİ EĞİTİM POLİTİKALARININ BEŞERİ COĞRAFYADAKİ UYGULAMALARI: TURİZM TEMASI ÖRNEĞİ.....	54
VAN’IN TARİHSEL ZENGİNLİĞİNİN TURİZME KAZANDIRILMASI	56
TURİZMİ KONU ALAN LİSANSÜSTÜ ÇALIŞMALARININ İÇERİK ANALİZİ YÖNTEMİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ	57
DIGITALIZATION IN TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY: THE CASE OF VAN HOTELIERS ...	59
TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN ÖZ YETERLİLİK İNANÇ DÜZEYLERİ AKADEMİK BAŞARILARINI ETKİLER Mİ?.....	60
TURİZM İŞLETMELERİNİN PAZARLAMA YÖNELİMLERİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI	61
VAN İLİ TURİSTİK TANITIM GÖRSELİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ	62
TURİZM SEKTÖRÜNDE BİR TUTUNDURMA FAALİYETİ OLAN REKLAMDA GÖRSEL TASARIMIN ÖNEMİ	64
TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN KÜLTÜREL MİRAS UNSURLARINA YÖNELİK TUTUMLARI	66
KAPADOKYA YÖRESİNDE BALON TURİZMİNİN COĞRAFI ESASLARI	67
UZAKDOĞULU TURİSTLERİN HEDİYELİK EŞYA SATIN ALMA DAVRANIŞI: SAFRANBOLU'YU ZİYARET EDEN TURİSTLER ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA	68
YERLİ TURİSTLERİN TURİZM TERCİHLERİ VE SATIN ALMA DAVRANIŞLARI	70

OTEL YÖNETİCİLERİNİN İLİŞKİSEL PAZARLAMA UYGULAMALARINA YÖNELİK TUTUMLARINA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA: VAN ÖRNEĞİ	71
ÇEVREYE YÖNELİK EKOSENTRİK, ANTROPOSENTRİK VE ANTİPATİK TUTUMLAR: TURİZM ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....	73
MOR GABRİEL MANASTIRINI ZİYARET EDEN TURİSTLERİN PROFİLİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA .	75
2017 AVRUPA OLİMPİK GENÇLİK KIŞ FESTİVALİ'NİN ERZURUM'A OLASI ETKİLERİNİN İNCELENMESİ.....	77
KIŞ TURİZMİYLE SOSYO – EKONOMİK KALKINMA BAŞARISI VE ERZURUM İÇİN İYİ UYGULAMA ÖRNEĞİ SNOWPOLİS	78
BİR EKOTURİZM AKTİVİTESİ OLARAK MAĞARA TURİZMİ; ERZURUM İLİ ELMALI MAĞARASI ÖRNEĞİ	79
HOT AIR BALLON TOURISM IN CAPPADOCIA (TURKEY): CHALLENGES AND NEW PERSPECTIVES	81
JEOTURİZM KAVRAMI: JEOTURİSTİK ALANLARA DÜNYA'DAN VE TÜRKİYE'DEN ÖRNEKLER	82
TÜRKİYE VE SURİYE ARASINDAKİ KÜLTÜREL ENTEGRASYONUN GELİŞTİRİLMESİNDE KARDEŞ ŞEHİR UYGULAMASININ ÖNEMİ	84
SÜRDÜRÜLEBİLİR İNANÇ TURİZMİ KAPSAMINDA TÜRKİYE'DE İNANÇ TURİZMİ VE SEMAVİ DİNLER ARASI SEYEHAT	85
SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR YEREL KALKINMA VE TURİZM MODELİ OLAN SAKİN ŞEHİR AĞI İÇİN AHLAT KENTİNİN POTANSİYELİNİN ARAŞTIRILMASI.....	87
SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM PLAN KARARLARINDA KULLANILABİLECEK ALTERNATİF İKLİM MODELLERİ: ERZURUM KENTİ ANALİZİ	89
VAN İLİ KIRSAL YERLEŞİM ALANLARININ KÜLTÜREL DOĞAL MİRAS OLARAK KIRSAL TURİZMDE DEĞERLENDİRİLMESİ	91
A STUDY ON WOMEN MANAGERS IN THE TOURISM SECTOR: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES.....	93
İSPİR YEDİGÖLLER BÖLGESİNİN EKOTURİZM POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ.....	94
OSMANLI'DAN CUMHURİYET'E EFSANEVİ BİR OTEL: PERA PALAS	95
TANZİMAT SONRASI OSMANLI'DA OTELCİLİK TEŞEBBÜSLERİ VE OSMANLI OTELLER KUMPANYASI.....	97
KALKINMA AJANSLARININ TURİZME YÖNELİK DESTEKLERİ	99
LOCAL RESIDENTS ATTITUDES TOWARDS TOURISM: CASE OF KONYA	101
GASTRONOMİ TURİZMİ VE KUZAY KIBRIS E-GASTRONOMİ HARİTASI PROJESİ	102
OTEL İŞLETMELERİ MENÜLERİNDE YÖRESEL YEMEK KÜLTÜRÜ: ADIYAMAN ÖRNEĞİ.....	103

VAN GÖLÜ'NE DÖKÜLEN BENDİMAHI AKARSUYUNUN GEÇTİĞİ ALANLARDAKİ SU VE ÇAMUR ÖRNEKLERİNDE, AĞIR METAL MİKTARLARININ FARKLI İKLİM KOŞULLARINDAKİ DEĞİŞİMLERİNİN İNCELENMESİ VE TURİZME ETKİLERİ	105
ERZURUM İLİ UNİTO BÖLGESİ EKOTURİZM FAALİYETLERİNİN İLÇELERE GÖRE DAĞILIMININ DEĞERLENDİRİLMESİ	107
VAN'DA KAHVALTI KÜLTÜRÜ VE KAHVALTI SALONLARI	109
HANDLING THE WOOLEN SOCKS OF HAKKARI AS A CULTURAL TOURISM ASSET	110
SOĞUKSU MİLLİ PARKININ EKOTURİZM POYANSİYELİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ	111
AMASYA MÜZELERİNİN KÜLTÜREL MİRAS YÖNÜNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ	113
ETİK LİDERLİK ANLAYIŞININ DUYGUSAL EMEK VE İŞKOLİKLİK İLE İLİŞKİSİ: KARS OTELLERİNDE BİR ARAŞTIRMA	115
VAN TURİZMİNİN A'WOT ANALİZİ	117
İSTATİSTİKİ VERİLER IŞIĞINDA DÜNYA, TÜRKİYE ve VAN'DA TURİZMİN YERİ ve ÖNEMİ	119
OTEL İŞLETMELERİNDE İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ UYGULAMALARININ DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA.....	121
DOĞAL ÇEVRESEL STRATEJİLERİN BELİRLEYİCİLERİ OLARAK ÖRGÜT KÜLTÜRÜ, ÖRGÜTSEL ÖĞRENME VE İNOVASYONUN ROLÜ: TÜRKİYE OTEL İŞLETMELERİNDE BİR ARAŞTIRMA.....	123
ILGAZ İLÇESİNİN TURİZM POTANSİYELİ	125
A FEMINIST GEOGRAPHY STUDY ON TOURISM POTENTIAL OF VAN: NGOS' PERSPECTIVE	127
VAN GÖLÜ'NÜN VE ÇEVRESİNİN JEOTURİZM POTANSİYELİ	128
KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE KADINLARA ÖZEL KATLAR KONSEPTİ	129
AYVAİNI MAĞARASI TURİZM POTANSİYELİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA.....	131
MOBİL UYGULAMALARIN TURİZMDE KULLANILMASI: MOBİL KENT REHBERİ ÖNERİSİ	132
TURİZM İŞLETMELERİNDE YÖNETİCİ VE ÇALIŞAN BAĞLAMINDA DUYGUSAL ZEKA VE DUYGUSAL EMEK İLİŞKİSİ	133
MAVİ OKYANUS STRATEJİSİ VE VAN'IN DÖRT EYLEM KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ	135
TÜRKİYE OTEL İŞLETMELERİNDE ÇEVRESEL STRATEJİLER VE ORGANİZASYONEL PERFORMANS	136
KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERİN KARIYER YÖNETİMİ ALGISI: DÜZCE ÖRNEĞİ	138
VAN İLİ DOĞA TURİZM POTANSİYELİNİN DAĞCILIK VE BİSİKLET SPORU AÇISINDAN BELİRLENMESİ.....	140
VAN İLİNDE TERCİH EDİLEN DAĞ TURİZMİ BÖLGELERİNİN AYRINTILI OLARAK ROTALANDIRILMASI	142
KARAYOLU PEYZAJININ KENT SİLÜETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ; RİZE ÖRNEĞİ	143

CAZİBE MERKEZİ OLARAK VAN RUS PAZARI ÇARŞISININ TURİZME KATKISINI ARTIRMAK İÇİN MEKÂNSAL AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	144
PEYZAJIN REKREASYON DEĞERİ VE MEKANLA İLİŞKİLER	145
ERZURUM NENE HATUN TARİHİ MİLLİ PARKI'NDA YER ALAN TABYALARIN TURİZME KAZANDIRILMASINA DAİR GÖRÜŞLER	147
TURİZMDE İŞLETME İMAJİ VE İŞLETME ÜNÜNÜN DEVAMLILIĞINDA KULLANICI GÜDÜMLÜ İÇERİKLERİN ÖNEMİ.....	149
ZEUGMA MOZAİK MÜZESİNİN MÜZECİLİK FAALİYETLERİNDEKİ YERİ.....	150
VAN EFSANELERİNİN TURİSTİK ÇEKİME DÖNÜŞTÜRÜLMESİ	151
KAYAK MERKEZLERİNİN YETERLİLİK DÜZEYLERİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI: VAN VE BİTLİS İLLERİ ÖRNEĞİ.....	152
ERZURUM KENTİNDE BULUNAN TESCİLLİ YAPILARIN KÜLTÜREL MİRAS KAPSAMINDA YENİDEN KENTE KAZANDIRILMASI VE KÜLTÜR ROTASI OLUŞTURULMASI	154
ÖRGÜTSEL SİNİZİM İLE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK İLİŞKİSİ: VAN İLİ KONAKLAMA İŞLETMELERİ ÖRNEĞİ	156
KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ İLE TÜKENMİŞLİK ARASINDAKİ İLİŞKİ: TRA2 BÖLGESİNDEKİ OTEL İŞLETMELERİ ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA	158
DUYGUSAL EMEK VE STRESSLE BAŞA ÇIKMA İLİŞKİSİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİ	159
DESTİNASYON İMAJINI OLUŞTURAN FAKTÖRLERİN ÇAY BAHÇELERİ ÖLÇEĞİNDE İRDELENMESİ	160
ZİGANA DOĞA OKULUNUN ALTERNATİF TURİZM UYGULAMALARI	161
VAN'DAKİ TURİZM İŞLETMELERİ YÖNETİCİLERİNİN BATI ASYA ÜLKELERİNDEN GELEN ZİYARETÇİLERE İLİŞKİN ALGILARI	162
TOPLUMSAL CİNSİYET ALGISI İLE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN TURİZM SEKTÖRÜ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ	164
COĞRAFİ KONUMUN TURİZME ETKİSİ: HATAY ÖRNEĞİ	166
YOKSUL YANLI – PRO POOR TURİZM ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....	167
DOĞA TURİZMİ ETKİNLİKLERİNE KATILAN BİREYLERİN BU ETKİNLİKLERİ YAPMA NEDENLERİ VE ELDE ETTİKLERİ FAYDALAR	168
VAN İLİNDE DOĞA TURİZM POTANSİYELİNE SAHİP DAĞLARIN BELİRLENMESİ VE ETKİNLİKLERİN PLANLANMASINA YÖNELİK ÖNERİLER.....	170
SAĞLIK TURİZMİNDE YURTDIŞI YATIRIMLAR VE MARKA YÖNETİMİ.....	172
DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE TERMAL TURİZM, TÜRKİYE'DEKİ KAPLICALAR, TERMAL OTELLER VE TERMAL TATİL KÖYLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME	174
FARUK SUYUNUN SAĞLIK TURİZMİ AÇISINDAN ÖNEMİ	175

TÜRKİYE'DE TURİZM ALANINDAKİ BİBLİYOMETRİK YAYINLARIN PROFİLİ.....	176
İNANÇ TURİZMİNE YÖNELİK ALANLARDA ZİYARETÇİ YÖNETİMİ ÇERÇEVESİNDE TURİST REHBERLERİNİN ROL VE SORUMLULUKLARI.....	178
KÜLTÜR TURİZMİNDE ALTERNATİFLER: FESTİVAL TURİZMİ VE PİR SULTAN ABDAL ANMA ETKİNLİKLERİ ÖRNEĞİ	179
BÖLGESEL KALKINMADA RESTORASYON ÇALIŞMALARININ EKONOMİK AÇIDAN ETKİSİ: VAN AKDAMAR ÖRNEĞİ	181
ÇORUH NEHRİ ÜZERİNDEKİ ENERJİ YATIRIM PROJELERİNİN YUSUFELİ'DEKİ TURİSTİK FAALİYETLERE ETKİSİ.....	182
VAN İLİ'NDE ALTERNATİF BİR TURİZM KAYNAĞI OLARAK SULAK ALANLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ	184
AN ANALYSIS OF LOCAL AND SPATIAL DYNAMICS IN THE EMERGENCE OF TOURISM-BASED ENTREPRENEURSHIP IN THE CASE OF GOREME-NEVŞEHİR/TURKEY.....	186
ŞEFLERİN AŞÇILIK EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN NİTELİKLERİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ	188
XX. YÜZYILIN BAŞINDA TÜRK-ERMENİ İLİŞKİLERİNİN VAN'IN TARİHİ, KÜLTÜRÜ VE TURİZMİNE ETKİLERİ	189
ÇANKIRI, ELDİVAN, BÜLBÜL PINARI MESİRE YERİNİN PEYZAJ TASARIMI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ	191
İZMİR, ÇEŞME VE YAKIN ÇEVRESİ PEYZAJ ÖZELLİKLERİNİN ALTERNATİF TURİZM OLANAKLARI KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ	193
KENT ORMANLARINDA REKREASİYONEL FAALİYETLERİN TOPRAK ÖZELLİKLERİNE ETKİLERİ ...	195
BAYBURT-ERZURUM İLİ KOP DAĞI MÜDAAFAZASI TARİHİ MİLLİ PARKI'NIN EKOTURİZM KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ	196
EXAMINING THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM RECEIPTS AND CURRENT ACCOUNT BALANCE FOR WEST ASIAN COUNTRIES: A PANEL DATA ANALYSIS	198
VAN İLİ GEVAŞ İLÇESİ PEYZAJ DEĞERLERİ VE EKOTURİZM POTANSİYELİ İLİŞKİSİ.....	199
TURİZM İŞLETMELERİNDEKİ İŞGÖRENLERİN ÖRGÜTSEL GÜVEN ALGILARI İLE ÖRGÜTSEL SİNİZM TUTUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ	200
KONUŞ, TATMİN OL VE İŞİNİ İHMAL ETME: ÇALIŞAN SESLİLİĞİNİN, İŞ TATMİNİ VE İŞ İHMALİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR UYGULAMA	202
ÇALIŞANLARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ AÇISINDAN TÜKENMİŞLİK ALGILARI: BELEK'TEKİ 5 YILDIZLI OTELLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	204
KİLİS İLİ'NİN GASTRONOMİ TURİZMİ POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ VE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN KİLİS MUTFAĞINA YÖNELİK ALGILARI	206
VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ KREDİ YURTLAR KURUMUNDA KALAN ÖĞRENCİLERİN REKREASYON ETKİNLİKLERİN İNCELENMESİ	207

REKREASYON ETKİNLİKLERİ ESNASINDA YA DA SONRASINDA ORTAYA ÇIKAN SAKATLIK VE RAHATSIZLIKLAR	209
TÜRKİYE’DE TURİZM İŞLETMELERİNE SAĞLANAN DEVLET TEŞVİKLERİNİN DÜNYA BUGÜNÜ ...	211
REKREATİF AMAÇLA YAPILAN DOĞA TURİZMİ ETKİNLİKLERİNE KATILAN BİREYLERİN PROFİLLERİNİN BELİRLENMESİ	213
EKOTURİZM BÖLGELERİNDE HİZMET KALİTESİNİN EOSERV ÖLÇEĞİ İLE ÖLÇÜLMESİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ	215
ANKARA’NIN BOTANİK TURİZMİ POTANSİYELİ	216
DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE İLERİ YAŞ TURİZMİ	217
BEŞ YILDIZLI KONAKLAMA İŞLETMELERİ MUTFAĞINDA ÇALIŞAN BULAŞIK PERSONELİ YÖNETİCİLERİNİN MESLEKLERİNE İLİŞKİN ALGILARI VE MESLEĞİN PROFESYONELLEŞMESİNE YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME	218
KIŞ SPORLARI TURİZMİNDE BÖLGESEL İŞBİRLİĞİ FIRSATI: 2026 ERZURUM-ERZİNCAN-KARS KIŞ OLİMPİYAT OYUNLARI ADAYLIĞI	220
YERLİ HALKIN İKİNCİ KONUTLARIN YARATTIĞI TURİZM ETKİLERİNE YÖNELİK ALGILARININ BELİRLENMESİ: AKÇAY ÖRNEĞİ	222
KÜLTÜREL SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMİNİN GELİŞİMİNDE KAMU HİZMETLERİNİN ROLÜ: MARDİN ÖRNEĞİ	224
BOOKING.COM’UN TÜRKİYE’DEKİ FAALİYETLERİNİN DURDURULMASINA İLİŞKİN OTEL YÖNETİCİ GÖRÜŞLERİ (AKSARAY İLİNDE BİR ARAŞTIRMA)	226
SAFRANBOLU’YU ZİYARET EDEN YERLİ TURİSTLERİN DESTİNASYON İMAJI ALGILARI	227
OSMANİYE İLİ TURİSTİK ÇEKİCİLİK POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	229
ADİYAMAN TURİZMİNİN MEVCUT DURUMU VE GELİŞTİRİLMESİNE İLİŞKİN YAPILMASI GEREKENLER	230
ÇAY VE TURİZM İLİŞKİSİ: KAVRAMLAR, KAYNAKLAR VE UYGULAMALAR	232
ÖRGÜTSEL ADALET VE PRESENTEEİSM: VAN İLİ KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA	233
KÜLTÜREL TURİZM MEKÂNLARININ TANITIM VE PLANLAMASINA YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME: SİİRT ÖRNEĞİ	235
GELENEKSEL VAN OTLU PEYNİRİNİN ÖZELLİKLERİ VE GASTRONOMİ TURİZMİNDEKİ ÖNEMİ. 237	
TÜRKİYE’DEKİ ÖZEL AŞÇILIK OKULLARININ MEVCUT DURUMU ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	238
KENTSEL DÖNÜŞÜMÜN TURİZME ETKİSİ: ERZURUM KALESİ VE ÇEVRESİ ÖRNEĞİ	239
SARIKAMIŞ DESTİNASYONUNUN TANITIMININ MİYOPİK BAKIŞ AÇISIYLA DEĞERLENDİRİLMESİ	241
YABANCI HASTALARIN MEDİKAL HİZMETLERDEN MEMNUNİYETİNİN ARAŞTIRILMASI	243

MEDİKAL TURİZMDE AKILLI TELEFONLAR ARACILIĞIYLA PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNTEMLERİ	245
TURİSTİK KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE NEPOTİZMİN İÇ KONTROL SİSTEMİ ÜZERİNE ETKİLERİ; VAN İLİ ÖRNEĞİ	247
VAN KALESİN'DE ANALI-KIZ KANALI GELENEĞİ	249
FAALİYET TABANLI MALİYET HACİM KÂR ANALİZİ: KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA.....	251
EXPO 2016'NIN ANTALYA'NIN BUGÜNÜNE VE GELECEĞİNE ETKİLERİNİN İNCELENMESİ	253
TEMALİ RESTORANLAR'IN YİYECEK VE İÇECEK İŞLETMELERİ ARASINDAKİ YERİ VE ÖNEMİ	255
ABANT TABİAT PARKI'NIN EKO TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	256
KIRSAL DESTİNASYONLARDA KÜLTÜREL TURİZMİN SOSYO-EKONOMİK ETKİLERİ: HİDIRBEY VE VAKIFLI KÖYLERİ(SAMANDAĞ) ÖRNEĞİ.....	257
GASTRONOMİ TURİZMİ İÇİN YERLİ LİTERATÜR YETERLİ Mİ?	259
DESTİNASYONLARIN TANINIRLIĞINDA YEREL YEMEKLERİN ROLÜ: BÜRYAN ÖRNEĞİ	260
KARADENİZ BÖLGESİNİN ANA YEMEKLERİNİN İÇERİK ANALİZİ.....	261
UNESCO YARATICI ŞEHİRLER AĞI İÇİN BİR ÖNERİ: BİTLİS GASTRONOMİ KENTİ	262
COĞRAFI İŞARETLER VE SOSYOEKONOMİK ETKİLERİ: SİİRT ÖRNEĞİ	264
TATİL MEMNUNİYETİNİN KONAKLAMA DEĞİŞKENLERİNE GÖRE ANALİZİ	266
ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN YEMEK TERCİHLERİ: AKSARAY ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	267
HELAL KONSEPTLİ OTEL MÜŞTERİLERİNİN BİLGİ VE HASSASİYET DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	269
RESTORAN İŞLETMELERİNDE HİZMET KALİTESİ VE DAVRANIŞSAL EĞİLİM İLİŞKİSİNDE TATMİNİN ARACILIK ROLÜ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	271
TURİZM ALANYAZININDA ENERJİ, SU VE ATIK YÖNETİMİ İLE İLGİLİ ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK PROFİLİ (2006-2016)	272
KIRŞEHİR TERMAL SAĞLIK TURİZMİ POTANSİYELİNİN VE KURULACAK OLAN FTR HASTANESİ YATAK KAPASİTESİNİN BELİRLENMESİ.....	274
VAN'DA YER ALAN A SINIFI SEYAHAT ACENTALARININ DÜZENLEDİĞİ GÜNÜBİRLİK TUR İÇERİKLERİNİN İNCELENMESİ.....	276
TURİZMİN SOSYO-EKONOMİK ETKİLERİNİN ALGILANMASI: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	278
GELENEKSEL EL SANATLARI KAPSAMINDA GÜMÜŞHANE İLİ KÜRTÜN İLÇESİ VE ÇEVRESİNDE DEMİRCİLİK	279
SURİYE (İÇ) SAVAŞI VE TÜRKİYE'NİN TURİZMİNE ETKİLERİ: SAMANDAĞ (HATAY) ÖRNEĞİ.....	280

GEVAŞ'TAN BAŞKALE'YE KÜLTÜR YOLU PROJESİNİN BÖLGE TURİZMİNE KATKISI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	282
SAFRANBOLU TANITIM FOTOĞRAFLARININ SEMİYOTİK (GÖSTERGEBİLİMSEL) ANALİZİ: ZİYARETÇİ YORUMLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....	284
TURİZM GELİŞMELERİNDE YEREL HALKIN YAKLAŞIMLARININ BELİRLENMESİ: VAN ÖRNEĞİ ..	286
JEOTERMAL KAYNAKLARIN TERMAL TURİZM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: "ILGIN"	287
ANKARA İLİ TURİZM HAREKETİNDE BAĞCILIK KÜLTÜRÜ VE ÜZÜM ÜRÜNLERİNİN ROLÜ: BEYPAZARI VE KALECİK İLÇELERİ.....	289
JEOTURİZM VE JEOMİRAS AÇISINDAN DEREİÇİ (BAŞKALE, VAN) TRAVERTENLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	291
VAN VE BİTLİS İLLERİNDE BULUNAN KIŞ TURİZM MERKEZLERİNİN YER SEÇİMLERİ ÜZERİNE ELEŞTİREL BİR YAKLAŞIM	293
TİCARET ATAŞESİ GÖZÜYLE SON 3 YIL İÇERİSİNDE İRAN'IN BATI EYALETLERİ İLE DOĞU İLLERİMİZDEKİ TOPLUMSAL DAVRANIŞ DEĞİŞİKLİKLERİ	297
GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN GİRESUN MUTFAĞININ ÖNEMİ.....	298
HEALTH TOURSIM IN TURKEY.....	300
AN ALTERNATIVE HEALTH ASSISTANCE SEARCH IN THE COUNTRY: THERMAL RESOURCES ...	301
ONCOLOGICAL TREATMENT IN MEDICAL TOURISM IN TURKEY	302
TALASSOTHERAPY WITH LAKE VAN WATER	303
THE PLACE OF PSYCHIATRY IN MEDICAL TOURISM, PREFERRED FIELDS AND EFFECTIVE FACTORS IN PREFERENCE.....	304
A DISCIPLINE IN HEALTH TOURISM: NURSING	305
AGROTURİZM: ÇANKIRI ÖRNEĞİ	306
FACTORS DETERMINING TOURIST TRAVEL PREFERENCES OF CHILDREN'S FAMILIES	308
VAN HOT SPRINGS FOR THERMAL TOURISM	309

AVRUPA'DAN BATI ASYA'YA TÜRKİYE TURİZMİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Prof. Dr. Fusun BAYKAL

Ege Üniversitesi

fusun.soykan@ege.edu.tr

Özet

Turizm arzının en temel çekiciliklerinden biri coğrafi konumdur. Doğal ve kültürel çekiciliklerin, ulaşılabilirliğin, talebin, rekabetin ve hatta güvenli ortamın da coğrafi konumla doğrudan ilişkisi vardır. Bütün bunlar, bir ülkenin turizm potansiyeline, politikasına ve turizm geleceğine yön vermektedir. Ayrıca dünya turizmindeki eğilimler ve teknolojik gelişmeler de önemli birer aktördür. Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye turizmini turizm coğrafyası yaklaşımıyla ve merkeze coğrafi konumu koyarak değerlendirmektir. Dolayısıyla; büyük oranda coğrafi konumdan kaynaklanan turizmle ilişkili her konu, Türkiye özelinde ve Avrupa-Batı Asya güzergahında mercek altına alınacak ve geleceğe ışık tutulacaktır. Çalışma yöntemi niteliksel ve niceliksel verilerin analizine dayanmaktadır. İstatistiksel verilerde ve bazı önemli yayınlarda UNWTO referans alınmıştır.

UNWTO'ya göre uluslar arası turizm hareketlerinde en fazla turist kabul eden ve gönderen odak bölge Avrupa'dır ve Türkiye de bu bölgeye dahildir. Diğer taraftan ikinci bölge Asya-Pasifik'in en batı ucu Türkiye'ye komşudur. Dünya turizminde böyle kavşak bir konumda yer alan Türkiye'nin bugün turizmde geldiği nokta ve geleceğine ilişkin öngörüler, bu konumla doğrudan ilişkilidir. Nitekim, yakın geçmişte Balkanlarda ve Doğu Avrupa'da yaşanan siyasal değişimler, son yıllarda güney Akdeniz ülkelerindeki siyasi bunalımlar, diğer taraftan Ortadoğu'daki kaotik ortam, Türkiye'ye olan turistik talep üzerinde son derece etkilidirler. Türkiye'nin dünya turizminde ön sıralara yükselmesi, şüphesiz sahip olduğu eşsiz ve farklı, doğal ve kültürel çekiciliklerle de yakından ilgilidir. Bu zenginlik, Türkiye'nin rekabet gücünü yükseltiyor ise de birçok riskler ve zayıflıklar da bulunmaktadır. Türkiye turizminin geleceğinde dünya turizmine entegre olmuş planlı bir turizm başı çektiği gibi, turist gönderen kaynak ülkeleri çeşitlendirme politikası da çok büyük önem taşımaktadır.

Anahtar sözcükler: Turizm, Coğrafi Konum, Rekabet, Türkiye

EVALUATION OF TURKEY TOURISM FROM EUROPE TO WESTERN ASIA

Abstract

One of the attractions of the tourism offer is geographical location. Natural and cultural attractivenesses, accesibility, demand, competitiveness, and even the safe environment are either related with the geographical location. All of these steer a country's tourism potential, policy and future. Moreover, technological developments and tourism trends around the world are also important actors. The main purpose of this study is to evaluate Turkey's tourism by mainly considering geographical location and by using the approach of tourism geography. Thus, each topic which is related with tourism, mostly originated by geographical location, will be examined specific to Turkey and Europe-Western Asia route, and enlighten the future. Methodology of the study is based upon the analysis of qualitative and quantitative data. UNWTO was taken as a reference on statistical data and some important publications.

In international tourism movements, Europe is the focus region and Turkey is includedi into this region. On the other side, Asia-Pacific where is the second focus neighbours with Turkey from its most western location. Predictions and the point that Turkey where has become a cross road in world tourism are directly related with this location. For instance, recent political changes in

the Eastern Europe and the Balkans, political crises among Southern Mediterranean countries, and chaotic situation in the Middle East are very influential on touristic demand to Turkey. High ranking of Turkey in global tourism is certainly and closely related with its cultural and natural, unique and different attractivenesses. Although this opulence raise the competitive ability of Turkey, it also contains several risks and weaknesses. As the planned tourism which is integrated with global tourism would lead the future of Turkey's tourism, the policy to diversify the resource countries which send tourists is very crucial as well.

Key words: Tourism, Geographical Location, Competition, Turkey

EMPLOYEE RECRUITMENT AND SELECTION PROCESS WITHIN HOTEL ESTABLISHMENTS: A COMPARATIVE CASE STUDY

Yrd. Doç. Dr. Kadir Çakar

Mardin Artuklu University

kadircakar@artuklu.edu.tr

Abstract

Human resources are considered to be one of the most crucial assets for hotel establishments and resort communities. Due to the increasing intensity of competition employee selection and recruitment process are becoming significantly important for hotel establishments to meet customers' needs and expectations. By employing a qualitative research method, the present study sought to investigate employee selection and recruitment process of hotel establishments from a comparative perspective. Data were gathered from General Manager of a four stars Hotel in Athlone-Ireland and Human Resources Manager of a five stars Hotel in Antalya-Turkey through e-mail based on qualitative semi-structured and structured questions form that was sent to the participants. In order to analyse the data content analysis was used. Findings of the present research revealed differences rather than commonalities in terms of the application process of both hotel establishments regarding employee selection and recruitment process. Results present meaningful insights and significant implications for Human Resource Managers and General Managers.

Key words: Human Resource Management, Employee Selection, Recruitment Process, Hotel Establishments

SEFERİHİSAR HALKININ SAKİN ŞEHİR KAVRAMINA İLİŞKİN METAFORİK ALGILARI

Arş. Gör. Pelin YAĞCI

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
pelinyagci@windowslive.com

Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

Balıkesir Üniversitesi
avcikurt@balikesir.edu.tr

Özet

Sakin şehir anlayışı, küreselleşmenin kentler üzerinde yarattığı aynışmayı ortadan kaldırmak amacıyla atılmış bir adım olarak kabul edilmektedir. Sakin şehir anlayışının, kentlerde tarihi kimliği koruma, sürdürülebilirliği sağlama, yerel değerlere, el sanatlarına, gelenek ve göreneklere sahip çıkma, yerel yemeklere ve yöresel mimariye öncelik verme gibi kapsamlı bir felsefesi bulunmaktadır. Gerekli kriterleri yerine getirerek sakin şehir ağına dahil olan kentler bu felsefeleri benimsemekte ve devam ettirmektedir. Felsefenin benimsenmesi ve devam ettirilmesi noktasında yerel halkın sakin şehir kavramına ilişkin farkındalığının ve kavramın yerel halk zihninde ne canlandırdığının belirlenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Buradan hareketle çalışmada, Türkiye’de 2009 yılında sakin şehir ağına katılan ilk şehir olan İzmir Seferihisar’da yaşayan yerli halkın “sakin şehir” kavramına ilişkin algılarını belirlemek amaçlanmaktadır. Çalışmanın amacı doğrultusunda veri elde etmek için “Sakin şehir gibidir. Çünkü” ifadesinin yer aldığı soru formları yerli halka dağıtılmıştır. Yerli halktan formda yer alan ifadeyi yalnızca bir metafor ile doldurmaları ve böylece sakin şehir ile ilgili düşüncelerini aktarmaları istenmiştir. Araştırma olgu bilim deseninde gerçekleştirilmiş, elde edilen veriler içerik analizine uygun olarak çözümlemeye tabi tutulmuş, veri analizinde SPSS 21.0 istatistiksel paket programından yararlanılmıştır. İçerik analizine uygun çözümlemeler sonucunda geçerli metaforlar tespit edilmiş ve metaforlar farklı kavramsal kategoriler altında toplanmıştır. İstatistiksel paket program yardımıyla elde edilen betimsel istatistikler (frekans, yüzde vb.) ise araştırmanın amacına uygun olarak sunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Metafor, Sakin Şehir, Seferihisar.

METAPHORICAL PERCEPTIONS ON THE CONCEPT OF CITTASLOW OF SEFERİHİSAR RESIDENTS

Abstract

The concept of cittaslow is accepted as a step taken on the purpose of annihilating the dedifferentiation that globalization is created over the cities. The concept of cittaslow has a comprehensive philosophy such as preserving the historical identity in cities, protecting sustainability, coping with local values, crafts, traditions and customs, giving priority to local food and local architecture. The cities that are included in network of cittaslow by carrying out the required criteria adopt and maintain these philosophies. At the point of adopting and maintaining the philosophy, it is considered to be important being determined the awareness of the concept of cittaslow of local resident and what the concept picture in the local resident. From this point of view, it is aimed to determine the perceptions on the concept of cittaslow of people living in Seferihisar, İzmir which is the first city in Turkey participating the network of cittaslow in 2009. In the direction of the aim of the research, the questionnaire which the statement is

placed “The cittaslow is like..... Because.....” are distribute to local resident to obtain the data. They were asked to fill in the statement with only a metaphor and convey their thoughts about the concept of cittaslow. In the research, phenomenological method is used, obtained data is analysed in accordance with the content analysis and in the data analysis SPSS 21.0 statistical package program is used. In the result of appropriate analysis, valid metaphors are determined and subsume under certain categories. Descriptive statistics, obtained with the help of statistical package program (frequency, percentage etc.) are presented as appropriate for the purpose of the research.

Key words: Metaphor, Cittaslow, Seferihisar

GELİBOLU TARİHİ ALAN BÖLGESİNDE YAŞAYAN YEREL HALKIN TURİZMDEN BEKLENTİSİ

Yrd. Doç. Dr. Nilay KÖLEOĞLU

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

nkoleoglu@comu.edu.tr

Özet

Türk ve Dünya tarihin de yaşanan en büyük savaşlardan birine tanıklık eden Çanakkale'nin Gelibolu ilçesi turizm açısından da büyük öneme sahiptir. Turizmin gelişmesinde herkese bir takım sorumluluk düşmekte olup ancak yerel halkın katkısıyla olumlu sonuçlara gidilebilmektedir. Bu çalışmanın amacı; Hüzün turizminin yaşandığı Gelibolu tarihi alan bölgesinde yaşayan halkın turizmden beklentisini ortaya koymak ve stratejik planlamalarda yer alacak yerel halkın etkisini belirleyebilmektir. Gelibolu tarihi alan bölgesi kapsamında yer alan eski isimleriyle birlikte anılan köyler, Alçıtepe (Kirtre), Behramlı (Büyük Behramlı), Bigalı (Çamyayla/Boğalı), Büyükanafarta, Kilitbahir (Kilit-ül-bahir), Kocadere, Küçükanafarta, Seddülbahirdir. Veriler bölgede yaşayan 319 kişiye anket yapılarak toplanmıştır. Yapılan analizler sonucunda yerel halkın turizmin artmasında hevesli olduğu, yapılacak her türlü yatırımda yer almak istedikleri ve bölgenin gelişmesine en büyük katkının turizmden beklediklerini ifade etmişlerdir.

Anahtar sözcükler: Yerel Halk, Gelibolu Tarihi Alan bölgesi, Hüzün Turizm

EXPECTATIONS FROM TOURISM OF THE RESIDENTS LIVING IN GALLIPOLI HISTORICAL SITE AREA

Abstract

The Gallipoli county of Çanakkale, which witnesses one of the greatest wars in the history of Turkey and the world, also holds great importance in terms of tourism. Everyone is responsible for the development of tourism, but local people can contribute to the positive results. The purpose of this study is to reveal the expectations of the people living in the Gallipoli historical area under the influence of dark tourism and to determine the influence of the local people to take place in strategic planning. The villagers who are mentioned together with their former names in the area of Gallipoli historical area are Alçıtepe (Kirtre), Behramlı (Büyük Behramlı), Bigalı (Çamyayla / Toğalı), Büyükanafarta, Kilitbahir (Kilit-al-bahir), Kocadere, Küçükanafarta, Seddülbahir. Data were collected by conducting a survey on 319 people living in this region. As a result of the analysis, local people expressed their enthusiasm for increasing tourism, wanted to take part in all kinds of investments to be made, and they expected the greatest contribution to the development of the region from tourism.

Key words: Resident, Gallipoli Historical Site Area, Dark Tourism

TURİZMİN DİYARBAKIR HALKININ YAŞAM KALİTESİ ÜZERİNE ETKİLERİ

Doç. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
alaeddinoglu@yyu.edu.tr

Vedat KAYA

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
vedtkaya@hotmail.com

Çiğdem ÖZDEMİRALP

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Ozdemiralp21@hotmail.com

Özet

Turizm, yerel, ulusal ve uluslararası etkileri olan bir endüstridir. Bu araştırma özellikle bu endüstrinin yerel ayağı üzerine odaklanmıştır. Çalışmanın yerel ayağında turizmin bölge insanı üzerinde yarattığı ekonomik, sosyal ve çevresel etkiler ele alınmıştır. Araştırma alanı olarak seçilen Diyarbakır ili Türkiye'nin Güney Doğu Bölgesinde yer almaktadır. Doğal, tarihi ve kültürel turizm değerleri bakımından zengin bir potansiyele sahip olan ilde turistik aktiviteler kitlesel boyutta olmasa da her zaman popüler olmuştur. Ancak bugün bu değer oransal olarak azalmış ise de yerel halkın turizme aşinalığı ve beklentileri oldukça yüksektir. Dolayısıyla beklentinin yüksek ve içinde bulunduğu bölgeye göre turizm sektörünün güçlü olduğu bir ilde turizmin yerel halkın yaşam kalitesi üzerine etkisinin ölçülmesi önemlidir. Yörede yaşayan insanların algıları üzerinden değerlendirilen bu çalışmada, turizmin Diyarbakır'da yarattığı ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerin boyutları ve bunların Diyarbakır halkının yaşam kalitesi üzerindeki etkileri ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırma, bölge insanının yaşadığı mekân bilgileri, kültür ve değerler sistemi içinde ele alınmış ve elde edilen bulgular bu çerçevede değerlendirilmiştir.

Bu bağlamda 450 kişiye anket uygulanmış ve yapılan görüşmelerde gelirden çevresel duyarlılığa kadar yaklaşık 91 soru katılımcılara yöneltilmiştir. Katılımcılara yöneltilen ilk sorulardan biri aylık aile gelirlerinin ne kadarının turizmden olduğu bilgisidir. Bu soruya katılımcıların % 23'ü az ya da çok turizmden gelir elde ediyoruz şeklinde cevap vermişlerdir. Turizm geçmişi 1990'lı yıllara kadar giden Diyarbakır'da turizm hangi safhadadır şeklindeki soruya katılımcıların % 76'sı hala başlangıç ve gelişme safhasındadır şeklindeki cevapları oldukça düşündürücüdür. Şüphesiz turizmin ekonomik etkilerinin yanında sosyal yaşama da etkileri araştırmanın konuları arasındadır. Bu kapsamdaki sorulara katılımcıların ağırlıklı bir kısmı olumsuz bakmışlardır. Her ne kadar gelir, meslek ve eğitimle ilişkilendirildiğinde bu oranlar farklılaşsa da genel olarak eğilim turizmin bu anlamda orta düzeyde katkı sunduğu şeklinde olmuştur. Katılımcıların çevreye ilişkin görüşleri kendi içerisinde oldukça farklılaşmaktadır. Zira denekler çevreyi her anlamda kirletenin turistler olmadığı, bilakis işletmelerin bu konuda duyarsız olduklarını ifade etmişlerdir. Dahası turizmin belli ölçülerde çevre konusunda iyileşmelere dahi yol açacağına inanılmaktadır. Araştırmada katılımcılara onlarca soru sorulmuş ve bu sorular farklı analizlere tabi tutulmuştur. Yaşam memnuniyet düzeyi, kültürel ilişkiler, sosyal çatışma alanları, güvenlik ve benzeri alanlarda oldukça anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Dolayısıyla denilebilir ki araştırma, turizmin Diyarbakır halkının yaşam kalitesini hem objektif gerçeklere ve etkenlere hem de algı ve değerlendirmelere dayalı subjektif etkenler çerçevesinde ele almış ve bu anlamda açıklamaya çalışmıştır.

Anahtar sözcükler: Diyarbakır, Yaşam Kalitesi, Turizmin Ekonomik Etkisi, Yerel Halk

THE EFFECTS OF TOURISM ON THE LOCAL PEOPLE'S QUALITY OF LIFE IN DIYARBAKIR

Abstract

Tourism is an industry with local, national and international influences. This research focuses specifically on the industry sustainable issues at a local level. The research addresses the economic, social and environmental impacts of tourism on people of the region. The chosen area of research, i.e. Diyarbakir Province, is located South East Region of Turkey. Natural, historical and cultural tourism values are potentially rich. Tourist activity has always been popular, although not on a mass scale. Today, the proportion of visitors may have declined, however the familiarity and expectations of the local people to tourism are still very high. Thus, according to the region's high expectations and the region involvement, it is important to measure the impact on local people's quality of life in a province with a strong tourism industry. In this research, the perceptions of people living in the region have been taken into account when trying to measure the impact of economic, social and environmental dimensions on the quality of life for the people of Diyarbakir. Information has been gathered according to space, culture and cultural values of the people and the findings have been evaluated in this context. A questionnaire was administered to 450 people in this regard and questions ranging from income to environmental sensitivity were directed to approximately 91 questions. One of the first questions directed at the respondents was how much monthly they earned from tourism. % 23 of the respondents answered that they generate income from tourism. The history of tourism in Diyarbakir dates back to the 1990's and once participants were asked the question "in what phase tourism in Diyarbakir was?", % 76 responded: tourism was still in the beginning and development phase, which is thought provoking. Undoubtedly tourism's impacts on social life as well as its economic impacts are among the topics of research. A large part of the respondents have negative views regarding this context. Although income, occupation and general tourism trend in these ratios differ from when it is associated with education, the overall trend has been in the form of tourism which contributes moderately in this sense. The views of respondents to the environment are quite differing within themselves, as the respondent thought that it was not the tourists who pollute the environment, but rather stated the insensitivity of businesses in the area. Furthermore, it is believed that tourism will lead to improvement in the environment to some extent. Surely the research survey asked many questions and these questions were subjected to various analyses. Highly significant results were obtained in areas such as life satisfaction, cultural relations, social conflict areas, security and similar areas. Thus it can be said that the research has tried to explain the impact of tourism on the quality of life, the public of Diyarbakir, in terms of objective facts and factors as well as subjective factors based on perception and evaluation.

Key words: Diyarbakir, Quality of Life, Economic Impact of Tourism, Local People

TURİZMİN SOSYAL PSİKOLOJİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Yrd. Doç. Dr. Sedat ÇELİK

Şırnak Üniversitesi
s.celik@sirnak.edu.tr

Özet

Sosyal psikoloji birey-grup, birey-toplum arasındaki ilişkileri inceleyen bir bilim dalı olarak son yıllarda hızla gelişmektedir. Turizm hareketliliğine katılan turistlerin turist grupları, yerel halk ve turizm çalışanları ile etkileşimde bulunmaları ve bu etkileşimin olumlu ve olumsuz sonuçlarının turizm sektörüne yansımalarından dolayı sosyal psikoloji ve turizm alanının çalışılması önemli hale gelmiştir. Turizm ve sosyal psikoloji çalışmalarının ulusal ve uluslararası literatürde kısıtlı çalışıldığı görülmektedir. Oysaki turizmin ekonomik, kültürel, çevresel ve sosyolojik etkilerinin yanında sosyal psikolojik etkileri uluslararası, kültürlerarası, milletlerarası birçok sorunun çözümü için önemli etkisi olabilmektedir. Birçok çalışmada (Pizam, Jafari ve Milman, 1991; Pizam, Fleischer ve Mansfield, 2002; Milman, Reichel ve Pizam, 1990) toplumsal önyargıların ve düşmanlıkların turizm sayesinde azaldığı ortaya çıkmıştır. Çünkü belli koşullar altında, turizm, insanların birbirleri ile sosyal temasta bulunmalarını sağlayarak, medyadan, kitaplardan, çevresinde anlatılanlardan elde etmiş olduğu kalıp ve ön yargıların azalmasını sağlamaktadır. Nitekim Allport'un (1979) sosyal temas kuramı, bu durumu açıklayan en önemli kuramlardan biridir. Farklı etnik köken, dini gruplar veya diğer karşıt gruplar arasındaki önyargıların azaltılmasında gruplararası temasın oldukça etkili bir yöntem olduğunu ifade etmiştir. Gruplar arası temas kavramıyla iki ya da daha fazla grubun birbiri ile ilişkisi ve etkileşimi ifade edilmektedir. Bu teori, gruplar arası düşmanlığın, grupların birbirine yabancı ve uzak olmasından kaynaklandığını ve bu düşmanlığın, grupların etkileşimi ile azaltılabileceğini varsaymaktadır. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı sosyal psikoloji konuları açısından turist yerel halk ilişkilerinin üzerinde durmak ve tutumların turizm sayesinde nasıl değiştiğini ortaya koymaktır. Bu kapsamda ilgili literatür incelenmiş ve yapılan çalışmalar ortaya konulmuştur. Sonuç olarak turizm, toplumsal mesafeleri, önyargıları, düşmanlıkları ve birçok olumsuz duygu ve düşünceleri azaltarak dünya barışına katkı sunan önemli bir sektördür. İleriki çalışmalarda sosyal psikoloji ile turizm disiplinlerinin birlikte çalışılarak turizmin sosyal psikoloji açısından önemi ortaya koymaya ihtiyaç duyulmaktadır.

Anahtar sözcükler: Turizm, Sosyal Psikoloji, Önyargı, Kalıpyargı, Barış

EVALUATION OF TOURISM IN TERMS OF SOCIAL PSYCHOLOGY

Abstract

Social psychology has developed rapidly in recent years as a science discipline that examines the relationship between individual-group, individual-society. Social psychology and tourism studies has become important. Because, consequences of tourists interact with tourist groups, local people and tourism worker generate positive or negative reflection on individual or society. Tourism and social psychology studies are seen to be limited in national and international literature. However, besides economic, cultural, environmental and sociological effects of tourism, social psychological influences can important role for solution of many international, intercultural and international problems. In many studies (Pizam, Jafari and Milman, 1991; Pizam, Fleischer and Mansfield, 2002; Milman, Reichel and Pizam, 1990), it has become clear that social prejudices and hostilities are reduced by tourism. Because under certain conditions, tourism provides people with social contact with each other, reducing the stereotypes and

prejudices that have been obtained from the media, from the books, and from the surrounding areas. Allport's (1979) social contact theory is one of the most important theories explaining this situation. The concept of group contact refers to the relationship and interaction between two or more groups. Allport has stated that group interaction is an effective method for reducing prejudices among different ethnic groups, religious groups or other opposing groups. This theory supposes that hostility between groups is due to the fact that groups are foreign and distant from each other and that hostility can be reduced by the interaction of groups. In this context, the purpose of this study is to emphasize the tourist and local people relations in terms of social psychology issues and to reveal how attitudes change by way of tourism. In this aim, relevant literature has been examined and studies carried out have been put forward. As a result, tourism is an important sector that contributes to world peace by reducing social distractions, prejudices, hostilities and many negative feelings and thoughts. In the recent studies, social psychology and tourism disciplines need to work together to reveal the importance of tourism in terms of social psychology.

Key words: Tourism, Social Psychology, Prejudice, Stereotype, Peace

YEREL HALKIN TURİZMİN SOSYOKÜLTÜREL ETKİLERİNE İLİŞKİN ALGILARI

Ayhan DAĞDEVİREN

Çankırı Karatekin Üniversitesi
ayhandagdeviren@karatekin.edu.tr

Ahmet TAYFUN

Gazi Üniversitesi
ahmettayfun@gazi.edu.tr

Özet

Araştırmanın amacı, yerel halkın turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algıları ile sosyodemografik özellikleri arasında istatistikî olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığını saptamaktır. Araştırmanın evrenini Antalya ilinde yaşayan 18 yaş ve üstü yerel halk oluşturmaktadır. Araştırma, Antalya ilinin turizmin en yoğun yaşandığı ilçeleri Kemer, Manavgat ve Alanya'nın merkezlerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Toplam 1200 kişiye anket uygulanmış ve bu anketlerin 1161'i değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmadan elde edilen verilerin frekans ve yüzde dağılımları verildikten sonra faktör analizi, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Daha sonra, araştırmanın amacına uygun olarak bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü varyans analizi ile veriler analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda; yerel halkın turizmin sosyokültürel etkilerine ilişkin algıları ile "yaş", "turizm sektöründe çalışma durumu", "hanedeki kişi sayısı" arasında istatistikî olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmezken "cinsiyet", "medeni durum", "doğum yeri", "çocuk durumu", "ikamet süresi", "eğitim durumu", "meslek", "gelir", "mülkiyet durumu", "turistlerle iletişim kurma durumu" arasında istatistikî olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Anahtar sözcükler: Yerel Halk, Turizmin Sosyokültürel Etkileri, Algı, Sosyo-demografik Özellikler

LOCAL PEOPLE'S PERCEPTIONS REGARDING SOCIO-CULTURAL IMPACTS OF TOURISM

Abstract

The aim of study is to determine whether there is a statistically significant difference between local people's perceptions regarding socio-cultural impacts of tourism and sociodemographic characteristics. The universe of study consists of local people who are 18 aged and over living in Antalya province. The study was carried out in the central Kemer, Manavgat and Alanya, the most intense tourism districts of Antalya province. In the study, survey was used as data collection tools. The survey was applied to total 1200 people and 1161 of these surveys were evaluated. Factor analysis, validity and reliability analyses were performed after the frequency and percentage distributions of the data obtained from the study were given. Then, data were analysed by independent samples t-test and one-way analysis of variance in accordance with the aim of the study. As a result of research, it has been determined that there is a statistically significant difference between local people's perceptions regarding socio-cultural impacts of tourism and sex, marital status, birthplace, child status, length of residence, educational status, occupation, income, ownership status, status of contact with tourists, while determining there is not a statistically significant difference between local people's perceptions regarding socio-cultural impact of tourism and age, working status in the tourism sector, number of people in household.

Key words: Local People, Socio-Cultural Impacts of Tourism, Perception, Sociodemographic Characteristics

TURİZM FAALİYETLERİNİN POPÜLER KÜLTÜRÜN YAYGINLAŞMASINA ETKİSİ

Öğr. Gör. Lutfullah Sadi TOPRAK

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
toprak_sadi58@hotmail.com

Yrd. Doç. Dr. Faruk Kerem ŞENTÜRK

Düzce Üniversitesi
keremsenturk@duzce.edu.tr

Özet

Gündelik yaşamın kültürü olarak tanımlanan popüler kültür emeğin gündelik olarak yeniden üretimini sağlayan eğlenceyi içermekte, bu yönü ile yaşam tarzı ve tüketim kavramları ile biçimlenmektedir. Popüler kültürün tüm kültür formlarının ortak paydası olduğu, toplumun tüm sınıflarının aynı anda tükettikleri, en yaygın ve vakit geçirmeye/eğlenceye dayalı bir kültür olduğu ifade edilebilir (Uygunkan, 2007: 10; Karakoç, 2009: 4). Esasında turizm ve kültür, insanların birlikte yaşamaları ve birbirlerini etkilemeleri sonucu ortaya çıkan olgulardır. Kültür taşıyıcısı olarak turizm faaliyetlerinin, insan ve insan toplulukları arasındaki bağları kuvvetlendirdiği söylenebilir (Özdemir, Gürkam ve Kırıl, 2000: 80). Bu çalışmanın amacı, turizm faaliyetlerinin popüler kültürün yaygınlaşmasına etkisini irdelemektir. Bu bağlamda nitel bir araştırma deseni üzerinden ve literatür taraması yöntemiyle araştırmanın amacına ulaşılması hedeflenmiştir. Turizmin etkisiyle kültürel yayılma, uluslar arası organizasyonlar gibi benzeri faktörler mekanlar arası farklılıkları ortadan kaldırıp, her yerin birbirine benzemesine yol açmaktadır. Bu bir anlamda yerel, bölgesel, ulusal kimliğin ve imajın ortadan kalkmasıdır ve bu açıdan (Emekli, İbrahimov ve Soykan; 2006: 5) turizm, kültürel değişime ve kültür yayılmasına aracı olan en önemli sektördür (Avcıkurt, 2009: 66). Dolayısıyla turizm, diğer yönüyle farklı kültürlerdeki insanları birbirine yaklaştırarak kültürel alışverişe olumlu veya olumsuz katkı sağlamakta yerel halkın ve turistlerin kültür anlayışını genişletmektedir (Stylidis, 2012: 40). Örneğin; Tawai'de yapılan bir araştırmada köylülerin turistlerin giyim tarzını özendikleri için geleneksel kıyafetleri tercih etmediği, köylülerin geleneksel ve modern kıyafet arasında bir kıyafet tarzını benimsediği anlaşılmaktadır (Huttasin, 2008: 185). Bu bakımdan yerel halk, turistlerin davranışlarını ve maddi varlıklarını gözlemleyerek onların giyim-kuşam tarzlarını/eylemlerini taklit edebilir. Özendirme etkisi olarak adlandırılan bu durum bir toplumu sahip olmadıkları değerlere yönelik çaba göstermeye cesaretlendirdiği durumlarda olumlu sonuçlara yol açarken diğer taraftan yıkıcı bir etki olarak ortaya çıkabilir (Williams, 1998: 152-153). Sonuç olarak dinlenme/eğlence faaliyetlerine dayanan turizmin popüler kültürü etkilemesi ve popüler kültürden etkilenmesi kaçınılmazdır.

Anahtar sözcükler: Turizm, Popüler Kültür, Kültür

THE EFFECTS OF TOURISM ACTIVITIES ON SPREADING POPULAR CULTURE

Abstract

Popular culture which is defined as the culture of everyday life, includes entertainment that allows daily reproduction of labor and is shaped by the concepts of life style and consumption. It can be argued that the popular culture is the common stake of all cultural forms and that it is the most common and time-consuming / entertainment-based culture that all classes of society consume at the same time Uygunkan, 2007: 10; Karakoç, 2009: 4). Actually, tourism and culture are the phenomenon emerge related to the consequences of people living together and influencing one another. As a cultural carrier, it can be said that tourism activities strengthen the ties between human and human communities (Özdemir, Gürkam ve Kırıl, 2000: 80). The purpose

of this study is to examine the impact of tourism activities on spreading populist culture. In this context, it was aimed to reach the purpose of the research through a qualitative research design and literature review method. Similar factors, such as cultural spreading and international organizations remove the differences between places and lead to similarities everywhere due to tourism activities. It's a sense that local, regional, national image and identity disappears (Emekli, İbrahimov ve Soykan; 2006: 5) and tourism becomes the most important sector that effects the cultural exchange and spread (Avcıkurt, 2009: 66). Tourism, on the other hand, contributes positively or negatively to cultural exchange by bringing people in different cultures together and expanding the cultural understanding of local people and tourists (Stylidis, 2012: 40). For example, in a study conducted in Taiwan reveals that villagers do not prefer traditional clothes due to emulating tourist clothing style and prefer a clothing style between modern and traditional clothing style (Huttasin, 2008: 185). In this respect, local people can imitate tourists' clothing-style / actions by observing their behaviour and material assets. This situation, called the encouragement effect can lead to positive results where a society is encouraged to try to have what they do not have, but it can be a devastating effect from the other side (Williams, 1998: 152-153). As a result, it is inevitable that tourism based on recreational activities will influence popular culture and be influenced by popular culture.

Key words: Tourism, Popular Culture, Culture

TERÖR SALDIRILARININ TURİZM FAALİYETLERİNE ETKİLERİNİN ÇÖZÜM ÖNERİLERİ ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ

Öğr. Gör. Ebru BAĞCI

Beykent Üniversitesi
ebrubagci@beykent.edu.tr

Terörizm kurbanları değil, gözleyen halkı amaçlar (Brown, 2004)

Özet

Bu çalışmada, terör ve terörizm kavramları, terör saldırılarının dünya ve Türkiye ekseninde turizm ile olan bağlantısına ve bu saldırıların turizm faaliyetlerine olan etkileri ayrıntılı bir şekilde ele alınıp incelenmeye çalışılmıştır. Çalışma nitel bir çalışmadır bu nedenle ikincil kaynaklardan elde edilen bilgiler derlenmeye çalışılmıştır. Yaşanan terör olaylarının terör ve terörizm kavramlarına getirdiği yeni tanımlamalar yanında kamusal alanda yapılması zorunlu değişikliklere de değinilmiştir. Terör saldırılarının yoğunlukla terör olayının gerçekleştirildiği bölge dışından turistlerin bulunduğu turistik alanlarda turistleri hedef alacak şekilde gerçekleştirilmesinin sebeplerine değinilmiştir. Terör örgütlerinin eylem planlamasındaki hedef seçimi ve terör eyleminin gerçekleştirileceği eylem şeklini seçme sebeplerine değinilmiştir. Terör olaylarının yaşandığı bölgelere ait olayın yaşandığı dönem ve sonraki dönem istatistiki verilerine ulaşıp bu veriler arasında farkın olup olmadığına bakılmış ve bu durumla ilgili değerlendirmelere yer verilmiştir. Turizmi hedef alan terörist saldırıları Dünya ve Türkiye çerçevesinde derlenmiş, neden olduğu kayıplarla birlikte tablolaştırılmıştır. Terör gruplarının etkinlik dönemleri ve savundukları ideolojiler çerçevesinde gruplandırılmalarına değinilmiştir Turizmin gelişimi için gerekli ortam özellikleri ve bu ortamı engelleyici faktörlerden bahsedilmiştir. Elde edilen bu bilgiler ile terör saldırılarının turizm faaliyetlerine olan etkilerini en alt seviyede tutmak için yapılması gerekenler öneriler şeklinde verilmiştir. Bu çalışma ileride terör saldırıları ve turizm faaliyetlerine etkileri konularında yapılacak olan çalışmalara ön fikir oluşturması ve bu konuların farklı boyutlarıyla ele alınmasına kaynak oluşturabilecektir.

Anahtar Sözcükler: Terör, Terör Saldırıları, Turizm, Terör Saldırıları ve Turizm İlişkisi

EVALUATION OF RESPONSE PROPOSALS ON THE EFFECTS OF TERRORISM TO TOURISM ACTIVITIES

Abstract

In this search, it is tried to study in a detailed way about the concepts of terror and terrorism, the relation of terror attack with tourism and the effects on tourism activities in Turkey and the World. The study is a qualitative and the secondary sources are used for getting information, because of that, In addition to the new definitions introduced by the terrorist incidents in the concepts of terrorism, the necessary changes in the public arena have been mentioned. It has been mentioned that the terrorist attacks are carried out in such a way as to target the tourists in the touristic areas where the terrorist acts are carried out from outside the region. The selection of targets for terrorist organizations' action planning and the way in which terrorist acts are carried out are mentioned. Terrorist attacks were collected in the framework of World and Turkey and tabulated with the losses. The period of activity of the terrorist groups and the period of terrorist activity were examined. It is mentioned that their advocates are grouped on the basis of ideology. It is advised the ways how to keep the effects of terrorism attack on tourism at the

bottom. This study will become on source for the other studies about terror attack and their effects on tourism activities as preliminary idea and a detailed research.

Key words: Terror, Terror Attacks, Tourism, Relationship Between Terror Attacks and Tourism

TÜKETİRKEN TÜKENİYORUZ FARKINDA(MI)YIZ**Öğr. Gör. Figen SEVİNÇ**Bartın Üniversitesi
fsevinc@bartin.edu.tr**Doç. Dr. Erol DURAN**Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
eroldurantr@yahoo.com**Özet**

Deniz turizmi, çevresel duyarlılığı, ulusal ve uluslararası düzeydeki yatırımları, geliştirdiği iş hacmi, istihdam olanakları, döviz girdileri, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel etkisi ile turizmi bir kalkınma aracı olarak gören ülkeler için önemli hale gelmiş, birçok ülkede deniz turizmine yönelik yatırımlar ve teşvikler hız kazanmıştır. Bu hızlı gelişmeler turizmin, tüketimin artmasını kolaylaştıran ve tüketilebilen bir alana dönüştürülmesine, çevresel tehditlerin özellikle kıyı ülkelerinde göz ardı edilemeyecek boyutlara ulaşmasına sebep olmaktadır. Çevrenin sınır tanımadığı göz önüne alındığında, eylem planları ve projelerin zorunlu bir gereksinim haline geldiği, tüketim kültürünün yaygınlaşarak turizm faaliyetlerine yansıdığı, her anı önemsenen işten arda kalan zamanların tüketimsel ve metalaşan bir boyuta dönüştüğü görülmektedir. Buradan hareketle çalışmada, bir kısır döngü haline gelen tüketim ve turizm uygulamalarına değinilmekte, dünyada hızla yayılmaya başlayan çöp adalar kavramsal çerçevede ele alınmakta ve sürdürülebilir uygulamalara yönelik önerilerde bulunmaktadır.

Anahtar sözcükler: Tüketim Kültürü, Deniz Turizmi, Sürdürülebilirlik, Çöp Adalar

ARE WE AWARE THAT WE ARE CONSUMED WHILE CONSUMING?**Abstract**

Marine tourism has become important for the countries which consider tourism as a means of development thanks to its environment awareness, national and international investments, volume of business, employment opportunities, foreign exchange earnings, socio-economic and socio-cultural impacts, and the investments, and incentives for marine tourism have accelerated in a number of countries. These rapid developments have caused tourism to turn into a field which makes the increase in consumption easier and itself becomes consumable, as well as the environmental threats to reach a dimension that can no longer be ignored especially in coastal countries. Considering that environment cuts across all the boundaries, it has been observed that action plans and special projects have become crucial, consumption culture has become so prevalent that it affects the tourism activities, and leisure times left from the work, of which each moment is precious, have developed into a consumption-relevant and commodified dimension. Thus, this study refers to the consumption and tourism practices that have turned into a vicious circle, investigates the pollution islands that have swiftly spread in the world within a conceptual framework, and makes suggestions with regard to some sustainable practices.

Key words: Consumption Culture, Marine Tourism, Sustainability, Pollution Islands

BULUT (TAR) ŞEHALESİ VE ÇEVRESİNİN REKREASYON POTANSİYELİ**Yrd. Doç. Dr. Salih BİRİNCİ**Atatürk Üniversitesi
sbirinci@atauni.edu.tr**Arş. Gör. Çağlar Kıvanç KAYMAZ**Atatürk Üniversitesi
ckkaymaz@gmail.com**Aykut Camcı**Atatürk Üniversitesi
aykutcamci58@gmail.com**Özet**

Sanayileşme ve beraberinde gelişen kentleşme süreci ve şehir hayatının getirdiği stres ve yorgunluk insanların dinlenme ve eğlenme ihtiyaçlarını karşılanmasına yönelik olarak turizm ve rekreasyon hizmetlerinin çeşitlenmesi ve gelişmesine yol açmıştır. Bu çerçevede özellikle son yıllarda doğaya dayalı turizm ve rekreasyon faaliyetleri ön plana çıkmaya başlamıştır. Bu kapsamda jeolojik, jeomorfolojik, flora, fauna ile hidrografik kaynaklar gerek ülkemiz gerekse de dünyada en çok tercih edilen kaynakların başında gelmektedir. Özellikle ülkemizde turizmin çeşitlendirilmesi ve ülke geneline yaygınlaştırılması amacıyla alternatif turizme ağırlık verilmesi ve bu kapsamda yapılan çalışmalar doğaya dayalı turizmin gelişmesine katkıda bulunmuştur. Bu kapsamda Türkiye’de doğaya dayalı turizm açısından potansiyeli en yüksek sahaların başında Doğu Karadeniz Bölümü gelmektedir. Bu alanda doğaya dayalı birçok saha turizme açılmış olmakla birlikte günümüzde doğal güzelliğini koruyabilen doğal alanlar bulunmaktadır. Bu çalışmada bu alanlardan biri olan Bulut Şelalesi ve çevresinin rekreasyon potansiyeli ortaya konularak sürdürülebilir turizm açısından çeşitli önerilerde bulunulması amaçlanmaktadır. Şelale Rize iline bağlı Çamlıhemşin ilçesi Kaplıca Köyü sınırları içinde yer almaktadır. İlçe merkezine yaklaşık 9 km, Ayder Turizm Merkezine ise 5 km uzaklıktaki çalışma sahası şelale dışında flora ve fauna ve kırsal yaşam özellikleriyle de dikkat çekmekte ve bu yönüyle Orman ve Su İşleri Bakanlığı Milli Parklar Genel Müdürlüğü tarafından 2016 yılında tabiat anıtı olarak koruma altına alınmıştır. Turizme açılan sahada atlı doğa yürüyüşü, trekking, foto safari gibi etkinlikler yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir. Çalışmada sahanın rekreasyon potansiyeli Gülez (1990) yöntemine göre belirlendikten sonra sahadaki turizm ve rekreasyon faaliyetlerinin sürdürülebilirliği çevredeki diğer turizm merkezleri ve korunan alanlarla entegre bir şekilde sürdürülebilir yönetimi açısından önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Bulut Şelalesi, Rekreasyon, Turizm, Rize, Çamlıhemşin**RECREATION POTENTIAL OF THE BULUT (TAR) WATERFALL AND ROUNDS****Abstract**

Industrialisation and urbanisation progress and the stres which is cause by the busy city life have led to the development and variation of tourism and recreation services in order to meet the people’s relaxation and entertainment needs. Within this scope, especially in recent years tourism and recreation activities based on nature started to come into prominence. In this content, geological, geomorphological, floral, faunal, and hydrographical sources are the most favoured sources both in our country and around the world. Especially variation of tourism and concentration on alternative tourism for its popularisation in the nation and the actions taken in

this area have done a huge contribution to the development of nature based tourism. Within this content, in Turkey among the areas with high potential in terms of nature based tourism, Eastern Blacksea Area has the highest potential. In this area, many fields have been opened for tourism and there are many areas with well preserved beauty to this day. In this study, it is aimed to show the recreational potential of Bulut Waterfall and its roundabouts in terms of sustainable tourism. The waterfall is located in the borders of Kaplıca Village which belongs to Çamlıhemşin town of Rize. Construction site which is about 9kms from county seat and about 5kms from Ayder Tourism Center, besides the waterfall it draws attention with its floral, faunal, and rural life features and with its aspects, the area was taken under protection by the Directorate of Nature Conversation and National Park Ministry of Forestry and Water Affairs as a nature monuments in 2016. In the areas which are open for tourism, activities such as horseback riding, trekking, photo safari attracts both domestic and foreign tourists. During the study, potential of the area was determined according to Gülez (1990) method and suggestions on sustainability of recreational activities, other tourism centers in the area and protected areas in order them to be well integrated with each other in terms of sustainability were made.

Key words: Bulut Waterfall, Recreation, Tourism, Rize, Çamlıhemşin

BEYDAĞLARI YÖRÜK GÖÇ YOLLARININ DOĞAL VE KÜLTÜREL COĞRAFYA ÖZELLİKLERİ VE TURİZM AMAÇLI KULLANIMINA YÖNELİK PLANLAMA ÖNERİLERİ

Cemali SARI

Akdeniz Üniversitesi
cemsari@yahoo.com

Özet

Bu çalışmanın amacı, Antalya'nın batısında yer alan Yörük göç yollarını belirlemek, bu yolların çevresindeki doğal ve kültürel coğrafya özelliklerini ortaya çıkarmak ve turizm amaçlı kullanımına yönelik planlama önerileri sunmaktır.

Kemer, Kumluca, Finike ve Elmalı ilçelerinde, 37 köyde, 13 sorudan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu araştırmacı tarafından görüşmeyi kabul eden 21 kişiye yöneltildi. Katılımcı gözlem ve görüşme ile elde edilen verilerden Yörük grupları tarafından en çok rağbet gören yaylanın Beydağı yaylası olduğu anlaşıldı.

Beydağı Yaylası Yörük Göç Yolu'nda yaylak ile kışlak arasındaki güzergahta çalışmalar başlatıldı. Mavikent, Yeşilköy, Adrasan(Çavuşköy) yakın çevresinde ve Kumluca ovasında kışlayan göçerlerin Beydağı yaylası arasındaki göç yolu, bu göç yol üzerindeki günübirlik ve kısa süreli konaklama yerleri GPS ile tespit edildi ve ArcMap haritalama metodu kullanılarak göç rotaları haritalandırıldı. Mavikent köyü ve çevresindeki kışlaklardan Akpınar yaylasına kadar ulaşan göç yolu yaklaşık 101.4 km kadardır. Kışlaktan yaylağa göç 5-8 gün sürmektedir. Çataltepeler, Ağıldibi ve Kepez'de bir, Ayıpınarı'nda ise 1-5 gece konaklanır. Bunun yanı sıra göç esnasında hayvanların durumuna göre kısa konaklama yerleri de vardır.

Kışlaktan yaylağa kısa ve uzun konaklama yerlerinde yapılacak coğrafi işaretlemelerle Beydağı Yaylası Yörük Göç Yolu ekoturizm, kırsal ve kültür turizmi kapsamında değerlendirilebilir.

Anahtar sözcükler: Beydağı Yaylası, Yörük Göç Yolları, Turizm, Batı Toroslar, Antalya.

THE NATURAL AND CULTURAL GEOGRAPHICAL FEATURES OF ROUTES OF YORUKS MIGRATION IN THE BEYDAGLARI (WESTERN TAURUS MOUNTAINS) AND PLANNING SUGGESTIONS FOR THE PURPOSE OF TOURISM USE

Abstract

The purpose of this study is to identify Turkish nomad migration routes in the western part of Antalya, reveal natural and cultural geographical features along this route and make suggestions regarding the planning to use it touristic purposes.

The semi-structured interview form consisting of 13 questions were asked to 21 local people in 37 villages in Kemer, Kumluca, Finike and Elmalı counties. The data obtained from participant observation and interviews have shown that the most favourable plateau for the nomad groups are Beydagi Plateau.

The route between Beydagi Plateau where nomads winter over at Mavikent, Yeşilköy and Adrasan (Çavuşköy) and in the vicinity. Along this route, excursion and short-term accommodations were detected with GPS and migration route was mapped by ArcMap mapping method. Migration route was taken directly from the scene via GPS and resorts aggregation in the way of GCS WGS 1984.

The migration route to Beydagi highland from the winter quarters of Mavikent village is approximately 101.4 km long. Migration from winter quarters to summer pasture takes 5-8 days. Nomads were hosted in Çataltepeler, Ağıldibi and Kepez one day and in Ayıpınarı 1-5 days. In

addition to this, accommodation places for shorter periods of time existed considering the needs of animals.

From winter quarters to summer pasture, via geographical indication Beydagi Yörük Migration Route can be evaluated within the scope of ecotourism, rural and cultural tourism. The revitalization efforts of nomad migration-an important ritual organized every year-could be organized along Beydagi migration route identified in the study.

Key words: Beydagi Plateau, Yoruk Migration Routes, Tourism, West Taurus, Antalya

ALTERNATİF TURİZM KONSEPTLERİ KAPSAMINDA BİR DESTİNASYON POTANSİYELİNİN İNCELENMESİ

Yrd. Doç. Dr. Birgül UYAN

Siirt Üniversitesi

birguluyanl@siirt.edu.tr

Özet

Son yıllarda kentsel ve bölgesel düzeyde sosyo-ekonomik gelişme üzerine odaklanmış çalışmalar yoğunlaşmıştır. Kentsel ve bölgesel düzeyde sosyo-ekonomik gelişmelerin ulusal ekonomiye olumlu yansımaları olmaktadır. Tam bu noktada alternatif turizm konseptleri kentin sahip olduğu sosyal, kültürel, doğal varlıkların, kaynakların değerlendirilmesi ve kentlerin sosyo-ekonomik olarak gelişimine katkı sağlaması açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu çalışmada alternatif turizm konseptleri kapsamında bir destinasyon potansiyeli olarak K.Maraş, Hatay, Gaziantep ve Şanlıurfa kentleri incelenmektedir.

Anahtar sözcükler: Alternatif Turizm, Turistik Destinasyon, Kent Turizmi

INVESTIGATION OF A DESTINATION POTENTIAL IN THE SCOPE OF ALTERNATIVE TOURISM CONCEPTS

Abstract

In recent years, studies have concentrated on socio-economic development at the urban and regional level. Socio-economic developments at the urban and regional level are the positive reflections of the national economy. At this point, alternative tourism concepts offer significant opportunities in terms of social, cultural and natural assets that the city possesses, resources assessment and contribution to urban socio-economic development. In this study, the cities of K.Maraş, Hatay, Gaziantep and Şanlıurfa are examined as a destination potential within the scope of alternative tourism concepts.

Key words: Alternative Tourism, Touristic Destination, Urban Tourism

TURİZM SEKTÖRÜNDE DESTİNASYON MARKALAMASI: VAN DESTİNASYONU İÇİN “DÖRT AYAKLI” MARKALAŞMA MODELİ ÖNERİSİ

Doç. Dr. Çağatan TAŞKIN

Uludağ Üniversitesi
ctaskin@uludag.edu.tr

Araş. Gör. Onur ÖZTÜRK

Uludağ Üniversitesi
onurozturk@uludag.edu.tr

Araş. Gör. Ahmet Akif KARADAMAR

Uludağ Üniversitesi
aakaradamar@uludag.edu.tr

Özet

“Bacasız sanayi” olarak da adlandırılan turizm sektörü, günümüzde pek çok ülkenin ekonomik kalkınmasında temel rol oynamaktadır. Dünya turizm pazarında artan rekabet ise ülkeleri farklılaşmaya ve hedef kitleler için özgün turizm ürünleri sunmaya zorlamaktadır. Dünya Turizm Örgütü (WTO) verilerine göre, Türkiye uluslararası turist sayısı açısından 2015 yılında altıncı sırada yer almıştır. Aynı yıl, uluslararası turizm geliri açısından ise 12. sıradadır. WTO verileri temel alındığında, 2015 yılında yabancı turist başına elde edilen gelir ise 673 dolar olarak gerçekleşmiştir. Aynı yıl Türkiye’nin dünya turizm pazarındaki payı sadece %2.11’dir. Buna karşın, ABD ve Çin’in toplam pazar payı %25’tir. WTO verilerinden anlaşılacağı üzere Türkiye istenen turizm pazar payına sahip değildir.

Genel olarak, turizm sektöründe “deniz, kum ve güneş” üçlüsüne dayalı rekabet eden Türkiye’nin pazar payını arttıracak, özellikle “tarih ve kültür” ile “doğal güzellikler” nitelikleri üzerinden turizm pazarlarında konumlandırılacak yeni destinasyonlara ihtiyacı vardır. Potansiyel olarak, Türkiye’nin Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerindeki destinasyonlar söz konusu niteliklere oldukça uygundur. Bu çalışmanın amacı, ilgili literatürde Muhterem İlgüner ve Christer Asplund’ın ortaya koyduğu “dört ayaklı” (Kültürel miras, doğal yapı ve çevre, özgün çıktı ve yerleşik beceri) markalaşma modelini Van destinasyonu için uyarlayarak bir markalaşma modeli ortaya koymaktır. Markalaşma modeli çerçevesinde Van destinasyonunun paydaşları için pazarlama stratejileri önerilecektir.

Anahtar sözcükler: Markalaşma Modeli, Kültürel Miras, Turizm, Van Destinasyonu

DESTINATION BRANDING IN TOURISM INDUSTRY: A “FOUR DIMENSIONAL” BRANDING MODEL PROPOSAL FOR VAN DESTINATION

Abstract

Tourism industry, which is also called as “smokeless industry”, plays an essential role in the economic development of many countries. Increasing competition in the world tourism market forces the countries to differentiate and offer unique tourism products for their target markets. According to World Tourism Organization (WTO) data, Turkey ranked 6th place in terms of international tourist numbers in 2015. In the same year, it has the 12th place in terms of international tourism income. Based on WTO data, income per foreign tourist was realized as 673\$ in 2015. Turkey's share in the world tourism market was only 2.11%. By contrast, total market share of the USA and China was 25%. As understood from WTO data, Turkey does not have the desired tourism market share.

Turkey, competing in the tourism industry based on the “sea, sand and sun” trio, needs new destinations to be positioned especially through their “history and culture” and “natural beauties” attributes to increase its tourism market share. Destinations in the Eastern and South-eastern Anatolian regions of Turkey have potential in terms of these attributes. The aim of this study is to establish a branding model by adapting the model of Muhterem İlgüner and Christer Asplund, so-called “four-dimensional” (Cultural heritage, natural structure and environment, unique output and local skill) branding model to Van destination. Marketing strategies will be proposed for the stakeholders of Van destination.

Key words: Branding Model, Cultural Heritage, Tourism, Van Destination

DİM ÇAYI VADİSİ'NİN EKOTURİZM POTANSİYELİ

Doç. Dr. Mustafa ERTÜRK

Akdeniz Üniversitesi
merturk19@hotmail.com

Arş. Gör. Gökhan GÖKDEMİR

Akdeniz Üniversitesi
gokhan_gok@outlook.com

Özet

Günümüzde değişmekte olan turist beklenti ve tercihlerinin bir sonucu olarak, turizm anlayışı ve uygulamaları da giderek farklılaşmaktadır. Bugün pek çok turist, klasik turizm olarak adlandırılan “deniz, kum ve güneş” anlayışı yerine ekoturizm faaliyetlerine yönelmeye başlamıştır. Bu sayede yeni turizm durakları da giderek önem kazanmaktadır. Önemli bir turizm potansiyeline sahip olan ülkemiz, ekoturizm faaliyetleri açısından da uygun pek çok yer barındırmaktadır. Alanya ilçesinde bulunan Dim Çayı ve Dim Mağarası da önemli ekoturizm duraklarından bazılarıdır.

Çalışmada Alanya'nın önemli doğal alanlarından biri olan Dim Çayı Vadisi, ekoturizm faaliyetleri açısından incelenmiştir. Bu doğrultuda vadi üzerinde gerçekleştirilen ve gerçekleştirilecek turizm faaliyetleri, vadiyi ziyaret eden turistlerin profilleri ve turizme dair beklentiler ele alınmıştır. Elde edilen bilgiler doğrultusunda ekoturizm faaliyetlerinin durumu, gelişimi ve geleceği hakkında çıkarımlarda bulunulmuştur. Yapılan tespitler sonucu ekoturizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği, yönetimi ve tanıtımı konusunda çeşitli problemler olduğu görülmektedir. Doğal çevreyle uyumlu bir planlama ve tanıtım ile Dim Çayı Vadisi'nin ekoturizm potansiyelinin artacağı düşünülmektedir. Kamu kurumları ve yerel işletmelerin birlikte atacağı adımlarla Dim Çayı Vadisi önemli bir ekoturizm merkezi haline gelebilir.

Anahtar sözcükler: Dim Çayı, Dim Mağarası, Ekoturizm, Alternatif Turizm, Alanya

ECOTOURISM POTENTIALS OF DIM RIVER VALLEY

Abstract

Today, as a result of changing tourist expectations, understanding of tourism has begun to change gradually and tourism activities have begun to diversify. Now, many tourists are turning to ecotourism types from the classic tourism called sea, sand, sun trilogy. In this way, new tourism destinations are gaining importance. Turkey has a lot of appropriate places for ecotourism activities and Alanya is one of these with Dim River, Dim Cave and etc.

In this study; it was wanted to research Dim River Valley, which is one of the important areas for ecotourism of Alanya, and discover its tourism potentials. It was tried to find out tourism status like what are the tourists' profiles, which activities are preferred and what are the tourism expectations. Obtained information was analysed then made inferences about ecotourism status, future and development. According to obtained results there are some problems in management, sustainability and also advertisement. It is thought that Dim Valley may have a greater tourism potentials if true planning and promotion are made. If the right steps are taken with public institutions and local businesses Dim River Valley may become a more important destination for ecotourism.

Key words: Dim River, Dim Cave, Ecotourism, Alternative Tourism, Alanya

TOURISM RECEIPTS, FINANCIAL DEVELOPMENT AND ECONOMIC GROWTH IN 14 WEST ASIAN COUNTRIES: A PANEL COINTEGRATION ANALYSIS

Assist. Prof. Önder BÜBERKÖKÜ

Yüzüncü Yıl University

onderbuber@gmail.com

Abstract

Tourism revenues are a major source of foreign exchange, especially for developing countries. Additionally, a country's level of financial development influences its long-term economic growth as a result of the mobilization of savings and efficient allocation of economic resources, amongst other things. Therefore, this study examines the relationships among tourism receipts, financial development, and economic growth in 14 West Asian countries: Armenia, Azerbaijan, Bahrain, Cyprus (which comprises North and South Cyprus), Georgia, the Islamic Republic of Iran, Israel, Jordan, Kuwait, Lebanon, Oman, Turkey, the United Arab Emirates, and Yemen. GDP per capita, tourism receipts per capita (in terms of U.S. dollars), and domestic credit provided by the financial sector (as % of GDP) are used as respective proxies of economic growth, tourism revenues, and level of financial development. Data were obtained from the World Bank's World Development Indicators 2016 database. Pedroni's (1999, 2004) and Kao's (1999) panel cointegration tests were applied to identify any long-term relationships among the relevant variables, due to the availability of yearly data from 1997 to 2013. Then, the cointegrating coefficient was estimated according to Pedroni's (2004) panel group mean FMOLS (Fully Modified Least Squares) estimator. The results clearly show that tourism receipts, level of financial development, and economic growth are cointegrated; 1% increases in tourism receipts and levels of financial development are matched by 0.69% and 0.32% increases, respectively, in GDP per capita over the long run. Additionally, country-specific findings also indicate that the tourism coefficient is positive and statistically significant for 12 of the 14 West Asian countries (nearly 86%). These findings reveal that in order to promote economic growth in the long run, policy makers in these West Asian countries should transfer some of their resources to the tourism sector.

Key words: Tourism Receipts, Financial Development, Economic Growth, West Asian Countries

TURİZMİN GELİŞMESİNDE TEMEL KURALLAR; YOZGAT'TA KIRSAL TURİZM ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Alper ÇEVİK

Trakya Üniversitesi
alpercevik@trakya.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Esra BALIKÇI

Bozok Üniversitesi
esra.balikci@bozok.edu.tr

Prof. Dr. Galip AKIN

Bozok Üniversitesi
galip.akin@bozok.edu.tr

Özet

Bir ülke ya da bölgede turizmin istenilen düzeyde gelişip, insanların sosyo ekonomileri ve yaşam kalitelerinin artırılmasının en önemli koşullarından biri, turizm ile ilgili tüm potansiyellerin toplanıp, değerlendirildikten sonra tasarımıyla mümkündür. Turizmde sürdürülebilirlik ve verimlilik isteniyorsa ilk yapılması gerekenin, turizmin yapılması ile ilgili tüm verilerin toplanıp, değerlendirilmesi ile doğru kararların ve girişimlerin yapılacağını bilmek durumundayız. Turizmin gelişip istenilen düzeye gelmesinde hiç unutulmaması gerekenin turistin güvenlik ve memnuniyetinin ön planda tutulmasıdır. Turizmin bir yerde gelişmesinde resmi kurum ve kuruluşların, halkın, özel sektörün, sivil toplum örgütlerinin, iş adamları ve turizm ile ilgili herkesin turizm konusunda bilgili, istekli ve koordineli hareket etmelerinin önemi ve değeri göz ardı edilmemelidir.

Turizmin gelişmesinin tarım, hayvancılık, sanayi, ulaşım, sağlık sektörlerinin de gelişmesinde önemli bir paya sahip olduğu bilinmelidir. Bunların yanında, kırsal turizm, spor turizmi, çiftlik turizmi, dağ turizmi, doğa turizmi, yayla turizm, mağara turizmi gibi kırsal turizm çeşitleri arasında entegrasyonların sağlanması kırsal turizmin gelişmesinde yaratacağı olumlu etkiler unutulmamalıdır. Ayrıca bölgedeki işsizliğin azaltılmasında, göçün önlenmesinde, doğanın korunmasında, geliştirilmesinde, halkın bilinçlenmesinde, çarpık kentleşmenin önlenmesinde, ulaşım yollarının geliştirilmesinde, hatta halkın sosyalleşmesinde turizmin katkıları açıkça görülebilecek nitelikte olacaktır. Bu kadar geniş etkisi ve katkısı olabilecek olan turizmin gelişmesinin istenilen düzeyde olabilmesinin ön şartının turizmin başlangıcı aşamasında her türlü potansiyel ve veriler toplanıp, Swot gibi analiz yöntemleri ve diğer yöntemlerle değerlendirilip, en uygun tasarımlarının yapılarak başlanmasına bağlı olduğu gerçeği gözden kaçırılmamalıdır. Bu çalışmada turizmin açıklanması ve temel kuralları öz olarak verildikten sonra, Yozgat ilindeki kırsal turizm çeşitleri ve potansiyeli açıklanacaktır.

Anahtar sözcükler: Turizm, Sürdürülebilirlik, Kırsal Turizm, Tasarım, Yozgat

BASIC RULES IN TOURISM DEVELOPMENT; A RURAL TOURISM EXAMPLE IN YOZGAT

Abstract

One of the most important conditions for improving tourism in a country or in a region to the desired level and for increasing people's socioeconomics and quality of life is possible by designing it after collecting all potential for tourism and assessing it. If sustainability and productivity are required in tourism, we should be aware that the first thing to do is to know

right decisions and initiatives are made by collecting and assessing all data about tourism. The thing that should never be forgotten for tourism to develop and reach the desired level is to prioritize tourist's security and satisfaction. When tourism is developing somewhere, the importance and value of acting knowledgeable, willing and coordinated by official institutions and organizations, public, private sector, non-governmental organizations, business people and everyone involved in the tourism sector should not be ignored!

It should be known that development of tourism has an important share in the development of agriculture, animal, husbandry, industry, transportation, and health sectors. Moreover, it shouldn't be forgotten that providing integration among rural tourism types such as rural tourism, sports tourism, farm tourism, mountain tourism, nature tourism, highland tourism, and cave tourism has positive effects on the development of rural tourism. Additionally, tourism contributions will be clearly visible in reducing unemployment in the region, preventing immigration, preservation and development of nature, people's becoming conscious, preventing crooked urbanization, improving transportation and even in the socialization of the people. It shouldn't be overlooked that the prerequisite of tourism's development that can have such a wide impact and contribution to be at the desired level is to collect all kinds of potentials and data in the initial phase of tourism; to analyze it by analysis methods such as Swot and other methods and to do most appropriate designs.

In this study after introduction of tourism and basic rules are summarized, the types of rural tourism in Yozgat province and their potential will be explained.

Key words: Tourism, Sustainability, Rural Tourism, Design, Yozgat

ŞANGHAY İŞBİRLİĞİ ÖRGÜTÜ'NÜN TÜRKİYE TURİZM GELİRLERİ ÜZERİNE MEVCUT VE POTANSİYEL ETKİLERİ

Yrd. Doç. Dr. Mustafa Can SAMIRKAŞ

Mersin Üniversitesi
mustafa.can@mersin.edu.tr

Doç. Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU

Mersin Üniversitesi
msamirkas@mersin.edu.tr

Özet

Türkiye ekonomisi için hayati öneme sahip sektörlerden birisi olan turizm sektörü, her geçen gün mevcut potansiyelini koruma ve geliştirme yönünde önemli adımlar atmaktadır. Artan turizm yatırımlarının ekonomiye gelir olarak dönmesi ve turizm gelirlerinin ekonomi içindeki payını arttırması beklenmektedir.

Türkiye'ye gelen turistlerin önemli bir kısmı Avrupa'dan gelmekte olup, Türkiye'nin ihracat gelirlerinde olduğu gibi turizm gelirlerinde de önemli payın Avrupa'ya ait olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, bölgenin güçlü ekonomilerinden olan Rusya Federasyonu açısından da Türkiye popüler bir turizm destinasyonu olarak görülmektedir. Bu bağlamda, Rusya'dan gelen turistlerin de turizm gelirleri içerisinde önemli bir paya sahip olduğunu söylemek mümkündür. 2008 yılında yaşanan küresel finansal krizle birlikte Avrupa'da yaşanan talep daralması, 2015 yılında Rusya'yla yaşanan kriz ve Almanya, Hollanda gibi Avrupa ülkeleri ile yaşanan gerginlikleri Türkiye'nin turizm gelirlerine önemli etkisi olan olumsuzluklar olarak belirtmek mümkündür. Nitekim 2015 yılına kıyasla 2016 yılında, başta Rusya olmak üzere, Irak, İngiltere, Almanya ve Hollanda'dan gelen turist sayısında önemli düşüşler olduğu görülmektedir. Bu nedenle turizm gelirlerini arttırabilmek için öncelikle Türkiye'ye gelen turist sayısının korunması ve buna ek olarak farklı turistik amaçlarla seyahat edebilecek ve Türkiye'yi tercih edebilecek ülke sayısının çoğaltılması gerekmektedir.

Türkiye turizminde gelen ülke çeşitlendirmesi, uzun zamandır dile getirilen bir konu olmasına karşın, özellikle son yıllarda hem sektör temsilcileri hem siyasi otoriteler hem de araştırmacılar tarafından üzerinde durulan bir konu haline gelmiştir. Gerek uluslararası konjonktürel değişimlerin gerekse ülkeler arasındaki ilişkilerin turizm gelirlerine önemli etkileri olduğu görülmektedir. Türkiye için özellikle batıya bağımlılığın azaltılması amacıyla ekonominin çeşitlendirilmesi denildiğinde, akla ilk gelen alternatif örgütlerden birisi, Şanghay İşbirliği Örgütü'dür. 2012 yılında, Şanghay İşbirliği Örgütü, Türkiye'ye örgütle belirli alanlarda sınırlı işbirliği yapılmasına imkan sağlayan diyalog ortaklığı statüsü vermiş ve 2017 yılında Bakanlar Kurulu kararıyla onaylanan muhtıra ile Türkiye'nin diyalog ortaklığı süreci tamamlanmıştır. Bu bağlamda, bu çalışma kapsamında, Şanghay İşbirliği Örgütü ülkelerinin Türkiye'nin turizm gelirleri üzerine mevcut ve potansiyel etkileri ortaya konulacaktır.

Anahtar Sözcükler: Türkiye, Şanghay İşbirliği Örgütü, Turizm, Turizm Gelirleri

SHANGHAI COOPERATION ORGANIZATION'S CURRENT AND POTENTIAL EFFECTS ON TOURISM REVENUES IN TURKEY

Abstract

The tourism sector which is the one of the economical sectors that play a critical role for the Turkish economy is starting new steps to protect and develop its own potential continuously. It is supposed to be that the increasing investments in tourism sector will be gained as revenue for the economy and the percentage of tourism revenues will increase in economy.

The large proportion of the foreign tourists who visit Turkey is European origin and it is also observed that the Europe is the significant source of Turkey's tourism revenues as in Turkish export revenues. On the other hand, the Turkey is regarded as a popular touristic destination by Russian Federation which is the one of the strong economies of the region. Within this context, it is possible to argue that the tourists who come from Russia have a large part in total tourism revenues.

The demand shrinking in Europe due to global financial crisis in 2008, the crisis with Russia in 2015 and some diplomatic crises between Turkey and European countries such as Germany and Netherlands have resulted in negative effects on Turkish tourism. Hence, there had been sharp declines in number of foreign tourists particularly from Russia and Iraq, Netherlands, Great Britain and Germany. Thus, in order to increase the tourism income it can be discussed that maintaining the current situation initially then raising the number of countries with tourists who intended to travel for different touristic purposes, might be regarded as basic necessities.

Despite the diversification of countries of foreign tourists in Turkish tourism has been discussed for a long time, finally it has become an issue which is argued by politicians, sectoral representatives and researchers. It is obvious that both international cyclical situations and international relations have crucial effects on tourism income. Additionally, when discussing the economic diversification in order to reduce the Turkey's economic dependency on the West, The Shanghai Cooperation Organization is the one of the conceivable choices. In 2012, The Shanghai Cooperation Organization granted permission Turkey for dialogue partnership. After that, the process of dialogue partnership has been completed through cabinet decree in 2017. Within this paper, The Shanghai Cooperation Organization's member countries' current and potential effects on Turkish tourism income will be defined, in this regard.

Key words: Turkey, Shanghai Cooperation Organisation, Tourism, Tourism Revenue

TURİZMDE KENT MARKALAŞMASINDA SİVİL TOPLUM ÖRGÜTLERİNİN(STÖ) ROLÜ: VAN SİVİL TOPLUM ÖRGÜTLERİ ÖRNEĞİ

Yrd. Doç. Emine CİHANGİR

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
eminecihangir@yyu.edu.tr

Yasemin YETKİN

Gazi Üniversitesi
yetkinyasemin@hotmail.com

Yrd. Doç Dr. Ercan YAVUZ

Gazi Üniversitesi
eyavuz@gazi.edu.tr

Arş. Gör. Duygu METİN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
duygumetin@yyu.edu.tr

Arş. Gör. Asef SUBAŞI

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
asefsubasi@yyu.edu.tr

Özet

Rekabetin yalnızca firmalar ve ürünler arasında değil ülkeler ve kentler arasında yoğun şekilde sürdüğü küresel ekonomi şartlarında sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde etmek isteyen kentlerin markalaşma adına kentin tüm dinamikleri ile birlikte akılcı, hedef odaklı ve en önemlisi bütünsel çaba göstermeleri önemlidir. Bir kentin markalaşması, odak noktasında marka kimliğinin geliştirilmesi olan, kente ek çekiciliklerin kazandırılması sürecidir (Cevher; 2012), ancak bir kentin markasının güçlü bir marka haline getirilmesi öncelikle o kentte marka olmayı destekleyecek değerlerin ve niteliklerin bulunmasını da gerektirmektedir. (Özdemir, Karaca; 2009). Var olduğu düşünülen değer ve niteliklerin ortaya konmasında ise kentte yer alan çeşitli dinamiklerin bütünsel çabası önemlidir. Bu bağlamda, toplumsal dinamikler içinde önemli bir aktör olan ve içinde bulundukları toplumun beklenti ve ihtiyaçlarına yönelik olarak politikalar üreterek toplum yaşamındaki etnik, kültürel, dinsel, ideolojik, ekonomik değişimlerde rol oynayan Sivil Toplum Örgütlerinin (STÖ), kentin markalaşması sürecinde etkili olup olmadığının araştırılması ve sürece katkılarının pozitif yönlü etkisine yönelik neler yapılabileceğinin sorgulanması anlamlı görülmektedir. Çalışmada bu çerçevede içinde STÖ'lerin kentin markalaşmasında oynadıkları role ve başta turizm sektörü olmak üzere çeşitli sektörlerde yarattığı etki araştırılacaktır. Bu çerçevede özellikle şu sorulara yanıt aranacaktır: Van'da sanayi ve hizmet sektörlerine dönük (turizm, sağlık, eğitim gibi) olarak kurulmuş özel hedefleri içeren STÖ'ler var mı? Van'ın ekonomisine katma değer yaratacak dış veya yerel yatırımları çekmesinde STÖ'lerin rolü nedir? Van'ın bir cazibe merkezi haline gelmesinde STÖ'lerin son 20 yılda ne gibi faaliyetleri olmuştur? STÖ'lerin Van'ın ulusal ya da uluslararası tanıtımında tüm bu çerçevede rolleri ne? STÖ'lerin Van'ın markalaşmasına yönelik özel stratejileri var mıdır? Belirlenen araştırma sorularına yanıt bulabilmek için bu çalışmada nitel araştırma dizaynı kapsamında yarı-yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılacaktır. Araştırma sonuçları ile STÖ lerin kentin markalaşması sürecinde oynadığı rolün belirlenmesi yanı sıra Avrupa Birliğinin temel politikası olan toplumunun sivilleştirilmesine yönelik olarak STÖ lerin bu anlamda karşı karşıya kaldıkları zorluklar ve fırsatlar da belirlenerek sorunlara yönelik çeşitli çözüm önerileri sunulacaktır.

Anahtar sözcükler: Sivil Toplum Örgütleri, Van, Kentin Markalaşması, Turizm

THE ROLE OF NON-GOVERNMENTAL ORGANISATIONS (NGOs) IN TOURISM-ORIENTED BRANDING OF THE TOWN: A CASE STUDY OF VAN'S NGOs

Abstract

The competition for the growth of economy is not only amongst the brands and companies, but being between the countries and cities. It is therefore important to move with the dynamics of the cities with the power, determination and participation. The conceptualisation of town branding premises a process of developing identification for the city while discovering additional attractions to the town (Cevher; 2012). In order to strength the brand of the town, there should have been some basic values and qualities which might support the process of being a brand (Özdemir, Karaca; 2009). While determining the inherited values and attractions, the completed support of local dynamics is a salient factor. This subject needs to be studied, not least because the NGOs with its specific focus on producing policies for the local communities plays an vital role in changing, directing and understanding the locals' culture, values, economical, and ethnic values, being deserved to be studied on if it has an important role in branding the town as well as in what they might make contribution to this process. In this study, it will, therefore, be discovered the fact that how the NGOs have already made contribution to branding of the city, with particular emphasis on their effects on the tourism sector. While understanding this aim, this study will emphasise on the following research questions: Does Van has any specialised NGOs in industry and service (tourism, healthy and education) sectors? What is the role of NGOs in receiving domestic and international investments into the town? What kinds of activities did the NGOs undertaken in the last two-decade for making Van town as a brand? What is the role of NGOs in advertising the town's attractions to national and international market? Does NGOs have any specific strategies for making the town as a brand? In order to answer these questions, a qualitative research design with semi-structured interview technique has been implemented to collect data from the relevant NGOs in the town. With the results of the study, the impact of NGOs on branding of the town has been revealed in addition to the fact that this study has finally produced some suggestions for the challenges and opportunities facing the NGOs in the basic policy of the EU that expects the local authorities to include the civic platforms into the governance process.

Key words: Non-Governmental Organisations, (NGOs), Tourism, City Brand

MODERN İPEK YOLU PROJESİ ÇERÇEVESİNDE ULAŞTIRMA AĞLARININ TURİZME KATKILARI

Cüneyt CAMGÖZ

İstanbul Üniversitesi
cuneyt.camgoz@ogr.iu.edu.tr

Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER

İstanbul Üniversitesi
istanbul@istanbul.edu.tr

Özet

İpek Yolu Çin'den başlayarak Anadolu ve Akdeniz üzerinden geçerek Batı'da son bulan Kızıldeniz üzerinden de Afrika'ya uzanan ticari yollar ağının adıdır. En çok ticareti yapılan ve önemli mallardan biri olan İpekten adına alan bu yol ticaret yolunun ötesinde kültürlerin, insanların, buluşların taşındığı insanlık kültürünün mayasıyla mayalanmış yollar ağıdır. Coğrafi keşiflerle birlikte önemi kaybolan bu yollar ağı Çin'in öncülüğünde "Tek Kuşak Tek Yol" projesi kapsamında diğer 65 ülkenin de katkısıyla tekrar gündeme gelmiştir. Bu projeye birlikte dünyayla entegrasyonu sağlanmamış bölgeler turizmin de katkısıyla dünya düzenine uyumlu hale geleceklerdir. Projenin Orta Koridor güzergahında bulunan Türkiye Modern İpek Yolu Projesi kapsamında Londra ile Pekin'i kesintisiz bağlayacak olan 'Demir İpek Yolu' ağının orta koridorunda yer almaktadır. 'TRACECA' projesi ile Türkiye'nin Kafkasya ve Orta Asya'ya bağlayacak demiryolu ağlarının bir kısmı olan 'Bakü-Tiflis-Kars(BTK)' demiryolu projesi kapsamında Kars ile Edirne hızlı tren projesiyle bağlanacaktır. Alt projeler kapsamında da İstanbul limanından Odesa'ya Varna'dan Samsun ve Batum limanlarına birçok noktada yoğun feribot ve ro-ro seferlerinin yapılması beklenmektedir. Turizm endüstrisinin olmazsa olmazı ulaşım unsuru ulaşım ağları yatırımlarıyla Turizme ciddi katkıları olacaktır. Seyahat acenteleri ve tur operatörlerine bu bölgelerde turizmin canlandırılması bakımından önemli görevler düşmektedir. Bu çalışmada Modern İpek Yolu projesi kapsamında geliştirilmesi öngörülen ulaşım ağlarının turizm endüstrisine olan katkıları incelenecektir.

Anahtar sözcükler: Orta Koridor, Traceca, Btk, Turizm Ulaştırması

IN THE FRAME OF MODERN SILK ROAD PROJECT TOURISM CONTRIBUTION OF TRANSPORTATION NETWORKS

Abstract

Silk Road starts in China which passes over Anatolia and Mediterranean it ends in West. And it passes over Red Sea to reach Africa, the named of commercial road network. It takes the name a most traded and significant good which is silk. This road is over the commercial road it means that has been carried cultures, peoples, inventions which has been fermented by culture of human ferment roads network. It loses importance with Geographical Discoveries which is that roads network, under the leadership of China within project of "One Belt One Road" within ensuring with other 65 states again has been come to an end. The locations which couldn't integrated with world, within this project's ensuring as well tourism will be have integrated world order. Turkey located in middle corridor route within Modern Silk Road which located in middle of 'Rail Silk Road' route uninterrupted connection London to Pekin. Kars and Edirne will have been connected each other within 'TRACECA' project which will have connected to Turkey Caucasus and Middle East by some part of 'Baku-Tiflis-Kars (BTK)' fast train project. İstanbul port

to Odesa, Varna to Samsun and Batum port at many points expecting to arrange Ferry and ro-ro services within sub projects. Necessarily element of tourism industry which is transportation, it will have been serious contribution with investments in transport networks. Major missions fall to travel agencies and tour operators for tourism revitalization. In this research to foresee developing the transportation networks ensuring the tourism industry within Modern Silk road.

Key words: Middle Corridor, Traceca, Btk, Tourism Transportation

OTEL İŞLETMELERİNDE YETENEK YÖNETİMİ UYGULAMALARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Öznur BOZKURT

Düzce Üniversitesi
oznurbozkurt@duzce.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Sağbetullah MERİÇ

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
smeric@yyu.edu.tr

Özet

İşletmeler rekabet avantajı elde etmek ve rakiplerine karşı avantaj kazanmak için yönetim alanındaki gelişmeleri yakından izlemekte ve bu değişime ayak uydurmaya çalışmaktadır. İşletmelerin en iyi mal veya hizmeti üretebilmesi için en iyi çalışana ihtiyacı vardır. Bu sebeple çalışanların özenle seçilmesi ve işletmeye bağlı kişiler olması önem arz etmektedir. Öte yandan çalışanların tatmin düzeyinin yüksek olması ve geliştirici eğitim programlarının düzenlenmesi için işletmelerin çaba harcaması gerekmektedir. Bu çalışma kapsamında personel yönetimi anlayışı ile başlayan ve insan kaynakları yönetimi anlayışı ile devam eden, günümüzde ise yeni bir boyut kazanarak yetenek yönetimi olarak anılmaya başlayan yönetsel bir uygulama üzerinde durulmuştur. Yetenekli çalışanları işletmeye çekmek ve onları geliştirerek işletmeye bağlı hale getirme amacını güden bu yaklaşımın turizm sektöründeki algısını belirlemeyi amaçlayan bu çalışma, Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin yöneticileri ile yapılan mülakat sonuçlarının bulgularına dayanmaktadır. Elde edilen bulgular ışığında yetenek yönetimi uygulamaları kapsamında bir farkındalık olmasına rağmen bu yaklaşımın gerektiği gibi uygulanmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar sözcükler: Personel Yönetimi, İnsan Kaynakları Yönetimi, Yetenek, Yetenek Yönetimi, Şanlıurfa

EVALUATION OF TALENT MANAGEMENT APPLICATIONS IN HOTEL BUSINESSES

Abstract

Businesses to achieve competitive advantage and closely monitors developments in the field of management to gain advantage over their competitors and is trying to keep pace with these changes. Businesses are the best to produce goods or services are in need of the best employees. For his reason it is important to have employees are carefully selected and connected to the business people. On the other hand, satisfaction of employees and the high level of developer training programmes for businesses a lot of effort. In scope of this study, it has focused on an administrative application that begins with understanding of personnel management and continues with human resources management mentality, begins to refer as a talent management by gaining a new dimension. This study that aims to determine the perception of this approach in tourism sector that aims to attract talented employees to the enterprise and make them dependent to enterprise is based on findings of the results of the interview that made with 4 and 5 stars hotel managers in Şanlıurfa. According to the findings, although there is an awareness in the context of the talent management applications, it has been identified that this approach not applied as needed.

Key words: Personnel Management, Human Resource Management, Talent, Talent Management, Şanlıurfa

VAN TURİZM KÜMELENME POTANSİYELİNİN İNCELENMESİ

Öğr. Gör. Serpil SEVİMLİ DENİZ

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

sdeniz@yyu.edu.tr

Doç. Dr. Eray ÇELİK

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

ecelik@yyu.edu.tr

Özet

Kümelenme yaklaşımı rekabet edilebilirliğin artırılmasında önemli bir araçtır. Kümelenmenin oluşturulabilmesi için öncelikle bölgedeki sektörlerin tanımlanması ve kümelenme potansiyeli yüksek olanların belirlenmesi gerekmektedir. Kümelerin en önemli özelliği, aktörler arasındaki vizyon birliği ve sürekli işbirliği yapısının kurulmuş olmasıdır. Kümelenmeler rekabeti üç ana yoldan etkilemektedirler bunlar, kümelenme içinde kurulmuş olan işletmelerin üretkenliğinin artırılması, verimliliği yükseltecek ve yeni ürünlerin oluşmasını sağlayacak yenilikçiliğin yönlendirilmesi ve kümelenmenin kendisini genişleten ve güçlendiren yeni iş alanlarının ortaya çıkmasını teşvik edilmesidir.

Turizm sektörünün giderek büyümesi ve genişlemesi bölgesel boyutta turizm kümelerinin oluşumuna neden olmaktadır. Sektörel kümelenmeler, kümelenmeye dâhil olan işletmelere, kendi esnekliklerinden feragat etmeden, büyük ölçekli ya da diğer işletmelerle resmi bağlantılara sahip işletmeler gibi fayda elde etmelerini sağlar. Günümüzde bölgesel rekabet üstünlüğünün sağlanmasında turizm kümelenmeleri önemli roller üstlenmektedir. Turizm potansiyeli açısından önemli bir bölge olan Van ilinin Turizm Kümelenme potansiyelinin belirlenmesi önemlidir. Bu araştırma ile Van'da turizm kümelenme potansiyelinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Üç yıldız analizi yapılan çalışmada, konaklama, yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri ve seyahat acentesi, tur operatörlüğü rezervasyon hizmetleri sektörlerinde Sgk' dan edinilen 2015 verileri kullanılmıştır. Üç sektördeki istihdam oranı Van'daki toplam istihdam oranının % 4'ü kadardır. Ayrıca bu sektörlerdeki firma sayısının Van'daki toplam firma sayısının % 6'sı olduğu göze çarpmaktadır. Mevcut durumda kümelenme potansiyeli olan sektör yoktur fakat yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri sektöründeki başatlık kriterinin karşılandığı gözlenmiştir. Yine seyahat acentesi, tur operatörlüğü rezervasyon hizmetleri sektöründe uzmanlık skorunun kritik değere çok yakın olduğu görülmektedir.

Anahtar sözcükler: Kümelenme, Van Turizm Kümelenmesi, Turizm İşletmeleri

INVESTIGATION OF VAN TOURISM CLUSTERING POTENTIAL

Abstract

The clustering approach is an important tool in increasing competitiveness. In order to form the cluster, it is necessary to first identify the sectors in the region and identify those with high clustering potential. The most important feature of the clusters is the vision and unity of cooperation between the actors. Clusters influence competition in three main ways: by increasing the productivity of the clustered enterprises, by promoting innovation that will increase productivity and enable the creation of new products, and to encourage the emergence of new business areas that expand and strengthen the cluster itself.

The growing and expanding tourism sector is causing the formation of tourism clusters at the regional dimension. Sectoral clusters provide benefits to businesses involved in the cluster, such as businesses with large-scale or other formal business contacts, without waiving their flexibility.

Today, tourism clusters play an important role in ensuring regional competitive advantage. It is important to determine the tourism clustering potential of Van, an important region in terms of tourism potential. This research aims to examine tourism cluster potential in Van. In the three-star analysis study, 2015 data obtained from Sgk in the sectors of accommodation, food and beverage services and travel agency, tour operator booking services were used. The employment rate in the three sectors is 4% of the total employment rate in Van. In addition, the number of firms in these sectors is 6% of the total number of firms in Van. At present, there is no sector with potential for clustering, but it is observed that the dominance criteria in the food and beverage service sector are met. It is also seen that the expertise score in the travel agency, tour operator booking services sector is very close to the critical value.

Key words: Clustering, Van Tourism Clusters, Tourism Enterprises

ERZURUM KENTİ HALKININ, KÜRESEL İKLİM DEĞİŞİMİ İLE İLGİLİ FARKINDALIK VE İLGİ DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ

Doç. Dr. Metin DEMİR

Atatürk Üniversitesi
metin@atauni.edu.tr

Ahmet Mesut CANER

Atatürk Üniversitesi
ccanner23@gmail.com

Özet

Çevre sorunlarının en önemlilerinden biri küresel iklim değişimidir. Küresel iklim değişikliği dünyada olduğu gibi, Türkiye'nin de en önemli kış kenti kimliği taşıyan illerinden biri olan Erzurum kentini de etkilemiştir. Bu çalışma, Erzurum kentinde yaşayan halkın, küresel iklim değişimi hakkındaki yaklaşımları, farkındalık ve ilgi düzeylerinin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Türkiye'nin en yüksek şehri olan Erzurum kenti (1893 m), küresel iklim değişiminin meydana getirdiği etkilerin ortaya koyularak yorumlanmasında büyük önem taşır.

Araştırmanın ana materyali konuyla ilgili literatür, Devlet Meteoroloji İstasyonlarının 1975-2016 yıllarını kapsayan iklim verileri ve deneklere uygulanan 262 yüz yüze anket çalışmasından elde edilen verileridir. Çalışma 2017 yılı Ağustos ayı içerisinde gerçekleştirilmiştir. Anket kişinin bireysel özellikleri, iklim değişikliği farkındalık düzeyi, iklim değişikliği insan aktivitelerine etkisi, iklim değişikliği gelen zorluklar, iklim değişikliği ile mücadele çabaları ve politikalar ile ilgili sorular oluşturulmuştur.

Araştırmada sonucunda, anket sonuçları değerlendirilerek katılımcıların konuya ilişkin görüşlerinin farklılık gösterip göstermediğinin tespiti yapılmış ve elde edilen bilgilere göre uygulanabilir stratejiler oluşturulmaya çalışılmıştır. Ayrıca kentin temel geçim kaynaklarından biri olmaya aday kış turizm sektörü üzerindeki olumsuz etkileri irdelenerek, iklim değişimine karşı kentsel ve peyzaj planlama yönünden alınması gerekli önlemler ve halkın görüşleri doğrultusunda önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Erzurum, Farkındalık Düzeyi, İklim Değişikliği, Küresel Isınma

DETERMINATION AWARENESS AND INTEREST LEVEL OF THE PEOPLE OF ERZURUM CITY ON GLOBAL CLIMATE CHANGE

Abstract

One of the most important environmental problems is global climate change. As global climate change is in the world, it has also affected the city of Erzurum, which is one of the most important winter city idols in Turkey. This study was conducted in order to determine the approaches, awareness and level of interest of the people living in Erzurum city about global climate change. Erzurum city (1893 m), Turkey's highest city, is of great importance in interpreting the effects of global climate change.

The main materials of the study are literature related to the subject, climate data of State Meteorological Statios covering 1975-2016 and survey data applied to 262 respondents. The study was carried out in August in 2017. The survey questions are related to person's individual characteristics, the level of awareness on climate change, the impact of climate change on human activities, the challenges of climate change, the policies and efforts to combat climate change.

At the result of the study, evaluating the survey result it was assessed whether there has been any difference between views of the respondents on the subject and it was tried to create applicable strategies according to information obtained. In addition, negative effects on the winter tourism sector, which is considered to be one of the basic livelihoods of the city, have been examined and suggestions have been made in line with the necessary measures to be taken in terms of urban and landscape planning against climate change and opinions of the public.

Key words: Awareness Level, Climate Change, Erzurum, Global Warming

RELATIONSHIP BETWEEN PERSONALITY TRAITS RELATED TO FOOD, SATISFACTION AND LOYALTY: CASE STUDY OF 13th ISTANBUL INTERNATIONAL GASTRONOMY FESTIVAL

Arş. Gör. Salih YILDIZ

Atatürk University
salih.yildiz@atauni.edu.tr

Arş. Gör. Emre ÇİLESİZ

Atatürk University
emre.cilesiz@atauni.edu.tr

Abstract

Food and gastronomy festivals present to visitors an authentic lifestyle experience in a pleasant environment. But it cannot be said that each visitor is satisfied with the events they attend. While some tend to try new foods others have prejudices against new foods. In this sense, it can be said that personality traits play an important role in predicting and explaining human behaviour. For this reason the main objective of this study is to examine the relationship between personality traits related to food (food neophobia, food sensitivity) with satisfaction and loyalty. In order to measure the relationship between variables, the FNS (food neophobia scale) and FIS (Food Involvement Scale) scales were developed as measuring tools after being subjected to preliminary tests after they were translated into Turkish. The survey data has been obtained from 407 participants of the 13th Istanbul International Gastronomy Festival on a voluntary basis. As a result of statistical analysis of the data, negative correlation between food neophobia and food sensitivity, negative correlation between food neophobia and loyalty, positive correlation between food sensitivity and satisfaction, as well as positive correlation between satisfaction and loyalty were found.

Key words: Food-Related Personality Traits, Food Neophobia, Food Sensitivity

TURİZM SEKTÖRÜNDE POZİTİF PSİKOLOJİK SERMAYE İLE ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME İLİŞKİSİ: ANTALYA İLİNDE BİR UYGULAMA

Yrd. Doç. Dr. Yunus ZENGİN

Kafkas Üniversitesi
yunuszengin23@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Burcu TURAN TORUN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
burcuturan@yyu.edu.tr

Selçuk TÜRK

Kafkas Üniversitesi
selcukturk1907@gmail.com

Erman KAYGIN

Kafkas Üniversitesi
ermankaygin25@hotmail.com

Özet

Son yıllarda literatüre giren ve psikoloji biliminde yeni bir akım olan pozitif psikoloji kavramı işletmenin başarısını doğrudan etkileyen insan kaynağının verimliliğinin artırılması bakımından önemli bir araç haline gelmektedir. Çalışanların örgütle istenen bağı olarak tanımlanan örgütsel özdeşleşmeye katkı sağlayacağı ve personel devir hızını azaltacağı değerlendirilen pozitif psikolojik sermaye kavramının ve bu kavrama ait bileşenlerin, işletme yöneticilerine ve özellikle insan kaynakları yöneticilerine performansın artırılması ve çalışan mutluluğunun sağlanarak işletme veriminin yükseltilmesi konusunda fikir vermesi beklenmektedir. Günümüz şartlarında insan kaynağının etkili yönetimi yalnızca ücret ödemek ile mümkün olmamakta, çalışanların örgütsel özdeşleşmelerinin sağlanması daha fazla önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı; turizm sektöründe pozitif psikolojik sermaye ile örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkiyi incelemektir. Çünkü turizm, hem ülke ekonomisine hem de istihdama çok ciddi katkılar sağlayan önemli bir ekonomik enstrümandır. Bu ekonomik başarının en önemli bileşenleri müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi olduğundan, sektör çalışanlarının örgütsel özdeşleşmeleri ve pozitif psikolojik sermayelerinin önemi daha da artmaktadır. Araştırmada nicel verilere dayalı araştırma ve ölçme yöntemi kullanılmış ve veri toplama aracı olarak anket yönteminden yararlanılmıştır. Uygulama turizm sektörünün öncü şehirlerinden birisi olan ve hem yerli hem yabancı turist hareketliliğinin en yüksek olduğu şehir olan Antalya'da yapılmış ve elde edilen verilerin analizi ile turizm sektörü yöneticilerine öneriler sunmak amaçlanmıştır.

Anahtar sözcükler: pozitif psikolojik sermaye, örgütsel özdeşleşme, turizm

THE RELATIONSHIP BETWEEN POSITIVE PSYCHOLOGICAL CAPITAL AND ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION IN THE TOURISM SECTOR: A CASE STUDY IN ANTALYA

Abstract

Positive psychology, which has got involved in the literature in recent years and which is a new movement in the Psychology, has become an important instrument in the way of increasing the productivity of human resources effecting the success of the company directly. It is supposed that the concept of positive psychological capital and its components, which has been assessed

to contribute the organizational identification defined as desirable link between employee and organization and to decrease the personal turn-over rates, give an opinion about increasing performance and raising productivity of the company by making employees happier to managers of the organizations and chiefs of human resources especially. The effective management of human resources in nowadays is not possible only with paying salaries. Moreover, to provide organizational identification of employees has more importance. The aim of the study is to examine the relationship between positive psychological capital and organizational identification in tourism sector. Because tourism is an important economical instrument that contributes to both economical level of the country and the employment. The importance of organizational identification and positive psychological capital of the employees in tourism sector has become more important due to the fact that the most important components of the economic success are customer satisfaction and quality service. In the study, research and measuring method based on quantitative data was used and questionnaire method was practiced as data collection tool. The study was conducted in Antalya, which is one of the leader cities in tourism sector and has top level activity of both domestic and foreign tourists, and aimed to present suggestions to the managers in tourism sector by analyzing collected data.

Key words: Positive Psychological Capital, Organizational Identification, Tourism

VAN GÖLÜ HAVZASINDA KÜLTÜR ROTASI PLANLAMA DENEMESİ

Yrd. Doç. Dr. Ayşegül KELEŞ ERİÇOK

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

akericok@gmail.com

Özet

Kültür turizmi, insanın yeni şeyler keşfetme ihtiyacından doğar. Kültür turizmi; doğal alanlar, anıtsal ve sivil mimari yapılar, sanat ürünleri, kültürel kimlik ve gelenekler gibi somut ve somut olmayan kültür mirasının tüm ürünlerini tanımayı amaçlayan bir gezi türüdür. Kültür mirasının korunmasında etkili yöntemlerden birinin turizm olduğu bilinmektedir. Kültür turizmi ve kültürel miras birbirini destekleyen iki önemli araç olarak değerlendirilmeli ve Kültür turizminin önemli bir kaynak olduğu göz önünde tutulmalıdır.

Van gölü havzası önemli coğrafi konuma sahip olması nedeniyle çok eski dönemlerden beri yerleşim alanı olmuş ve birçok uygarlığın izlerini taşımıştır. Pek çok turizm aktivitesine olanak veren coğrafyası ile doğunun önemli bir turizm merkezi olan van gölü havzası korunması gerekli birçok doğal ve kültürel alana sahiptir. Bu çalışmada Van Gölü Havzasında yer alan kültürel ve doğal miras kullanılarak, kültür turizminin gelişmesi amacıyla, varsa tarihin bir döneminde kullanılmış bir güzergahın tespit edilmesi, yoksa geçmişte kullanılmamış ancak günümüzde söz konusu alanları birbiriyle ilişkilendiren bir kültür rotası planlanması çalışmanın amacıdır. Diğer bir deyişle tüm kültürel varlık türlerinin (anıtsal yapılar, kentsel sitler, arkeolojik sitler, kültürel peyzaj alanları) sahip oldukları önemi arttıracak bir sistem oluşturmak amaçlanmaktadır. Bunun için ilk olarak kültür rotası planlaması hakkında kapsamlı literatür taraması yapıldıktan sonra kültürel miras öğelerinin mekânsal dağılımları ve arazi kullanım biçimleri değerlendirilerek, kültürel mirası, doğal alanlar ve kırsal dokuyla bağlantılı olacak şekilde bütüncül bir yaklaşımla ele alan kültür rotası planlanacaktır. Böylelikle planlanan kültür rotası Van Gölü Havzasında yer alan kültürel mirası korumak ve yaşatmak için fırsat olabilecektir.

Anahtar sözcükler: Kültürel Miras, Kültür Turizmi, Kültür Rotası

AN ATTEMPT TO PLAN THE CULTURAL ROUTE IN THE LAKE VAN BASIN

Abstract

Cultural tourism arises from the human need to discover new things. Cultural tourism is a trip type intended to get to know all tangible and intangible pieces of cultural heritage, such as natural areas, monumental and civil architectural buildings, art products, cultural identity, and customs. It is well known that one of the effective methods to preserve cultural heritage is tourism. Cultural tourism and cultural heritage should be acknowledged as two crucial instruments supporting each other and cultural tourism should be considered to be a significant resource.

The Lake Van Basin has been an ancient settlement area and has had the relics of various civilizations because of its geographical location. Van, which is an important tourism center in eastern Turkey with its geography providing the opportunity to carry out multiple touristic activities, has numerous natural and cultural areas in need of protection. In order to develop the cultural tourism by using the cultural and natural heritage in teh Lake Van Basin, the aim of this study is to identify, if any, the route used in a period in the past, or, if not, to plan a cultural route connecting present touristic areas. In other words, it is intended to create a system to enhance the importance of all cultural property types (monumental buildings, civic protected areas, archeological protected areas, cultural landscape areas). For this reason, after a thorough

literature review about planning a cultural route, the spatial distribution and land usage ways of cultural heritage elements will be evaluated. Then, the cultural route approaching the cultural heritage in an encompassing manner in connection with natural areas and rural fabric will be planned. Thereby, the cultural route would be an opportunity to preserve and sustain the cultural heritage in the Lake Van Basin.

Key words: Cultural Heritage, Cultural Tourism, Cultural Route

TOURISM PROCEDURES POST TERRORIST ATTACK: METHODS TO ALLEVIATE NEGATIVE EFFECTS OF TERRORISM

Lect. Mohammed Al HADDAR

Yuzuncu Yil University

haddar74@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Emirhan YENİŞEHİRLİOĞLU

Alanya Alaaddin Keykubat University

emirhanyen@hotmail.com

Abstract

Tourism is a very lucrative industry that provides good income for a nation's economy, and employs much of its workforce. However, it is a fragile industry. When a minor turmoil hits a country, tourism is often the first and most affected. The most evident disorder is terrorism. Top tourism destinations have been facing terrorist attacks for the past five decades and their procedures to cope and recover from the negative effects of terrorism have been developed significantly since then.

When a terrorist attack hits a destination, travel agencies, beside others, will cancel their booking, which includes flights, accommodation and other reservations such museum visits and restaurants. As a result, the local economy suffers due to the waves of cancelations. It is incumbent upon tourism stakeholders in such vulnerable top destinations to find solution(s) to mitigate these challenges.

This paper will explore the measures taken in the top tourism destinations during past terrorist attacks, and how the recovery response period has developed from the 1970s to the start of the twenty first century. In addition, the study will also examine some more minor destinations such as Egypt and Republic of Yemen, and the methods employed after a terrorist attack. The paper will also try to provide different suggested procedures for Turkey to manage any potential terrorist attack.

Key words: Tourism Destinations, Terrorist Attack, Tourism Recovery

GELİŞMEKTE OLAN KENTLERDE TURİZM: DIŞSAL VE İÇSEL ENGELLER**Yrd. Doç. Dr. Aysu UĞURLAR**

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

aysuugurlar@yyu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Yelda MERT

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

yeldamert@yyu.edu.tr

Özet

1970'lerden itibaren hızlı gelişen özellikle sanayileşememiş ve ekonomik açıdan geri kalmış ülke ya da bölgelerde turizm, ekonomik gelişme için önemli bir alternatif olarak görülmektedir. Turizm, diğer ekonomik sektörlere göre çevresel kaynakları en çok kullanan sektördür. Bu nedenle turizm potansiyeline sahip alanlarda tarihi, kültürel ve fiziki kaynakların korunması, çekicilik unsurları olan çevresel kaynaklarının sürdürülebilirliği de oldukça önemlidir. Sürdürülebilir bir turizm planlamasında, yerel düzeyde turizm potansiyeline sahip bölge ya da alan temelli planlama ve uygulamalarının başarısı önemlidir. Turizm potansiyeline sahip gelişmekte olan Türkiye'nin Van vb. Doğu ve Güneydoğu bölgelerinde sürdürülebilir bir turizm planlaması yaklaşımının benimsenerek turizmin ekonomik bir fırsata dönüştürülebilmesi sadece ilgili bölge kentlerin gelişimine katkı sağlamakla kalmayacak aynı zamanda bölgelerarası eşitsizliğin azaltılmasına da katkı sağlayacaktır. Bu bildiri kapsamında sürdürülebilir turizm söyleminden önce gelişmekte olan bir bölgenin önemli bir kenti olarak Van örneği üzerinden yola çıkılarak turizm sektörünün gelişiminde etkili olan faktörler ele alınarak yatırımların dağılımı, güvenlik hassasiyeti gibi dışsal (siyasi, coğrafik, ekonomik vb.) ve girişimcilik, pazarlama, farkındalık, gibi içsel (yönetmel, sosyal, ekonomik, vb.) sorunlar, engeller tartışılarak bunların nasıl aşılabileceği ya da aşılacağı yönünde geliştirilen öneriler sunulacaktır.

Anahtar sözcükler: Turizm Sektörü, Turizmde Dışsal Ve İçsel Sorunlar, Van

TOURISM IN DEVELOPING CITIES: EXTERIOR AND INTERIOR BARRIERS**Abstract**

Beginning from 1970s tourism has been seen an important alternative for financial development especially in rapidly developing, not industrialized and economically underdeveloped countries. Tourism, compared to other economic sectors, uses environmental resources the most. For this matter, in the areas with tourism potential, the sustainability of environmental resources with attractiveness and preservation of historical, cultural and physical resources is quite significant. In a sustainable tourism planning, the success of regional or area-based planning and implementation in regions with local level of tourism potential is crucial. Adopting a sustainable tourism planning approach in the developing eastern and southeastern regions of Turkey with a tourism potential such as Van and so on will contribute not only the development of the related regional cities but also to reducing the regional inequalities at the same time. In the context of this study before underlying the sustainable tourism concept, the factors effecting the Van city being a representative of an important developing region is going to discussed from reasoning to the solution proposals. These factors may be exterior such as distribution of the investments, security, political, geographical and ethnic issues, or may be interior factors that covers enthronoplasim, marketing, governmental, social and economic issues.

Key words: Tourism, Factors On Tourism Development, Van City, Sustainable Tourism

EKOTURİZM DE MANZARANIN ÖNEMİ TENDÜREK DAĞI ÖRNEĞİ

Yrd. Doç. Dr. Emel BAYLAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
emelbaylan@yyu.edu.tr

Bahaddin AYDEMİR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
aydemir65@gmail.com

Özet

Çalışma alanı, Van ve Ağrı illeri il sınırlarında yer alan sönmemiş bir volkanik dağ olan Tendürek Dağı'dır. Bu çalışma Tendürek Dağı'nın jeoturizm potansiyelinin araştırılması kapsamında manzara kalitesinin de incelenmesi amaçlanmıştır. Kendi alanında uzman farklı mesleklerden insanların görüş ve değerlendirmeleri yöntem olarak kullanılmıştır. Tendürek Dağı jeoturizm potansiyelinin bileşenlerinden birisi alanın, manzara kalitesidir. Alanın manzara kalitesinin olması, alandaki jeolojik ve jeomorfolojik peyzajlarında incelenmesine hem olanak vermekte hem de jeoturizm potansiyeline katkı sağlamaktadır. Jeoturizm potansiyeli içerisinde alandaki jeolojik ve jeomorfolojik yapılarda önem kazanmıştır. Bu jeolojik ve jeomorfolojik yapılar manzara kalitesinin artmasında önemli bir etkidir. Alanı ziyaret edecek farklı meslek grubundan insanlar hangi amaçla alanı inceleme ya da gezmeye gelirlerse gelsinler, alandaki manzara kalitesinin yüksek olduğu yerlerden görüntüleme yapacaklardır. Bu görüntüleme ihtiyacı sonucu, çalışma alanının genel olarak manzara kalitesi yönünden yüksek bir değerde olduğunu göstermektedir. Manzara kalitesinden kaynaklı yoğun ve bilinçsiz kullanımın olmaması için peyzaj planlama kapsamında öneriler sunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Jeoturizm, Jeolojik-Jeomorfolojik Yapı, Peyzaj Planlama, Manzara Kalitesi

IMPORTANCE OF LANDSCAPE IN ECOTOURISM A SAMPLE OF MOUNT TENDÜREK

Abstract

The study area is Mount Tendürek, an unimpacted volcanic mountain located on the provincial borders of Van and Ağrı. In this study, it is aimed to examine the landscape quality within the scope of investigating the geotourism potential of Tendürek Mountain. Opinions and evaluations of people from different professions in their field have been used as methods. One of the components of geotourism potential of Tendürek Mountain is landscape quality of the area. The quality of the landscape of the area provides both an opportunity to examine it in the geological and geomorphological landscapes and a contribution to the potential of geotourism. The geological and geomorphological structures within the area of geotourism potential has gained importance. These geological and geomorphological structures have an important influence on the quality of the landscape. People from the different professions that will visit the area will monitor from the places where the quality of the landscape in the area is high, no matter what their purpose of visit is. The final result of this imaging is that the study area is generally of a high value in terms of landscape quality. Suggestions have been presented in the context of landscape planning to avoid intense and unconscious use due to landscape quality.

Key words: Geotourism, Geological-Geomorphological Structure, Landscape Planning, Landscape Quality

TÜKETİM KÜLTÜRÜNDE ÇİĞ BESLENME VE YAŞAYAN BESİNLER

Öğr. Gör. Figen SEVİNÇ

Bartın Üniversitesi
fsevinc@bartin.edu.tr

Öğr. Gör. Tolga Fahri ÇAKMAK

Bartın Üniversitesi
tolgafahricakmak@gmail.com

Özet

Küreselleşme ile yaşam biçiminde oluşan farklılıkların turizm endüstrisine yansıdığı ve farklı beslenme türlerinin zamanla sunulan hizmetler arasında yer aldığı görülmektedir. Bununla birlikte içinde bulunduğu coğrafyanın kültürel özelliklerine göre farklılık gösteren yeme-içme alışkanlıkları, yaşanan gelişmelerden etkilenmekte, mevcut tüketim odaklı konseptte hızla entegre olmaktadır. Buradan hareketle, bu çalışmada dünyada hızla yayılmaya başlayan çiğ beslenme türü kavramsal çerçevede ele alınmakta, yaşayan besinlerin farklı mutfak uygulamalarına değinilmekte ve tüketim kültüründeki algısına yer verilmektedir.

Anahtar sözcükler: Yaşayan Besinler, Canlı-Yarı Canlı Beslenme, Çiğ Beslenme, Tüketim Kültürü

RAW FOOD AND LIVING FOOD IN THE CONSUMPTION CULTURE

Abstract

It has been observed that the variations experienced in the lifestyles with the globalization have been reflected in the tourism industry, and a variety of nourishment types have attained a place among the services provided day by day. In addition, food and beverage habits, displaying difference according to the cultural features of the geography to which they belong have been expeditiously integrated into the present consumption-oriented concept. Thus, this study investigates a conceptual framework on raw food, which has swiftly spread in the world, examines a variety of cuisine applications for the live food, and includes the perception of live food in the consumption culture.

Key words: Living Food, Live Food, Raw Food, Consumption Culture

KARATAŞ MAĞARASI'NIN TURİZM POTANSİYELİ

Doç. Dr. Cemali SARI

Atatürk Üniversitesi
cemsari@yahoo.com

Şerife GÜNAY

Akdeniz Üniversitesi
serife.gunay@hotmail.com

Tuğba YENİGÜN

Akdeniz Üniversitesi

Özet

Bu çalışmanın konusunu Antalya ili, Aksu ilçesi, Yeşil Karaman mahallesinde yer alan Karataş mağarası oluşturmaktadır. Çalışmanın amacı, Antalya merkeze 23, havaalanına 18 ve turizm bölgesi Kundu'ya 20 km uzaklıkta olan Karataş mağarasının turizm potansiyeli ortaya koyarak sürdürülebilir turizm kapsamında alternatif turizm planlamasına yönelik öneriler sunmaktır.

Çalışmada başlangıçta ilgili literatür taranmış, sonra araştırma yöntemi olarak gezi- gözlem tekniği kullanılmış, son olarak araştırmacılar tarafından oluşturulan yarı yapılandırılmış ziyaretçi görüşme formu uygulanmıştır ve elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

Mağara, 2011 yılında özel aile şirketi tarafından ziyarete açılmıştır. İçerisinde şifalı çamur, çeşitli tip sarkıt, dikit oluşumu, gölet ve galeri bulunan Karataş mağarası, yaklaşık 213 m. uzunluğa sahiptir. Karataş, MÖ 333 yılında Büyük İskender döneminde yapılan Sagalossos çıkarmasında silahların muhafaza ve yaralı askerlerin şifalı çamurla tedavi edilmesinde kullanılmıştır.

Karataş mağarasının Antalya'da turizme açılan diğer mağaralara göre ziyaret açısından geride kaldığı, yıllık ziyaretçi sayısının turizm potansiyelinin altında olduğu gözlemlenmektedir. Elde edilen veriler mağaranın önemli bir turizm potansiyeline sahip olduğu fakat tanıtımının yeterince yapılmadığı, henüz turizm şirketlerinin tur güzergahlarına girmeyi başaramadığı, dolayısıyla mağaraya beklenilenin altında ziyarette bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar sözcükler: Karataş Mağarası, Mağara Turizmi, Alternatif Turizm, Turizm Planlaması, Aksu, Antalya

TOURISM POTENTIAL OF THE CAVE KARATAŞ

Abstract

The subject of this study consist of cave Karataş which is located in Antalya, district Aksu, neighborhood Yeşil Karaman. The purpose of the study is revealing the potential tourism of the cave Karataş (which is 23 km from the center of Antalya, 18 km from the airport and 20 km from the Kundu tourist area.) and offering suggestions for alternative tourism planning within the scope of tourism.

In the study, initially related literature has been searched and then tour-observation technique is used as a research method. Lastly semi-structured visitor interview form (which has been implemented by researchers) has been applied and the findings evaluated.

In 2011 it was opened to visitors by a private family company. Cave Karataş has healing mud, various types of stalactite, stalagmite formation, pond and gallery and it has approximately 213 km length. Karataş is used as storage of weapons and in the treatment of wounded soldiers with healing mud in B.C 333 extraction of the Sagalossos during the reign of Alexander the Great.

It was observed that Cave Karataş stayed behind from a visit point of view compared to other caves which is open to tourism in Antalya, and the annual number of the visitor is below the tourism potential. The findings show that the cave has an important tourism potential but as its promotion has not been done sufficiently it has not been able to enter the tour routes of the tourism companies. So the cave has visitors less than expected.

Key words: Cave Karataş, The Tourism Of The Cave, Alternative Tourism, The Planning Of The Tourism, Aksu, Antalya

MOLEKÜLER GASTRONOMİDE GIDA MÜHENDİSLİĞİNİN ROLÜ VE ÖNEMİNİN GASTRONOMİ TURİZMİNE KATKISI

Arş. Gör. Yağmur ERİM KÖSE

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

yagmurerim@yyu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Raciye MERAL

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

racyemeralyyu.edu.tr

Prof. Dr. İsa CAVİTOĞLU

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

isacavidogluyyu.edu.tr

Özet

Artan refah düzeyine paralel olarak insanların farklı kültür ve etkinlikleri tanıma istekleri, yeni tatlar keşfetmek amacıyla yapılan seyahatler turizme her geçen gün katkı sunmaktadır. Artık yemek yemenin fizyolojik bir ihtiyaçtan ziyade sosyal bir ihtiyaç olarak ta görülmeye başlanması, turistlerin bir ülkeyi ziyaret ederken o bölgenin yöresel mutfak kültürünü tanıma arzusu gastronomi turizmini dinamik hale getirmektedir.

Gastronomi turizminin gerek ekonomik gerek toplumsal kalkınmaya katkıda bulunması beraberinde gastronomik tekniklerin geliştirilmesini de getirmiştir. Birbirinden farklı proses teknik ve ekipmanlar sayesinde malzemelerin moleküler yapıları ile oynayarak yemek bilim ve sanatın buluşması moleküler gastronomi olarak bilinmektedir. Dünyada birçok restoranda moleküler gastronomi uygulamalarının yapıldığı bilinmektedir. Bu restoranlar arasında sayılabilecek The Fat Duck (İngiltere), elBulli (İspanya) ve Noma (Danimarka) gibi restoranların her yıl milyonlarca turisti ağırladığı bilinmektedir. Moleküler gastronomi uygulamaları ülkemizde henüz yeni bir kavram olmasına rağmen bazı kamu ve özel işletmeler ile birçok üniversite bu uygulamaları desteklemekte ve konu ile ilgili eğitim faaliyetleri ve yarışmalar düzenlemektedir. Ancak bu uygulamaların dünya çapında popülaritesinin artırılması gerekmektedir.

Moleküler gastronomi multidisipliner bir kavramdır. Özellikle moleküler mutfak tekniklerinin oluşturulmasında gıdanın hem fiziksel yapısı hem kimyasal dokusu üzerinde ciddi değişimler meydana getirilmektedir. Bu anlamda gıda kimyası ve biyokimyası biliminden yararlanılmaktadır. Öte yandan kullanılan bazı katkı maddelerinin hangi konsantrasyonlarda hangi amaç için kullanılacağı konusu detaylıca bilinmelidir. Elde edilecek gıdanın saklama yöntemleri gıda muhafaza ilkeleri kapsamında ayrıca araştırılmalıdır. Gıda Kimyası, Gıda İşleme Yöntemleri, Gıda Muhafaza Teknikleri, Gıda Katkı Maddeleri gibi eğitimlerle donatılarak mezun olan gıda mühendislerinin bu sektördeki rolü ve önemi oldukça açıktır. Dolayısıyla gastronomik teknikler geliştirilirken gıda mühendislerinin bilgi ve tecrübelerinden yararlanılarak daha yaratıcı mutfaklar elde edilip turistik çekicilik artırılabilir.

Anahtar sözcükler: Moleküler Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Gıda Bilimi

THE CONTRIBUTION OF ROLE AND IMPORTANCE OF FOOD ENGINEERING IN MOLECULAR GASTRONOMY TO THE GASTRONOMY TOURISM

Abstract

Because of increasing levels of prosperity, the desire to recognize new cultures and activities and the desire to discover new tastes contribute to the tourism day by day. Eating is seen as a social necessity rather than the physiological need nowadays and when tourists visit a country, the desire to know the culinary culture of that region makes the gastronomy tourism dynamic.

The contribution of gastronomic tourism to both economic and social development has also led to the development of gastronomic techniques. It is known as molecular gastronomy by playing with the molecular structures of materials through different process techniques and equipments thanks to food science and art. Molecular gastronomy applications are being made in many restaurants around the world and these restaurants are welcoming millions of tourists every year like The Fat Duck (England), elBulli (Spain) and Noma (Denmark). Although the application of molecular gastronomy is a new concept in our country, some public and private enterprises and many universities support these practices and organize training activities and competitions. However, the popularity of these applications needs to be increased worldwide.

Molecular gastronomy is a multidisciplinary concept. In the creation of molecular kitchen techniques, physical structure and chemical texture of food are seriously changed. So, Food Chemistry and Biochemistry is the main subject for molecular gastronomy. Moreover, Food Additives is also very important subject because it should be known what concentration they are to be used for what purpose. The storage conditions of foodstuffs should also be known.

The role and importance of food engineers who graduated from such courses as Food Chemistry, Food Processing, Food Additives etc., is obvious in this sector. Therefore, while gastronomic techniques are being developed, more creative kitchens can be gained by utilizing the knowledge and experience of food engineers to increase tourist attraction.

Key words: Molecular Gastronomy, Gastronomy Tourism, Food Chemistry

COĞRAFI İŞARETLENMİŞ GIDALARIN GASTRONOMİ TURİZMİNDEKİ ÖNEMİ

Yrd. Doç. Dr. Şenol KÖSE

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

senolkose28@gmail.com

Arş. Gör. Yağmur ERİM KÖSE

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

yagmurerim@gmail.com

Özet

Coğrafi işaret kısaca yerel bir gıdanın veya değerinin belirli yasalar çerçevesinde koruma altına alınmasıdır. Bir coğrafi işaret genellikle gıdanın elde edildiği yerin isminden oluşmaktadır. Tespit edilen değerlerin en az bir özelliği ile sınırları belli bir bölgeden kaynağını alması uygulamanın temelini oluşturmaktadır. Bu şekilde ülkelerin hem kültür hem de iktisadi hayatına önemli kazanımlar sağlanmaktadır. Köklü geçmişiyle Türkiye’de coğrafi işaret kaynağı bakımından oldukça zengin bir ülke olup, coğrafi işaret almayı bekleyen çok sayıda gıda bulunmaktadır. Coğrafi işaretli ürün çeşitliliğinin arttırılmasında geleneksel gıdalarımızın önemli bir ülke fırsatı olduğu, turistik ürün olarak kullanımının şehirler ve bölgeler için önemli bir çekicilik unsuru oluşturacağı düşünülmektedir. Bu nedenle, bu çalışmada coğrafi işaretlenmiş gıdalar ve gastronomi turizmi açısından önemine değinilecektir.

Anahtar sözcükler: Coğrafi İşaretleme, Gastronomi Turizmi, Geleneksel Gıdalar

THE IMPORTANCE OF GEOGRAPHICAL INDICATION FOODS IN GASTRONOMY TOURISM

Abstract

Application of geographical indication is the protection of a local food or value within certain laws. A geographical indication usually consist of the name of the place where the food is obtained. It is the basis of the application to get its source from a certain region with at least one characteristics of the detected values. In this way, significant gains are supplied to both in the culturel and economic life of countries. Turkey is a very rich country in terms of geographical indication source with has a deep history. To increase the geographic diversity of indicated products, traditional foods are an important opportunity in our countries and it is a fact that an important element of attractiveness for cities and regions by using of these foods as a tourist product. Therefore, in this study geographical indicated foods and it’s importance in terms of gastronomy tourism will be discussed.

Key words: Geographical İndication, Gastronomy Tourism, Traditional Foods

GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN VAN MUTFAĞINA ÖZGÜ BİR ÜRÜN: VAN OTLU PEYNİRİ

Arş. Gör. Aykut ŞİMŞEK

Atatürk Üniversitesi
aykut.simsek@atauni.edu.tr

Arş. Gör. Musa OFLAZ

Balıkesir Üniversitesi
musaoflaz@balikesir.edu.tr

Özet

Bir destinasyonun sahip olduğu mutfak kültürü, yöresel ürünleri ve yemekleri o destinasyonun en değerli çekicilik unsurlarındandır. Ayrıca sahip olduğu bu değerler o yöreyi ziyaret eden turistlerin tekrar ziyaret etme niyetlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Aynı zamanda toplumların kültürlerini, geçmişlerini yansıtmaktadır. Gastronomi turizminin gelişmesi ile birlikte yöresel ürünlere olan ilgi artmış ve bu ürünler destinasyonların markalaşmasında aktif rol oynamaya başlamıştır. Turistlerin büyük çoğunluğu gittikleri destinasyonlara ait yöresel yiyecek ve içecekleri satın alarak ikamet ettikleri yerlere götürmekte, ailesiyle, arkadaşlarıyla vb. paylaşmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı Van mutfağında Coğrafi İşaret ile tescillenen Van Otlı Peynirinin gastronomi turizmi açısından önemini ortaya koymak, mülakat yöntemi aracılığıyla peynirin malzemelerini ve tarifini araştırmak ve Van Otlı Peynirinin turistik tanıtımına yönelik öneriler getirmektir.

Anahtar sözcükler: Gastronomi, Turizm, Yöresel Ürün, Otlı Peynir

A PRODUCT PECULIAR TO VAN CUISINE IN TERMS OF GASTRONOMY TOURISM: VAN HERBY CHEESE

Abstract

The culinary culture, local food and meals are the most precious attraction for a destination. Also, these values have a significant impact on the revisit intention of tourists. At the same time, it reflects the cultures and past of societies. With the development of gastronomy tourism, the interest has increased to local food and these food has started to play an active role on destination branding. The most of tourist buy local food and beverage at destinations and take them to place where they reside to share with their family, friends etc. In this context, the aim of this study is to reveal the importance of Van Herby Cheese which has Geographical Sign in terms of gastronomy tourism, to investigate the ingredients and recipe of the cheese by interview method and to bring suggestions for touristic promotion intended for Van Herby Cheese.

Key words: Gastronomy, Tourism, Local Food, Herby Cheese.

TÜRKİYE'DEKİ EĞİTİM POLİTİKALARININ BEŞERİ COĞRAFYADAKİ UYGULAMALARI: TURİZM TEMASI ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Nurettin ÖZGEN

Ankara Üniversitesi

nozgen@gmail.com

Özet

Beşeri coğrafya, insan- mekân ilişkiselliğine odaklanan çok boyutlu bir alt disiplindir. Bu disipline ilişkin kapsam ve temaların politik karar vericiler tarafından belirlenmesi ve teknik birimler tarafından çeşitli kriter ve planlamalara göre organize edilmesiyle, hem Milli Eğitim, hem de Yüksek Öğretim mevzuatlarına uygun şekilde oluşturulan müfredatlarla yürürlüğe konulur. Bu müfredatlara uygun şekilde yetiştirilen bireyler ilköğretimden yükseköğretimin tüm basamaklarına kadar, belirlenen politik yapıya uygun şekilde ve özenle yetiştirilir. Böylelikle, yapısal bağlamda bütünleştirici bir döngüye işlerlik kazandırılmaktadır. Bu politik yapılanma, genel olarak; bir olguyu, değeri veya yapıtı, bir bütün olarak anlamlandıran "yapısalcılığın" üretimine işaret etmektedir. Genel olarak bütüncül, dönüşüm ve özde-düzenleme şeklinde açıklanabilen "yapı" kavramının gündelik yaşamda; bilimden sanata, eğitimden politik uygulamalara kadar birçok alanda görülmektedir. Piaget'in de ifadesiyle, yerine göre bir kültürü yerine göre bir topluluğu ya da bir söylemin tümünü temsil edebilmektedir. Yapısalcı uyumun korunması, alt birimlerin üst merkezi alanda birleşmelerini yani değişime zorlanmalarını ifade etmektedir. Bu yapı, tam da Türkiye'deki eğitim politikalarının uygulama formlarını tanımlamaktadır. Beşeri coğrafya ders müfredatının neredeyse tamamen tematik bilgilerin yapısal odaklı bütünleşme ve dönüşüme (somut değerler ve sosyoekonomik gelişime) ilişkin bir araç olarak kullanılması bu yaklaşımı doğrular niteliktedir. Benzer şekilde, lise ve yükseköğretim ders kitaplarında, turizm temasının yapısal üretiminin/politik bilginin dışında, farklı olgu ve edinimlere uzak tutulması da benzer zafiyetlere işaret etmektedir. Ayrıca, turizme hizmet eden ve değerler bütünü olarak tanımlanan kültür kavramının, somut ve somut olmayan unsurlar şeklinde ifade edilmesine karşın, ders kitaplarında, yalnızca somut kültürel simgeler üzerinden yapılan bir betimleme söz konusudur. Bu çalışma, betimsel analiz modeliyle yapılmış ve Türkiye'nin soyut kültürel turizm değerlerinin ders kitaplarında yer almamasının yapısal-politik bağamlarına odaklanılmıştır.

Anahtar sözcükler: Beşeri Coğrafya, Turizm, Kültür, Politik Kültür, Eğitim Politikaları

THE APPLICATIONS IN HUMAN GEOGRAPHY OF EDUCATIONAL POLICIES IN TURKEY: A CASE OF TOURISM

Abstract

Human geography is a multidimensional sub-discipline that focuses on human-space relationality. The scope and themes of this discipline are determined by political decision makers and are organized by technical departments with regard to various criteria and plans, and are put into practice with curricula that are formed in accordance with both the National Education and Higher Education legislation. Individuals who are educated in accordance with these curricula are raised from primary education to all levels of tertiary education in accordance with the determined political structure. In this way, an integrative cycle is brought into force within the structural context. This political structuring, in general, refers to the production of "structuralism," which give meaning to a fact, a value and a work as a whole. The concept of 'structure', which can be generally described as holistic, transformation, essential-regulation, is

also observed in various fields such as science, art, education and political practice in daily life. As Piaget says, the concept of 'structure' can be represented by depending on any culture, community or any discourse. Maintaining the structuralist harmony refers to the juncture of the subunits in the upper central area, which means their being forced to change. This structure describes exactly the application forms of education policies in Turkey. The use of the human geography curriculum as a tool for structurally oriented integration and transformation (tangible values and socioeconomic development) of almost all thematic information confirms this approach. Likewise, in high school and higher education textbooks, the avoidance of different phenomena and acquisitions apart from the structural production of political tourism/ political knowledge also point to similar absences. Furthermore, the concept of culture, which renders service to tourism and is defined as a whole of values, is expressed as concrete and non-tangible elements. Nevertheless, in the textbooks, there is only the description made by means of concrete cultural symbols. This study has been conducted by means of a descriptive analysis model and it focuses on the structural-political contexts of Turkey's lack of intangible cultural tourism values in textbooks.

Key words: Human Geography, Tourism, Culture, Political Culture, Education Policies

VAN'IN TARİHSEL ZENGİNLİĞİNİN TURİZME KAZANDIRILMASI

Yrd. Doç. Dr. Neşe COŞKUN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

nese_tozkoparan@hotmail.com

Özet

Urartu Krallığı'na başkent olmasından bugüne kadar Van şehri daimi olarak muteber bir yaşam alanı olarak görülmüştür. Bölgenin engebeli arazisi en temel gereksinim olan güvenlik ihtiyacına cevap verirken göl ise hem iklimi yumuşatmış hem de bölge insanının ulaşım ve beslenme faaliyetlerinde çeşitlilik sağlamıştır. Bölgede yüzlerce yıldır devam eden farklı etnik ve dini grupların nüfus hareketliliği ve göçler hem etno-kültürel zenginlik sağlamış hem de zengin bir tarihi geçmişin yaratıcısı olmuştur. Başka bir ifadeyle 1500'lerde devlet kontrolünde demografik yapının değiştirilmesi ile başlayan süreç ilerleyen yüzyıllarda da devam etmiş, 1915 senesindeki isyan sonrasında Müslüman ve Türk unsurların şehirden ayrılışı, iki yıl sonra hem bölgeden giden hem de yakın coğrafyalarda ikamet eden Türk ve Müslümanların şehre yerleşmesi ve 1992 sonrasında yoğunlaşan iç göç kentin nüfusunun artışına ve farklı nitelikteki insanların etkileşimine sebep olmuştur.

Şehirdeki nüfus artışı üretimle aynı oranda olmamıştır. Özellikle son 20 yılda iç ve dış politik ve militer gelişmeler yatırımcıları şehirden uzak tutmuştur. Ekonomik gelişmenin nüfus artışının geride kalması bölge halkına olumsuz yansımıştır. Daimi bir çekim alanı olan Van'ın etnik ve kültürel tarihi ve zenginliğinin üretimin sınırlı olduğu bölge halkının sosyo-kültürel ve ekonomik seviyesine katkı sunacağı aşikârdır. Klasik bir ifadeyle bacasız sanayi olan turizm bölge ve ülke ekonomisine kıymetli katkılar sunacaktır. Bu ise şehrin zengin tarihinin yazılı, görsel ve sosyal medya üzerinden sürekli ve yoğun bir tanıtım kampanyası ile tüm dünya insanlarına anlatılması ile mümkün olacaktır. Çalışmada birinci ve ikinci el kaynaklar kullanılarak kadim şehrin tarihinin bölge turizmine artı değer sağlayacak şekilde tanıtılması amaçlanılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Van, Tarih, Turizm

GAINING VAN'S MAGNIFICENT HISTORY TO TOURISM

Abstract

Van, a beautiful city with its special weather conditions and weather and historical places to visit, is one of most important town of Eastern Anatolia region of Turkey, after being capital city of Urartian Kingdom, as a constant settlement. Van continued its importance during the history of world. .

Van also have importance in terms of international and national aspects. In 1500's demographical structure had been changed officially. After that time the city became an attractive place to live. People of different nations and religions came and lived there.

Because of political and military situations both in internal and external aspects, investors have not wanted to open factories, ateliers or any other production areas. Population is increasing rapidly owing to the migrations to the town. However financial sources are not enough for people to gain their own lives. Here tourism exists as an important alternative to chance people's social, economic and cultural level positively.

Key words: Van, History, Tourism

TURİZMİ KONU ALAN LİSANSÜSTÜ ÇALIŞMALARININ İÇERİK ANALİZİ YÖNTEMİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Öğr. Gör. Makbule CİVELEK ORUÇ

Amasya Üniversitesi
makbule.civelek@amasya.edu.tr

Doç. Dr. Oğuz TÜRKAY

Sakarya Üniversitesi
turkay@sakarya.edu.tr

Özet

Turizmi konu alan çalışmalar giderek yaygınlık göstermekte ve bu konuda nitelikli çalışmalar yapılmaktadır. Yıllar itibariyle incelendiğinde yapılan çalışmaların niceliksel olarak da arttığı görülmektedir. Turizmi konu olarak yapılan çalışmaların sınıflandırılması ve tasnif edilmesi hangi konularda yoğunlaştığını göstermesi açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı turizm konusunda son beş yıl içerisinde yapılan lisansüstü çalışmalarının sınıflandırılarak analiz edilmesidir. Çalışma lisansüstü tezlerin hangi alanlarda yoğunlaştığını, yıllar bazında hangi konuların sıklıkla incelendiğini, turizmin diğer bilim dalları ile etkileşimini ortaya koyması nedeniyle önem ve özgünlük taşımaktadır. Çalışmada kullanılacak olan yöntem içerik analizidir. Oluşturulacak kategoriler aracılığıyla çalışma amacı doğrultusunda anlamlı çıkarımlar yapılması hedeflenmektedir. Bu kategorilerde çalışmaların hangi üniversitelerde yapıldığı, yıllar göz önünde bulundurulduğunda hangi konuların ön plana çıktığı, kullanılan araştırma yöntemlerin ağırlıklı olarak hangisi olduğu, lisansüstü çalışmaların doktora ya da yüksek lisans amaçlı mı yapıldığı, tezlerde herhangi bir kısıtlamaya gidilip gidilmediği gibi sorulara yanıt aranacaktır. 2017-2013 yılları itibari ile bakıldığında 552 lisansüstü çalışma yapılmıştır. Çalışma kapsamında tam sayım örnekleme kullanılacaktır. Oluşturulan kategoriler aracılığıyla tümevarım yapılacaktır.

Anahtar sözcükler: Eğitim, Lisansüstü Çalışmalar, Turizm

ANALYSIS OF THE GRADUATE STUDIES ON TOURISM WITH THE CONTENT ANALYSIS METHOD

Abstract

Studies on tourism are becoming increasingly prevalent and quality studies are being done in this context. When the studies conducted are examined by years, it is observed that they have increased in quantity too. Classification and assortment of the studies on the subject of tourism are important in terms of showing the subjects they focus on. The aim of the study in this context is to classify and analyze the graduate studies on tourism carried out over the last five years. The study is of importance and authenticity since it focuses on the areas in which the graduate theses concentrate, which topics are frequently examined by years, and tourism's interaction with the other scientific disciplines. The method to be used in the study is content analysis. Through the categories that will be created, the goal is to make meaningful deductions in accordance with the aim of the study. In these categories; answers will be searched for questions such as which universities were the studies carried out in, which topics were prioritized, which research methods were predominantly used, whether for doctorate or graduate schools were the graduate studies conducted, whether there were any restrictions on the theses, and so on. By the years of 2017-2013, 552 graduate studies were conducted. A full census sampling will be used within the scope of the study. Induction will be done through the categories created.

Key words: Education, Graduate Studies, Tourism

DIGITALIZATION IN TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY: THE CASE OF VAN HOTELIERS

Yunus YETKİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
yetkinyunus@hotmail.com

Yrd. Doç. Emine CİHANGİR

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
eminecihangir@yyu.edu.tr

Yasemin YETKİN

Gazi Üniversitesi
yetkinyasemin@hotmail.com

Özet

Tourism and hospitality industry is one of the most important income generation sector and plays an important role in the global economy, representing more than half of service exports in countries like Turkey, Greece, Spain, or Mexico, and covering more than 3% of global GDP.

As world become more digital hospitality industry and tourism become more competitive. Today competitiveness is a key role for development and sustainability especially for the services industry. Innovative and digital industries have to compete more than any other sectors. Increasing adaptability of the digital trends on tourism and hospitality forces organizations manage to create digital solutions to improve their sales, brand image and awareness.

Travel and tourism industry GDP represents more than 3% of global GDP, with a share of 2.7 trillion dollars in 2016 it was larger than the automotive manufacturing and chemical manufacturing sectors.

The development of digital business provides managers the necessary tools that allow their organizations to expand into new markets, enhance stakeholder's interaction and lower the costs.

Digitalization stimulates the global and local competitiveness of tourism and hospitality industry, digital business models are now critical for any major organization.

This paper gives brief about the role of "Digitalization" on hospitality network regarding to develop tourism and innovative change of all type of tourism businesses.

Within research process, interviews with 10 GMs in local Hospitality companies, NGOs, University, Municipality, Governorate and Public Institutions have been interviewed regarding to find out their perspective on digital tourism and innovation perspective on digitalization in the tourism industry. Research shows that digital companies has strong networking ability as an awareness raising tool can develop people minds on saving time, employment, and focusing innovative sustainable tourism development.

This research suggested digitalization as the way that innovative tourism development and sustainable tourism networking in tourism industry.

Key words: Digitalization, Tourism, Innovation, Hospitality, Van Hoteliers

TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN ÖZ YETERLİLİK İNANÇ DÜZEYLERİ AKADEMİK BAŞARILARINI ETKİLER Mİ?

Arş. Gör. Dr. Caner GÜÇLÜ

Akdeniz Üniversitesi
canerguclu@akdeniz.edu.tr

Mehmet DURMAZ

Akdeniz Üniversitesi
mehmetenesdurmaz@gmail.com

Araş. Gör. Bekir ÇINAR

Alanya Alaaddin Keykubat üniversitesi
bekir.cinar@alanya.edu.tr

Özet

Bu çalışmanın amacı, turizm eğitimi alan öğrencilerin öz yeterlilik inançlarının akademik başarı üzerindeki etkisini araştırmaktır. Araştırmada öz yeterlilik inancının alt boyutları ile akademik başarı arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmanın evrenini Alanya'da lise, önlisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi veren kurumlar oluşturmaktadır. 1500 yakın öğrencinin oluşturduğu evrende 680 öğrenci ile anket yapılmıştır. Öğrencilerin öz yeterlilik inancı algılarında farklılıkları test etmek için t-Testi, Anova analizi, Regresyon analizi, Korelasyon analizi ve tanımlayıcı bazı spss uygulamaları kullanılmıştır. Kullanılan ölçeklerin güvenilirlikleri Cronbach Alpha ile test edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda öğrencilerin öz yeterlilik inancı, cinsiyet ve ailenin aylık ortalama gelir durumu açısından farklılık göstermezken, öğretim türleri farklı boyutlara göre farklılık göstermektedir. Yine öz yeterlilik inanç düzeyinin akademik başarıyı etkilediği ama bu etkinin düşük bir etki olduğu görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Akademik Başarı, Öz Yeterlilik, Turizm Öğrencileri

DOES TOURISM STUDENTS' SELF-SUFFICIENCY BELIEFS AFFECT THEIR ACADEMIC ACHIEVEMENT?

Abstract

The aim of this study is to investigate the impact of self-sufficiency beliefs of students having tourism training on academic achievement. In this study, the relation between sub-dimensions of self-sufficiency belief with academic achievement was examined. The population of research consists of institutions providing training for tourism education at high school, undergraduate and graduate level in Alanya. Questionnaire was applied to 680 students in the research population constitute of approximately 1500 students. ANOVA, t-Test, Correlation, Regression analysis and some identifying SPSS applications were used to examine students' differences about their perceptions of self-sufficiency belief. The reliability of scales used in the study was tested with Cronbach's alpha. As a result of analysis, it was observed that the dimensions of self-sufficiency do not differ according to students' gender, class levels and academic achievements, but differs education types. Also, it was found out that level of self-sufficiency effects the academic achievement but its affect is low.

Key words : Self-Sufficiency, Academic Achievement, Tourism Students.

TURİZM İŞLETMELERİNİN PAZARLAMA YÖNELİMLERİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI**Yrd. Doç. Dr. Gürkan ALAGÖZ**Erzincan Üniversitesi
galagoz@erzincan.edu.tr**Yrd. Doç. Dr. Erkan GÜNEŞ**Erzincan Üniversitesi
egunes@erzincan.edu.tr**Doç. Dr. İlhami YÜCEL**Erzincan Üniversitesi
iyucel@erzincan.edu.tr**Özet**

Turizm sektörünün en önemli paydaşlarından olan otel işletmeleri ve seyahat acentalarının pazarlama kararlarını hangi kriterlerle verdiklerinin bilinmesi bölge turizmine katkı sağlaması açısından önem arz etmektedir. Bu çalışma alternatif turizm çeşitliliği açısından önemli potansiyele sahip olan Erzincan'da faaliyet gösteren otel işletmeleri ve seyahat acentalarının pazarlama stratejilerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda, Erzincan il merkezinde faaliyet gösteren turizm işletme ve belediye belgeli oteller ile seyahat acentaları yöneticileriyle Öztürk ve Türkmen (2006) tarafından geliştirilen ölçek ile yüz yüze anket uygulaması gerçekleştirilmiş, elde edilen bulgular doğrultusunda işletmelere yönelik öneriler sunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Turizm İşletmeleri, Pazarlama Stratejileri, Erzincan

MARKETING TRENDS OF TOURISM BUSINESSES: A FIELD RESEARCH**Abstract**

The most important stakeholders of the tourism sector which are hotel management and travel agencies one of the criteria according to which decisions in the marketing of they gave to knowing that it is important to contribute to tourism in the region. This study aims to determine the marketing strategies of hotel managements and travel agencies operating in Erzincan, which have significant potential in terms of alternative tourism diversity. In this context, a face-to-face survey was conducted with the scale developed by Ozturk and Turkmen (2006) with the tourism business and municipal authorities operating in the province centre of Erzincan and the travel agency managers, and proposals regarding the operations in the findings were obtained.

Key words: Tourism Businesses, Marketing Strategies, Erzincan

VAN İLİ TURİSTİK TANITIM GÖRSELİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ

Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

Balıkesir Üniversitesi
avcikurt@balikesir.edu.tr

Doç. Dr. Ahmet KÖROĞLU

Balıkesir Üniversitesi
akoroglu@balikesir.edu.tr

Arş. Gör. Musa OFLAZ

Balıkesir Üniversitesi
musaoflaz@balikesir.edu.tr

Arş. Gör. Cemali BUZLUKÇU

Balıkesir Üniversitesi
cemalibuzlukcu@balikesir.edu.tr

Özet

Tanıtım görselleri tüketici ve bölge pazarlamacıları arasında köprü görevini üstelenerek potansiyel tüketicilerin yeterli bilgiye doğru ve kısa sürede ulaşmasını sağlamaktadır. Bu görseller tüketici ve üretici açısından hem hızlı algılanabilmeli hem de mesajı hızlı verebilmelidir. Ancak, göstergelerde verilmek istenen anlam izleyici veya okuyucu tarafından doğrudan görülemeyebilir. Bu nedenle reklamlarda yer alan göstergelerin açığa çıkarılması ve amaca ulaşabilmesi için göstergebilimsel analize ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü göstergebilim analiz sadece dilsel analiz değil, temsili olan ve anlamlı bir bütün oluşturan nesne, olgu veya varlık belirten öğelerin ele alınış biçimine ve kullanılan yöntemle göre dil metotlarını dil metaforlarına dönüştüren her şeyi incelemektedir. Bu çalışma, Van İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından 2017 yılında hazırlanan "Van Güzel" isimli tanıtım görselinin tüketici zihninde bıraktığı etkiler ve görselde kullanılan göstergeler Ronald Barthes'ın göstergebilim analiz yöntemi esas alınarak incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda, dilsel ileti, şifrelenmemiş ve şifrelenmiş görüntüsel ileti olmak üzere üç ana düzlemde göstergebilimsel çözümleme gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Van, Görsel, Göstergebilim, Göstergebilimsel Çözümleme.

SEMIOLOGICAL ANALYSIS OF TOURIST INFORMATION IN VAN TOURISTIC PUBLICITY VISUAL

Abstract

Promotional visuals are a bridge between consumers and regional marketers, enabling potential consumers to reach adequate information in a short time. This visual must be perceived both by the consumers and the producers in a fast way and should be able to give the message fast. However, the intended meaning of the indicators may not be directly visible to the viewer or the reader. For this reason, semiological analysis is needed in order to be able to reveal and reach the ads in the advertisements. Because the analysis of grammaticism is not just a linguistic analysis, it examines everything that represents the object, phenomenon, or entity that represents and constitutes a meaningful whole, and how it transforms language methods into language metaphors according to the method used.

This study examined the effects left by the Van Provincial Culture and Tourism Directorate in 2017 on the consumer mind of "Van Güzel" publicity visual and the indicators used in visual arts,

based on Ronald Barthes' methodology of analysis. For this purpose, semiological analysis has been performed on three main planes as linguistic message, unencrypted and encrypted visual message.

Key words: Van, Visual, Semiotics, Semiotic Analysis

TURİZM SEKTÖRÜNDE BİR TUTUNDURMA FAALİYETİ OLAN REKLAMDA GÖRSEL TASARIMIN ÖNEMİ

Yrd. Doç. Dr. Özgül YAMAN

Istanbul Aydın Üniversitesi
ozgulyaman@aydin.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Emel BİROL

Istanbul Aydın Üniversitesi
emelbirol @aydin.edu.tr

Doç. Dr. Gülfer BEKTAŞ

Acıbadem Üniversitesi
gulfer.bektas@acibadem.edu.tr

Öğr. Gör. Ufuk ALTIN

Istanbul Ayvansaray Üniversitesi
ufukaltin@ayvansaray.edu.tr

Özet

Stratejik olarak planlanan ve yürütülen kurumsal pazarlama çalışmalarında, hedef kitlenin kurumsal markaya ulaşabilmesi açısından, “reklamcılık” önemlidir.

Bu çalışmanın amacı; turizm sektörünü bilgilendirmek, görsel mesajlar hakkında genel bilgiler elde edebilmektir. Bu nedenle çalışmada, turizm sektörüne hizmet eden reklam stratejilerinde kullanılan, görsel tasarım unsurlarının etkisi ve önemi incelenmiştir. Çünkü reklamlar, soyut ve somut kurumsal marka değeri taşıyan görsel ve tipografik nitelikli mesajların bütünüdür.

Tanıtım; kurumların, tüketiciye vermiş olduğu güven ilkesine dayanmaktadır. Tanıtımı yapan kişinin, grafik sanatçısının görevi; tanıtımı yapılacak kurumun veya anlatılması gereken hizmetin, benzerleri arasında seçiciliğinin artırılmasını ya da ön planda tutulmasını, anlatım dilinin yalınlığını kullanarak öncelikli tercih edilebilirliğini sağlamaktır. Tanıtım materyallerinin ise; doğruluğunun ve inandırıcılığının gerçek olması, hedef kitlesinin demografik yapısına uygun olması, dikkat çekici olması, kolay ulaşılabilmesi ve toplumu aydınlatıcı, evrensel nitelikli olması gerekir. Turizm sektörüne yönelik yapılan reklam tasarımlarında; grafik kurallarından süreklilik, çekicilik ve zamanlama vb. unsurlar da önemlidir. Çünkü hedef kitlesinin, reklamdaki görsel tasarımlarla karşılaşma şekli, zamanı ve biçimi farklı olacaktır. Ayrıca, reklam üzerindeki benzerlik, biçim, çizgi, aralık, yön, doku, renk, ton, ışık, uygunluk, zıtlık, gölge ve tekrarlarla hedef kitlenin etkilenebileceği diğer unsurlardır. Turizm sektörünün reklam faaliyetleri de niteliğine ilişkin mevzuatlarla düzenlenmektedir. Hedef kitlesinin tanıtım materyallerinden beklentileri yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, mesleki durum, yaşadıkları bölge, sosyo-kültürel durumlarına göre değişmektedir. Bu nedenle tanıtım materyallerinde kullanılan; görsel objelerin, tanıtım mesajların, renk evrenlerin reklam üzerinde etkisi büyüktür.

Turizm sektöründe; reklamın hedef kitle üzerindeki olumlu ya da olumsuz stratejik etkilerini tespit etmek amacıyla ve görsel tasarımın önemine yönelik sonuçların saptanması için betimsel ve bağıntısal tarama yöntemi ile 20 sorudan oluşan anket, turizm sektöründe hizmet alan hedef kitleye uygulanmıştır. Ankette hedef kitlenin; kişisel, sosyo-kültürel bilgilerine ve turizm alanında reklam amaçlı yazılı materyallerine karşı ilgilerinin değişkenliği saptanmıştır. Verilerin analizinde yüzde ve frekans ile çapraz tablo bulguları sonucunda, turizm sektöründe görsel tasarımın önemi tanımlanmaya çalışılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda öneriler ortaya konmuştur.

Anahtar sözcükler: Reklam, Tutundurma, Görsel Tasarım

THE IMPORTANCE OF GRAPHIC DESIGN IN ADVERTISEMENTS AS A PROMOTIONAL ACTIVITY IN TOURISM SECTOR

Abstract

“Advertising” holds crucial importance in the strategically planned and executed corporate marketing activities, for enabling the target audience to reach the corporate brand.

The aim of this study is to inform the tourism sector and to reach general conclusions about visual messages. For this reason, the study examines the influence and importance of visual design elements used in advertising strategies serving the tourism sector. Advertising is made up by visual and typographic messages that carry abstract and concrete corporate brand values.

Promotion is founded upon the principle of confidence that institutions have given to consumers. The task of the promoter and the graphic designer is to increase the preferability of the institution and its services in the eyes of consumers through employing a simple language in advertising activities. Promotion materials, on the other hand, must be authentic and credible; be appropriate to the demographic structure of their target audience; be remarkable, easily accessible and carry universal qualities. In advertising designs made for the tourism sector, graphic elements such as continuity, charm and timing, as well as the shape, spacing, texture, tone and repetition on advertisements are factors that can affect the perception of target audience.

The tourism sector is regulated by legislation on the quality of its advertising activities. The expectations of the target audience of the promotional materials are observed to vary according to their age, gender, income level, occupational status, locality, socio-cultural class.

The study applied a questionnaire consisting of 20 questions employing descriptive and relational screening methods to the target group, members of which serve in the tourism sector. The purpose of the questionnaire was to determine the positive and negative effects of the advertising strategies. By employing the cross-tabulation findings with percentage and frequency, suggestions have been made on the importance of visual designs.

Key words: Advertisement, Graphic Design, Promotional Activity

TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN KÜLTÜREL MİRAS UNSURLARINA YÖNELİK TUTUMLARI

Yrd. Doç. Dr. Erkan GÜNEŞ

Erzincan Üniversitesi
egunes@erzincan.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Gürkan ALAGÖZ

Erzincan Üniversitesi
galagoz@erzincan.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada, turizm eğitimi alan öğrencilerin kültürel miras unsurlarına yönelik tutumlarını ölçmek amaçlanmıştır. Bu kapsamda Erzincan Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulunda 2016-2017 öğretim döneminde eğitim alan ve kültürel miras alanlarını ziyaret etmiş öğrencilerin kültürel miras unsurlarına yönelik tutumlarını ölçmek için Yeşilbursa (2011) tarafından geliştirilen Somut Kültürel Miras Tutum Ölçeği'nden yararlanılmıştır. Anket uygulaması 115 öğrenciyle gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda araştırmaya katılan öğrenciler, kültürel mirasın ilgi ve koruma boyutuna arkeolojik alan ve hafıza boyutlarına göre daha yüksek katılım ortalaması göstermişlerdir. Ayrıca, genel olarak öğrencilerin kültürel miras unsurlarına yönelik tutumlarının olumlu olduğu söylenebilir.

Anahtar sözcükler: Kültürel Miras, Somut Kültürel Miras

ATTITUDES OF TOURISM STUDENTS TOWARDS CULTURAL HERITAGE ELEMENTS

Abstract

In this study, it was aimed to measure the attitudes of tourism educated students towards the elements of cultural heritage. In this context, a Tangible Cultural Heritage Attitude Scale developed by Yeşilbursa (2011) was used to measure the attitudes of the students who were educated in Erzincan University Vocational School of Tourism and Hospitality during the 2016-2017 academic year to the elements of cultural heritage. The survey was conducted with 115 students. As a result of the findings, the students who participated in the research showed higher participation averages for the interest and protection dimension of the cultural heritage than the archaeological area and memory dimensions. In addition, it can be said that the attitudes of the students towards cultural heritage elements are generally positive.

Key words: Cultural Heritage, Tangible Cultural Heritage

KAPADOKYA YÖRESİNDE BALON TURİZMİNİN COĞRAFI ESASLARI

Prof. Dr. İhsan BULUT

Akdeniz Üniversitesi
ihsanbulutakdeniz.edu.tr

Cabir ZEREN

Akdeniz Üniversitesi

Arş. Gör. Özgür Aydın BEKAR

Erzincan Üniversitesi

Berna ÖZOĞUL

Akdeniz Üniversitesi

Özet

Kapadokya yöresi turizm olanakları giderek çeşitlenmekte ve zenginleşmektedir. Son yıllarda yörede balon turizmi büyük önem kazanmıştır. Bu gelişme yörenin doğal koşulları ve tarihi güzelliklerinden ayrı düşünülemez. Göreme kasabasında 1990' lı yıllarda başlayan bu faaliyet günümüzde diğer yerleşmelere de yayılan önemli bir ekonomik uğraş haline gelmiştir. Kuşkusuz, balon turizmini, alternatif turizm olarak da değerlendirmek mümkündür. Yeraltı şehirleri, kiliseler, peribacaları gibi çekicilikleriyle yoğun turist çeken bu yörede balon turizmi turistik faaliyetlere yeni bir boyut olarak eklenmiştir. Bu faaliyetle yörenin aynı anda havadan da algılanması mümkündür. Balonculuk, manzara seyri, fotosafari, havacılık sporu gibi faaliyetlerin birlikte gerçekleştirildiği kompleks bir faaliyettir. Yörede bu faaliyeti gerçekleştiren şirket, istihdam edilen işgücü ve bu faaliyete katılanların sayısı hızlı bir gelişme göstermektedir. Katılanların çoğunluğunu yabancıların oluşturduğu faaliyet ülke ve yöre tanıtımı ve ekonomisine önemli katkı sağlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Kapadokya, Nevşehir, Göreme Kasabası, Balon Turizmi

GEOGRAPHICAL PRINCIPLES OF BALLOON TOURISM IN THE CAPPADOCIAN REGION

Abstract

The touristic facilities offered in the Cappadocia Region has gradually been diversified and enriched. Recently, balloon tourism has gained much importance in the region. This development cannot be dissociated from the natural conditions and historical beauty of the region. Today this facility that started in Göreme, in around 1990's has become an important economic occupation spreading to the other parts too. It may, undoubtedly, be regarded as a form of alternative tourism.

Balloon tourism has brought a new dimension to the touristic facilities in this region which has many other touristic attractions such as underground cities, churches and fairy chimneys. By using this new facility, it is possible to see this region in bird's eye view. Aerostation is a heterogeneous facility that is comprised of landscape viewing, photo-safari and aviation. The number of the companies that organize this facility in the region, the labor force employed and the participants' numbers have rapidly been increasing. This facility, the participants of which are mostly foreign tourists, contributes much to the advertisement and economy of the region and the country.

Key words: Cappadocia, Nevşehir, Town Of Göreme, Hot Air Balloon Tourism

UZAKDOĞULU TURİSTLERİN HEDİYELİK EŞYA SATIN ALMA DAVRANIŞI: SAFRANBOLU'YU ZİYARET EDEN TURİSTLER ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Doç. Dr. Nuray TÜRKER

Karabük Üniversitesi
nturker@karabuk.edu.tr

Uzm. Mehmet UÇAR

Karabük Üniversitesi
mehmed_ucar47@hotmail.com

Özet

Turistlere geçirdikleri tatili ve tatil tecrübelerini hatırlatan hediyelik eşyalar, ziyaretçiler tarafından sıklıkla satın alınan turistik ürünlerdir. Turizm destinasyonlarında giyim eşyalarından, sanat eserlerine, yöresel el sanatlarından yiyecek içecekler kadar pek çok hediyelik eşya satışa sunulmaktadır. Turistlerin hediyelik eşya harcamaları turistik destinasyonlar açısından önemli bir gelir kaynağı yaratmakta olup turist harcamalarının % 30'unun hediyelik eşya satın almak için yapıldığı tahmin edilmektedir. Bu bağlamda ziyaretçilerin hediyelik eşya satın alma davranışı; ürün satın alma sıklıkları, hangi tür ürünleri talep ettikleri, ürün satın alırken dikkate aldıkları faktörler, hediyelik eşyalar için ne kadar ödemeye hazır oldukları v.b. hususlar hediyelik eşya talebinin arttırılması ve pazarının geliştirilmesi açısından önem taşımaktadır. Böylece yerel ekonominin canlanmasına, özellikle küçük esnaftan oluşan hediyelik eşya satıcılarının gelirlerinin arttırılmasına da katkı sağlanacaktır.

Safranbolu'yu her yıl ortalama 40 bin Uzakdoğulu turist ziyaret etmektedir. Uzakdoğulu turistlerin hediyelik eşya satın alma davranışı hediyelik eşya satışlarının arttırılması açısından önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı Safranbolu'yu ziyaret eden Uzakdoğulu turistlerin hediyelik eşya satın alma davranışlarını belirlemektir. Bu amaçla Mart-Mayıs 2016'da yüz yüze görüşme yöntemi ile 180 Uzakdoğulu turiste (Çinli ve Tayvanlı) anket uygulanmış ve geçerli olan 169 anket değerlendirmeye alınarak analiz edilmiştir. Çalışmada Uzakdoğulu turistlerin %37,3'ünün hediyelik eşyaları kendileri kullanmak için, %59,2'sinin ailesine, %46,2'sinin ise arkadaşlarına hediye etmek için satın aldıkları belirlenmiştir. Uzakdoğulu turistler, ağırlıklı olarak Safranbolu seyahatlerinde lokum/helva/reçel (%40,2) buzdolabı süsü/magnet, (%27,8) anahtarlık (%27,8) satın almaktadırlar. Turistlerin hediyelik eşya satın almalarını etkileyen temel faktörler sırasıyla hediyelik eşya dükkânının özellikleri, kişisel faktörler (satıcının davranışları), hediyelik eşyaların fiyatı, hediyelik eşyaların özellikleri ve promosyonel faktörlerdir. Satın alma sırasında ürünle ilgili olarak turistler en çok ürünün otantik/yöreye özgü olmasına, benzersiz/başka yerde bulunmayan bir ürün olmasına, estetik olmasına, kolay taşınabilir ve kolay kırılmayan bir ürün olmasına dikkat etmektedirler. Fiyatla ilgili olarak makul ve ucuz olması, hediyelik eşya dükkânının özellikleri ile ilgili olarak dükkânın dekorasyonu, dükkânın kolay ulaşılabilir yerde olması ve dükkânın çekiciliği olan yerlere yakın olması önem taşımaktadır. Promosyonla ilgili olarak turistler ürünle ilgili tavsiyelere (Satıcının, arkadaşların vb.) önem vermektedirler. Satın almada satıcıların davranışları yani nezaketi ve misafirperverliği de önem taşımaktadır. Safranbolu'yu ziyaret eden Uzakdoğulu turistler Safranbolu'da satılan hediyelik eşyalardan büyük oranda memnundurlar. En çok memnun oldukları hususlar ürünlerin benzersiz ve otantik olması, dükkânın özellikleri, satış elemanlarının davranışları ve sunulan hizmet, fiyatların makul ve/veya indirimli olması ve ürün çeşitliliğidir.

Anahtar Sözcükler: Hediyelik eşya, satın alma davranışı, Uzakdoğulu turistler, Safranbolu

SOUVENIR PURCHASING BEHAVIORS OF THE FAR EAST TOURISTS: A STUDY ON THE VISITORS TO SAFRANBOLU

Abstract

Souvenirs, representing the holiday experiences, are the touristic goods mostly purchased by tourists. The souvenirs sold in tourism destinations include textile products, art objects, handmade crafts, food, and beverage, etc. Given the fact that approximately 30 percent of the touristic expenditures are made for souvenirs, these goods are significant source of revenue for tourism destinations. Therefore, in order to increase the demand for souvenirs and to expand the market for souvenirs, souvenir purchasing behaviours of tourists, frequency of buying souvenirs, type of the souvenirs in demand as well as the factors which the tourists take into account while purchasing the souvenirs and the amount of money they are likely to spend for souvenirs need to be examined as important factors since souvenirs make a notable contribution to local economy and, specifically, to the income of souvenir shop owners, who are actually the small entrepreneurs of a given destination.

Nearly 40,000 Far East tourists visit Safranbolu on a year basis. Analysis of the consumer behaviour of these tourist groups is of great importance in order to increase the investments on souvenirs in Safranbolu. Therefore, the chief objective of the present study is to examine the souvenir purchasing behaviours of the Far East tourists visiting Safranbolu. To this end, a face-to-face questionnaire is applied to 180 tourists from the Eastern Asia countries (especially China and Taiwan) in March-May 2016 and 169 valid questionnaires are analysed within the scope of the research. The findings of the survey demonstrate that 37.3 percent of the interviewees bought souvenirs for themselves while 59.2 percent and 46.2 percent bought for their family members and friends in that order. The Far East tourists mainly buy Turkish delight, halva or jam (40,2 percent), magnet (27,8 percent), and keychain (27,8 percent) during their stay in Safranbolu. Factors which have influence on the purchasing behaviours of the tourists include, but not confined to the quality of the souvenir shops, behaviours of the sellers, price and the features of a souvenir, and the promotion per se respectively. While purchasing, tourists generally tend to consider the product-based factors, such as the authenticity, uniqueness, and the aesthetic of a souvenir as well as to its being easy to carry and not being fragile. For the price, the survey indicates that the tourists attach particular importance to reasonable price. As to the souvenir shop, its decoration, accessibility, and proximity to the main tourist attractions are important for the participants. Regarding the promotion, the tourists are more likely to rely on the recommendations by the seller and the comments of the friends, family members, acquaintances, etc. Furthermore, the behaviour, courtesy, and the hospitality of the seller also affect the purchasing decision of a tourist. Consequently, the present study reaches that the Far East tourists are most satisfied with the souvenirs they purchased in their trip to Safranbolu as well as with the uniqueness and the authenticity of their souvenirs, quality of the shops, behaviours and the service of the sellers, reasonable/reduced prices of the souvenirs, and the wide variety of the souvenirs in that order.

Key words: Souvenirs, Purchasing Behavior, Far East Tourists, Safranbolu

YERLİ TURİSTLERİN TURİZM TERCİHLERİ VE SATIN ALMA DAVRANIŞLARI**Öğr. Gör. Dr. Aylin NALÇACI İKİZ**Kırıkkale Üniversitesi
a.nalcaci@yandex.com**Prof. Dr. Mehmet YEŞİLTAŞ**Girne Amerikan Üniversitesi
mehmetyesiltas@gau.edu.tr**Özet**

Ulusal ve uluslararası anlamda turizm sektöründe artan rekabet ortamında başarılı olmak isteyen işletmelerin temel hedefi tüketici tatminini sağlayabilmektir. Bunun sağlanabilmesinin öncelikli şartı ise tüketicilerin isteklerine, ihtiyaçlarına ve beklentilerine uygun ürünler sunabilmek ve satın alma davranışlarını analiz edebilmektir. Bu çalışmanın amacı yerli turistlerin satın alma karar süreci davranışlarının (tatil motivasyonları, bilgi arama, alternatiflerin değerlendirilmesi, satın alma kararı ve satın alma sonrası eğilim) incelenmesi ve tatil tercihlerinin belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda 402 katılımcıdan anket uygulaması ile elde edilen veriler SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, yerli turistlerin temel itici motivasyon faktörünün "dinlenme ve rahatlama", temel çekici motivasyon faktörünün ise "güvenlik ve emniyet" olduğu belirlenmiştir. Yerli turistlerin bilgi arama kaynağı olarak en fazla interneti kullandıkları ve tatil kararlarında durumsal faktörlerin etkili olduğu görülmüştür. Ayrıca katılımcıların satın aldıkları tatillerden beklentilerinin karşılandığı ve tatillerinden tatmin oldukları sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar sözcükler: Yerli Turistler, Satın Alma Davranışları, Tüketici Davranışları

TOURISM PREFERENCES AND PURCHASING BEHAVIORS OF DOMESTIC TOURISTS**Abstract**

The main objective of businesses that want to be successful in the increasing competition environment in the national and international tourism sector is to be able to provide consumer satisfaction. The prerequisite for achieving this is to be able to offer products that suit consumers' wants, needs and expectations, and to analyze purchasing behavior. The purposes of this study are to examine the buying behavior decision of domestic tourists (Vacation motivations, search for information, evaluation of alternatives, purchasing decision and post-purchase trends) and to determine vacation preferences. For this purpose, the data obtained from the questionnaire application from 402 participants were analyzed by SPSS program. As a result of the research, it has been determined that the internal motivation factor of the domestic tourists is the "rest and relax" and the external motivation factor is the "safety and security". It is seen that domestic tourists use the internet as a source of information and situational factors are influential in vacation decisions. It was also concluded that the participants were met their expectations from the vacations they had purchased and were satisfied with their vacation.

Key words: Domestic Tourists, Purchasing Behaviors, Consumer Behaviors

OTEL YÖNETİCİLERİNİN İLİŞKİSEL PAZARLAMA UYGULAMALARINA YÖNELİK TUTUMLARINA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA: VAN ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Sedat ŞAHİN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
sedatsahin@yyu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Sağbetullah MERİÇ

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
smeric@yyu.edu.tr

Seda İDİKUT ŞAHİN

sedaidikut@hotmail.com

Özet

İlişkisel pazarlama uygulamaları günümüzde benzer hizmet işletmelerinin rekabet üstünlüğü sağlamak için kullandığı son dönem pazarlama stratejilerinden biridir. Tamamen müşterinin istek ve beklentilerine odaklanan ilişkisel pazarlamada uygulama açısından birçok zorluk bulunmaktadır. Bu sebeple yöneticilerin ilişkisel pazarlama uygulamalarına yönelik tutumlarının önemli olduğu belirtilebilir. Bu araştırmada Van ilinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri yöneticilerinin ilişkisel pazarlama uygulamaları konusundaki tutumları ortaya koymak amaçlanmıştır. Dolayısıyla araştırma evrenini söz konusu işletmelerdeki yöneticiler oluşturmaktadır. Araştırma derinlemesine bilgi edinmek amacıyla nitel araştırma olarak tasarlanmış ve yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler içerik analizi yardımıyla somut bulgular haline getirilmiştir. Çalışma sonucunda yöneticilerin ilişkisel pazarlama uygulamalarını uygulamak için istekli oldukları ve teknolojik altyapılarının bunun için yeterli olduğunu düşündükleri sonucuna ulaşılmıştır. Ortaya çıkan bir diğer sonuca göre ise yöneticilerin bir kısmı ilişkisel pazarlama uygulamalarını hayata geçirmek için gerekli en önemli unsurlardan biri olan personelin bu konuda yeterli eğitime sahip olmadığını belirtmektedirler.

Anahtar sözcükler: İlişkisel Pazarlama, Otel Yöneticileri, Van

A RESEARCH ON THE ATTITUDES OF THE HOTEL MANAGERS TOWARDS THE RELATIONSHIP MARKETING PRACTICES: THE CASE STUDY OF VAN

Abstract

Relational marketing practices are one of the most recent marketing strategies that similar service enterprises use to provide competitive advantage. There are many difficulties in implementing relational marketing, which focuses entirely on the wishes and expectations of the customers. For this reason, it can be stated that managers' attitudes towards relational marketing applications are important. In this research, it was aimed to reveal the attitudes of the managers of accommodation enterprises operating in Van province on the subject of relational marketing applications. Therefore, the research universe constitutes the managers of such business enterprises. The research designed as a qualitative research to obtain in-depth knowledge and semi-structured interview technique was used. The data obtained as a result of the interviews were made into concrete findings with the help of content analysis. The result is that managers are eager to implement relational marketing practices and that their technological infrastructure is sufficient for this. According to another result, small number of

the manager point out that the personnel who are one of the most important factors to implement relational marketing practices are not educated enough in this respect.

Key words: Relational Marketing, Hotel Managers, Van Province

ÇEVREYE YÖNELİK EKOSENTRİK, ANTROPOSENTRİK VE ANTİPATİK TUTUMLAR: TURİZM ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Doç. Dr. Bayram ŞAHİN

Balıkesir Üniversitesi
bsahin@balikesir.edu.tr

İbrahim Halil KAZOĞLU

Balıkesir Üniversitesi
ibrahimhalilkazoglu@gmail.com

Ebru GERDAN

Balıkesir Üniversitesi
ebru_gerdan_45@hotmail.com

Özet

Çevre etiği, insanoğlunun doğa ile olan ilişkilerinde etkili olabilecek her türlü tutum ve davranışı inceleyen kuramsal bir disiplindir. Çevre etiğinin odak noktasında Sanayi Devrimi'nden günümüze kadar geçen sürede özellikle iklimlere bağlı çevre sorunlarının ortaya çıkışı ve bunun önüne geçilmesi için gerekli olan tutum ve davranışların belirlenmesi vardır. Çevre etiği kavramı, her ne kadar ortak bir odak noktasına sahip olsa da farklı bilim insanları tarafından farklı şekilde yorumlanmış ve çevreye yönelik farklı yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Ekosentrik (Çevre merkezli), Antroposentrik (İnsan merkezli) ve Biosentrik (Canlı merkezli) yaklaşımlar bilim insanları tarafından üzerinde en fazla durulan yaklaşımlardır. Araştırmanın amacı, lisans ve lisansüstü düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin çevreye yönelik etik yaklaşımlarını ve kendilerini çevreye karşı nasıl konumlandıklarını belirlemektir. Araştırmanın çalışma grubunu, 2016-2017 eğitim-öğretim yılında Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde öğrenim gören lisansüstü öğrencileri ve Turizm Fakültesi'nde öğrenim gören geleceğin turizm işgörenleri ve yöneticileri oluşturmaktadır. Araştırma grubundan elde edilecek veriler, "Ekosentrik, Antroposentrik ve Çevreye Yönelik Antipatik Tutum Ölçeği" ile toplanacaktır. Ayrıca araştırmada öğrencilerin çevreye yönelik algılarının demografik özelliklerine, cinsiyetlerine, sınıf düzeylerine, çevre üzerine herhangi bir ders alıp almadıklarına ve herhangi bir çevre kuruluşuna üye olup olmadıklarına göre farklılık gösterip göstermediği test edilecektir. Elde edilen sonuçlar ışığında gerek eğitim gerekse sektör açısından üzerinde durulması gereken noktalar konusunda öneriler geliştirilecektir.

Anahtar sözcükler: Çevre, Çevre Etiği, Çevre Etiği Yaklaşımları, Turizm, Balıkesir

ECONENTRIC, ANTROPHENOTRIC AND ANTIPATIC ATTITUDES TOWARD THE ENVIRONMENT: A RESEARCH ON TOURISM STUDENTS

Abstract

Environmental ethics is a theoretical discipline that examines every kind of pinch and behaviour that can be effective for the nature and relationships of human beings. At the focus of environmental ethics is the determination of attitudes and behaviours that necessary for the emergence of environmental problems due to climatic conditions, especially during the period from Industrial Revolution to daylight. Although the concept of environmental ethics has a common focal point, it has been interpreted differently by different scientists and different approaches have emerged towards the environment. Ecocentric, Anthropocentric and Biocentric approaches are the most focused approaches by scientists. The aim of the research is to

determine the ethical approach of the students who are studying tourism at the undergraduate and post graduate levels and how they locate themselves towards the environment. The working group of the research is composed of post graduate students studying at the Institute of Social Sciences of Balıkesir University in 2016-2017 academic year and the tourism occupations and managers of the future studying in the Faculty of Tourism. The data, which is obtained from the research group, will be collected with the Ecocentric, Anthropocentric and Anti-phatic Attitude Scale towards the Environment. It will also be tested whether the students' perceptions of environmental perceptions differ according to their demographics, gender, grade levels, whether they take any courses on the environment, and whether they are affiliated with any environmental organization.

Key words: Environment, Environmental Ethics, Environmental Ethics Approaches, Tourism, Balıkesir

MOR GABRIEL MANASTIRINI ZİYARET EDEN TURİSTLERİN PROFİLİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Yrd. Doç. Dr. Rıdvan ERDOĞAN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ridvanerdogan@yyu.edu.tr

Emine AKMAN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Özet

Turizmin tarihi insanlığın tarihi ile başlar. Bilimin gelişmesi, buluşların artması ve sanayileşme ile turizm sektörü de gelişmiş ve daha kitlesel bir hal almıştır. İnsanoğlunun yeni yerler görme ve öğrenme merakı, eski çağlardan günümüze birçok insanı ekonomik, kültürel ve diğer nedenlerle seyahat etmeye zorlamıştır. Sosyal ve ekonomik gelişmeye paralel olarak, kişisel gelir düzeyinin yükselmesi, ulaşım araçlarının hız ve kapasitesinin artması, enformasyon ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, çalışma süresinin azalması, ücretli tatillerin artması gibi nedenlerle zamanla bütün dünya insanlarını etkileyen turizm faaliyeti, bugün çok büyük boyutlara ulaşarak, uluslararası bir nitelik kazanmıştır.

İnanç turizmi; insanların sürekli olarak yaşadıkları, olağan gereksinimlerini karşıladıkları yerlerin dışında, dini gereksinimlerini yerine getirmek, inanç çekim merkezlerini görmek amacıyla yaptıkları gezilerin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Bingöl, 2007: 1). İnançlar gereği zorunlu gördüğü kutsal mekânları ziyaret ederek hem manevi hem de iç huzuru arayan insanların katılmış olduğu bir alternatif turizm türüdür. Farklı kültüre ve farklı inançlara sahip olan insanların dini açıdan önemli gördükleri farklı şehir veya ülkedeki kutsal yerlere manevi ihtiyaçlarını gidermek amacıyla yaptıkları seyahatler bütünü oluşturur.

Araştırmamız Mor Gabriel Manastırı ve burayı ziyaret eden turist profili üzerinedir. Mor Gabriel Manastırı, Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde, Süryani yazarların Turabdin (Mardin-Midyat bölgesi) olarak adlandırdıkları bölgede, eski adı Kartmin olan Yayvantepe köyünün kuzeydoğusunda 397 yılında Mor Şmuel ve Mor Şemun tarafından kuruldu. Manastır, 1614 yıllık tarihiyle dünyanın halen faal birkaç manastırından biridir. Başka bir deyişle Manastır, sadece bölgenin ve Türkiye'nin değil ama dünyanın da devam eden en eski birkaç dini kurumundan biridir.

Araştırma sahamızda anket tekniğini kullanarak manastıra gelen turist profili üzerinden veriler elde edilmeye çalışılacaktır.

Anahtar Sözcükler: Mor Gabriel Kilisesi, İnanç Turizmi, Turist profili

A RESEARCH ON THE PROFILE OF TOURISTS TO VISIT THE MOR GABRIEL MONASTERY

Abstract

Seeing new places and learning curiosity of mankind, from ancient times to the present day, many people of economic, cultural and other reasons has forced me to travel. Parallel to social and economic development, tourism activity, which affects people all over the world over time due to increase in personal income level, increase in speed and capacity of transportation tools, improvement in information and communication technologies, decrease in working time, increase in paid holidays, Quality.

Religious tourism; people are constantly in their usual meeting place outside of the requirements, to fulfill the religious requirements of faith are made with the intent to see the attraction (Bingöl, 2007: 1). Religious tourism; People's beliefs that saw a requirement of visiting the holy sites, both spiritually and made with the desire of seeing new places by both to be happy is a type of alternative tourism. People who have different cultures and different beliefs form the whole of the journey they have made to the sacred places in different cities or countries that they see important in terms of their religion in order to save their spiritual needs.

Our research is about the Mor Gabriel Monastery and the tourist profile that visited it. The Mor Gabriel Monastery was founded by Mor Şemuel and Mor Şemun in 397 in the north-east of the village of Yayvantepe, formerly called Kartmin, in the region of Turkey's Southeastern Anatolia Region, which Syriac authors termed Turabdin (Mardin-Midyat region). The monastery is one of the world's few active monasteries dating back to 1614 years. In other words, Monastery is one of the oldest religious institutions not only of the region but of Turkey but also of the world.

The purpose of the research is to evaluate the tourism activities of the people's beliefs in accordance with their tourism activities. Qualitative research methods will be used in this study. In this study, data will be collected by survey technique within the framework of the field study and interpreted within the framework of principles of geography.

Key words: Mor Gabriel Church, Faith Tourism, Tourist Profile.

2017 AVRUPA OLİMPİK GENÇLİK KIŞ FESTİVALİ'NİN ERZURUM'A OLASI ETKİLERİNİN İNCELENMESİ

Yrd. Doç. Dr. Tuna BATUHAN

Atatürk Üniversitesi
tunabatuhan@gmail.com

Doç. Dr. Süleyman TOY

Atatürk Üniversitesi
suleyman.toy@atauni.edu.tr

Emine Bilgen EYMİRLİ

Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı
Bilgen.eymirli@kudaka.org.tr

Özet

Bu çalışmada Olimpiyat Geleneği açısından yeni sayılabilecek olan Avrupa Olimpik Gençlik Kış Festivali (EYOWF) incelenecek ve Erzurum'un ev sahipliği yapacağı 2017 EYOWF'un Erzurum'a olası etkileri tartışılacaktır. EYOWF genel olarak Olimpiyat havasını taşısa da birçok anlamda Kış Olimpiyat Oyunlarından daha küçük ölçekli bir organizasyondur. Ev sahibi şehir açısından etkisi daha sınırlıdır. Buna rağmen EYOWF ev sahibi şehir açısından ciddi bir organizasyon tecrübesi ve gelecekte düzenlenmesi planlanan benzer organizasyonlar için bir referans noktası olarak görülebilir. 2017 EYOWF Erzurum'un kış sporları merkezi olarak tanınırlığını arttıracak önemli bir fırsattır ve bu çalışmada ortaya koyulan önerilerin amacı, 2017'de gerçekleştirilecek olan EYOWF'un Erzurum'a olan etkisinin en yüksek seviyeye çıkarılmasına katkı sağlamaktır. Olimpiyat Oyunlarına kıyasla daha az araştırılmış olan EYOWF'un potansiyelini ve olası etkilerini araştıran bu çalışma daha sonra yapılacak olan analizlere yol göstermesini umduğumuz bir başlangıç niteliğindedir.

Anahtar sözcükler: Avrupa Olimpik Gençlik Kış Festivali, Erzurum, Büyük Çaplı Organizasyon Planlaması

INVESTIGATING THE POSSIBLE EFFECTS OF EUROPEAN YOUTH OLYMPIC WINTER FESTIVAL (EYOWF) 2017 IN ERZURUM

Abstract

European Youth Olympic Winter Festival (EYOWF), which is said to be a new concept for Olympic tradition, is evaluated and possible effects of EYOWF 2017 to be held in Erzurum in the city are discussed in the scope of the present study. Even though EYOWF bears in general ambience of Olympic, it is far smaller in size than Winter Games from many perspectives and its effects are more limited for the host city. However, EYOWF can serve as a serious organization experience source for the cities hosting it and a reference point for the organizations intended to host. EYOWF 2017 Erzurum is good opportunity which can absolutely increase the recognition of the city as a winter sport centre. The aim of the suggestions proposed in the present study is to contribute to increasing the positive effects of EYOWF 2017 Erzurum in the city. This study is accepted to be a beginning by investigating the potentials and possible effects of relatively less studied EYOWF than winter games since it can lead to new analytic studies and project in the future.

Key words: European Youth Olympic Winter Festival, Erzurum, Large Extended Organization Planning

KIŞ TURİZMİYLE SOSYO – EKONOMİK KALKINMA BAŞARISI VE ERZURUM İÇİN İYİ UYGULAMA ÖRNEĞİ SNOWPOLİS

Doç. Dr. Süleyman TOY

Atatürk Üniversitesi
Suleyman.toy@atauni.edu.tr

Şirin ELÇİ

Baskan/President and CEO INOMER,
sirin.elci@inomer.org

Yrd. Doç. Dr. Tuna BATUHAN

Atatürk Üniversitesi
tunabatuhan@gmail.com

Özet

Turizm farklı potansiyelleri kullanarak ve sektörler arası çoklu etkileşimler oluşturarak bir yerin kalkınması için kilit sektör konumuna gelebilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, turizmin herhangi bir tipinin alanın potansiyeline göre temel alındığı ve üzerine stratejiler geliştirilerek farklı sektörlerin turizm değer zincirine katılarak topyekün bir kalkınma sağlandığı örnekler de mevcuttur. Bu çalışma, böyle bir örnekten, Snowpolis, yola çıkılarak Türkiye’de, kış turizmi ekseninde öne çıkan merkezlerden biri olan Erzurum’la ilgili benzerlikler, farklılıklar ve olabilecek uyarlamaları ele alıp önerilerde bulunmak amacıyla yapılmıştır. Çalışma sonunda, Erzurum’un turizm temelinde diğer sektörleri de tetikleyerek kalkınabilmesi için; yerel aktörler arasında sıkı ve etkin işbirliğini sağlaması, Ar-Ge ve inovasyon üretebilecek kapasitesini teknopark vasıtasıyla üniversite ve yerel aktörlerin işbirliği ile geliştirmesi ve son olarak da mevcut üniversite öğrencisi potansiyelinden turizmde tanıtım ve nitelikli insan kaynağı oluşturma konusunda yararlanması gerekliliği ortaya konulmuştur.

Anahtar sözcükler: Kış Turizmi, Erzurum, Snowpolis

SUCCESS IN SOCIOECONOMIC DEVELOPMENT THROUGH WINTER TOURISM AND SNOWPOLIS, A GOOD PRACTICE EXAMPLE FOR ERZURUM

Abstract

Tourism may sometimes become key sector for the development of an area benefitting from various existent potentials and establishing multi – facet interactions between sectors. From this point of view, there are some good practice examples, where any type of tourism is accepted to be a base depending on the potentials of the area in question and an overall development is achieved by producing different strategies and involving different sectors in tourism value chain. Present study is related to such a good practice example, Snow-polis, and some practices implemented in it may be adjusted to Erzurum, which is prominent for winter tourism by considering similarities, differences and example to apply. As the result of the study, it is suggested that Erzurum should improve tight and effective cooperation between local actors based on tourism, increase research and development and innovation capacity through technoparks and cooperation between university and local actors again, and benefit from a capacity from university students using them to be promotion materials and quality human resources.

Key words: Winter Tourism, Erzurum, Snowpolis

BİR EKOTURİZM AKTİVİTESİ OLARAK MAĞARA TURİZMİ; ERZURUM İLİ ELMALI MAĞARASI ÖRNEĞİ

Yrd. Doç.Dr. Elif AKPINAR KÜLEKÇİ

Atatürk Üniversitesi
eakpinar@atauni.edu.tr

Doç. Dr. Işık SEZEN

Atatürk Üniversitesi
isiksezen@atauni.edu.tr

Özet

Alternatif turizm çeşitlerinden biri olan ekoturizm, 1980'li yıllarda doğal ve kültürel alanlara yönelik yapılan bir etkinlik olarak ortaya çıkmış ve turizm endüstrisinin hızla büyüyen alt sektörlerinden biri haline gelmiştir. Ekoturizmin bir çeşidi olan mağara turizmi son zamanlarda macera ve doğa sporlarına meraklı pekçok ziyaretçi için alternatif bir turizm çeşidi olmuştur. Ülkemiz sahip olduğu 40.000'in üzerinde mağara sebebiyle, dünyadaki diğer ülkelerle karşılaştırıldığında "mağara cenneti" olarak tanımlanabilir.

Çalışmada yer alan ve Erzurum iline bağlı İspir ilçesinde yer alan Elmalı Mağarası, sahip olduğu ilginç jeolojik ve jeomorfolojik yapısı, sarkıt ve dikitleri ve 400 m ye ulaşan uzunluğuyla ülkemizin önemli mağaralarından birisidir. Birbiriyle bağlantılı ve paralel uzanışlı iki galeri ve toplam 8 salondan meydana gelen mağarada sığ göller, çok çeşitli damlatası oluşumları (sarkıt, dikit, sütun vb) görülmeye değerdir. Bu araştırmanın amacı, Erzurum ilinin alternatif turizm potansiyelinin incelenerek, bölgenin sahip olduğu mağara turizmi potansiyelin nasıl turizm sektörüne kazandırabileceğini Elmalı mağarası örneğinde ortaya koymaktır. Bu kapsamda "Elmalı mağarasının mevcut turizm potansiyeli belirlenip, bu potansiyelin, doğal ve kültürel kaynak değerleri açısından oldukça zengin olan Erzurum iline sağlayacakları katkılar konusunda bir değerlendirme ortaya koyulmuştur. Çalışmada SWOT Analizi yapılarak, alanın mağara turizmi potansiyeli açısından, güçlü ve zayıf yönleri ile gelecekte oluşabilecek fırsat ve tehditlerin neler olabileceği belirlenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Ekoturizm, Mağara Turizmi, Erzurum (İspir), Elmalı Mağarası

CAVE TOURISM AS AN ECOTOURISM ACTIVITY; THE SAMPLE OF ERZURUM ELMALI CAVE

Abstract

Ecotourism, one type of alternative tourism, appeared first in 1980s as an activity using natural and cultural areas and turned out to be one of the fastest growing subsector of tourism. Cave tourism, one type of ecotourism, has been preferred in recent years by the visitors keen on adventure and nature sports. Turkey can be defined as cave heaven with over 40.000 caves it shelters.

Present study is related to Elmalı Cave, in İspir District, Erzurum. The cave is one of the most important caves in Turkey with its unique and fascinating geological and geomorphological structure, stalactites and a 400 metres length. The cave shelters two galleries lying in parallel and connectedly to each other; eight halls, shallow lakes, various drop stones and many others. The aim of present study is to investigate alternative tourism potential of Erzurum province, and how to combine potential cave tourism in the region with other tourism types in the sample of Elmalı cave. In this scope, present tourism potentials of Elmalı cave were determined by

evaluating the contributions of these potentials to Erzurum covering a rich natural and cultural source values and analysing strengths and weaknesses and opportunities and threats (SWOT) of the area for cave tourism potentials.

Key words: Ecotourism, Cave Tourism, Erzurum(İspir), Elmalı Cave

HOT AIR BALLON TOURISM IN CAPPADOCIA (TURKEY): CHALLENGES AND NEW PERSPECTIVES

Asst. Prof. Emine CİHANGİR

Yüzüncü Yıl University
eminecihangir@yyu.edu.tr

Asst. Prof. Mehmet ŞEREMET

Yüzüncü Yıl University
mseremet@yyu.edu.tr

Abstract

Alternative tourism is one of the important steps towards the sustainability in the tourism marketing trends, which needs attention in the developing countries such as Turkey. Turkey is a large territory which offers different types of tourism, including environment-oriented, historical, cultural attractions. Cappadocia is a place in the central part of Turkey with dry environment, being a place with a unique geomorphological-oriented shape featuring fairy chimneys, caves and stone gallerias. This feature gives an opportunity to experience different types of activities in the region such as trekking, cultural-tour, wine tasting, experiencing the ceramic making, horsing and hot balloon trip on the air, all of which supports the local economy in the region. Hot-air ballooning is usually environment-friendly way of experiencing the touristic attractions in the local environment which is usually open to anthropogenic effects of tourism activities. However, in the less positive side, it has also some disadvantages in such activities as footprint issue and accidents. The latter probably makes less positive reputation for this type of tourism. Nevertheless, it creates a great economy with 100 million Euros a year in the tourism market. Therefore it is important to analyzing this case as a good practice in the country, not least because the newcomers to the tourism sector might need some suggestions as well as solutions to the challenges facing the hot-balloon tourism sector in the region. This study is therefore aimed to provide a critical insight into this type of tourism activities in the Cappadocia region of Turkey. To achieve this goal, this study will discover the following research questions:

- 1) What is the story of emergence of balloon tourism from the perspective of 'great-and-goods'?
- 2) What is the role of balloon activities in the development of tourism at the Cappadocia region?
- 3) How does the balloon business change the region's tourism potential?
- 4) What are the effects of balloon business on the emergence of culture-oriented local tourism?
- 5) What are the challenges facing the balloon tourism?

In order these questions to be achieved, a mix methodology including qualitative and quantitative techniques will be employed. Interview technique will held with the tour seller officers, and the owners/managers of balloon business companies, as well as the balloon drivers. A questionnaire including some open-ended questions will be implemented with the tourists experiencing the hot-balloon tours in the region. At the end of the study, a list of suggestions will be developed, which might help the entrepreneurs to set up and run ballooning activities in the remaining part of Turkey.

Key words: Hot Air Ballon, Cappadocia (Turkey), Tourist Profile, Balloorism, Alternative Tourism

JEOTURİZM KAVRAMI: JEOTURİSTİK ALANLARA DÜNYA'DAN VE TÜRKİYE'DEN ÖRNEKLER

Yrd. Doç. Dr. Türker YAKUPOĞLU

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
turkery@yyu.edu.tr

Ahmet Vedat YILMAZ

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ahmet_651989@hotmail.com

Özet

Jeoturizm (jeolojik turizm), bir bölgedeki jeolojik miras alanlarının görmek amacıyla gezilmesi ve ziyaret edilmesi faaliyetidir. Amacı, halkın yerbilimine yaklaşmasını, böylece jeolojik mirasın korunması kavramının öneminin anlaşılmasını, yaygınlaşmasını ve tüm bunları yerine getirirken yerel/bölgesel kalkınmayı da sağlamaktır. Jeoturizm, ilk defa tanımlandığı 1995 yılından günümüze kadar gelişim göstermiş ve çoğunlukla jeopark kavramı ile birlikte anılmaya başlamıştır. Jeoparklar, aynı veya farklı türden jeositlerin bir arada bulunduğu alanlardır. Dünyada birkaç kilometrekareden birkaç bin kilometrekareye kadar çeşitli büyüklükte olanları kurulmuştur. Küçük veya büyük tüm jeoparkların eğitim, koruma ve jeoturizm fonksiyonları vardır. Jeoturizmin gelişimine katkı sağlayan jeoparklara; Hong Kong Jeoparkı (Çin), Lesvos Jeoparkı (Yunanistan), Copper Coast Jeoparkı (İrlanda), Beigua Jeoparkı (İtalya), Naturtejo Jeoparkını (Portekiz) örnek vermek mümkündür. Bu jeoparklar ve diğerleri incelendiğinde, içerdikleri jeolojik oluşumların birçoğunun ülkemizde mevcut olduğu görülmektedir. Yüz milyonlarca yıldır oluşagelen jeolojik olaylar, meydana getirdikleri her türden kaya, fay, mineral, fosil vb. ile Türkiye'nin jeolojik anlamda varlıklı bir ülke olmasını sağlamıştır.

Van Gölü (Van ve Bitlis), Tuz Gölü (Ankara, Konya ve Aksaray), Pamukkale (Denizli) (UNESCO Dünya Miras Listesinde yer almaktadır), Kapadokya (Orta Anadolu) (UNESCO Dünya Miras Listesinde yer almaktadır.), Meke – Acıgöl Maarı (Karapınar, Konya), Nemrut Kalderası (Tatvan, Bitlis), Kırmızı Mutluluk Vadisi (Narman, Erzurum), Güvem Balık Fosilleri (Kızılcahamam, Ankara) Taşlaşmış Ağaç Fosil Ormanı (Çamlıdere – Ankara), Kula Volkan Konileri (Manisa) Türkiye'de jeoturizm faaliyetine konu olan önemli jeolojik miras alanlarıdır. Buna karşın, ülkemizde yalnızca Kula Jeoparkı (2013 yılında kabul edilmiştir), Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından kabul edilmiş jeoparklar listesinde yer almaktadır. Ülkemizdeki jeoparkların sayısını arttırma çalışmaları çeşitli kurum ve kuruluşların gayretleriyle sürdürülmektedir. Bununla birlikte, jeoparkların oluşturulmasında ve jeositlerin korunmasında yerel yönetimlerin ve halkın isteği, çabası en önemli unsurlardır. Komşumuz Yunanistan'daki Lesvos (Midilli) adası jeoparkını her yıl 80.000 kişi ziyaret etmekte olup, jeopark olarak kabul edildiği 2000 yılından bugüne kadar 1 milyonu aşkın jeoturisti ağırlamıştır. Her bir ziyaretçi jeopark giriş ücreti olarak 5 euro ödemektedir. Diğer turistik harcamalar da gözönüne alındığında jeoparkın adaya on milyonlarca euro kazandırdığı açıktır. Bu örnekten anlaşılacağı üzere jeoturizm faaliyetleri yerel ekonomiye de önemli katkı sağlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Türkiye, Jeoturizm, Jeopark, Jeolojik Miras

THE CONCEPT OF GEOTOURISM: EXAMPLES OF GEOTOURISTIC AREAS FROM THE WORLD AND TURKEY

Abstract

Geotourism (geological tourism) is a sightseeing and visiting activity to see geological heritage sites in a region. The aim of geotourism is to ensure that the people get closer to geology, so that the concept of preservation of geological heritage is understood and spread, and local / regional economic development is achieved. Geotourism has developed from the first time it was defined in 1995 to the present day, and it has begun to be remembered mostly together with the concept of geopark. Geoparks are areas where same or different geosites coexist. In the world, a few kilometres to several thousand square kilometers geoparks have been established. All small or large geoparks have functions of education, protection and geotourism. Examples of geoparks that contribute to the development of geotourism are Hong Kong Geopark (China), Lesvos Geopark (Greece), Copper Coast Geopark (Ireland), Beigua Geopark (Italy), Naturtejo Geopark (Portugal). When these geoparks and others are examined, it is seen that many of the geological formations they contain are present in our country. The geological events that have occurred for hundreds of millions of years formed all kinds of rocks, faults, minerals, fossils etc. and made Turkey a geologically wealthy country. Lake Van (Van and Bitlis), Salt Lake (Ankara, Konya and Aksaray), Pamukkale (Denizli) (Located in UNESCO World Heritage List), Cappadocia (Middle Anatolia) (Located in UNESCO World Heritage List), Meke - Acigöl Maar (Karapinar, Konya), Nemrut Caldera, (Bitlis), Red Happiness Valley (Narman, Erzurum), Güvem Fish Fossils (Kızılcahamam, Ankara) Petrified Wood Fossil Forest (Çamlıdere - Ankara) and Kula Volcano Cones (Manisa) are the important geological heritage areas subject to geotourism activity in Turkey. On the other hand, only Kula Geopark (accepted in 2013) in Turkey is on the list of geoparks accepted by United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). The studies to increase the number of geoparks in Turkey are being carried out with the efforts of various institutions and organizations. However, the desire of local governments and the public for the creation of geoparks and the protection of geosites are the most important elements. Lesvos (Midilli) island geopark in Greece has been hosting 80.000 people every year, and has hosted more than 1 million geotourists since 2000, when it was accepted as geopark. Each visitor pays 5 euros for the geopark entrance fee. Considering other tourist expenditures, it is clear that the geopark has earned the island tens of millions of euros. As can be seen from this example, geotourism activities have also a significant contribution to the local economy.

Key words: Turkey, Geotourism, Geopark, Geological Heritage

TÜRKİYE VE SURİYE ARASINDAKİ KÜLTÜREL ENTEGRASYONUN GELİŞTİRİLMESİNDE KARDEŞ ŞEHİR UYGULAMASININ ÖNEMİ

Öğr. Gör. Mehmet Levent KOCAALAN

Pamukkale Üniversitesi
mlkocaalan@pau.edu.tr

Özet

Kardeş şehir kavramı, şehirler, ilçeler veya eyaletler arasında kurulan stratejik amaçlı ve uzun vadeli yapılan bir ortaklık biçimidir. Bu ortaklık kültürel, ticari, kalkınma ve çatışma çözümü gibi pek çok sebebe dayanmaktadır.

Dünyanın küreselleşme sürecinde olması ile, ülkeler arasındaki sınırlar ortadan kalkmakta, farklı milletler arasında bulunan insanların ilişkileri turizm, sosyal medya ve ülkeler arası kültür iletişimleriyle insanların arası ilişki birliği kurulmaya başlanmıştır. Farklı ülkelerdeki kentlerin, temsilcileri aracılığıyla doğrudan ilişki ve iletişim kurarak tecrübe, insan, sermaye kültür akışının sağlanmasında, kardeş şehirlerin birbirleri ile diyalogu çok önemlidir. Yerel yönetimler arasındaki Kardeş Şehir ilişkisi, çatışmaların önlenmesinde, çatışmaların barışçıl yollarla çözümü, çevre politikaları ve küresel mirasın korunmasında önemli bir role sahip olmaktadır.

Bu bildiri kapsamında Türkiye ve Suriye ile tarihsel bir işbirliği bulunmaktadır. Gelecekte ilişkilerin düzeltilmesi için, Türkiye ve Suriye sınırları çevresindeki illerle ilgili bir vaka çalışması yapılacaktır. Bu çalışmada, iki ülke arasındaki kültürel, ekonomik ve turizm gelişmesi üzerinde durulacaktır. İki ülke halklarının kaynaşması için, yapılması gereken faaliyetler hakkında bilgi verilecektir.

Anahtar sözcükler: Kardeş Şehir, İlişkiler Yönetimi, Türkiye, Suriye

IMPROVING CULTURAL INTEGRATION BETWEEN TURKEY AND SYRIA, THE IMPORTANCE OF SISTER CITY IMPLEMENTATION

Abstract

The concept of a sister city is a form of strategic purpose and long-term partnership between cities, counties or rulings. This partnership is based on many factors such as cultural, commercial, development and conflict resolution.

With the world being in the process of globalization, the borders between the countries have been lifted and people's relations among different nations have begun to be established between tourism, social media and intercultural communication with people. Dialogue between the sister cities is very important in the flow of experience, people, capital culture by establishing direct contact and communication through the representatives of the cities in different countries. The sister city relationship in local governments has an important role to play in the prevention of conflicts, peaceful solution of conflicts, environmental policies and preservation of global heritage.

Within this declaration, there is a historical cooperation between Turkey and Syria. In order to improve relations in the future, a case study will be done about the ills around the borders of Turkey and Syria. In this study, cultural, economic and tourism development between the two countries will be emphasized. Information on the activities to be carried out will be provided for the integration of the peoples of the two countries.

Key words: Sister City, Relations Administration, Turkey, Syria

SÜRÜDÜRÜLEBİLİR İNANÇ TURİZMİ KAPSAMINDA TÜRKİYE'DE İNANÇ TURİZMİ VE SEMAVİ DİNLER ARASI SEYEHAT

Mehmet EREN

Karabük Üniversitesi
mehmeteren@karabuk.edu.tr

Filiz KAÇAR

Karabük Üniversitesi
filizkacar@karabuk.edu.tr

Özet

İlk insan Hz. Adem aynı zamanda ilk peygamber olarak görevlendirilmiş bu da insanlığın varoluşuyla birlikte dini inançların da beraber var olduğunu göstermektedir. İnsanlık tarihiyle birlikte seyahat olgusu da ortaya çıkmış ve dini amaçlı seyahat eden ilk kişi Hz. Adem olmuştur. Buradan yola çıkarak insanoğlu tarih boyunca bir şeylere inanmış ve bu inandıkları değerlere kutsallık atfederek belirli dönemlerde buralara seyahat etme ihtiyacı hissetmiştir. Bu seyahatler "inanç turizmi"ni doğurmuştur. İnanç turizmi insanoğlunun inançlarını yaşamaları amacıyla kutsal olarak nitelendirdikleri yerleri ziyaret etmeleri ile başlamış ve zamanla daha da önem kazanarak günümüzde kitleler halinde yapılan seyahat olgusu haline gelmiştir.

Semavi dinlerde inanç turizminin önemli bir yeri vardır. Hristiyanlık, Yahudilik ve İslamiyet'te bir çok mekan kutsal sayılarak belirli dönemlerde inançları gereği ziyaret edilmektedir. Bu seyahatler Yahudilik ve Hristiyanlıkta hac olarak karşımıza çıkmaktadır. İslamiyet'in 610 yılında doğuşuyla dini mekanlar Müslümanlar açısından da çok büyük önem arz etmiş ve buralara seyahatler büyük önem arz etmeye başlamıştır. Dünyada semavi dinlere inanan 2.2 milyar Hristiyan, 1.6 milyar Müslüman ve 13.2 milyon Yahudi bulunmaktadır. Ülkemizde semavi dinlere ait bir çok kutsal mekan bulunmakta ve bu kadar inananı bulunan semavi din mensupları için ülkemiz önemli bir destinasyon haline gelmelidir. Bu çalışmamızda Türkiye'deki inanç turizminin sürdürülebilir turizm kapsamında değerlendirilerek semavi din mensupları için önemli bir destinasyon haline gelmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelime: İnanç Turizmi, Sürdürülebilir Turizm, Semavi Dinler

IN THE SCOPE OF SUSTAINABLE BEAUTY TOURISM, BETWEEN BELGIUM TOURISM AND SEMAVY RELIGIONS IN TURKEY

Abstract

The first person Hz. Adam was appointed as the first prophet at the same time, which shows that religious beliefs coexist together with the existence of mankind. Traveling with the history of humanity has also emerged and the first person to travel for religious purposes Hz. It's Adam. From this way, mankind believed in something throughout history and felt the need to travel around the country during certain periods, attributing sacredness to the beliefs they believed. These travels have produced "religious tourism". Faith tourism has begun with visiting humanity's places of beliefs as sacred for their lives and gaining in importance over time, becoming a mass travel phenomenon today.

Faith tourism has an important place in Semavi religions. Many places in Christianity, Judaism and Islam are regarded as sacred, and their beliefs are visited in certain periods. These travels are antagonistic to pilgrimage in Judaism and Christianity. In 610 years of Islam, religious places were of great importance for Muslims, and local travels became very important. There are 2.2

billion Christians, 1.6 billion Muslims and 13.2 million Jews in the world who believe in the Semavi religions. There are a lot of sacred places belonging to the Sema religions in our country and for our members who are so believers, our country should become an important destination. In this study, it is aimed that belief in tourism in Turkey will be evaluated within the scope of sustainable tourism and become an important destination for members of Semavi religions.

Key words: Faith Tourism, Sustainable Tourism, Semavi Religious

SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR YEREL KALKINMA VE TURİZM MODELİ OLAN SAKİN ŞEHİR AĞI İÇİN AHLAT KENTİNİN POTANSİYELİNİN ARAŞTIRILMASI

Yrd. Doç. Dr. Yaşar SUBAŞI DİREK

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

yasarsu@yyu.edu.tr

Özet

Dünyada son yıllarda sürdürülebilir turizm ve yerel kalkınma modeli olarak sakin şehir hareketi ve ağı giderek marka kentler oluşumunda değer kazanan ve önemi giderek artan bir yönelimdir. Bir grup eylemci tarafından Romada 1986 yılında, kültürel yozlaşmaya neden olduğu gerekçesiyle fast food zincirine karşı slow food hareketi başlatılmış, bu hareket giderek bir yaşam tarzına dönüşmüştür. Bu yaşam tarzını benimseyen kentlere slowcity/cittaslow/sakin şehir denilmiş, bu kentler için küreselleşmenin şehirlerin dokusunu, sakinlerini ve yaşam tarzını standartlaştırmasını ve yerel özelliklerini ortadan kaldırmasını engellemek için 1999'da bir kentlerbirliği organizasyonu kurulmuştur.

Cittaslow küreselleşmenin yarattığı homojen mekânlardan biri olmak istemeyen, yerel kimliğini ve özelliklerini koruyarak dünya sahnesinde yer almak isteyen kasabaların ve kentlerin katıldığı bir birliktir. Cittaslow ağındaki şehirler aynı zamanda sürdürülebilir bir yerel kalkınma modeli olarak sosyal, ekonomik, kültürel, mekânsal, ekolojik vb. yönlerden kentselliğe ve yaşam kalitesine katkıda bulunmaktadır. Dünyadaki doğal kaynakların korunarak, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğini tehlikeye atmadan bugünkü neslin ihtiyaçlarını mümkün olduğunca karşılanabilmesi anlayışı sürdürülebilir kalkınmanın mihenk noktasını oluşturmaktadır.

Sakin Şehir yapılanması çerçevesinde bu ağa dahil olan şehirlerde; mevcut güzellikleri olan doğasını, tarihini, kültürünü, ekonomisi, yemeklerini yani kısacası o kenti o kent yapan özelliklerinin yanına yeni cazibe noktaları ekleyerek, hem ilçe sakinleri hem de ziyaretçiler için kaliteli ve konforlu bir yaşam ortamı oluşturarak sürdürülebilir bir yerel kalkınmanın olabildiği görülmektedir. Cittaslow ağındaki şehirlerde bir taraftan var olan doğal, kültürel, tarihi zenginlikler çerçevesinde yaşam kalitesi yükseltilirken diğer taraftan da şehrin kendi kimliğini gözeterek farklı gelişim yöntemleri uygulanarak yerel bir kalkınma sağlanmak istenmektedir. Günümüzde 28 ülke ve 182 üyeye yayılan Cittaslow hareketine Türkiye'den 13 kent üyedir. Bu çalışmanın amacı şehirlerin hangi alanlarda önemli ve özel olduklarını düşünceleri ve bu özelliklerini korumak için yerel kalkınma strateji geliştirmeleri temeline dayanan Cittaslow Ağını inceleyip, Ahlat'daki yaşamı kolaylaştırabilme ve sürekli yaşanabilir bir Ahlat için, ilçenin bu kentler ağına dahil olabilmesi açısından, sosyal ve ekonomik yapısı irdelenerek, üyelik potansiyelinin değerlendirilmesi olacaktır.

Anahtar sözcükler: Yerel Kalkınma, Cittaslow, Ahlat

INVESTIGATION ON THE POTENTIAL OF AHLAT CITY FOR CITTASLOW NETWORK AS A MODEL OF THE SUSTAINABLE LOCAL DEVELOPMENT AND TOURISM

Abstract

In recent years, as a model of sustainable tourism and local development in the world, the calm city movement and network has become increasingly important and increasingly important in the formation of brand cities. Cittaslow consists of the words in Italian Citta (city) and in English slow and it means 'calm city'. In 1986, reaction movement 'slow food ' appeared against the

restaurant of fast food chain seen as a reason of the prevention of socialising and cultural degeneration by a group of activist in Rome. In 1999, Cittaslow is a union taken part in by towns and cities not wanting to be one of the homogeneous places created by globalization but wanting to take part in the world stage by preventing its local identity and features. The cities in Cittaslow Network, at the same time as a model of the sustainable local development, contribute to the urbanization and the quality of life from the aspects of social, economical, cultural, spatial, ecological etc. The understanding of sustaining the needs of today's generation as much as possible formed the basic point of the sustainable development model by preserving natural resources in the world and by not putting the next generation's ability of sustaining the needs itself in danger. It can be seen that there can be a sustainable local development by adding new attractiveness points near the exist beauties - its nature, history, culture, economy and meals - briefly the features of making it the real city and by creating qualified and comfortable environment for both residents and visitors. In the cities of Cittaslow Network, a local development is wanted to be provided on the one hand by rising of the life quality within the framework of exist natural, cultural, historical wealth on the other hand by applying different methods of development by seeking an identity of the city. Today, from Turkey 13 city become a member of Cittaslow movement spreading over 182 cities in 28 countries . The purpose of the work will be an evaluation of membership potential by seeking social and economical structure, cities' thinking of in which fields they are important and special and to protect these features, making the life in Ahlat easy by seeking Cittaslow Network based on improvements of local development strategies and for permanently livable Ahlat from the aspect of the city's being part in this city network.

Key words: Local Development, Cittaslow, Ahlat

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM PLAN KARARLARINDA KULLANILABİLECEK ALTERNATİF İKLİM MODELLERİ: ERZURUM KENTİ ANALİZİ

Prof. Dr. Sevgi YILMAZ

Atatürk Üniversitesi
sevgiy@atauni.edu.tr

Elif Nur SARI

Atatürk Üniversitesi
elifnur.sari@ogr.atauni.edu.tr

Özet

Turizm planlamacıların amaçları arasında insanlar için sağlıklı, huzurlu, güvenli ve termal konforlu mekanlar tasarlamak bulunmaktadır. Termal konforlu mekanlar için günümüzde kullanılan çok sayıda iklim değerlendirme, geleceğe dönük simülasyonlar ve termal konfor hesaplama modelleri bulunmaktadır. Kırsal veya kentsel her türlü sürdürülebilir turizm planlamada sağlıklı veri kullanılması yadsınamaz bir gerçektir. Özellikle plan kararlarına aktarılabilecek iklim odaklı bu tip çalışmalara fazlaca ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu amaçla; termal konforun belirlenmesi çalışmalarında kullanılan, RayMan modeli ile hesaplanan Fizyolojik eşdeğer sıcaklık (PET), iklim içerikli turizm planlama (CTIS), balık gözü mercekten çekimleri yapılan gökyüzü görünürlük oranını gösteren SVF, termal kamera kayıtları, yine saatlik meteorolojik veriler kullanılan ENVI-met modeli ve geleceğe dönük iklim değişikliği simülasyonları üreten UrbClim modeli tanıtılmıştır. Bu modellerin turizm amaçlı nasıl ve nerelerde kullanıldığı Erzurum kenti örneğinde analiz edilmiştir.

Modellerle elde edilen verilerle, daha yaşanabilir kentler, termal konforlu tasarımlar, sürdürülebilir turizm plan kararları ve kentsel dönüşümde kullanılabilecek nitelikte önerilerde bulunulmuştur. Termal açıdan konforlu bir kentte yaşamak, kent insanları içinde fiziksel ve psikolojik yönden de avantajlı olacaktır. Bu sebeple, yaşanabilir akıllı kentleşme için farklı meslek disiplinlerinin; kent planlamacı, peyzaj mimarı, sanatçı, iklim bilimci, felsefeci, mimar, siyasetçi vb. bir ekip olarak çalışması bir zorunluluk olarak görülmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Anahtar sözcükler: İklim Modelleri, Fizyolojik Eşdeğer Sıcaklık, ENVI-met, SVF, UrbClim

ALTERNATIVE CLIMATE MODELS USING IN TOURISM SUSTAINABLE PLAN DECISIONS: ERZURUM URBAN ANALYSIS

Abstract

Designing healthy, peaceful, safe and thermal comfortable spaces for people are among the purposes of tourism planners. Today, there are a number of climate assessments, futuristic simulations and thermal comfort calculation models for thermal comfort spaces. The use of healthy data is the gospel truth that can use in all kinds of rural or urban sustainable tourism plan. There is a great need for climate-focused work which transferred to tourism plan decisions especially.

For this purpose; it was introduced that Physiologically Equivalent Temperature (PET), Climate Tourism Information Scheme (CTIS) calculated by RayMan model is used for the determination of thermal comfort works, Sky View Factor (SVF), showing made sky visibility rate that use fisheye lens shots, thermal camera records, again hourly meteorological data used ENVI-met model and UrbClim model which produce climate change simulations for the future. These models was analyzed in the example of Erzurum city that how and where they used.

It was founded with datas which obtained by models that more livable cities, thermal comfort designs, sustainable tourism decisions and suggestions that can be used in urban transformations. All planner aims to provide physically and psychologically comfortable environment for people. Therefore, it was emphasized that working as a team from different professional disciplines such as urban planner, landscape architect, artist, climate scientist, philosopher, architect, politician etc. should be seen as a necessity for livable intelligent urbanization.

Key words: Climate Models, PET, CTIS , ENVI-Met, SVF, Urbclim

VAN İLİ KIRSAL YERLEŞİM ALANLARININ KÜLTÜREL DOĞAL MİRAS OLARAK KIRSAL TURİZMDE DEĞERLENDİRİLMESİ

Yrd. Doç. Dr. Ayşegül KELEŞ ERİÇOK

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

akericok@gmail.com

Özet

Son yıllarda turizm kavramının algılanmasında ve turizm biçimlerinde önemli değişimler olmuştur. Alternatif turizm biçimlerinin oluşması bu değişimin önemli göstergelerindendir. Kırsal turizm, kırsal alanlarda kırsal kalkınmayı destekleyen, kültürel etkileşimi sağlayan alternatif turizm biçimlerinden biridir. Tarihsel değer içeren, geleneksel mimariye sahip, özgün değerlerini koruyan yöreler, doğal yaşama duyulan ilgi nedeniyle tercih edilmektedir. Tarihin ilk yerleşimleri olan kırsal yerleşimler insanların temel gereksinimlerinin karşılandığı yerlerdir. Aynı zamanda doğa-insan-kültür etkileşiminin gerçekleştiği mekanlardır. Binlerce yıllık geçmişin birikimiyle günümüze kadar gelen kırsal mimarlık örnekleri doğal ve kültürel çevrenin oluşmasını sağlamıştır. Kırsal mimarlık genellikle konutlar için kullanılan, belirli bir yöreye özgü, yerel gereksinimlere göre yerel malzemeye uygulanan mimarlıktır. Kültürel birikimimizin en önemli öğeleri ve insan-doğa etkileşiminin ürünü olan kırsal mimarlık kültürü, korunması gerekli bir kültür varlığı olarak önem taşımaktadır. Gelecek kuşaklar için doğal çevreyi korumanın yanı sıra tarihsel dokuyu ve kırsal mimarlık ürünlerini korumak da önem taşımaktadır.

Kültürel mirasın bir parçası olan kırsal mimari bu çalışmanın ana eksenini oluşturmaktadır. İnsanların bulundukları coğrafyanın doğal ve iklimsel özelliklerine göre, o yörede bulunan malzemelerle, doğal yapıya uygun oluşturdukları yaşam alanları, kültürel değerlerin oluşmasını ve mimarinin biçimlenmesini sağlamıştır. Bu nedenle kırsal mimarlık mirasının araştırılması, belgelenmesi ve korunması gerekli kültür varlığı olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı Van ilinde kırsal kültürel mirasın korunmasını sağlayacak stratejiler geliştirmek ve kırsal turizm aracılığıyla kırsal ekonominin gelişmesine katkı sunmaktır. Bu çalışmada ilk olarak kırsal turizmin ne olduğu ve neden önemli olduğu kapsamlı literatür çalışmasıyla ortaya koyulduktan sonra Van ilinin sahip olduğu tarihi, kültürel ve doğal değerlerin kırsal alanlarda ne ölçüde bulunduğu incelenerek, kırsal turizm potansiyeli ve sahip olduğu kültürel miras öğeleriyle ilişkisi değerlendirilecektir. Son olarak da sahip olunan tarihi mirasın korunmasını ve sürdürülebilirliğini sağlamaya yönelik politikalar belirlenecektir.

Anahtar sözcükler: Kültürel Miras, Kırsal Mimari, Kırsal Turizm

BENEFITING FROM RURAL AREAS IN VAN CITY FOR RURAL TOURISM AS CULTURAL HERITAGE

Abstract

Important changes have occurred to the ways of perceiving tourism concept and types of tourism. Creation of alternative tourism types is an important indicator of this phenomenon. Providing for cultural interaction, rural tourism happens to be one of the rural tourism types that support rural development in rural areas. Regions covering historical values, having traditional architecture and protecting their own unique values are preferred due to interest in natural life. Rural areas, as the first settlements in history, are locations that people have met their basic needs. At the same time, interaction between nature-people-culture is maintained. With accumulation of thousands of years of history, rural architectural examples provide for creation of natural and cultural environment. Rural architecture is generally used for residents, unique to

regions, applied with local materials depending on local needs. As one of the most important factors of our cultural accumulation and a product of interaction between people and nature, culture of rural architecture has importance as a cultural asset to be protected. In addition to prevent natural environment for the next generations, it is also important to prevent historical texture and rural architectural examples.

This study is centered upon rural architecture which is a part of cultural heritage. Living areas that people build according to local natural and climatic conditions and by using local materials in accordance with natural structure has enabled creation of cultural values and shaping of architecture. Therefore, rural architectural heritage should be examined, documented and evaluated as a cultural asset to be prevented. The purpose of this study is to develop strategies that support prevention of rural cultural heritage in Van City and to contribute the development of rural economy through rural tourism. In this study, after presenting what rural tourism is and why it is important, through a comprehensive literature review; the historical, cultural and natural values of Van City will be analyzed as which degree they are present in rural areas; hence the potential of rural tourism and its association with the current cultural heritage elements will be evaluated. Finally, policies to prevent the current historical heritage and toward its sustainability will be determined.

Key words: Cultural Heritage, Rural Architecture, Rural Tourism

A STUDY ON WOMEN MANAGERS IN THE TOURISM SECTOR: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

Merve KOCABAŞ

Yuzuncu Yil University
mervekcbs.35@gmail.com

Assit. Prof. Dr. Mehmet ŞEREMET

Yuzuncu Yil University
mseremet@yyu.edu.tr

Abstract

Given that the social sciences give a prominence to women studies in a wide variety of the subjects. Although tourism management has received great attention from the studies of business and marketing, the role of women in the tourism management is relatively an understudied subject. This study emphasises therefore on the women managers in the hotels with a feminist perspective, including a comparative case study approach. The aim of this study is to evaluate the gender-based challenges as well as opportunities facing women in the tourism sector while managing hotels. The followings are the major research questions of this study:

- 1-What is the background of women managers?
- 2-What are the challenges facing the women managers in ladder of their management career?
- 3-What are the potential opportunities facing the women managers in the hotel management career steps?
- 4-What would be the suggestions for the early career managers in the sector?

In order to achieve these goals, a qualitative research will be employed. Thus, unstructured interview will be held with the potential hotel manages (Sales manager, Housekeeping manager, HR manager and General Manager) both in İzmir and Van cities of Turkey. Given that the women is rather confined to the roles in middle and lower positions at the hotels, the number of the interviews will be around twenty (ten from each town). Finally, the study aims to provide a set of suggestions for the early career managers in the sector.

Key words: Feminist Theory, Tourism Management, Qualitative Research, İzmir, Van

İSPIR YEDİĞÖLLER BÖLGESİNİN EKOTURİZM POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ**Doç. Dr. Metin DEMİR**Atatürk Üniversitesi
metin@atauni.edu.tr**Prof. Dr. Yahya BULUT**Atatürk Üniversitesi
ybulut@atauni.edu.tr**Peyzaj Mimarı, Ahmet Mesut CANER**Atatürk Üniversitesi
ccanner23@gmail.com**Özet**

Turizm ekonomik ve çevresel etkileri ile hizmet sağlayan küresel bir etkinliktir. Geniş bir bakış açısıyla, eğlenme ve dinlenme için gerçekleştirilen turizm etkinlikleri genellikle “Kitle Turizmi” olarak tanımlanır. Son yıllarda kitle turizmine alternatif olarak ortaya çıkan turizm şekilleri de “Alternatif Turizm” olarak adlandırılmaktadır. Alternatif turizm biçimi olarak ekoturizm, 1980’li yıllarda ortaya çıkmış ve turizm endüstrisinin en hızlı büyüyen alt sektörü haline gelmiştir. Ekoturizm özellikle doğal ve kültürel alanlara yönelik yapılan bir etkinliktir. Katılımcılara bilgi veren deneyimler sağlarken, yerel halkların sosyo-ekonomik refahını geliştirir, doğal ve kültürel alanların korunması için ekonomik faydalar sağlar.

Çalışmada önemli doğal ve kültürel değerlere sahip olan İspir Yedigöller bölgesi ile yakın çevresi incelenmiş, alandaki mevcut ve geliştirilebilir turizm-rekreasyon aktiviteleri belirtilmiştir. Araştırmada konu ile alakalı literatür taraması ve yerinde gözlem yöntemleri kullanılmıştır. Elde edilen veriler ışığında alan ve yakın çevresinin ekoturizm potansiyelinin değerlendirilmesi, alan potansiyelinin geliştirilmesi ve turizm yoluyla sürdürülebilir kalkınma sağlaması amacıyla önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Ekoturizm, İspir, Rekreasyon, Sürdürülebilirlik

DETERMINATION OF THE ECOTOURISM POTENTIAL OF THE İSPIR YEDİĞÖLLER REGION**Abstract**

Tourism is a global activity providing services due to its economic and environmental effects. From a broad perspective, tourism activities performed for fun and rest are defined as Mass Tourism. Some alternative forms of tourism to mass tourism seen in recent years are called “Alternative Tourism”. Ecotourism as an alternative tourism appeared in 1980s and became one of the most developing subsector of tourism industry. Ecotourism is an activity which is performed in especially natural and cultural areas properly. While it provides experiences giving the knowledge it also improves the socioeconomic well-being of local community and has economic benefits to conserve the natural and cultural areas.

The study investigated İspir Yedigöller region and its close proximity sheltering important natural and cultural values and indicated existent tourism-recreation activities which can be developed in the area. In the study, related literature was reviewed and in situ observation methods were conducted. In the light of the results obtained some suggestions were offered for the evaluation and development of the ecotourism potential in the area through tourism to make possible sustainable development.

Key words: Ecotourism, İspir, Recreation, Sustainability

OSMANLI'DAN CUMHURİYET'E EFSANEVİ BİR OTEL: PERA PALAS

Prof. Dr. Kemal YAKUT

Anadolu Üniversitesi
kyakut@anadolu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Ömer OBUZ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
omerobuz@yyu.edu.tr

Özet

19. Yüzyılın başlarında parçalanma sürecine giren Osmanlı İmparatorluğu'nun kurtarılması ve yaşatılması sorusunun yanıtlarından biri görülen Batılılaşma ve bu kapsamda Batı ile artan ilişkiler kültürel, ekonomik ve gündelik hayatı değiştirmeye zorladı. Osmanlı İstanbul'unun dikkat çekici mekanlarından biri olan Pera da demografik yapısının ve Batı ile irtibatının etkisiyle değişimin yoğun olarak yaşandığı bir bölge haline geldi ve pek çok sanatsal aktivitenin, eğlencenin ev sahibi oldu. Avrupada olduğu gibi burada pek çok mağaza ve dükkan açıldı. Bölgede uzun yıllar boyunca oluşan bu ortam, yeni yerler keşfetmeyi isteyen zengin turistlerin dikkatini çekti. Zira bütün ihtişamıyla İstanbul ve Pera, turistleri adeta kendisine çekiyordu. Bu durum bağlantılı olarak otel kavramının tanınmasına ve han yerine modern otellerin inşa edilmesine neden oldu.

1839 tarihli ünlü Tanzimat Fermanı sonrasında İstanbul ve bilhassa Pera'ya gelen bu turistlerin ağırlanması için burada oteller açılmaya başlandı. 19. yüzyılın sonlarında inşaatına başlanan ve kısa sürede bitirilerek Türkiye'nin turizm tarihinde seçkin yer edinen otellerden biri Pera Palas idi. Oldukça lüks ve konforlu olan, çok çeşitli özellikleriyle ilkleri bünyesinde barındırarak turistlerin uğrak mekanı olan Pera Palas pek çok devlet adamını, sanatçıyı ve Osmanlı'nın seçkin isimlerini ağırladı. Birinci Dünya Savaşı'na kadar altın çağını yaşayan Pera, Birinci Dünya Savaşı'nı takip eden yıllarda renkli ve kozmopolit havasını yavaş yavaş kaybetmeye başladı. Cumhuriyet dönemi ile birlikte müşteri kitlesi değişse de Pera Palas yine de çok önemli simaları ve turistleri ağırlamaya devam etti.

Bu çalışma Osmanlı/Türk modernleşmesi çerçevesinde Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Pera Palas Otelinin geçirdiği dönüşümü açıklamayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda Pera Palas'ın Osmanlı/Türk sosyo-kültürel hayatını nasıl etkilediğine odaklanılacaktır. Çalışma ağırlıklı olarak arşiv kaynakları ve dönemin süreli yayınları üzerinden hazırlanacaktır.

Anahtar Sözcükler: Modernleşme, Pera Palas, Turizm Tarihi, Otel

A LEGENDARY HOTEL FROM OTTOMAN STATE TO TURKISH REPUBLIC: PERA PALAS

Abstract

Desire for Westernization and increasing relations with the West in this context, which was seen as one of the answers to the question of the rescue and survival of the Ottoman Empire, which entered the process of disintegration in the early 19th century, forced cultural, economic and everyday life to change. Due to its demographic structure and influence of its contact with the West, Pera, one of the most remarkable places of Ottoman İstanbul, became a region where change was being intensively experienced and it became the host of many artistic activities, fun. Many shops and stores were opened here as they were in Europe. This environment, which was formed in the region through many years, attracted the attention of the rich tourists who wanted to discover new places. Because İstanbul and Pera in all their splendor attracted the tourists to

themselves. In connection with the situation, this led to the recognition of the concept of the hotel and the construction of modern hotels instead of inns.

After the renowned Imperial Edict of Reorganization (Tanzimat Fermanı) in 1839, ho-tels started to be opened here to accommodate these tourists coming to Istanbul and especially to Pera. Pera Palas was one of the places that started to be constructed in the late 19th century and was completed in a short time and has a distinguished place in the tourism history of Tur-key. Pera Palas, which is quite luxurious and comfortable, became a popular place for tourists by breaking grounds in many senses with its various qualities, and it welcomed many states-men, artists and distinguished Ottomans. Pera, which lived its golden age until the First World War, gradually began to lose its colorful and cosmopolitan air in the years that followed the First World War. Although its customer group changed with the Republican era, Pera Palas nevertheless continued to host very important figures and tourists.

The study aims to explain the transformation of the Pera Palas Hotel from Ottoman to Republic in the frame of Ottoman/Turkish modernization. In this context, Pera Palas will fo-cus on how it influenced the Ottoman/Turkish socio-cultural life. The study will be prepared archival resources and periodicals of the period.

Key words: Modernization, Pera Palas, History of Tourism, Hotel

TANZİMAT SONRASI OSMANLI'DA OTELCİLİK TEŞEBBÜSLERİ VE OSMANLI OTELLER KUMPANYASI

Yrd. Doç. Dr. Ercüment TOPUZ

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ercumenttopuz@yyu.edu.tr

Özet

XVIII. yüzyılda sanayi inkılabının sürdürülebilirliğini temin etme adına çeşitli iktisadi enstrümanların ihdası ve güncellenmesi gündeme gelmiş ve bu aktüalite konaklamaya ilişkin alışkanlıkları da yeniden tanımlamıştır. Bu tanımlamanın en önemli çıktılarından biri “otel” türü yeni bir konak kültürünün ve mimarisinin orta çıkışı olmuştur. Konaklama kültürüne ilişkin geleneği, mirasçısı ve komşusu olduğu dünyanın verileri üzerine inşa eden Osmanlı Devleti, bu kültürün aktüalizme edilmiş halinden ibaret olan “otelciliği” de aynı hassasiyetler üzerinden okumuştur. Bu bağlamda 1868 tarihinde İstanbul’da oteller inşa edilmesi maksadıyla “Osmanlı Oteller Kumpanyası” adıyla bir şirket kurulmuştur.

Böyle bir hassasiyetin öncelemesine sebep olan gelişmeler, Tanzimat dönemi fikir ve pratiklerinin siyasi içtimai ve iktisadi hayatta meydana getirdiği karşılıklardan kaynaklanmıştır. Bu karşılıkları daha sistematik bir şekilde karşılama kaygılarından neşet eden bu kumpanya, seyahat ve konaklama sisteminde önemli değişikliklere sebep olacak bir ortam meydana getirmiştir. İstanbul’da ilk modern otel örneklerine 1840’larda rastlanılmış olsa da bu tür örneklerle sistemli bir hüviyet kazandıran gelişmeler, Osmanlı Oteller Kumpanyası gibi devlet destekli şirketler vasıtasıyla gerçekleşmiştir.

Bu çalışmada XIX. yüzyıl Osmanlısında yaşanan çağdaşlaşma teşebbüslerinin konaklama kültüründe ne tür değişimlere ortam hazırladığı araştırılmaktadır. Osmanlı Oteller Kumpanyası örneği üzerinden anlamlandırılacak olan bu çalışmada arşiv kaynakları başta olmak üzere dönemin süreli ve süresiz yayınları kullanılacaktır.

Anahtar Sözcükler: Osmanlı, Tanzimat, Otel, Şirket

HOTEL MANAGEMENT ENTERPRISES IN THE OTTOMANS AFTER TANZİMAT PERIOD AND OTTOMAN HOTEL COMPANY (KUMPANYA)

Abstract

In order to ensure the sustainability of the industrial revolution in the eighteenth century, the introduction and updating of various economic instruments has come into force and this actuality has also redefined the habits of accommodation. One of the most important outputs of this definition is the "hotel" type of new mansion culture and architecture. The Ottoman Empire has built on the teachings of the world that it is a cultural heritage and neighboring accommodation. In the Ottoman Empire, this culture is read through the same sensitivities as "hotelism" which is actuated state. In this context, a company was established with the name of "Ottoman Hotel Company (Kumpanyası)" in order to build a hotel in Istanbul in 1868.

The developments leading to such sensitivity are due to the needs of the Tanzimat era ideas and practices brought about in political social and economic life. This company, which established to achieve these needs in a more systematic way, has brought an environment that will cause significant changes in the travel and accommodation system. Although the first modern hotels in Istanbul were found in the 1840s, developments that gave a systematic identity to such examples took place through state sponsored companies such as the Ottoman Hotel Company (Kumpanyası).

This study is being investigated how the modernization attempts in the 19th century Ottoman Empire prepare the environment for the accommodation culture. This work, which will be interpreted through the example of Ottoman Hotel Company (Kumpanyası), will use periodical and indefinite publications especially archival sources.

Key words: Ottoman, Tanzimat, Hotel, Company

KALKINMA AJANSLARININ TURİZME YÖNELİK DESTEKLERİ

Ayşe GÜL SAVAŞKAN

Milli Eğitim Bakanlığı
aysegulsavaskan@hotmail.com

Ecem TEZGEL

İstanbul Üniversitesi
ecemtezgel@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Ömer ÇOBAN

Batman Üniversitesi
ocoban@yahoo.com

Doç. Dr. Serhat HARMAN

Batman Üniversitesi
harmanserhat@gmail.com

Özet

Bölgesel kalkınma ajansları, merkezi hükümet ve yerel yönetim ana yapısının dışında, çoğunlukla yumuşak politika araçlarını bütünleşmiş biçimde kullanarak yerel iktisadi kalkınmayı destekleyen, bölgesel temelde yerleşik, kamu tarafından finanse edilen kurumlar olarak tanımlanmaktadır. Bölgesel kalkınma ajanslarının temel amaçlarından biri dengeli bölgesel kalkınmanın sağlanmasıdır. Turizmin en önemli olumlu ekonomik etkilerinden biri de bölgeler arası dengeli kalkınmayı gerçekleştirmektir. Dolayısıyla bölgesel kalkınma ajanslarının faaliyet gösterdikleri bölgelerde önem verdikleri konulardan biri de o bölgedeki turizmin doğru ve planlı bir şekilde gelişmesidir. Bu nedenle kalkınma ajanslarının destek çağrısına çıktıkları alanların başında turizm gelmektedir. Türkiye'nin kültür ve doğa turizmi potansiyeli açısından önem arz eden bölgeleri olan Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerindeki kalkınma ajansları turizm sektörüne yönelik önemli destekler sunmaktadırlar. Nitel veri toplama yöntemlerinden internete dayalı doküman analizi tekniğinin kullanıldığı bu çalışmanın amacı, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinde faaliyet gösteren kalkınma ajanslarının turizm sektörüne sağladıkları desteklerin detaylı bir şekilde incelenmesidir. Toplanan veriler içerik analizi tekniğiyle analiz edilecektir. Böylece bu bölgelerdeki turizmin gelişim seyri ajansların verdikleri destekler çerçevesinde ortaya konulmuş olacaktır. Çalışma ajans yöneticileri ve turizm alanında destek alma potansiyeli bulunan kurum ve kuruluşlara yönelik önerilerle son bulmaktadır.

Anahtar sözcükler: Bölgesel Kalkınma, Kalkınma Ajansları, Turizm Sektörü, Destekler

SUPPORTS OF REGIONAL DEVELOPMENT AGENCIES TOWARDS TOURISM

Abstract

Regional development agencies are defined as regional-based, publicly funded institutions, which are apart from the central government and local government in terms of their main structure, support local economic development, mostly by integrating soft policy instruments. One of the main objectives of regional development agencies is to achieve a balanced regional development. One of the most important positive economic impacts of tourism is also the realization of balanced inter regional development. Therefore, one of the issues that regional development agencies place in the regions where they operate is a correctly planned tourism development. So, tourism is one of the important field for development agencies to call for

support. The Eastern and Southeastern Anatolia regions, which are important regions for Turkey's cultural and natural tourism potential, development agencies provide immense supports for the tourism sector. The purpose of this internet based document analysis paper is to examine in detail the supports to the tourism sector provided by the development agencies operating in the Eastern and Southeastern Anatolia regions. The collected data will be analyzed by content analysis technique. Thus, the development of tourism in these regions will be presented in the context of the supports provided by the agencies. The study concludes with suggestions for the agency directors and institutions that have the potential to receive support in the tourism field.

Key words: Regional Development, Development Agencies, Tourism Sector, Supports

LOCAL RESIDENTS ATTITUDES TOWARDS TOURISM: CASE OF KONYA**Assist. Prof. Dr. Özgür ÖZER**

Necmettin Erbakan University
oozer@konya.edu.tr

Assist. Prof. Dr. Yasin BİLİM

Necmettin Erbakan University
ybilim@konya.edu.tr

Assist. Prof. Dr. Uğur ÇALIŞKAN

Muğla Sıtkı Koçman University
ugurcaliskan@mu.edu.tr

Assist. Prof. Dr. Yusuf GÜNAYDIN

Final International University
yusuf.gunaydin@final.edu.tr

Doc. Dr. Süleyman TOY

Ataturk University
suleyman.toy@atauni.edu.tr

Abstract

As one of the fastest growing and largest sectors of world, tourism has a great importance for countries' economies. It creates job opportunities, positive impacts on trade balance deficits and also if it well is planned, tourism may help to alleviate the regional inequalities. Besides the economic impacts tourism is multidimensional sector which has both socio-cultural and environmental impacts. Moreover, kaleidoscopic structure of tourism may alter the perceptions of locals and the society towards tourism. Therefore, tourism affects lives of the locals within every aspects and the local people's support for tourism is very crucial. People will support tourism development if they have positive thoughts on tourism and this support will influence the tourist satisfaction (Gürsoy et al., 2002, Diedrich and Garcia-Buades, 2009, Nawijn and Mitas, 2012). But, local people will behave unfriendly and even hostilely to visitors, and tourism development will be "unsustainable" if negative perceptions arise. Therefore, understanding of the effects of tourism on individuals and society will ensure that more effective decisions are taken and implemented at both local and national level.

In this scope, the impacts should be evaluated from local people's views. In this study, local people's attitudes towards tourism development in Konya province (Turkey) have been examined. In the study quantitative research methods were used and a questionnaire form was used to collect data. The data obtained from 269 questionnaires were analysed by SPSS program. The results of the study show that people primarily consider economic effects but they do not ignore its socio-cultural and environmental impacts. In addition, the expectations and satisfaction of local people regarding the tourism sector have been analysed.

Key words: Tourism, Impacts Of Tourism, Local People, Tourism Perception, Attitude

GASTRONOMİ TURİZMİ VE KUZHEY KIBRIS E-GASTRONOMİ HARİTASI PROJESİ**Yrd. Doç. Dr. Mehmet ÇAVUŞOĞLU**Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
mcavusoglu@comu.edu.tr**Olena ÇAVUŞOĞLU**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Özet

Yılın çok kısa bir dönemine sıkışmış klasik "deniz-kum-güneş " turizmine alternatif turizm faaliyetleri son yıllarda oldukça ilgi görmektedir. İnsanların alternatif turizm arayışlarına cevap verecek en keyifli turizm faaliyetlerinden olan "Gastronomi Turizmi" günümüzde oldukça rağbet gören ve dünyada yaygınlaşan alternatif turizm faaliyetlerinden biri olmuştur. Özellikle kırsal bölgelerde veya denize uzak bölgelerin de turizm pastasından pay almalarını sağlayacak bir turizm faaliyeti olan Gastronomi Turizmi, turizm faaliyetlerinin yılın dört mevsimine yayılmasına oldukça büyük katkılar sağlamaktadır.

Çalışmamızın ilk bölümünde Gastronomi, Gastronomi Turizmi ve elektronik tanıtım kavramları açıklanmıştır. İkinci bölümde; yapmış olduğumuz araştırmadan elde ettiğimiz bulgulara göre; Kuzey Kıbrıs'a özgü ve tamamı geleneksel olarak üretilen yiyecek ve içecekler, bunların reçeteleri ve bu lezzetlerin Kuzey Kıbrıs'ta en iyi yapıldığı şehir ve köylere ait bilgiler yer almaktadır. Üçüncü bölümde; Kuzey Kıbrıs' ait çok özel yiyecek ve içecekleri Gastronomi Turizmi kapsamında dünyaya tanıttak "Kuzey Kıbrıs E-Gastronomi Haritası" adlı web site projesi yer almaktadır. Son bölümünde ise sonuç ve öneriler yer almaktadır.

Anahtar Sözcükler: Kıbrıs, Gastronomi, Gastronomi Turizm, Elektronik Tanıtım

GASTRONOMY TOURISM AND NORTHERN CYPRUS E-GASTRONOMY MAP PROJECT**Abstract**

The alternative tourism activities to the classic "sea-sand-sun" tourism stuck to a very short period of the year are attracting much attention in recent years. "Gastronomy Tourism", one of the most enjoyable tourism activities that people will answer to alternative tourism quests, has become one of the most popular and popular alternative tourism activities in the world. Gastronomy Tourism, which is a tourism activity, provides great contributions to the spread of tourism activities into the four seasons of the year, if a company is operating, especially in rural areas or seaside regions.

In the first part of our study, the concepts of Gastronomy, Gastronomy Tourism and electronic promotion are explained. In the second chapter; According to the findings we have made without conducting research; Food and beverages that are unique to northern Cyprus and all of which are traditionally produced, their prescriptions and information about the best cities and villages in Northern Cyprus. In the third chapter; there is a web site project "North Cyprus E-Gastronomy Map" which will introduce the special foods and drinks of North Cyprus to the world within the scope of Gastronomy Tourism. In the last part, conclusions and suggestions are given.

Key words: Cyprus, Gastronomy, Gastronomy Tourism, Electronic Promotion

OTEL İŞLETMELERİ MENÜLERİNDE YÖRESEL YEMEK KÜLTÜRÜ: ADIYAMAN ÖRNEĞİ

Arş. Gör. Hülya YEŞİLYURT

Adıyaman Üniversitesi
hyesilyurt@adiyaman.edu.tr

Arş. Gör. Cem YEŞİLYURT

Adıyaman Üniversitesi
cyesilyurt@adiyaman.edu.tr

Arş. Gör. Ozan GÜLER

Mersin Üniversitesi
ozanguler@mersin.edu.tr

Öğr. Gör. Songül ÖZER

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
songulduz@yyu.edu.tr

Özet

Yöresel yemek kültürü bir ülkenin veya destinasyonun en önemli kültürel değerlerinden biridir. Nitekim son yıllarda yöresel yemek kültürü turistlerin bir ülkeyi ziyaret etmelerinde de önemli rol oynamaktadır. Türkiye'nin içinde bulunduğu coğrafi konum ve tarihsel süreç boyunca diğer kültürlerle yaşanan etkileşim nedeniyle ülkenin her bölgesinde farklı yemek kültürlerini görmek mümkündür. Bu anlamda Türkiye oldukça zengin yemek kültürüne sahip bir ülkedir. Özellikle de Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin ziyaret nedenleri arasında en önemlilerinden biri de Türk mutfağına özgü yöresel yemekleri tatmak yer almaktadır. Yöresel yemek kültürüne ilginin artması ile birlikte önde gelen turizm destinasyonları turizm gelirlerini arttırmak ve turizmi on iki aya yayabilmek amacıyla bölgede turizmi çeşitlendirmede yöresel yemek kültürünü ön plana çıkarmaktadırlar. Bu bağlamda yöresel yemek kültürünün destinasyonda bulunan otel işletmeleri ve restoranların menülerinde yer alması o bölgeye gelen turistlerin deneyimlerini zenginleştirmekte ve turistlere bölgenin yemeklerini tatma imkânı sağlamaktadır.

Adıyaman her ne kadar doğal ve kültürel çekicilikler açısından zengin bir destinasyon olsa da bölgede turizm mevsimi kısa sürmekte ve bölgeye gelen turistler en fazla bir gece konaklamaktadırlar. Bu bakımdan Adıyaman'da bulunan otel işletmelerinin mutfaklarında yöresel yemeklerin kullanılması bölgenin yöresel yemek kültürünün tanıtılmasına ve bölge turizmini çeşitlendirilmesine olanak sağlayacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda Adıyaman ilinde bulunan otel işletmelerinin menülerinde yöresel yemek kültürünün kullanılması ve yöneticilerin yöresel yemek kültürüne yönelik görüşlerini belirlenmesi çalışmanın konusu oluşturmaktadır. Bu amaca ulaşmak için literatür incelemesi yapılmış ev elde dilen bilgiler doğrultusunda alan araştırılması yapılmıştır. Verileri toplamak amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu kapsamda 15 otel yöneticisi ile görüşme yapılmıştır. Elde edilen veriler analiz edildikten sonra menülerde yöresel yemek kültürünün kullanılıp kullanılmadığı veya hangi yemeklerin kullanıldığı tespit edilmiş olacaktır. Ayrıca yöresel yemek kültürünün menülerde kullanılmasının bölge turizmine olan faydaları belirlenmiş olacaktır.

Anahtar Sözcükler: Turizm, Yemek Kültürü, Adıyaman

KEEPING LOCAL FOOD CULTURE ALIVE IN HOTEL MENUS: THE CASE OF ADIYAMAN PROVINCE IN TURKEY

Abstract

As a result of the increasing interest in local food culture with the rapid development of gastronomic tourism in recent years, destinations that want to get more share from tourism pie have begun to foreground the local food culture. The efforts to protect and display the local foods that started with the slow food movement and spread all over the world has been accepted in many countries. Due to Turkey's geographical position, many cultures interacted with each other during the historical process, so there is a rich food culture in its each region. Local food culture is one of the most important cultural values of a country or destination. Indeed, in recent years, local food culture has played an important role in the preferences of tourists for visiting a country. Especially one of the most important reasons leading the tourist to visit Turkey is to taste local dishes in Turkish cuisine. In this context, the representation of local food cultures in hotel and restaurant menus located in the tourism destinations enriches the experience of tourists who visit that regions and provides the opportunity to serve regional dishes to tourists. Although Adiyaman is a rich destination in terms of natural and cultural attractions, the tourism season lasts short in this region. In addition, the average number of nights spent in the region remains very low compared to rival destinations. In this respect, it is thought that if the hotels in Adiyaman are able to use local dishes in their menus, they will contribute in promotion of the region's local food culture and diversification of the regional tourism facilities. In this context, this study examines the use of local food culture in the menus of the hotels in Adiyaman province and receives the opinions of hotel managers about the local food culture. In order to achieve this aim, a literature review was conducted and field research was carried out in accordance with the information obtained. Semi-structured interview technique was used as a qualitative research method in order to collect data. In this context, 15 hotel managers were interviewed. After the analysis of the obtained data, this study will determine which dishes are included in the regional hotels' menus and which factors prevents these un-used dishes to be included in those menus. It will also determine what the benefits of using local food culture in the hotel menus are for the regional tourism.

Key words: Tourism, Local Food, Adiyaman

VAN GÖLÜ'NE DÖKÜLEN BENDİMAHI AKARSUYUNUN GEÇTİĞİ ALANLARDAKİ SU VE ÇAMUR ÖRNEKLERİNDE, AĞIR METAL MİKTARLARININ FARKLI İKLİM KOŞULLARINDAKİ DEĞİŞİMLERİNİN İNCELENMESİ VE TURİZME ETKİLERİ

Yrd. Doç. Dr. Sema KAPTANOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
semakaptanoğlu@yyu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Ali Rıza KUL

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
alirizakulyyu.edu.tr

Özet

Bu çalışmada, Van Bölgesi'nde bulunan Bendimahi Çayının göle dökülen noktasındaki su ve toprak numunelerinin, özellikle ağır metalce kirliliğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda dört kritik noktadan belirli periyotlarla numuneler alınmış ve numuneler için çeşitli parametreler tayin edilmiştir. Deneyisel çalışmalar Mart 2014 – Şubat 2015 dönemlerini kapsamaktadır. Araştırma için numuneler Van Gölü'ne ulaşan Bendimahi Çayı'nın göle döküldüğü yerlerden, ağır metal içeriklerinin tayini için seçilen merkezlerden, su ve toprak örnekleri toplandı. Su numuneleri 12 ay boyunca toprak numuneleri ise mevsimsel olarak alınmıştır. Bu süre boyunca alınan numune örnekleri çeşitli kimyasal işlemlerden geçirildikten sonra ICP-OES (İndüktif Eşleşmiş Plazma-Optik Emisyon Spektrometresi) cihazında ağır metal analizi yapılmış ve zaman içindeki değişim gözlenmiştir. Yapılan ölçümler sonucunda su ve toprak numunelerinde ağır metal kirliliği tespit edilmiş olup bir an önce kirlletici kaynaklara gerekli önlemlerin alınması gerektiği sonucuna varılmıştır. Gerek su gerekse toprak analizleri göstermiştir ki, Van yöresindeki Bendimahi çayın ve bazı çaylardaki toprak numuneleri kirlilik boyutuna henüz gelmemiş olsa da bu şekilde devam etmesi durumunda gelebileceği anlaşılmaktadır. Van Gölü çevresindeki kentlerde üretilen atıklar, büyük oranda arıtmaya tabi tutulmadan direkt göl ve derelere deşarj edilmeye başlanmıştır. Bu durum, havzada ciddi bir çevre sorununa neden olmaktadır. En fazla su kirliliğinin görüldüğü yerler Tatvan, Van, Adilcevaz, Erciş ve Gevaş kıyılarıdır. Tüm bu kirlilik gelecekte Van gölünü etkileyecek ve bunun sonucunda turizm olumsuz yönde etkilenecektir. Van ilinin bir simgesi olan Van gölü çevre kirliliği ile anılırsa bunun faturası gelecekte ağır olabilir. Turizmi canlı tutabilmek için çevreye önem vermek zorundayız. Havası, Toprağı ve Suyu kirlenen bir yerin turistleri çekmesi beklenemez. Çevre ve insan ilişkisini vurgulayarak ağır metal kirliliğini artırma eğilimini gösterecek Endüstriyel ve Evsel kirliliklerden arıtma tesislerine önem verilmesi gerekliliğini ortaya çıkarır. Bu durumda, insan ve çevre sağlığı açısından tehlike arz etmediği fakat gelecekte tehlike arz edeceği göz önüne alınarak çeşitli önerilerde bulunulmuştur. Yaptığımız bu çalışmanın rutin olarak yapılması önerilir. Dahası Van Gölü'ne dökülen çaylarda yaşayan su canlılarında da ağır metal birikim düzeyleri bu verilere paralel olarak yürütülmelidir. Van Gölünün suyu sodalı olduğundan sağlık turizmi için önem arz edebilir. Bu durum araştırılarak Van Gölü sağlık turizmine kazandırılmalıdır.

Anahtar Sözcükler: Sağlık, İnsan ve Çevre, Kirlilik, Ağır Metal Toksikolojisi, Sağlık Turizmi

THE INVESTIGATION OF THE CHANGES OF HEAVY METAL AMOUNTS IN WATER AND SLUDGE EXAMPLES AT THE AREAS WHERE BENDIMAHİ RIVER FLOWS INTO THE VAN LAKE IN DIFFERENT CLIMATIC CONDITIONS AND EFFECTS ON TOURISM

Abstract

In this study, it is aimed to determine the water and soil samples, especially the pollution in terms of heavy metal, at the point where the Bendimahi Stream located in the Van region flows into the lake. For this purpose, samples were taken at specific periods from four critical points and various parameters were determined for the samples. Experimental studies cover the periods from March 2014 to February 2015. For the research water and soil samples were collected from the places where the Bendimahi Stream reaches Van Lake, and from centres which are selected for the determination of heavy metal contents. Water samples were taken for 12 months, but soil samples were taken seasonally. During this time the samples that were taken were subjected to various chemical treatments and then heavy metal analysis was performed on the ICP-OES (Inductively Coupled Plasma-Optical Emission Spectrometer) and the change over time was observed. As a result of the measurements, heavy metal pollution was detected in water and soil samples and it was concluded that necessary precautions should be taken for pollutant sources as soon as possible. Both water and soil analyses have shown that the soil samples in Bendimahi Stream and in some streams in Van region have not come to the point of pollution but that does not necessarily mean that it will not in the future. Wastes produced in cities around Lake Van, to be largely interested in the Lake and stream directly from your club is the discharge starts. In this case, it causes serious environmental problems in the basin. The water pollution is most seen on the coasts of Tatvan, Van, Erciş, Adilcevaz and Gevaş. All these will affect the future Van Lake pollution and, consequently, tourism will be affected in a negative way. Is a symbol of the Lake Van Van province, environmental pollution is the moment with that Bill would be in the future. We have to give importance to the environment to keep tourism alive. Air, soil and Water contaminated a place cannot be expected to attract tourists.

Emphasizing environmental and human relations, it is necessary to attach importance to industrial and domestic pollution treatment plants which tend to increase heavy metal pollution. On this point, various proposals have been made taking into account the fact that there is no danger in terms of human and environmental health for now but it might present a danger in the future. It is recommended that the experiment we have conducted be done routinely. Furthermore, the levels of heavy metal accumulation in water creatures living in streams flowing into Van Lake should be specified in parallel with this data. Van Lake water is of paramount importance to medical tourism with soda. This research should be given to the health tourism Lake Van.

Key words: Health, Human and Environment, Pollution, Heavy Metal Toxicology, Health Tourism

ERZURUM İLİ UNİTO BÖLGESİ EKOTURİZM FAALİYETLERİNİN İLÇELERE GÖRE DAĞILIMININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Yrd. Doç. Dr. Elif AKPINAR KÜLEKÇİ

Atatürk Üniversitesi
eakpinar@atauni.edu.tr

Doç. Dr. Süleyman TOY

Atatürk Üniversitesi
suleyman.toy@atauni.edu.tr

Özet

Ekoturizm, turistik tesislerin doğal kaynaklara ve çevreye zarar vermeden, insanların doğa ile doğrudan ilişki kurmasına ve kullanmasına olanak vererek, yörenin, bölgenin ve ülkenin sosyo-ekonomik gelişimine katkıda bulunacak şekilde gereken kalkınma düzeyine ulaşmasını sağlayan bir turizm türü olarak tanımlanabilir. Ekoturizm, bu amaç çerçevesinde gerçekleştiğinde, çevre bilinci oluşması, doğayı koruyarak ve geliştirerek kullanan bir toplum yapısına sahip olma düşüncesinin yerleşmesi, yerel yönetim ve halkla işbirliği içinde gelişen sorumlu bir turizm olarak özendirilmesi ve turizmin negatif etkisinin en alt düzeye indirilmesi amacıyla sosyo-kültürel ve doğal çevreye yönelik sürdürülebilir turizm anlayışı içerisinde gelişmesi yönünde önemli bir role sahip olacaktır.

Çalışma Erzurum iline bağlı UNİTO Bölgesi olarak isimlendirilen (Uzundere, Narman, İspir, Tortum, Oltu ve Olur ilçelerinin) alanın ekoturizm potansiyelini değerlendirmek amacıyla yapılmıştır. Bahsi geçen bölge ve yakın çevresi el değmemiş doğal güzellikleri ve kültürel yapısı ile ekoturizm için önemli bir potansiyel sergilemektedir. Bu amaçla yapılan literatür araştırmaları sonucu, hangi ilçede, hangi aylarda, ne tür ekoturizm faaliyetinin olabileceği belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda, alanın mevcut potansiyeli değerlendirilmiş, mevcut kaynakların, doğal ve kültürel çevreye zarar vermeyecek ve ekonomik faydalar üretebilecek bir ekoturizm planlaması ile turizm sektörüne kazandırılması amacıyla atılması gereken adımlar konusunda önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Eko-turizm, UNİTO Bölgesi, Erzurum

EVALUATION OF THE DISTRIBUTION OF ECOTOURISM ACTIVITIES IN UNITO REGION IN ERZURUM

Abstract

Ecotourism can be defined to be a tourism type contributing to local, regional and national socioeconomic development by enabling humans to connect directly with nature without harming natural resources and environment. When ecotourism activities are performed within the scope of these aims, it may have a vital role in the constitution of environmental awareness, adoption of a thought of having a social structure to use nature by conserving and improving it. Ecotourism should be given priority by local administrations and developed in cooperation with people as a responsibly developing tourism type, which minimises the negative impacts of tourism in the understanding of sustainable tourism from both socio cultural and natural environment.

Present study is related to a region so-called in the study UNITO, the acronym of capital letter of the districts of Uzundere, Narman, Ispir, Tortum, Oltu and Olur in Erzurum. In the study, ecotourism potential of the mentioned region was evaluated by considering its unique and

untouched natural beauties and cultural structure for ecotourism as potentials. In this respect, literature review was conducted and ecotourism activities were suggested for each district with the suitable time-periods to perform them. As the result of the study, present potential of the region was assessed and some suggestive steps were proposed to produce economic benefits without harming present resources, natural and cultural environment in a planning approach to contribute to tourism sector.

Key words. Eco-tourism, UNITO Region, Erzurum

VAN'DA KAHVALTI KÜLTÜRÜ VE KAHVALTI SALONLARI

Yrd. Doç. Dr. Meryem NAKİBOĞLU

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
meryemnakiboglu@yyu.edu.tr

Özet

Verimli bir gün geçirmenin temel taşlarından birini sabah kahvaltısı oluşturur. Kahvaltı, güne istekli başlamayı ve daha verimli sürdürmeyi sağlar. Sabah kahvaltısı hem uzun süren açlık sonrasında alınan ilk öğün olması bakımından hem de tüm günü etkilemesi sebebiyle altın değerinde ana öğündür. Uzmanlara göre akşam yemeği ile kahvaltı arasında yaklaşık on iki saatlik bir zaman dilimi vardır. Güne zinde başlamak ve gün içerisinde yapılacak tüm faaliyetlerde; anlama, algılama, hatırlama ve verimli bir şekilde çalışmak için kahvaltının önemi çok büyüktür. Van kahvaltısı da gerekli olan tüm besleyici ve enerji içerikli kahvaltı çeşitliliğiyle yurt içinde yaygınlaşmış ve kendine özgü yöresel zenginlikleri de içinde barındırmaktadır. Van ve çevre yerleşimlerdeki sürekli demografik değişimler şehrin mutfak kültürünü, özellikle farklı etnik gruplara mensup ve farklı kahvaltı kültürüne sahip insanların şehre katılımıyla zenginleşmiştir. Van ili, tarihi, doğası, zengin kültürel yapısı ve mutfak kültürüyle özel bir konuma sahiptir. Günümüzde Van kahvaltısı ülke çapında duyulmuş, yurtdışında da tanıtımlar yapmak için çeşitli faaliyetler yürütülmekte ve markalaşma çabaları da devam etmektedir. Bu amaçla 1 Haziran 2016 tarihinde Van'da 51. 793 kişinin katılımıyla Van Kahvaltısı Guinness rekorlar kitabına girmiş ve Van kahvaltısının dünya çapında ne kadar önemli olduğu böylece tasdik edilmiştir. Kahvaltı kültürü Van'ın turizm gelişiminde önemli bir yere sahiptir. Van esnafı için gelir, halk için de istihdam kaynağıdır. Bu bildiride geleneksel Van kahvaltısının tarihi ve önemi anlatılarak örnekler sunulacaktır. Bildiri niteliksel yöntemle incelenecektir. Bunun için kahvaltı salonları sahipleri ile birebir görüşülüp elde edilen bilgi ve görüşler derlenecektir.

Anahtar Sözcükler: Van Kahvaltısı, Kahvaltı Ürünleri, Turizm, Kahvaltı Salonları

BREAKFAST CULTURE IN VAN AND BREAKFAST SALOONS

Abstract

Van, one of the most important place of settlement in Eastern Anatolia Region of Turkey because of its historical backgrounds and cultural wealth, owing to having people of different nations and rich culture of gastronomy, has importance in terms of breakfast traditions. In facts as a main meal after hunger of 12 hours, breakfast is very important for peoples' lives. In the example of Van breakfast, all nutrition facts takes places in the tradition that became a global trade mark in near future. In fact Van breakfast is quite popular in the country. The biggest breakfast activity of the world organized in the city. Culture of breakfast has important place in the rapid development of touristic activities that means gain not only for the sellers but also all settlers.

Key words: Van Breakfast, Breakfast Product, Tourism, Breakfast Saloon.

HANDLING THE WOOLLEN SOCKS OF HAKKARI AS A CULTURAL TOURISM ASSET

Asst. Prof. Dr. Hasan BUĞRUL

Yuzuncu Yil University
hbugrul@gmail.com

Lecturer Mohammed Al HADDAR

Yuzuncu Yil University
haddar74@gmail.com

Abstract

The sheep, breeding on the plateaus of Hakkâri where great deal of plants grow, constitute a significant source of livelihood for the people. While yogurt, cheese and butter is obtained from milk, besides bed materials such as pillows, quilts and mattresses, various knitting and weaving works are made from their wool. In addition to weaving works such as carpets and rugs, a great importance is given to the work of knitting woollen socks.

Woollen socks made by Hakkâri knitter women are far beyond simple winter necessities. Besides having high quality materials, Hakkari woollen socks dazzle with their motifs and patterns. The motifs and patterns used on the woollen socks, not only reflect the imagination, emotions and thoughts of the knitters, but also the long-standing culture, beliefs and traditions of the community in which they live. With these features, each of them is a cultural and artistic value.

We can see that there is a great potential of woollen sock knitters in Hakkari which has been ignored by local authority. If this potential is put in action, there will be a great production of the woollen socks that may contribute to the economy of the locals and promotion of the province culture in tourism context. In this paper; we aim to attract attention to this potential and how it can be made into a way of livelihood. Regarding this, after mentioning the woollen socks of Hakkari in terms of their materials, ornament, types, the meaning of each motif carry and so on, we will examine the term touristic assets in general. Finally, we will try to make an evaluation on how the woollen socks of Hakkari can be handled as touristic assets. We hope that this study will make a contribution on how a cultural asset can be valued in tourism sector.

Key words: Hakkâri, Woollen Socks, Cultural Asset, Tourism

SOĞUKSU MİLLİ PARKININ EKOTURİZM POTANSİYELİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ

Doç. Dr. Abdurrahman DİNÇ

Necmettin Erbakan Üniversitesi

a.dinc@konya.edu.tr

Özet

Doğayı kendi emelleri sebebiyle katleden insanoğlu, son yıllarda geç olsa da doğayı koruyabilmek için önlemler almaya başlamıştır. Küresel ısınma, iklim değişikliği, ekolojik dengenin bozulması ve çevre kirliliği olarak ortaya çıkan bu bozulmanın toplumlar tarafından farkına varılması sonucunda doğal kaynakların sürdürülebilir kullanılması gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Sürdürülebilirlik kavramı son dönemin en popüler kavramlarından biri olsa da hala net olarak anlaşılabilmiş ve uygulanabilmiş değildir. Ancak doğayı korumak amacıyla yapılan en önemli çalışmalardan birisi doğa koruma ve milli park alanları oluşturulmuş olmasıdır. 2017 yılı verilerine göre Türkiye’de 44 adet milli park bulunmakta olup bunlardan birisi de Ankara İli Kızılcahamam ilçesi sınırları içerisinde bulunan Soğuksu milli parkıdır. Karadeniz bölgesinden, İç Anadolu bölgesine geçiş kuşağında yer alan Soğuksu milli parkı; ormanların hakim olduğu, belli hayvan türlerine evsahipliği yapmaktadır. Ayrıca Ankaralılar için özellikle haftasonları çok önemli bir regreasyon alanıdır.

Bu çalışmanın amacı bu denli önemli olan Kızılcahamam Soğuksu Milli parkının ekoturizm potansiyelini irdelemek ve bu potansiyeli sürdürülebilirlik kavramı çerçevesi de incelemektir. Milli park alanında trekkingten termal turizme, doğa fotoğrafçılığından ornitolojiye kadar pek çok ekoturizm faaliyetinin yapıldığı bilinmektedir. Bu çalışmada milli park sahasının gelecek nesillere bırakılması amacıyla yapılması gerekenler üzerinde durularak çözüm önerileri sunulacaktır.

Anahtar sözcükler: Kızılcahamam, Soğuksu, Milli Park, Ekoturizm, Sürdürülebilirlik

ECOTOURISM POINTS AND SUSTAINABILITY OF THE SOĞUKSU NATIONAL PARK

Abstract

The human being who has massacred nature due to his own emotions has begun to take precautions in order to protect nature even in the last years. As a result of global warming, climate change, deterioration of ecological balance and environmental pollution, it is necessary for sustainable use of natural resources as a result of society being aware of this degradation.

Although the concept of sustainability is one of the most popular concepts of the last period, it is still not clearly understood and practicable. However, one of the most important works carried out in order to protect the nature is that nature conservation and national park areas have been established. According to the data of 2017, there are 44 national parks in Turkey, one of which is the Soğuksu national park located in the borders of Ankara's Kızılcahamam district. The Soğuksu Mile Park, located on the transition zone from the Black Sea region to the Central Anatolia region; Are dominated by forests, and are host to certain species of animals. It is also a very important regeneration area especially for the weekends.

The purpose of this study is to examine the ecotourism potential of Kızılcahamam Soğuksu National Park and to examine the framework of this potential sustainability concept. It is known that there are many ecotourism activities in the national park area from trekking to thermal tourism, nature photography to ornithology. In this study, solution proposals will be presented focusing on what needs to be done in order to leave the national park area to future generations.

Key words: Kızılcahamam, Soğuksu, National Park, Ecotourism, Sustainability

AMASYA MÜZELERİNİN KÜLTÜREL MİRAS YÖNÜNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ**Öğr. Gör. Makbule CİVELEK ORUÇ**Amasya Üniversitesi
makbule.civelek@amasya.edu.tr**Öğr. Gör. İsmail Melih YILDIRIM**Amasya Üniversitesi
melih.yildirim@amasya.edu.tr**Doç. Dr. Mehmet Burak BİLGİN**Amasya Üniversitesi
mehmetburak.bilgin@amasya.edu.tr**Özet**

Müzeler tarihi kültürü yansıtmalarının yanı sıra bu unsurları aktarma ve koruma görevini de üstlenirler. Geçmişten günümüze kadar aktarılan varlıklar toplumsal bilincin oluşmasına katkı sağlar. Kültürel ya da tarihsel olarak önemli olan unsurların sergilenmesi toplumsal bilinci diri tutmaya aynı zamanda geçmişimizi daha iyi tanımayı da mümkün kılar. Geçmiş görerek geleceğin şekillendirilmesine olanak tanır. Günümüzde 187'si Bakanlığa bağlı 183'ü ise Bakanlık denetimindeki özel müzeler olmak üzere 370 müze vardır. Amasya ilinde ise Ferhat ile Şirin Aşıklar Müzesi, Amasya Arkeoloji Müzesi, Sabuncuoğlu Tıp ve Cerrahi Tarih Müzesi, Minyatür Amasya Müzesi, Şehzadeler Müzesi, Saraydüzü Kışla Binası Milli Mücadele Müzesi olmak üzere 6 müze vardır. Bu çalışmanın amacı Amasya'daki müzecilik faaliyetlerinin mevcut durumlarını ortaya koymaktır. Bu doğrultuda görüşme tekniği kullanılarak Amasya'daki müze müdürleri ile yüz yüze görüşülerek bulgular elde edilmiştir. Sergilenen eserler, eserlerin kültürel miras açısından önemi, müzeler hakkında bilgiler, pazarlama faaliyetlerine nasıl yön verildiği ve müzecilik sorunları gibi sorular yönlendirilmiştir. Çalışmada örneklem yöntemi olarak tam sayım örnekleme yapılmıştır. Çalışma Amasya ilinin tarih ve kültürel açıdan zengin olmasına rağmen müzecilik faaliyetleri ile ilgili araştırmanın ilk kez yapılması sebebiyle önem taşımaktadır.

Anahtar Sözcükler: Amasya Müzeleri, Müzecilik, Müzecilik ve Pazarlama

ASSESSMENT OF MUSEUMS IN AMASYA IN TERMS OF CULTURAL HERITAGE**Abstract**

In addition to reflecting historical culture, the museums are also responsible for transferring and protecting these elements. The assets transferred from the past to the present contribute to the formation of social awareness. The exhibition of the culturally or historically important objects keeps social awareness active and also enables us to better understand our past. It allows to shape the future by depicting the past. There are 370 museums today, 187 of which belong to Ministry and 83 of which are private museums under the control of the Ministry. There are 6 museums in Amasya namely, Ferhat and Şirin Lovers Museum (Ferhat ile Şirin Aşıklar Müzesi), Amasya Archeology Museum (Amasya Arkeoloji Müzesi), Sabuncuoğlu Medical and Surgical History Museum (Sabuncuoğlu Tıp ve Cerrahi Tarih Müzesi), Miniature Amasya Museum (Minyatür Amasya Müzesi), Princes Museum (Şehzadeler Müzesi), Saraydüzü Barracks Building National Struggle Museum (Saraydüzü Kışla Binası Milli Mücadele Müzesi). The purpose of this study is to reveal the current state of museology activities in Amasya. In line with this purpose, findings have been obtained by making in-person interviews with museum managers in Amasya using interview technique. The questions on exhibited objects, the importance of the objects for

the cultural heritage, information about the museums, the direction of the marketing activities and the problems of the museology have been asked. Complete counting has been used as the sampling method in the study. Despite the fact that Amasya is rich in history and culture, the study is the first research on museology activities therefore, it is important.

Key words: Amasya Museums, Museology, Museology and Marketing

ETİK LİDERLİK ANLAYIŞININ DUYGUSAL EMEK VE İŞKOLİKLİK İLE İLİŞKİSİ: KARS OTELLERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Öğr. Gör. Tuncer YILMAZ

Kafkas Üniversitesi
yilmaz-tuncer@hotmail.com

Erman KAYGIN

Kafkas Üniversitesi
ermankaygin25@hotmail.com

Neşe SALİK

nesesalik@hotmail.com

Özet

Yarının bugünden daha iyi olması zorunluluğu içerisinde hareket eden işletmeler, doğruluğa, dürüstlüğe, kendini geliştirmeye ve çalışanlarıyla olumlu ilişkiler geliştirmeyi ifade eden ve günümüz liderlik teorilerinde yerini alan etik liderlik anlayışıyla daha güçlü olma çabası içerisindeyler. Duygusal bir varlık olan insan, iş yerinde hem duygularını hem de davranışlarını örgüt amaçlarına hizmet edecek şekilde düzenlemesi gerekmektedir. Duygusal emeklerini işletmenin amaçları için düzenleyen çalışanlar, işlerinde kendilerinden beklenen performanstan daha fazlasını yapmanın gayreti içerisinde olmaktadır. Bunun yanında çalışanların iş yerinde daha fazla çalışmasını ifade eden ve bazen olumlu bir durum bazen de olumsuz bir durum olarak ifade edilen işkoliklik günümüzde önem arz etmektedir.

Hem çalışanların duygusal emek göstermelerinde hem de işkoliklik durumlarında etik liderliğin etkili olduğu düşünülmektedir. Bu düşünce doğrultusunda tasarlanan bu çalışma Kars'ta faaliyette bulunan otellerde gerçekleştirilecektir. Araştırma bu yönüyle iki konu açısından önem arz etmektedir. Birincisi Kars'ta böyle bir çalışma yapılmamış olması dolayısıyla önem arz etmektedir. İkinci yönü ise araştırma yapılan işletmelerin Kars'ta faaliyetini sürdüren önemli örgütler arasında yer almasıdır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi uygulanacaktır. Literatürde Yılmaz tarafından uyarlanan ve 44 sorudan oluşan etik liderlik ölçeği, Diefendorff ve arkadaşları tarafından geliştirilen duygusal emek ölçeği ve Spence ve Robbins tarafından geliştirilen İşkoliklik ölçekleri kullanılacaktır. Araştırmanın tasarımına göre uygun analiz yöntemleriyle sonuçlar elde edilecek ve konu ile ilgili bulguların yorumlarına, önerileri yer verilecektir.

Anahtar sözcükler: etik liderlik, duygusal emek, işkoliklik

THE RELATIONSHIP OF ETHICAL LEADERSHIP WITH EMOTIONAL LABOR AND WORKAHOLISM: A RESEARCH IN KARS HOTELS

Abstract

Enterprises who are in need of being better tomorrow than today are striving to be stronger with an understanding of ethical leadership that takes place in today's leadership theories in the direction of truth, honesty, self-improvement and positive relationships with their employees. It is necessary for a person who is an emotional organism to organize both his feelings and behaviors in the workplace to serve the purposes of the organization. Employees who organize

their emotional labor for the purposes of the employer are striving to do more of the performance they expect from their work. In addition to this, it is important now that workaholism, which describes the situation in which employees work more in the workplace, is sometimes expressed as a positive situation and sometimes as a negative situation.

Ethical leadership is thought to be influential both in emotional labor and in work situations. This study, designed in line with this idea, will be carried out in an operation in the hotels in Kars. This aspect of research is important in terms of two issues. First of all, since such a study has not been done in Kars, it is important. Secondly, the surveying companies are one of the important organizations in Kars.

Survey method will be applied as data collection method in the survey. Ethical leadership scale composed of 44 questions, adapted by Yilmaz in the literature, emotional labor scale developed by Diefendorff et al., And workaholism scales developed by Spence and Robbins will be used. According to the design of the researcher, the results will be obtained with appropriate analysis methods and the interpretation of the findings will be given a recommendation.

Keywords: ethical leadership, emotional labor, workaholism

VAN TURİZMİNİN A'WOT ANALİZİ

Öğr. Gör. Serpil SEVİMLİ DENİZ

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
sdeniz@yyu.edu.tr

Doç. Dr. Eray ÇELİK

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ecelik@yyu.edu.tr

Özet

Turizmde, güçlü ve zayıf yönlerin açıkça bilinmesi ve analiz edilmesi, hedeflere uygun stratejilerin seçilmesine yardımcı olacaktır. Turizm talebi esnek olduğu için stratejik planlama turizmde önemli bir konudur. Bir ilin güçlü olduğu yanlarının vurgulanması, zayıf olduğu yanlarının giderilmeye çalışılması, kendisine karşı olan tehditlerin farkına varılması ve sahip olduğu fırsatları da iyi değerlendirmesi gereklidir. Bu unsurların analizinde swot analizi, yaygın olarak uygulanan bir araçtır. Fakat analitik olarak faktörlerin önemini belirleyemez veya SWOT faktörleri ile karar alternatifleri arasındaki uyumu değerlendiremez. Bu eksikliği giderebilmek amacıyla A'wot analizi kullanılabilir. A'wot, Swot analizi ve AHP birlikte kullanılarak oluşturulmuş hibrit metottur. Analitik hiyerarşi süreci (AHP), çok kriterli karar problemlerinde karar vermek amacıyla kullanılan bir yöntemdir. AHP ile, swot çözümlemelerindeki gruplar ve her bir swot grubu içerisindeki SWOT faktörlerine ait öncelik değerleri sayısal olarak belirlenebilmektedir. Bu çalışmada "A'WOT Tekniği" kullanılarak VAN ili turizmi değerlendirilmiştir.

Çalışmada öncelikle ilde bulunan alternatif turizm türleri ele alınmakta ve turizmin mevcut durumu ortaya konulmaktadır. İlk aşamada SWOT analizi yapılmış, VAN turizminin güçlü ve zayıf yönleri ile fırsatları ve tehdit unsurları tespit edilmiştir. İkinci aşamada bu unsurlar AHP ile sayısallaştırılmıştır. Van turizminin en güçlü yönleri; göz alıcı manzaralara, ilginç coğrafi özelliklere sahip yerler (%46) ve endemik ornitoloji ve flora ya sahip (%26) olmasıdır. İl turizminin en zayıf yönleri ise; yetersiz güvenlik ve kişisel risk algılamasının yüksek olması(%31), bölgenin farkındalığının yeterli olmayışı(%17), uzaklık ve maliyetli yolculuklar (%8) dır. Ayrıca ilin yeterli bir imajının olmaması (0,40), yeni bir imaj oluşturulması açısından en büyük fırsat olarak görülürken, komşu ülkelerdeki istikrarsızlıklar(0,46) VAN turizminin en büyük tehdit unsuru olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Van Turizmi, Swot, A'wot

A'WOT ANALYSIS OF VAN TOURISM

Abstract

Clearly knowing and analysing the strengths and weaknesses in tourism will help to select strategies that are appropriate to the objectives. Strategic planning is an important issue in tourism because tourism is flexible. It is necessary to emphasize the strengths of a province, to try to eliminate weaknesses, to recognize the threats against them, and to evaluate opportunities that they have. In analysing these elements, SWOT analysis is a widely applied tool. But SWOT analysis cannot analytically determine the importance of factors or evaluate the compatibility between SWOT factors and decision alternatives. Swot analysis can be used to detect this deficiency. The Analytic Hierarchy Process (AHP) is a method used to make decisions in multi-criteria decision problems. With AHP, the priority values of the groups in SWOT resolutions and the SWOT factors in each SWOT group can be quantified. In this study, VAN tourism was evaluated using "A'WOT Technique".

In the study, alternative tourism types that are located on the ground are considered and the current situation of tourism is put forward. SWOT analysis was conducted at the first stage, and the strengths and weaknesses of VAN tourism, opportunities and threats were identified. In the second stage, these elements are digitized with AHP. The strongest aspects of Van tourism are; (46%) and endemic ornithology and floral (26%), which have interesting geographical features. The weakest aspects of provincial tourism are; (31%), insufficient awareness of the zone (17%), distance and costly journeys (8%). In addition, the lack of a sufficient image of the province (0.40) was seen as the greatest opportunity to create a new image, while the instability in the neighbouring countries (0.46) was identified as the greatest threat to VAN tourism.

Key words: Van Tourism, Swot, A'wot

İSTATİSTİKİ VERİLER IŞIĞINDA DÜNYA, TÜRKİYE ve VAN'DA TURİZMİN YERİ ve ÖNEMİ

Yrd. Doç. Dr. Sanem ŞEHRİBANOĞLU

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
sanem@yyu.edu.tr

Saygın DİLER

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
saygindiler@gmail.com

Günay VAN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
m.gunayvan@gmail.com

Özet

ITB Dünya Seyahat Trendleri, HotelPro-2016 Global Seyahat İstatistikleri, 2017 Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik Raporu (TTCR), Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi Raporları (WTTC), Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK), Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TURSAB), T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nün verileri incelenerek betimsel istatistikler yardımıyla Dünya, Türkiye ve Van ilinde Turizmin yeri ekonomik veriler yardımıyla değerlendirilecektir. UNWTO (2013)'a göre son on yıl içinde, gelişiminin yanı sıra artan çeşitliliği ile de dünyada en hızlı ilerleyen ekonomik sektörlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Uluslararası turizm geçtiğimiz 30 yıl içerisinde yaklaşık olarak dört kat büyümüş. Bu artış turizm sektörünü döviz getiren, gelir ve istihdam oluşturan önemli ekonomik sektörlerden biri haline getirmiştir (TUSIAD 2012).

2016 yılına ait Dünya çapında Turizmin GDP'ye direk etkisi 2.306,0 milyar dolar katkı sağlarken dünya çapında toplam GDP'nin %3,1'ini olmuştur Türkiye'de Turizm'in 2016 yılında GDP'ye direk etkisi 87,9 milyar TRY (29,1 milyar dolar) dır. Dünya genelinde %4,1 lik GDP'ye direk katkısı ile 14.sırada yer almıştır. Turizm sektörü 2015 yılında Türkiye GSMH'nin %6,2'sini oluştururken, 2016 yılında yaşanmış olayların etkisi ile bu oran %2,6'ı oluşturmuştur. 2016 yılında Türkiye'yi 6.099.924 yerli, 25.265.406 yabancı turist ziyaret ederken 2016 yılında Van'ı ziyaret eden turist sayısı 736.083 yerli, 276,516 olmak üzere toplamda 1.012.597 kişidir. Van ili turizm gelirleri Türkiye' turizmin gelirinin %3 'lük kısmını teşkil etmektedir.

Anahtar sözcükler: Dünya'da Turizm, Türkiye'de Turizm, Van'da Turizm, Turizm İstatistikleri

TOURISM PLACE AND IMPORTANCE IN WORLD, TURKEY AND VAN WITH STATISTICS DATA

Abstract

The data of ITB World Travel Trends, Hotel Pro-2016 Global Travel Statistics, Travel and Tourism Competitiveness Report 2017 was published by the World Economic Forum, Turkish Statistical Institute, Turkish Travel Agencies Association (TURSAB), Republic of Turkey Ministry of Culture and Tourism and World Tourism Organization (UNWTO) will be examined. Through the comparison of the World, Turkey and Van's tourism data, the importance of the tourism sector will be assessed statistically.

According to UNWTO (2013), in the last decade, with its development and increasing diversity, it is considered as one of the fastest growing economic sectors in the world. International tourism has grown about four times in the past 30 years. This increase has made the tourism

sector one of the important economic sectors that generate foreign exchange, income and employment (TUSIAD 2012).

The direct impact of the global tourism to GDP in 2016 has contributed \$ 2.306 billion, while it has been 3.1% of world's total GDP. Direct impact of tourism in Turkey to GDP in 2016 has contributed TRY 87.9 billion (\$ 29.1 billion). It has been ranked 14th in the world with a direct contribution of 4.1% to GDP.

Although tourism sector constituted 6.2% of Turkey's GNP in 2015, this rate was 2.6% in 2016. In 2016, 6,099,924 native and 25,265,406 foreign tourists visited Turkey. In 2016, the number of tourists who visited Van is 736,083 native and 276,516, which is 1,012,597 persons in total. Van provincial tourism incomes constitute 3% of Turkey's tourism income.

Key words: Tourism In The World, Tourism In The Turkiye, Tourism In The Van, Tourist Statistics

OTEL İŞLETMELERİNDE İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ UYGULAMALARININ DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Doç. Dr. Öznur BOZKURT

Düzce Üniversitesi
oznurbozkurt@duzce.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Sağbetullah MERİÇ

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
smeric@yyu.edu.tr

İş Güvenliği Uzmanı, Barış KAYMIŞ

Van Uzman OSGB
bars.kayms@gmail.com

Özet

Çalışma koşulları işyerinde çalışanların sağlığını ve güvenliğini etkileyen önemli bir unsurdur. Hizmet sektöründeki olumsuz çalışma koşulları çalışanların sağlığının ve güvenliğinin yanı sıra müşterilerin de sağlığını ve güvenliğini riske atan bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum iş sağlığı ve güvenliğini hizmet işletmelerinde daha kritik bir noktaya taşımaktadır. Hizmet işletmelerinde başarılı bir şekilde gerçekleşen iş sağlığı ve güvenliği uygulamaları, çalışanların verimliliğini ve etkinliğini artırarak müşterilerin memnuniyetine de olumlu katkılar sağlamaktadır. Bu araştırmada, Van ilinde faaliyet gösteren otel işletmeleri, iş sağlığı ve güvenliği kapsamında değerlendirilecektir. Bu araştırma ile otel işletmelerindeki iş sağlığı ve güvenliği risklerinin tespit edilmesi ve işletmelerdeki iş sağlığı ve güvenliği uygulamaların ne düzeyde gerçekleştirildiği ortaya konulmaya çalışılacaktır. Araştırmada gözlem ve yerinde inceleme yöntemi ile veri elde edilecektir. Araştırma alanındaki işletmeler iş sağlığı ve güvenliği uzmanının da dahil olduğu araştırmacılar tarafından incelenerek mevcut riskler ve gerçekleştirilen iş sağlığı ve güvenliği uygulamaları değerlendirilecektir. Bu değerlendirme sonucunda otel işletmelerindeki mevcut riskler ortaya konularak bu risklerin ortadan kaldırılması için çözüm önerileri sunulacaktır.

Anahtar sözcükler: Otel İşletmeleri, İş Sağlığı, İş Güvenliği, Van

A RESEARCH ON THE EVALUATION OF OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY PRACTICES IN HOTEL OPERATIONS

Abstract

Working conditions are an important factor affecting the health and safety of employees at work. Negative working conditions in the service sector arise as a risk that the health and safety of the employees as well as the health and safety of the customers arise. This places occupational health and safety at a more critical point in service enterprises. Successful implementation of occupational health and safety practices in service businesses also contributes positively to customer satisfaction by increasing employee productivity and effectiveness. In this research, hotel enterprises operating in Van province will be evaluated within the scope of occupational health and safety. With this research, it will be tried to determine the risks of occupational health and safety in hotel enterprises and the level of occupational health and safety implementations in the enterprises. Observation and on-site inspection method will be used in the research. Investigators will be assessed by researchers, including occupational health and safety specialists, to assess current risks and occupational health and safety practices. As a result of this

evaluation the existing risks in the hotel enterprises will be revealed and a solution proposal will be presented to eliminate these risks.

Key words: Hotel Enterprises, Job Health, Job Security, Van

DOĞAL ÇEVRESEL STRATEJİLERİN BELİRLEYİCİLERİ OLARAK ÖRGÜT KÜLTÜRÜ, ÖRGÜTSEL ÖĞRENME VE İNOVASYONUN ROLÜ: TÜRKİYE OTEL İŞLETMELERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Yrd. Doç. Dr. Faruk KALAY

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
kalayfaruk@hotmail.com

Yrd. Doç. Dr. Hacer ARSLAN KALAY

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
hacerkalay@yyu.edu.tr

Doç. Dr. Sevcan YILDIZ

Akdeniz Üniversitesi
sevcanyildiz@gmail.com

Özet

İşletmeler, faaliyetlerini sürdürürken doğal çevrenin de içinde bulunduğu çeşitli girdileri kullanarak toplumun gereksinim duyduğu mal ve hizmetleri çıktı olarak topluma sunarlar. İşletme faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan büyük miktardaki atıklar ve doğal kaynakların her geçen gün artan oranda tüketilmesi, doğal çevre için büyük bir tehdit oluşturmaktadır. Dolayısıyla bir işletmenin doğal çevreyi korumaya yönelik olarak strateji geliştirmesi, birçok açıdan işletmenin uzun vadede varlığını sürdürmesine, sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamasına ve ortalamanın üzerinde getiri elde etmesine olumlu katkı sağlayacaktır. Yapılan araştırmalar, işletmelerin sahip olduğu örgütsel kültürün, işletmelerin öğrenmeyle ilgili yetenekleri ve inovatif davranışlarının yanı sıra işletmelerin oluşturacakları çevresel stratejileri üzerinde etkili olabileceğini göstermektedir. Örgüt kültürünün işletmelerin iş yapma yol ve yöntemlerini şekillendirdiğini, öğrenme yeteneklerini, inovasyon davranışlarını ve işletmenin tüm stratejileri üzerinde etkili olduğu birçok araştırmacı dile getirilmektedir. Bir işletmenin çevre koşullarına etkin biçimde adapte olması için gerekli olan örgütsel öğrenme, işletmeler için rakiplerine kıyasla uzun vadeli değer yaratır. Örgütsel öğrenme, örgüt üyeleri çevreyle etkileşim kurduğu, bu tür etkileşimlerin sonuçlarını gözlemlediği ve neden-sonuç ilişkileri hakkındaki inançlarını güncelleştirdiği zaman oluşur. Benzer şekilde, işletmelerin stratejilerini pazar değişikliklerine uyarlamasına olanak sağlayan inovasyon, örgütsel değer ve rekabet üstünlüğü yaratmak için kritik önem taşımaktadır. Bu araştırmanın amacı, örgüt kültürü, örgütsel öğrenme, inovasyon ve çevresel stratejiler arasındaki ilişkileri ortaya çıkartmaktır. Çalışma, Türkiye içinde faaliyet gösteren 272 otelde çalışan 506 üst düzey yöneticiden anket yoluyla alınan verilerle gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında kullanılan veri toplama araçlarının açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri yapıldıktan sonra, araştırma yapıları arasındaki ilişkiler yapısal eşitlik modellemesiyle ortaya çıkartılmıştır. Otellerin sahip olduğu yıldız sayısı, yaşı ve çalışan sayısı kontrol değişkeni olarak kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, örgüt kültürünün inovasyon, örgütsel öğrenme ve çevresel stratejiler üzerinde, örgütsel öğrenmenin inovasyon ve çevresel stratejiler üzerinde ve inovasyonun da sadece çevresel stratejiler üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkartılmıştır.

Anahtar sözcükler: Örgüt Kültürü, Çevresel Stratejiler, İnovasyon, Otel İşletmeleri, Örgütsel Öğrenme

THE ROLE OF ORGANIZATIONAL CULTURE, ORGANIZATIONAL LEARNING AND INNOVATION AS DETERMINANTS OF NATURAL ENVIRONMENTAL STRATEGIES: A RESEARCH IN THE TURKISH HOTEL INDUSTRY

ABSTRACT

Businesses, while continuing their activities, offer the output of goods and services that the society needs by using the various inputs that the natural environment includes. The large amount of wastes and natural resources that arise as a result of operating activities are increasingly consumed every day, posing a great threat to the natural environment. Therefore, an enterprise's strategy to protect the natural environment will, in many respects, make a positive contribution to the sustainability of the enterprise's long-term presence, to its sustainable competitive advantage and to its return on average. Research shows that organizational cultures owned by businesses have an impact on businesses' learning abilities and innovative behaviors, as well as environmental strategies that businesses will create. Many researchers have expressed that organizational culture has shaped the ways and means of doing business, its learning abilities, innovation behaviors and all the strategies of the business. Organizational learning, which is necessary for an operator to effectively adapt to environmental conditions, creates long-term value relative to competitors for businesses. Organizational learning occurs when members of the organization interact with the environment, observe the consequences of such interactions, and update their beliefs about cause-and-effect relationships. Similarly, innovation, which allows businesses to adapt their strategies to market changes, is critical to creating organizational value and competitive advantage. The aim of this research is to reveal relationships between organizational culture, organizational learning, innovation and environmental strategies. The study was conducted through questionnaires from 506 senior executives working in 272 hotels operating in Turkey. After explanatory and confirmatory factor analysis of the data collection measurement instruments used in the research, relations between research structures were revealed by structural equation modeling. The number of stars, age and number of employees owned by the hotels were used as control variables. As a result of the analysis, it has been found out that organizational culture has a positive influence on innovation, organizational learning and environmental strategies, organizational learning on innovation and environmental strategies, and innovation on environmental strategies only.

Key words: Organizational Culture, Environmental Strategies, Innovation, Hotel Industry, Organizational Learning.

ILGAZ İLÇESİNİN TURİZM POTANSİYELİ

Ayhan DAĞDEVİREN

Çankırı Karatekin Üniversitesi
ayhandagdeviren@karatekin.edu.tr

Hüseyin ÖZDEMİR

Çankırı Karatekin Üniversitesi
huseyinozdemir@karatekin.edu.tr

Gönül GÖKER

Çankırı Karatekin Üniversitesi
gonulgoker@karatekin.edu.tr

Özet

Bu çalışmada öncelikle Ilgaz ilçesinin turizm potansiyelinin incelenmesi, ardından ilçenin SWOT analizinin yapılması amaçlanmıştır. Söz konusu çalışmada ilçenin turizm potansiyeli; “doğa ve spor”, “kültür” ve “sağlık” kapsamında değerlendirilmiştir. Yapılan SWOT analizi sonucunda, Ilgaz ilçe turizminin güçlü ve zayıf yönleri ile fırsatları ve tehditleri saptanmıştır. Ilgaz ilçe turizminin başlıca güçlü yönleri; endemik bitki çeşitliliği, dağ ve kış sporları turizmi ile yayla turizmi ve diğer alternatif turizm türleri açısından zenginliği, Karadeniz Bölgesini İç Anadolu üzerinden Akdeniz’e bağlayan Ilgaz 15 Temmuz İstiklal Tünelidir. İlçe turizminin başlıca zayıf yönleri ise tanıtım ve pazarlama eksikliği, alt ve üst yapı eksikliği, turizm bilincinin yetersizliği, Ilgaz Dağı Milli Parkı’nın Ilgaz ilçesi sınırlarında kalan kısmında yeterli sayıda tesisin bulunmamasıdır. Çankırı-İlgaz-Kadınçayırı Yıldıztepe’nin Bakanlar Kurulu kararıyla Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilmesi ve Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulunun varlığı ilçe turizminin başlıca fırsatlarını oluştururken doğanın bilinçsizce tahrip edilmesi (özellikle endemik bitki türlerinin tehlike altında olması), Devrez çayındaki kirlilik, ilçe genelinde yaşanan hava kirliliği ise ilçe turizminin başlıca tehditlerini oluşturmaktadır.

Anahtar sözcükler: Ilgaz ilçesi, turizm potansiyeli, SWOT analizi

TOURISM POTENTIAL OF ILGAZ DISTRICT

Abstract

In this study, first of all it is aimed to examine the tourism potential of the Ilgaz district, after it is aimed to make the SWOT analysis of the district. In the mentioned study, tourism potential of district has been evaluated within "nature and sports", "culture" and "health". As a result of the SWOT analysis, the strengths and weaknesses, opportunities and threats of Ilgaz district tourism have been determined. The main strengths of Ilgaz district tourism are endemic plant diversity, mountain and winter sports tourism, tableland tourism and other alternative tourism types, the Ilgaz 15 July Independence Tunnel linking the Black Sea Region to the Mediterranean via Central Anatolia. The main weaknesses of the district tourism are lack of promotion and marketing, lack of substructure and superstructure, inadequacy of tourism consciousness, and the lack of facilities in Ilgaz district of Ilgaz Mountain National Park. While the declaration of Çankırı-İlgaz-Kadınçayırı Yıldıztepe as a Cultural and Tourism Conservation and Development Region with the decision of the Council of Ministers and the presence of Ilgaz School of Tourism and Hotel Management constitute the main opportunities of the district tourism, the unconscious destruction of nature (especially endemic plant species being endangered), the pollution in

Devrez Streamlet, air pollution throughout the district constitute the main threats of the district tourism.

Key words: Ilgaz District, Tourism Potential, Swot Analysis

A FEMINIST GEOGRAPHY STUDY ON TOURISM POTENTIAL OF VAN: NGOS' PERSPECTIVE

Assit. Prof. Dr. Mehmet ŞEREMET

Yuzuncu Yil University
mseremet@yyu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Yuzuncu Yil University
falaedddioglu@hotmail.com

Ezgi BAYRAM ÖZ

Yuzuncu Yil University
ezgibayram1@hotmail.com

Abstract

The main reason for the feminist theory is to make women more visible in the society, although this perspective has some challenges for the patriarchal society. As for the tourism research, it is also always important to reflect women experience in tourism potential of the place. While doing this, there is an important role of the civic society's views, including women-focussed NGOs perspectives. Therefore, this study aims to provide an insight into the development of tourism potential, including the women involvement within the city of Van. In this manner, tourism potential of the town will be discovered from the opinions of Women-oriented NGOs in the city. The main research questions of the study are as follows:

1. What is the tourism potential of Van, including the gender role?
2. What are the challenges facing women entrepreneurs in Van?
3. What are the opportunities for the women in Van regarding tourism potential?
4. What are the women's roles in the planning and supporting the development of tourism potential in the town?

In order to achieve these aims, a qualitative research will be employed. Thus, a focus group will be organised with the relevant nine NGOs in the city of Van (Turkey). Given that while the women is major focus for some of the NGOs in the town, the remaining ones might interested in proving their views into the issues underlined above. Therefore, if a NGO with women manager and women branch, they will also be included into the study. Finally, the study aims to provide a set of suggestions for the sector which needs guidance and cooperation.

Key words: Feminist Theory, Tourism Management, Qualitative Research, Van

VAN GÖLÜ'NÜN VE ÇEVRESİNİN JEOTURİZM POTANSİYELİ

Yrd. Doç. Dr. Türker YAKUPOĞLU

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

turkery@yyu.edu.tr

Özet

Jeoturizm (jeolojik turizm), bir bölgedeki jeolojik miras alanlarının görmek amacıyla gezilmesi ve ziyaret edilmesi faaliyetidir. Amacı, halkın yerbilimine yaklaşmasını, böylece jeolojik mirasın korunması kavramının öneminin anlaşılmasını, yaygınlaşmasını ve tüm bunları yerine getirirken yerel/bölgesel kalkınmayı da sağlamaktır. Van Gölü çevresinde çok sayıda jeolojik miras alanı bulunmaktadır. Van ili sınırları içerisinde; Erçek Gölü, Gedikbulak Köyü Timar Mevkii'ndeki Bazalt sütunlar, Muradiye Şelalesi, Edremit İlçesi Çiçekli Beldesi Andaç Köyü'ndeki Sismitler, Edremit Traverteni, Başkale İlçesi Dereiçi Köyü'ndeki Travertenler, Başkale İlçesi Yavuzlar Köyü'ndeki Peribacaları başlıca jeolojik miras alanlarıdır. Bitlis ili sınırları içerisinde Bitlis Masifi kayalar, Adilcevaz Kireçtaşları, Nemrut Kalderası, Süphan Dağı, Ahlat Taşı (ignimbirit), Van Gölü içerisindeki mikrobiyalitlerin jeolojik miras özelliği bulunmaktadır. Bu bildiri kapsamında, söz konusu alanların jeoturizm potansiyellerine değinilecek, bu potansiyellerin nasıl değerlendirilebileceği tartışılacaktır.

Anahtar sözcükler: Jeolojik Miras, Jeoturizm, Van Gölü, Van, Bitlis

GEOTOURISM POTENTIAL OF LAKE VAN AND ITS AROUND

Abstract

Geotourism (geological tourism) is a sightseeing and visiting activity to see geological heritage sites in a region. The aim of geotourism is to ensure that the people get closer to geology, so that the concept of preservation of geological heritage is understood and spread, and local / regional economic development is achieved. There are many geological heritage sites around Lake Van. Lake Erçek, Columnar Basalts in Timar around Gedikbulak Village, Muradiye Waterfall, Seismites in Çiçekli Town of Edremit County, Edremit Travertine, Travertines in Dereiçi Village of Başkale County, Fairy Chimneys in Yavuzlar Village of Başkale County are the geological heritage sites within the borders of the Van province. Rocks of Bitlis Massif, Adilcevaz Limestones, Nemrut Caldera, Mount Suphan, Ahlat Stone (ignimbrite), Microbialites in Lake Van have geological heritage features within the borders of the Bitlis province. Within the scope of this paper, geotourism potentials of these areas will be mentioned and how these potentials can be evaluated will be discussed.

Key words: Geological Heritage, Geotourism, Lake Van, Van, Bitlis

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE KADINLARA ÖZEL KATLAR KONSEPTİ

Avşin AYHAN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
avsinayhan@gmail.com

Doç. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
alaeddinoglu@yyu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Mehmet ŞEREMET

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
mseremet@yyu.edu.tr

Özet

Turizmde yeni arayışlar ve hızla gelişen özel ilgi turizm hareketleri başta destinasyonlar düzeyinde olmak üzere daha küçük ölekte konaklama işletmelerinde de yeni yaklaşımları zorunlu kılmıştır. Zira insanların yaşadığı sosyo-kültürel ortam, ekonomik düzey, eğitilmiş olma durumu ve daha birçok faktör onları birbirinden farklı yapmakta ve doğal olarak davranışlarında da farklılıklar meydana getirmektedir. İnsanların tercih farklılıkları arasında cinsiyetler faktörü de önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle üzerinde araştırma yapılması gereken tüketici gruplarından bir tanesi de kadınlardır. Her geçen gün değişen konaklama işletmeleri incelendiğinde kadınlar için bir dizi yenilik yapılmaya başlandığı gözlemlenmektedir. Konaklama işletmelerinde kadın misafirler için etek askıları, kadın tuvalet takımları sağlama ve daha kadınsı bir oda dekoru tasarımı bu yeniliklere örnek olarak verilebilir (Bulut,2011; 394).

Bu bağlamda çalışmada ilk olarak gerek Avrupa gerek Amerika'da gelişim göstermekte olan kadınlara özel oteller veya katlar trendi incelenmiş ve bu yaklaşımın yalnızca kadınlar için değil diğer gruplar (LGBT) için de hızla yaygınlaştığı gözlemlenmiştir. Araştırmamıza konu olan kadın temalı konaklama tesislerinin sayıca artmasının arkasındaki temel nedenler, bu tesislere talebin olup olmadığı ve benzeri sorulara cevaplar aranmış ve bulgular doğrultusunda konu ayrıntılı olarak incelenmiştir. Ayrıca Türkiye'de yer alan konaklama tesislerinde de benzer uygulamaların gerçekleştirilip gerçekleştirilmediği araştırmaya konu edilmiştir. Zira Türkiye, hem konaklama işletmeleri, hem de hizmet kalitesi noktasında uluslararası standartlara sahip bir ülkedir. Bu nedenle geliştirilebilecek olan odak pazar çeşitleriyle konaklama işletmelerindeki farklılıklar zenginleştirilebilir. Kadınların odak noktası olması, toplumdaki soyutlanmaları veya ötekileştirilmeleri adına değil aksine kendilerini özel, güvende ve rahat hissetmeleri adına önem taşımaktadır. Sürekli gelişen bu trendin takipçisi olmak yeniliklere ayak uydurma konusunda da etkili bir yöntemdir. İşletmelerin sürdürülebilirliği adına yeniliklerin gerisinde kalmamak sektörde varlığını sürdürebilmek adına önem arz etmektedir. Dolayısıyla Türkiye'de bu tip niş pazarlara veya en azından otel uygulamalarına ihtiyaç olduğu anlaşılmaktadır.

Anahtar sözcükler: Kadın Turistler, Özel İlgi Turizmi, Niş Pazar, Konaklama İşletmeleri

CONCEPTS OF WOMEN'S SPECIAL FLOORS IN HOSPITALITY INDUSTRY

Abstract

Today, the main factor behind the success and sustainability of businesses are the people themselves. Social and cultural environment people have grown in, economic stability, educational background, and some other factors determine the differences between people that affect their behaviour as well. Gender differences also determine why people choose to act

differently. This is why women consumers should be a research topic. If we were to examine the shifts in the accommodation businesses, we would easily see the changes made specifically for women. For example, having skirt hangers, toilet appliances and rearrange the decor for a more feminine look (Bulut,2011; 394).

In this context the changing hotels and floors trend specifically for women have been looked closely in Europe and then America; and observations shown that this approach is not just valid for women but also LGBT community. The reason behind the increase in women-themed hotels, which we just talked about, was deeply thought through and findings were discussed. The research also included if any of the businesses were affected by this change in Turkey. Turkey indeed is a country that lives up to international standards in terms of quality of service and the level of business accommodations. This is why new focused markets can emerge and the variety of business accommodations can exist. Women being in the centre of these new markets do not mean they are being separated from the community; as a matter of fact, it is important for them to feel special and feel comfortable with the changes. Being a close follower of the new trends, it is really important for the sector to adapt to the new environment and adjust accordingly. Sustainability of these businesses rely heavily on the adaptation to the new world. For all these reasons, Turkey needs these special markets and type of hotel applications to continue its growth.

Key words: Women Tourists, Alternative Tourism, Niche Market, Accommodation Establishment

AYVAINİ MAĞARASI TURİZM POTANSİYELİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA**Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK**İstanbul Üniversitesi
ikizilirmak@istanbul.edu.tr**Doğuş GÜLYUVA**İstanbul Üniversitesi
dgulyuva@ogr.iu.edu.tr**Özet**

Mağaracılık, bilimsel adı ile Speleoloji, günümüzde tercih edilen bir spor ve turizm faaliyeti olarak kabul edilmektedir. Türkiye, macera turizmi alanında gelişmekte olan benzer ülkelere kıyasla çok sayıda mağarası ile mağaracılık turizmi potansiyeli oldukça yüksektir. Sportif mağaracılık turizminin, dünyanın her bölgesinden ziyaretçi çekme potansiyeli olduğu düşünülmektedir. Bu faaliyetlerin arttırılması ülke ekonomisi ve tanıtımına katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Çalışmanın amacı, Ayvaini Mağarasının, sportif mağaracılık turizminde tanıtılması ve pazarlama faaliyetlerinde kullanılmasına yönelik önerilerde bulunmaktır. Bu doğrultuda nitel veri analizi yöntemi olan literatür taraması kullanılarak Ayvaini Mağarası üzerine yapılan çalışmalar incelenmiş ve bölgenin mağaracılık turizmi açısından potansiyeli ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar sözcükler: Ayvaini Mağarası, Mağara Turizmi, Sportif Mağaracılık

A STUDY ON TOURISM POTENTIAL OF AYVAINİ CAVE**Abstract**

Caving, scientific name is Speleology, can be considered as today's preferred sport and tourism activity. Turkey has high potential to have caving tourism with a large number of caves compared to similar countries that have developing adventure tourism. Sportive caving tourism is thought to have the potential to attract visitors from all over the world. It is envisaged that the increase of these activities will contribute to increase of the country's promotion and economy. The aim of the work is to introduce Ayvaini Cave in sportive caving tourism and to make suggestions for the use of marketing activities. In this direction, studies on Ayvaini Cave were investigated by using literature review which is a qualitative data analysis method and attempted to put forth the potential of the region in terms of caving tourism.

Key words: Ayvaini Cave, Cave Tourism, Sportive Caving.

MOBİL UYGULAMALARIN TURİZMDE KULLANILMASI: MOBİL KENT REHBERİ ÖNERİSİ

Öğr. Gör. Abdullah EREN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
abdullaheren@yyu.edu.tr

Prof. Dr. Muhammet Dursun KAYA

Atatürk Üniversitesi Erzurum MYO
dursun@atauni.edu.tr

Özet

Bilgiye ulaşmanın, onu elde etmenin ve kullanmanın günümüzde önemini arttırdığı; kaçınılmaz bir olgu haline gelmiştir. İnternet teknolojilerinin ve bilişim sistemlerinin kendini sürekli yenilediği şu zamanlarda bilgiye her zaman ve her yerde ulaşabilme isteği ile beraber mobil uygulamalar günümüzde yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Mobil cihazların kullanımının artması ile birlikte turizm sektöründe de turizme bakış açısı da değişmektedir. Geliştirilen mobil uygulamaların yaygınlaşması ile turizm anlayışında ve yönetiminde yeni bakış açıları ortaya çıkmaktadır. İnsanların kullandığı mobil turizm uygulamaları ile kentlerin turizm yönetimleri de değişmektedir. Bu uygulamalar ile elektronik turizm rehberliği gibi kavramlar da ortaya çıkmaktadır. Özellikle lokal bölgelerde kullanılan uygulamalar kullanıldığı kentte birçok kişiye kolaylıklar sağlayabilmektedir. Bu çalışmada teorik bir yaklaşım ile mobil uygulamaların yerel turizmdeki yeri incelenmiştir. Seyahat edenlerin yeni tercihlerinden biri olan mobil uygulamaların ortaya çıkış süreci, yapısı ve yenilikleri bu çalışmada kavramsal olarak ele alınmış olup; kent rehberi olarak kullanılabilecek bir mobil uygulama önerisi de bu çalışmada ortaya konulmuştur.

Anahtar sözcükler: Turizm, Mobil Uygulama, Kent Rehberi

USE OF MOBIL APPLICATIONS IN TOURISM: MOBILE CITY GUIDE ADVICE

ABSTRACT

It has become an inevitable fact that accessing, acquiring and using information is now increasing in importance. Nowadays internet technologies and information systems are constantly renewing themselves, mobile applications are being widely used nowadays with the desire to access information anytime and anywhere. Along with the increase in the usage of mobile devices, the point of tourism in the tourism sector also changes. With the spread of developed mobile applications, new perspectives are emerging in tourism understanding and management. With the mobile tourism applications that people use, tourism governments of cities also change. With these applications, concepts such as electronic tourism guidance also appear. Especially applications used in local areas can provide facilities for many people in the city where they are used. In this study, a theoretical approach and the place of mobile applications in local tourism are examined. The emergence process, structure and innovations of mobile applications, one of the new preferences of travelers, have been conceptually addressed in this study; and a mobile application proposal that can be used as a city guide has also been put forward in this study.

Key words: Tourism, Mobile Application, City Guide

TURİZM İŞLETMELERİNDE YÖNETİCİ VE ÇALIŞAN BAĞLAMINDA DUYGUSAL ZEKA VE DUYGUSAL EMEK İLİŞKİSİ

Arş. Gör. Volkan GENÇ

Batman Üniversitesi
volkangnc@yahoo.com

Prof. Dr. Murat GÜMÜŞ

Batman Üniversitesi
muratgumus@yahoo.com

Özet

Çalışanların duygu gösterimi turizm işletmeleri açısından vazgeçilmezdir. Bir işletmenin müşteri beklentilerini en iyi şekilde karşılamak için kendisinden beklenen uygun duyguları sergilemesi müşteri memnuniyeti açısından önem arz etmektedir. Ancak müşteriye uygun duyguları geçirebilmek için bir çalışanın hem kendi duygularının hem de başkalarının duygularının farkında olması gerekmektedir. Kendi duygularının farkında olmayan ve duygularını kontrol edemeyen birinin duyguları yönetebilmesi mümkün görünmemektedir. Literatürde bu durum duygusal zeka olarak bilinmektedir. Bu bağlamda, duygusal zeka duygusal emek gösterimlerinde önemli bir rol oynamaktadır (Genç, 2013).

Günümüzde duygusal zeka duygusal emeğin öncüllerinden görülmektedir. Yapılan araştırmalar, duygusal zekanın öğretilebilir ve geliştirilebilir olduğunu ortaya koymaktadır (Boyatzis, 2008). Duygusal zekanın öğretilebilir olması hizmet sektöründe farklı müşteri profilleriyle karşılaşmış çalışanların yaşadıkları tecrübe açısından oldukça önemlidir. Başka bir ifade ile tecrübeli çalışanların ya da yaşanmışlıkların duygusal emek ve duygusal zeka ile ilişkisi bulunmaktadır. Bu ilişki yöneticilerin çalışanları yönlendirmesi ve müşterilerle yaşanan olayları anlamlandırması bakımından oldukça önemlidir. Önceki çalışmalar duygusal zekanın duygusal emek üzerindeki etkisini incelemesine (Genç, 2013) rağmen yönetici çalışan ayrımını ortaya koymamaktadır. Yönetim bir anlamda insanı anlama sanatıdır ve yöneticilerin duyguları daha kontrol edebilir olmaları ve bu kapsamda çalışanlardan farklılık göstermesi beklenmektedir. Bu amaçla yöneticilerin duygusal emek gösterimleri ile yönetici olmayan çalışanların duygusal emek gösterimleri arasında farklılık olabileceği araştırmanın hipotezini oluşturmaktadır. Aynı şekilde araştırmanın diğer bir hipotezi de yöneticilerin duygusal zekaları ile yönetici olmayan çalışanların duygusal zekaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Bu çalışmada nicel paradigma tercih edilmiş ve Alanya'da bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri ve A grubu seyahat acentalarında gerçekleştirilmiştir. Bu işletmelerin tercih edilmesinin ana nedeni, diğer otel ve seyahat acentalarına nazaran profesyonel bir yönetim anlayışı olduğu düşüncesidir. Sonuç olarak yönetici ve çalışanlar arasında duygusal zeka ve duygusal emek gösterimlerinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Anahtar sözcükler: Turizm İşletmeleri, Duygusal Zeka, Duygusal Emek

THE RELATIONSHIP BETWEEN EMOTIONAL INTELLIGENCE AND EMOTIONAL LABOUR IN THE CONTEXT MANAGER AND EMPLOYEE IN TOURISM ENTERPRISES

Abstract

Emotion display of employees is indispensable in terms of tourism enterprises. It is important in terms of customer satisfaction that should exhibit the appropriate emotions expected from

him/her in order to best meet customer expectations. However, in order to a customer to be able to feel on appropriate emotions, an employee must be aware of their own feelings as well as the feelings of others. It is not possible to manage emotions someone who is unaware of their own feelings and who cannot control their emotions. In this context, emotional intelligence plays an important role in emotional labour displays (Genç, 2013).

Nowadays emotional intelligence is seen as the premises of emotional labour. Research shows that emotional intelligence can be taught and improved (Boyatzis, 2008). To be able to teach emotional intelligence, the experience of employees who encounter different customer profiles in the service sector is important. In other words, experienced employees or experiences are related to emotional labour and emotional intelligence. This relationship is crucial for directing managers and for understanding the events that are happening with customers. Although previous studies have examined the effect of emotional intelligence on emotional labour (Genç, 2013), it does not reveal the manager-employee division. Management means to understand people in a sense, and managers are expected to be able to control emotions more and to differ from employees in this context. For this purpose, this is the hypothesis of the research that managers may be different between emotional labour displays and emotional labour displays of non-managers. Another hypothesis of the research in the same way is that there are significant differences between the emotional intelligence of managers and the emotional intelligence of non-managerial employees. In this research, a quantitative paradigm was preferred and were operated 4 and 5 star hotels and A group travel agencies in Alanya. The main reason for preferring these enterprises is that they have a professional management approach compared to other hotels and travel agencies. As a result, significant differences were found between managers and employees in emotional intelligence and emotional labour displays.

Key words: Tourism Enterprises, Emotional Intelligence, Emotional Labour

MAVİ OKYANUS STRATEJİSİ VE VAN'IN DÖRT EYLEM KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Bülent AYDIN

Anadolu Üniversitesi
bulent_aydin@anadolu.edu.tr

Öğr. Gör. Dr. Caner GÜÇLÜ

Akdeniz Üniversitesi
gucluacaner@gmail.com

Özet

Bu araştırma ile Mavi Okyanus ve Kızıl Okyanus Stratejileri incelenerek Van'ın Mavi Okyanus Stratejileri bağlamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda ikincil verilerden yararlanılarak gerekli bulgulara ulaşılmıştır. Sonuç olarak Van'ın turistik bir destinasyon olarak değer yenilemesi için gerekli durumlar tespit edilmiştir.

Anahtar sözcükler: Mavi Ve Kızıl Okyanus Stratejileri, Turizm Destinasyonu, Van

BLUE OCEAN STRATEGY AND EVALUATION OF VAN CITY IN FOUR ACTION SCOPE

Abstract

The aim of this study is to examine the Blue and Red Ocean strategies and evaluate the Van city in the context of Blue Ocean strategies. In this context, secondary data have been used and necessary findings have been obtained. As a result, some cases have been identified for value renewal of the Van as a tourist destination.

Key words: Blue And Red Ocean Strategies, Tourism Destination, Van City

TÜRKİYE OTEL İŞLETMELERİNDE ÇEVRESEL STRATEJİLER VE ORGANİZASYONEL PERFORMANS

Yrd. Doç. Dr. Faruk KALAY

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
kalayfaruk@hotmail.com

Yrd. Doç. Dr. Hacer ARSLAN KALAY

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
hacerkalay@yyu.edu.tr

Doç. Dr. Abdullah OĞRAK

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Aograk47@gmail.com

Özet

Doğal çevreye olan bağlılık mevcut rekabetçi senaryolar içinde önemli bir değişken haline gelmiştir. Birçok araştırmacı, işletmelerin doğal çevreyi korumayla ilgili girişimlerini ve uygulamalarını, onların sürdürülebilir rekabet avantajı kazanmasına ve performans düzeylerini geliştirmesine yardımcı olan önemli bir araç olarak görmektedirler. Dolayısıyla bir işletmenin doğal çevreyi korumaya yönelik olarak strateji geliştirmesi, birçok açıdan işletmenin uzun vadede varlığını sürdürmesine, sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamasına ve ortalamanın üzerinde getiri elde etmesine olumlu katkı sağlayacaktır. Yapılan araştırmalar, işletmelerin sahip olduğu örgütsel kültürün, işletmelerin öğrenmeyle ilgili yetenekleri ve inovatif davranışlarının yanı sıra işletmelerin oluşturacakları çevresel stratejileri üzerinde etkili olabileceğini göstermektedir. Örgüt kültürünün işletmelerin iş yapma yol ve yöntemlerini şekillendirdiği; öğrenme yetenekleri, inovasyon davranışları ve işletmenin tüm stratejileri üzerinde etkili olduğu birçok araştırmacı tarafından dile getirilmektedir.

Bir işletmenin çevre koşullarına etkin biçimde adapte olması için gerekli olan örgütsel öğrenme, işletmeler için rakiplerine kıyasla uzun vadeli değer yaratmaktadır. Örgütsel öğrenme, örgüt üyeleri çevreyle etkileşim kurduğu, bu tür etkileşimlerin sonuçlarını gözlemlediği ve neden-sonuç ilişkileri hakkındaki inançlarını güncelleştirdiği zaman oluşmaktadır. Benzer şekilde, işletmelerin stratejilerini pazar değişikliklerine uyarlamasına olanak sağlayan inovasyon, örgütsel değer ve rekabet üstünlüğü yaratmak için kritik önem taşımaktadır. Bu araştırmanın amacı, örgüt kültürü, örgütsel öğrenme, inovasyon ve çevresel stratejiler ile organizasyonel performans arasındaki ilişkileri ortaya çıkartmaktır. Çalışma, Türkiye içinde faaliyet gösteren 272 otelde çalışan 506 üst düzey yöneticiden anket yoluyla alınan verilerle gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında kullanılan veri toplama araçlarının açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri yapıldıktan sonra, araştırma yapıları arasındaki ilişkiler yapısal eşitlik modellemesiyle ortaya çıkartılmıştır. Otellerin sahip olduğu yıldız sayısı, yaşı ve çalışan sayısı kontrol değişkeni olarak kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, örgüt kültürünün inovasyon, örgütsel öğrenme ve çevresel stratejiler üzerinde, örgütsel öğrenmenin inovasyon ve çevresel stratejiler üzerinde, inovasyonun çevresel stratejiler ve organizasyonel performans üzerinde ve çevresel stratejilerin de organizasyonel performans üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Çevresel Stratejiler, İnovasyon, Otel İşletmeleri, Örgütsel Öğrenme, Organizasyonel Performans

ENVIRONMENTAL STRATEGIES AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE IN THE TURKEY HOTEL INDUSTRY

Abstract

The commitment to the natural environment has become an important variable in existing competitive scenarios. Many researchers view businesses' initiatives and practices related to conservation of the natural environment as an important tool to help them gain sustainable competitive advantage and improve their performance levels. Therefore, an enterprise's strategy to protect the natural environment will, in many respects, make a positive contribution to the sustainability of the enterprise's long-term presence, to its sustainable competitive advantage and to its return on average. Research shows that organizational cultures owned by businesses have an impact on businesses learning abilities and innovative behaviours, as well as environmental strategies that businesses will create. Many researchers have pointed out that organizational culture has shaped the ways and means of doing business, its learning abilities, innovation behaviours and all the strategies of the business. Organizational learning, which is necessary for an operator to effectively adapt to environmental conditions, creates long-term value relative to competitors for businesses. Organizational learning occurs when members of the organization interact with the environment, observe the consequences of such interactions, and update their beliefs about cause-and-effect relationships. Similarly, innovation, which allows businesses to adapt their strategies to market changes, is critical to creating organizational value and competitive advantage. The aim of this research is to reveal the relationship between organizational culture, organizational learning, innovation and environmental strategies and organizational performance. The study was conducted through questionnaires from 506 senior executives working in 272 hotels operating in Turkey. After explanatory and confirmatory factor analysis of the data collection instruments used in the research, relations between research structures were revealed by structural equation modelling. The number of stars, age and number of employees owned by the hotels were used as control variables. The analysis revealed that organizational culture has a positive influence on innovation, organizational learning and environmental strategies, organizational learning on innovation and environmental strategies, innovation on environmental strategies and organizational performance, and environmental strategies on organizational performance.

Key words: Organizational Culture, Environmental Strategies, Innovation, Organizational Performance, Organizational Learning

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERİN KARIYER YÖNETİMİ ALGISI: DÜZCE ÖRNEĞİ

Yrd. Doç. Dr. Arif GÜNGÖR

Düzce Üniversitesi
arifgungor@duzce.edu.tr

Enes ŞEYBA

Düzce Üniversitesi
e-mail@mail.edu.tr

Sezer YAMAN

Düzce Üniversitesi
Sezer2106@hotmail.com

Özet

Bu çalışmada Düzce ilindeki konaklama işletmelerinin üst düzey yöneticilerinin kariyer ve kariyer yönetimine bakış açıları incelenmiştir. Çalışmada öncelikle kariyer kavramına değinilmiştir. Ardından kariyerin kişisel ve örgütsel öneminden bahsedilerek, kariyer evreleri, kariyer planlaması, kariyer geliştirme, kariyer yönetimi ile ilgili kavramlar ve kariyer yönetimi araçlarına yer verilmiştir. Nicel araştırma yöntemi tercih edilen bu çalışmada veriler konaklama işletmeleri üst düzey yöneticileri için hazırlanan anket ile elde edilmiştir. Anket sonuçları ile üst düzey yöneticilerin, kendi kariyerlerini geliştirmede neleri dikkate aldıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Otel yöneticilerinin eğitim durumları dikkate alınarak belirli bir kariyer yapma istekleri değerlendirilmiştir. Ayrıca yöneticilerin çalışanlarının kariyer planlama aşamalarında yetkinlikleri olup olmadığı ölçülmeye çalışılmıştır. Konaklama işletmelerinde hiyerarşik yapının katı olmasının çalışanların fikir ve isteklerini dile getirmede, yeteneklerini, göstermede büyük bir engel teşkil edip etmeyeceği araştırılmıştır. Anketin sonuçlarına göre tartışma, sonuç ve öneri kısmı oluşturularak araştırmanın sağladığı yararlar açıklanmıştır. Bu çalışmanın, literatürde konaklama işletmeleri açısından kariyer yönetimi ile ilgili bölgesel çalışmaların azlığı sebebiyle akademisyenlere, öğrencilere ve bu konuya ilgi duyanlara yardımcı bir kaynak oluşturması düşünülmektedir.

Anahtar sözcükler: Kariyer, Kariyer Yönetimi, Turizm, Düzce

THE CAREER MANAGEMENT PERCEPTION OF TOP EXECUTIVES IN HOTELS: A SAMPLE OF DÜZCE

Abstract

In this study the perspective of top executives of the hotels in Düzce for career and career management were examined. In the study, firstly the concept of career has been mentioned. Then, by mentioning personal and organizational importance of career, career stages, career planning, career development, concepts related to career management, and career management tools have been described. Quantitative research methodology was preferred in this study by a questionnaire prepared for top executives of hotels in Düzce. By the survey results, it is tried to determine what senior managers considered in their career development. Career making wishes of hotel executives have been evaluated considering their field of education. Also, it has been tried to measure whether the managers' competencies in planning in the career planning stages of their employees. It has been researched whether the rigid hierarchical structure of the accommodation enterprises could be a great obstacle to employees

in expressing their ideas and requests, in showing their talents. According to the results of the survey, discussions, conclusions and suggestions have been created and the benefits of the research have been explained. This study is intended to provide a source of help to academicians, students and those interested in this subject due to the lack of regional studies on career management in terms of accommodation management in the literature.

Key words: Career, Career Management, Tourism, Düzce

VAN İLİ DOĞA TURİZM POTANSİYELİNİN DAĞCILIK VE BİSİKLET SPORU AÇISINDAN BELİRLENMESİ

Yrd. Doç. Dr. Yıldırım Gökhan GENCER

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ygokhangencer@yyu.edu.tr

Arş. Gör. Kaan SALMAN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
kaansalman@yyu.edu.tr

Özet

Bu çalışmada Van ilin de doğa temelli alternatif turizmi olarak adlandırılan doğa sporlarından dağcılık ve bisiklet parkurlarının geliştirilmesine katkı sağlamak için, en popüler tırmanış ve bisiklet rotalarını belirlemek amaçlanmıştır.

Çalışmanın örneklemini Van merkezde aktif olarak bu sporu yapan 100 katılımcı oluşturmaktadır. Katılımcılardan Van ilindeki doğa turizmine katkı sağlayacak de alternatif on dağ ve bisiklet parkurunu 1'den 10'na kadar puanlayarak belirtmeleri istenmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde, frekans (f) yüzde (%) ortalama (x) ve standart sapma (ss) gibi tanımlayıcı istatistiksel yöntemler kullanılmıştır. Çalışma öncesinde, amaçla bağlantılı olarak, TDF il temsilcisi ve yerel rehberlerle yapılan görüşmeler doğrultusunda Van İli doğa turizminde kullanılabilecek mevcut parkurlar belirlenmiş ve sonrasında çalışmada kullanılacak bilgi edinme formu oluşturulmuştur.

Katılımcıların değerlendirme sonuçları doğrultusunda en çok seçilen ilk 3 sıra değerlendirilmeye alınmıştır. Tırmanış parkurları içerisinde birinci sırada % 53.6 ile Artos Dağı, ikinci sırada % 35.5 ile Başet Dağı, üçüncü sırada % 29.8 ile Esrük Dağı yer almaktadır. Bisiklet parkurları ise birinci sırada % 48.8 ile Van Edremit bisiklet turu, ikinci sırada %36.9 la Van Merkez Kale bisiklet turu ve üçüncü sırada % 23.8 ile Edremit bahçeler bisiklet turu yer aldığı elde edilmiştir.

Van ilinde henüz doğa turizmi potansiyeli yeterince değerlendirilemese de Van İline her yıl dünyanın çeşitli yerlerinden çok sayıda turist dağ tırmanışı, yürüyüşü ve bisiklet kullanmak için gelmektedir. Ayrıca yerli turistler için de önemli bir aktivite haline gelen Van İli doğa turizmi, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından geliştirilmeye ve yaygınlaştırılmaya çalışılmaktadır. Bu bağlamda elde etmiş olduğumuz veriler, doğa turizmini geliştirmeye ve yaygınlaştırılmaya çalışan kulüpler, dernekler ve kamu kuruluşlarına yol gösterici bir veri tabanı oluşturacaktır.

Anahtar Sözcükler: Doğa Turizmi, Doğa Spor, Turizm, Dağcılık, Bisiklet

DETERMINATION OF VAN NATURAL TOURISM POTENTIAL IN RESPECT TO MOUNTAINEERING AND BICYCLE SPORTS

Abstract

In this study, it was aimed to contribute to the nature based alternative tourism by developing mountaineering and cycling routes in Van province.

The sample of this study is composed of 100 participants who actively perform this sport in the Van center. Participants were asked to grade ten mountain and bicycle routes that would contribute to Van province, from 1 to 10. In the evaluation of the data, descriptive statistical methods such as frequency (f) percent (%) mean (x) and standard deviation (ss) were used. For the study, purposeful sampling was used. The purpose was indicated as being actively involved in nature tourism activities. For this purpose, the sample consisted of local guides, educators,

Turkish Mountain Federation Van Province representor and individuals who attended national tourism activities.

The first 3 most frequently selected results were evaluated. Among climbing routes the first place is the Artos Mountain with 53.6%, the second is the Başet Mountain with 35.5% and the third is the Esrük Mountain with 29.8%. As for bicycle routes the first place is Van-Edremit bicycle tour with 48.8%, the second place is Van-Castle bicycle tour with 36.9%, and the third is Edremit gardens bicycle tour with 23.8%.

Van province is not well regarded as a potential for nature tourism, yet every year many tourist from all parts of the world come to Van for mountain climbing, trekking, and cycling. Nature tourism, which has become an important activity especially for domestic tourists, is being developed and disseminated by the Ministry of Culture and Tourism.

In this respect, the data we have obtained will constitute a database for the clubs, associations and public institutions that are trying to develop and disseminate nature tourism.

Key words: Nature Tourism, Nature Sports, Tourism, Recreation

VAN İLİNDE TERCİH EDİLEN DAĞ TURİZMİ BÖLGELERİNİN AYRINTILI OLARAK ROTALANDIRILMASI

Okt. Fatih ERİŞ

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
fatiheris@yyu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. M. Bülent ASMA

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
mbulentasma@yyu.edu.tr

Arş. Gör. Mücahit SARIKAYA

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
mucahitsarikaya@yyu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı; Van ilinde doğa sporları yapan bireylerin etkinlik planlarken tercih ettikleri en popüler tırmanış ve yürüyüş rotalarının haritalandırılmasıdır. Van ilinde doğa sporları etkinliklerine katılan bireylere faaliyet tercihlerini belirlemeye yönelik bir anket uygulanmıştır. Anket sonuçlarına göre 86 katılımcının zirve ve yürüyüş etkinliklerinde daha fazla katılmak istedikleri 8 rota belirlenerek araştırmanın evreni tespit edilmiştir. Parkurların yürüyüş ve tırmanışta önemli olan çeşitli değişkenler yönünden incelenmesi ve 5 uzman kişi ile ayrıntılı mülakatlar yürütülmüştür. Uzman kişilerden elde edilen bilgiler parkurların analizinde direkt alıntı şeklinde verilmiştir. Parkurlardaki her rota Google Earth programı üzerinde çalışılarak haritalanmıştır. Bu haritalar üzerinde Google Earth programı kullanılarak her bir rotanın görsel olarak başlangıç ve bitiş noktaları arasındaki güzergâhları çizimlerle gösterilmiştir.

Araştırma sonucunda Van ili tırmanış ve yürüyüş rotalarının 8 tanesi belirlenerek içerisinde; parkur ve rota sayıları, rotalardaki tarihi ve doğal yerler haritalar üzerinde ayrıntılı olarak işaretlenmiştir. Elde edilen bulguların Van ili doğa turizmi potansiyelini arttırarak yurt içi ve yurt dışından gelecek katılımcılara rehberlik edeceği düşünülmektedir.

Anahtar sözcükler: Van, Rota, Harita, Dağ

DETAILED ROTATION OF MOUNTAIN TOURISM REGIONS PREFERRED IN VAN

Abstract

The aim of this study is mapping the most popular climbing and trekking routes preferred by individuals doing nature sports in the city of Van. A survey was conducted to determine the activity preferences of the individuals participating in nature sports activities in Van province. According to the survey results, the scope of the research was determined by specifying 8 routes that 86 participants wanted to participate more in summit and trekking activities. The tracks were examined for various variables that were important in trekking and climbing, and detailed interviews were conducted with 5 experts. The information obtained from experts is given as a direct quote in the analysis of the routes. Each route on the track is mapped by working on the Google Earth program. The routes between the starting and ending points are visually illustrated for each of the routes on the maps by using Google Earth program.

As a result, 8 of the climbing and trekking routes were determined; Track and route numbers, historic and natural places are marked in detail on the maps. The findings will increase the potential of nature tourism of Van province and will guide to domestic and foreign tourists.

Key words: Van, Route, Map, Mountain

KARAYOLU PEYZAJININ KENT SİLÜETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ; RİZE ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Banu BEKÇİ

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi

Banu.bekci@erdogan.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Deryanur DİNÇER

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi

Deryanur.dincer@erdogan.edu.tr

Arş. Gör. Merve ÜÇÖK

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi

Merve.ucok@erdogan.edu.tr

Özet

Karayolları insan-doğa ilişkilerinin kurulmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Modern ulaşım sistemleri düşünüldüğünde metro, uçak ve gemi araç kullanımları insanlar tarafından tercih edilse de bu noktalara ulaşım karayolları ile sağlanmaktadır. Karayollarının bu özelliği dikkate alındığında insanların bir yerleşim yeri hakkında ilk düşüncelere bu düzlemler üzerinde sahip oldukları görülmektedir. Karayollarının düzlemsel yaklaşım özelliklerinden yola çıkarak Rize şehir merkezini denizden ayıran şehirlerarası karayolu güzergâhı üzerindeki 28 Ağustos Fetih Parkı çalışma alanı olarak seçilmiştir. Seçilen bu park alanının stratejik konumu dikkate alındığında, parkın görsel kalitesinin karayolu peyzajı açısından irdelenmesi hem Rize'nin sürdürülebilir turizmi hem de kent imajına olumlu katkılar sunacak olup, kentin planlanması ve tasarımına yönelik sonuçlar geliştirilebilecektir.

Anahtar sözcükler: Kentsel Peyzaj, Karayolu Peyzajı, Rize, Görsel Kalite

THE EFFECT OF HIGHWAY LANDSCAPING ON THE URBAN SKYLINE: A CASE STUDY OF RIZE

Abstract

Highways play an important role in the establishment of human-nature relations. When the modern transportation systems are considered, it is seen that the transportation vehicles such as metro, airplanes and ships are mostly preferred by people, but the transportation to these points is provided via highways. Considering this feature of highways, it is seen that people's first thoughts on a settlement are related to these platforms. On the basis of the planar approach characteristics of highways, the 28 August Conquest Park on the intercity highway route separating the Rize city center from the sea was chosen as the study area. Considering the strategic position of this selected park, it is seen that the examination of the visual quality of the park in terms of highway landscaping will make a major contribution to both the sustainable tourism and city image of Rize and develop some results for planning and design of Rize.

Key words: Cityscape, Highway Landscaping, Rize, Visual Quality

CAZİBE MERKEZİ OLARAK VAN RUS PAZARI ÇARŞISININ TURİZME KATKISINI ARTIRMAK İÇİN MEKÂNSAL AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Yrd. Doç. Dr. Yaşar SUBAŞI DİREK

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

yasarsu@yyu.edu.tr

Özet

Van ve çarşı denilince akla ilk gelen, büyük bir bölümü İran'dan getirilen pek çok çeşit ürünün satıldığı ve kentte bir cazibe merkezi olan Rus pazarı, kurulduğu 1993 yılından bu yana hizmet vermektedir. Kentin gerek yerli halkı, gerekse turizmi açısından önemi büyük olan bu çarşı, mekânsal olarak 3 ana sokak ve yaklaşık 297 dükkândan oluşur. Gıda hariç neredeyse her ürün yelpazesinden satışın yapıldığı bu dükkânlar, gerek ucuz fiyatları, gerekse orijinal bazı hediyelik eşyalarıyla kentin vazgeçilmez bir merkezini oluşturur. Bu çalışmada, Van Rus Pazarı çarşısının mekânsal özellikleri ve kentin turizmine katkısını artırmak açısından, daha geliştirilebilmesi için yapılması gereken öneriler ele alınıp değerlendirilecektir.

Anahtar sözcükler: Van, Çarşı, Rus Pazarı

THE SPATIAL ASSESMENT OF THE RUSSIAN BAZAAR FOR TOURISM, AS A THE ATTRACTION POINT OF VAN CITY

Abstract

Van and the bazaar are the first to come to mind, a large part of the products brought from Iran and many of the products sold in the city and a centre of attraction in the Russian market since its establishment in 1993 has been serving. This bazaar, which is a big city in terms of tourism, is composed of 3 main streets and 297 shops. These stores, where food is sold in almost every product range except food, are an indispensable centre of the city with its cheap prices and some original gift items. In this study, the suggestions to be made to improve the spatial characteristics of the Van Russian Market and the contribution of the city to tourism will be discussed and evaluated.

Key words: Van City, Bazaar, Russian Bazaar

PEYZAJIN REKREASYON DEĞERİ VE MEKANLA İLİŞKİLER

Yrd. Doç. Dr. Emel Baylan

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

emelbaylan@yyu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Sanem Şehribanoğlu

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

sanem@yyu.edu.tr

Özet

İnsanlar yaşadıkları ve ziyaret ettikleri yerler ile düşünsel, duygusal ve eylemsel boyutta bağ kurarlar. Bu süreçte, doğal ve kültürel özelliklerine bağlı olarak rekreasyon yararları sağlayan peyzajlar, kullanıcılarının yer duygularının gelişime katkı sağlamaktadır. Çalışmada, Van kent merkezi ve yakın çevresinde yaşayan kişilerin rekreasyonel alan tercihleri, rekreasyona verdikleri önem ve yer duyguları arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Çalışma kapsamında, Van kentindeki ve yakın çevresindeki peyzaj değerlerini ve yöre halkının Van ile kurduğu bağları belirlemek amacıyla, 254 kişi ile uygulanan anket çalışmasından elde edilen veriler kullanılmıştır. Anket katılımcılarının rekreasyonel tercihleri, açık uçlu sorular ile edilen verilerin, CBS yoğunluk analizleri araçları yardımıyla incelemesi sonucu mekansal olarak tanımlanmıştır. Katılımcıların yer duygusu özellikleri; mekan kimliği, mekana bağlılık ve mekana işlevsel bağlılık alt başlıkları altında, Likert tipi sorularla incelenmiştir. Anket katılımcılarının bireysel özellikleri, rekreasyonel alan tercihleri, rekreasyona verdikleri önem, yer duyguları arasındaki ilişkiler korelasyon analizleri ile incelenmiştir. Bulgular, su ve tarih gibi doğal ve kültürel peyzaj özelliklerinin, bunların birlikteliğinin, ulaşılabilirliğin ve rekreasyon altyapısının, rekreasyona verilen önemde başlıca belirleyici unsurlardan olduğunu göstermektedir. Bulgular aynı zamanda, rekreasyona verilen önemin, ankete katılan kişilerin Van'a bağlılık özelliklerini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Bu bağlamda, kent içi ve yakın çevresindeki mevcut rekreasyonel alanlarda ve rekreasyon potansiyeli olan alternatif alanlarda, rekreasyon altyapısının geliştirilmesinin, yöre insanı ve ziyaretçilerin bu alanlardaki olumlu deneyimlerini artırarak, Kent ile kurdukları bağları olumlu yönde güçlendireceğini düşündürmektedir. Rekreasyonel alanların altyapı kalitesindeki artış ve yer duygusunun güçlenmesi, kullanıcılarının rekreasyon memnuniyetinin iyileşmesine olumlu katkı sağlayacağı gibi, uzun vadede Van'ın doğal ve kültürel peyzaj değerlerinin sürdürülebilirliğine ve Van'da yaşam kalitesinin iyileşmesine yardımcı olabilecektir.

Anahtar sözcükler: Rekreasyon, Yer Duygusu, Peyzaj Değerleri, Van

RECREATION VALUES OF LANDSCAPES AND RELATIONSHIPS TO PLACE

Abstract

People connect and build bonds with the places they reside and visit through thinking, feeling and through their actions. In this process, landscapes that provide recreation benefits based on their natural and cultural features, contribute to the development of the sense of place of their users. In this context, the relationships between the preferences of the residents of Van city for recreational areas, the importance they assign on recreation and their sense of place are investigated. Within the scope of the study, the data obtained from a questionnaire survey that was developed to identify the landscape values and the connections of local people with Van was used. 254 person participated to the survey. The recreational preferences of the survey participants were identified through open-ended questions and spatially defined with the help of GIS density analysis tools. The sense of place characteristics of the participants were analysed

with Likert type questions under sub-dimensions such as place identity, place attachment and place dependence. The relations between personal characteristics of survey participants, recreational area preferences, given importance to recreation and sense of place were analyzed by correlation analyses. Findings show that natural and cultural landscape features such as water and history, their cooccurrence, accessibility and recreation infrastructure are the main determinants of the importance given to recreation. Findings also show that the given importance to recreational places affects the respondents' connections to Van positively. In this context, it is suggested that the development of the recreational infrastructure in the existing recreational areas and in the potential, alternative ones within and around the city of Van will increase positive experiences of the local people and visitors in these areas and will strengthen the bonds they have established with the city in a positive way. The increase in the infrastructure quality of recreational areas and increase in sense of place will help to improve the recreation satisfaction among the users, as well as will help the sustainability of Van's natural and cultural landscape values and the improvement in the quality of life in Van in the long term.

Key words: Recreation, Sense of Place, Landscape Values, Van

ERZURUM NENE HATUN TARİHİ MİLLİ PARKI'NDA YER ALAN TABYALARIN TURİZME KAZANDIRILMASINA DAİR GÖRÜŞLER

Doç. Dr. Süleyman TOY

Atatürk Üniversitesi
Suleyman.toy@atauni.edu.tr

Emine Bilgen EYMİRLİ

Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı
bilgen.eymirli@kudaka.org.tr

Özet

Türk harp tarihi içerisinde son derece önemli bir yere sahip olan yapılar arasında yer alan Mecidiye Tabyası ve Aziziye Tabyaları Erzurum Nene Hatun Tarihi Milli Parkı içerisinde koruma altına alınmıştır. Orman ve Su İşleri Bakanlığı 13. Bölge Müdürlüğü'nün sorumluluğunda Uzun Devreli Gelişme Planı (UDGP) hazırlanıp onaylanan Tarihi Milli Park'ın "tarihi özelliklerinin yanı sıra doğal ve kültürel özelliklerinin de koruma – kullanma dengesi gözetilerek, belirli bir plan dâhilinde sürdürülebilir korunması, yönetimi ve kullanımını sağlamak" ana amaç olarak belirlenmiştir (Anonim 2012). Koruma altına alınan alan Erzurum'da bulunan diğer tabyalar ve tarihi eserlerle beraber 2011 yılı içerisinde oldukça geniş bir paydaş katkısı ile hazırlanan Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi İnovasyona Dayalı Bölgesel Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (İDBTSEP) içerisinde de yer almış ve sadece Erzurum'da değil tüm bölgede tarih ve kültürel miras turizminin geliştirilmesi açısından bu yapıların fonksiyon yüklenmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Bu çalışma, İDBTSEP kapsamında Tarih ve Kültür Mirası Turizminin geliştirilmesi adına Nenehatun Tarihi Milli Parkı'ndan ve parkta yapılacak düzenlemelerden beklentileri bu beklentilerin muhtemel sonuçlarını ele almaktır. Çalışmada bu amaçla, Orman ve Su İşleri Bakanlığı 13. Bölge Müdürlüğü ile Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı koordinasyonundaki Erzurum Tarih ve Kültür Mirası Turizmini Geliştirme Komitesi işbirliğinde 28 Kasım 2012 tarihinde yapılan "Nene Hatun Tarihi Milli Parkı Tabyalarının İşlevselleştirilmesi Ortak Akıl Çalıştayı"ndan elde edilen sonuçlar değerlendirilmiş ve İDBTSEP'e göre bu sonuçların uygulanabilirliği ele alınmıştır.

Anahtar sözcükler: Tabya, Erzurum, Tarih ve Kültür Turizmi

VIEWS ON THE USE OF BASTIONS IN THE BORDER OF ERZURUM NENE HATUN HISTORICAL NATIONAL PARK IN THE SERVICE OF TOURISM SECTOR

Abstract

Among the most important structures in Turkish War History, Mecidiye Bastion and Aziziye Bastions were taken under protection in Erzurum Nene Hatun Historical National Park. In the "Long term Development Plan" of the area prepared and approved by 13th Regional Administration of Forest and Water Affairs, it was aimed to use, manage and protect the area sustainably by considering use – protection balance and natural, historical and cultural characteristics of the area (Anonymous 2012a). Together with the bastions mentioned above, several others in Erzurum were taken into consideration in Innovation Based Regional Tourism Strategy and Action Plan (İDBTSEP) prepared with the participation of local actors in 2012 and it was emphasised in the document to give priority and functions to these structures to develop history and cultural tourism in the region.

Present study mentions the expectations from bastions in Erzurum Nene Hatun Historical National Park to develop history and cultural tourism by considering the results of a workshop

conducted on 28th Nov 2012 in cooperation with 13th Regional Administration of Forest and Water Affairs and Northeast Anatolia Development Agency (KUDAKA) and İDBTSEP.

Key words: Bastion, Erzurum, History and Culture Tourism

TURİZMDE İŞLETME İMAJİ VE İŞLETME ÜNÜNÜN DEVAMLILIĞINDA KULLANICI GÜDÜMLÜ İÇERİKLERİN ÖNEMİ

Arş. Gör. Hasret ULUSOY

Balıkesir Üniversitesi
hasretulusoy@balikesir.edu.tr

Doç. Dr. Özlem KÖROĞLU

Balıkesir Üniversitesi
ozlemkoroglu_98@yahoo.com

Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

Balıkesir Üniversitesi
avcikurt@balikesir.edu.tr

Özet

Hizmet sektöründe faaliyet gösteren turizm işletmelerine gelen ziyaretçilerin, ekonominin diğer sektörlerindeki gibi ürünü veya hizmeti kullanmadan ya da satın almadan önce test etme veya deneme şansı yoktur. Bu nedenle potansiyel ziyaretçiler bilgi toplamak amacıyla internet ortamında yaratılan kullanıcı güdümlü içeriklere yönelmekte ve işletme hakkında bilgi aramaktadırlar. Kullanıcı güdümlü içerikler olumlu yönde olabileceği gibi olumsuz yönde de olabilmekte ve bu olumsuz içerikler işletme imajına ve ününe zarar verebilmektedir. Oysa işletme imajının ve ününün tüm işletmeler için önemli olduğu çeşitli çalışmalarda ve araştırmalarda da ortaya konmuştur. Bu nedenle bu çalışmada turizm sektöründe işletme imajının ve ününün devamlılığının sağlanmasında kullanıcı güdümlü içeriklerin öneminin ortaya konması amaçlanmaktadır.

Anahtar sözcükler: İşletme İmajı, İşletme Ünü, Turizm, Kullanıcı Güdümlü İçerik.

THE IMPORTANCE OF USER GENERATED CONTENTS IN THE CONTINUITY OF CORPORATE IMAGE AND REPUTATION IN TOURISM SECTOR

Abstract

Because the enterprises in the tourism sector are one each of the service enterprises, the clients who prefer these enterprises have not got any change to test or try the products or services of these enterprises before buy or use them differ from the other sectors in economy. For this reason, potential visitors tend towards user generated content which are created on the internet and inquire about enterprises on the purpose of gathering information. User generated contents are able to be negative as they can be positive, and these negative contents are able to damage the corporate image and reputation. However, it has also been revealed in various studies that the corporate image and reputation are important for all enterprises. For this reason, in this study, it is aimed to reveal the importance of user generated contents in providing the continuity of corporate image and reputation in tourism sector.

Key words: Corporate Image, Corporate Reputation, Tourism, User Generated Content.

ZEUGMA MOZAİK MÜZESİNİN MÜZECİLİK FAALİYETLERİNDEKİ YERİ**Öğr. Gör. Makbule CİVELEK ORUÇ**Amasya Üniversitesi
makbule.civelek@amasya.edu.tr**Öğr. Gör. İsmail Melih YILDIRIM**Amasya Üniversitesi
melih.yildirim@amasya.edu.tr**Doç. Dr. Mehmet Burak BİLGİN**Amasya Üniversitesi
mehmetburak.bilgin@amasya.edu.tr**Özet**

Müzecilik faaliyetleri geçmişini günümüze taşımakla birlikte gelecek nesillere aktarma görevini de üstlenmektedir. Müzeler geçmiş yaşantıların geleceğe köprüsüyle buluşturmaktadır. Teknolojik gelişmeler ve tüketicilerin istekleri değişim gösterse de müzecilik faaliyetleri daima önemini koruyan bir unsurdur. Gaziantep ilinde yer alan Zeugma Mozaik Müzesi 9 Eylül 2011 yılında ziyaretçilere açılmıştır. Müze kültürel miras açısından önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı Zeugma Müzesindeki eserlerin kültürel mirasımız açısından önemini ortaya koymaktır. Çalışma kapsamında 29-30 Mayıs 2017 tarihlerinde müze ziyaret edilmiştir. Müzede yer alan eserler araştırmacılar tarafından fotoğraflanmıştır. Ziyaretçilerin eserlere olan ilgisi gözlemlenmiştir. Aynı zamanda müze içerisinde kullanılan teknolojik araçların ziyaretçiler tarafından algılanış biçimleri de irdelenmiştir. Çalışma Zeugma Müzesinin müzecilik faaliyetlerini ortaya koyması açısından önem taşımaktadır.

Anahtar Sözcükler: Kültürel Miras, Müzecilik, Zeugma Mozaik Müzesi.

ZEUGMA MOSAIC MUSEUM'S PLACE IN MUSEOLOGY ACTIVITIES**Abstarct**

As well as carrying the past to the present day, museology activities also assume the duty of transferring the past to the future generations. Museums bring the past experiences together with the bridge of the future. Even though technological developments and consumers' requests change, museum activities are eternally significant. Zeugma Mosaic Museum, located in the city of Gaziantep, was opened to visit on September 9, 2011. The museum has a significance with regard to cultural heritage. The purpose of this study is to show the importance of the works in Zeugma Mosaic Museum with regard to our cultural heritage. Within the scope of the study, the museum was visited on May 29-30, 2017. The works in the museum were photographed by the researchers. Visitors' interest towards the works was observed. At the same time, the ways in which the technological tools used in the museum were perceived by the visitors were also examined. The study carries a significance with regard to the exhibition of the museum activities of Zeugma Museum.

Key words: Cultural Heritage, Museology, Zeugma Mosaic Museum

VAN EFSANELERİNİN TURİSTİK ÇEKİME DÖNÜŞTÜRÜLMESİ

Yrd. Doç. Dr. Neşe COŞKUN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

nese_tozkoparan@hotmail.com

Özet

Efsaneler bir milletin en dikkat çeken kültür ürünleridir. Uzun süredir iskan edilen bölgelerde ise etnik ve dini çeşitliliğin doğal bir sonucu olarak söylence sayısı son derece fazladır. Van şehri bu duruma kayda değer bir örnektir. Urartu döneminden günümüze kadar sürekli ve yoğun yerleşime sahne olan bölgede onlarca farklı efsane vardır. Bu söylenceler bir diğerinden farklı etnik ve dini gruplara mensup insanlar kendilerine ait öğeleri anlatılarda bulabilmektedir.

Günümüz yaşamı bilgi ve hizmetin hızla üretilip aynı hızla tüketildiği bir döngüdür. Bu karmaşa içinde pek çok insan için mitolojik öğeler barındıran söylenceler adeta hayata kısa bir mola vermek anlamına gelmektedir. Tatil olarak planlanan zaman dilimlerinde ise söylencelerin geçtiği mekanlar bu nedenle önem arz etmektedir. Van efsanelerine konu olan olayların yaşandığı var sayılan yerlerin turistik anlamda pazarlanması pratikte misafir sayısının nitelik ve nicelik açılarından artışı anlamına gelmektedir. Sadece Akdamar Adası ile ilişkilendirilen Tamarra Efsanesi değil gölde yaşadığı söylenen Van Canavarı da doğru bir pazarlama stratejisiyle bu artışa vesile olabilecektir. İngilizlerin Kaleler ve bu yapılarda görüldüğü rivayet edilen hayaletlerin pazarlamasını yapması ve "Hayalet Turizmi"nden her sene kayda değer bir finansal kaynak üretmesi efsanelerin turizm gelirine dönüştürülebileceğinin somut kanıtıdır. Van şehrinde de benzeri bir pazarlama stratejisinin uygulanmaması için hiçbir sebep yoktur. Çalışmada birinci ve ikinci el kaynaklar kullanılarak şehrin efsaneleri anlatılacak ve bu söylencelerin yazılı ve görsel ulusal medya ile özellikle sosyal medya araçlarında tanıtımının yapılabilme yolları ortaya konulacaktır. Bu şekilde bölgede meskun olmayan insanlar için turistik çekim sağlanması gayesine ulaşılması nihai amaçtır.

Anahtar Sözcükler: Van, Efsane, Turizm

AN ATTRACTIVE WAY TO TAKE ATTENTION IN TERMS OF TOURISTIC ACTIVITIES: LEGENDARIES OF VAN

Abstract

Legends are most important cultural production of a nation, owing to the places' national and regional diversity, appears more in number. Van, having a great historical background, is an undisputed place in terms of having various legends.

Today crowded cities, difficult life and profession conditions led people not to imagine or read legends, fairy tales or mythological papers. But in fact they all need it. In spare and vocational times, people want to realize their dreams.

In the example of United Kingdom, castles and ghosts of these places attract people. This kind of tourism became a real financial gain. So, in the example of Van, legends and figures of the stories like monster of the lake can be easily used to gain income from touristic activities.

Key words: Van, Legends, Tourism

KAYAK MERKEZLERİNİN YETERLİLİK DÜZEYLERİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI: VAN VE BİTLİS İLLERİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
falaeddinoglu@hotmail.com

Arş. Gör. Bahtiyar AYDIN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
bahtiyaraydin@yyu.edu.tr

Özet

Kış turizm merkezlerinin kurulabilmesinde öncelikli değişken kış turizmine uygun doğal koşulların var olmasıdır. Ancak, ulaşım sistemlerinin oluşturulması, saha düzenlemeleri, fiziksel ve mekanik tesis kurulumları gibi beşeri değişkenler de en az doğal koşullar kadar önemlidir. Doğal şartların desteklediği ancak beşeri müdahale ve değişkenlerin turizme konu ettiği kış turizm alanları eğlence turizminin en popüler mekânlarıdır. Söz konusu alanlar son yıllarda artan taleple birlikte sayıca hızla artmaktadır. Ancak kış turizm merkezlerinin kitlesel talebe cevap verebilmesi hem doğal hem de beşeri koşulların yeterliliği ile doğrudan ilişkilidir.

Eğlence turizmi ve kış sporlarının en önemli bileşeni olan kış turizm merkezleri (kayak merkezleri) bu araştırmaya konu olmuştur. Bu bağlamda, Van ve Bitlis illerinde bulunan kış turizm merkezlerinin gerek doğal gerekse beşerî donatılarının yeterliliği ve ziyaretçileri memnun etme düzeyleri ölçülmeye çalışılmıştır. Tesislerin yeterlilikleri ulusal ve uluslararası kriterler esas alınarak değerlendirilmiş ve kayak merkezlerinin söz konusu standartlar çerçevesinde ne anlam taşıdıkları sorusuna cevap aranmıştır. İkinci olarak ise ziyaretçilerin tesislerden beklentileri ve memnuniyet düzeyleri ölçülmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda ziyaretçilere (465 kişi) 23 sorudan oluşan bir anket uygulanmıştır. Oldukça ilgi çekici araştırma bulgularının yer aldığı çalışmada ulusal ve yerel katılımcılar arasında farklılıkların olduğu anlaşılmıştır. Örneğin kar kalitesi açısından çok iyi standartlara sahip olmayan kayak merkezlerinde yerli ziyaretçiler kar kalitesinin çok yüksek olduğunu ve diğer bileşenlerin oldukça yeterli olduğunu ifade etmişlerdir. Dolayısıyla bu sonuç bizlere beklenti ile memnuniyet arasında doğru bir ilişki olduğunu göstermektedir. Diğer bir ifadeyle uluslararası kriterler ne olursa olsun memnuniyet derecesini ziyaretçilerin farkındalıkları ve beklenti düzeyleri belirlemektedir.

Anahtar Sözcükler: Kış Turizmi, Kış Turizm Merkezi, Van, Bitlis

A FIELD RESEARCH ON THE LEVEL OF QUALITY OF SKI CENTERS: THE EXAMPLE OF VAN AND BİTLİS PROVINCES

Abstract

The primary component in the establishment of winter tourism centres is the natural conditions that are suitable for winter tourism. However, human components such as the creation of transport systems, site regulations, the construction and technicality of the site are as important as natural conditions. Winter tourism areas, which are supported by natural conditions but subjected to human intervention and other tourism variables, are the most popular areas of entertainment tourism. These areas are rapidly increasing in numbers due to the increasing demand in recent years. However, the ability of winter tourism centres to respond to the massive demand is directly related to both the natural and the adequacy of human conditions.

Winter tourism centres such as ski resorts, which are the most important component of entertainment in tourism during winter sports, is the subject of this research. This paper tries to evaluate the adequacy of natural conditions and humanistic facilities of winter tourism centres in Van and Bitlis provinces; and the level of satisfaction of visitors. In this study, the adequacy of the facilities are evaluated on the basis of national and international criteria, and expectations and satisfaction degrees of visitors are aimed to be measured. Accordingly, a questionnaire consisting of 23 questions was applied to 465 visitors. The research findings show that there are differences between national and local participants. For example, in ski resorts that don't have very good standards in terms of snow quality, the domestic visitors indicate that snow quality is very high and the other components are quite adequate. This shows that there is a right relationship between expectation and satisfaction. In other words, regardless of international criteria, satisfaction degrees are determined by visitors' awareness and expectations levels.

Key words: Winter Tourism, Winter Tourism Center, Van and Bitlis Province

ERZURUM KENTİNDE BULUNAN TESCİLLİ YAPILARIN KÜLTÜREL MİRAS KAPSAMINDA YENİDEN KENTE KAZANDIRILMASI VE KÜLTÜR ROTASI OLUŞTURULMASI

Elif Nur SARI

Atatürk Üniversitesi
elifnur.sari@ogr.atauni.edu.tr

Prof. Dr. Sevgi YILMAZ

Atatürk Üniversitesi
sevgiy @atauni.edu.tr

ÖZET

Selçuklu ve Osmanlı gibi eski Türk uygarlıklarına ev sahipliği yapmış olan Erzurum kenti günümüze söz konusu tarihine dair yalnızca kümbet, medrese, tabya gibi önemli mimari eserleri taşıyabilmiştir. Kent merkezinde bulunan söz konusu yapıların yanı sıra kentte çok sayıda tescilli bina bulunmaktadır. Fakat bu yapıların çoğu atıl durumda kalmış ve kentin tarihini göz önüne sermekten uzaktır. Çalışma kapsamında kent çekirdeğinde bulunan tescilli yapılardan 'geleneksel ev' türünde olanlar ve diğer kültürel tescilli yapılarla konumları incelenerek, tescilli yapılara fonksiyon yüklenip kentte kültür turizminin gelişmesine katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Erzurum Büyükşehir Belediyesi'nden alınan ilgili dökümanlar, literatür araştırması ve arazide yapılan gözlemler neticesinde yapıların kent merkezinde konumu, tarihi süreç içerisinde kullanımı analiz edilmiştir. Erzurum kenti halihazır harita üzerinde ilgili tescilli yapılar tespit edilmiş ve işaretlenmiştir. Tarihi ile öne çıkmış kentlerin tescilli yapıları günümüz koşullarında kullanım amaçları tespit edilmiştir. Sonuç olarak kent merkezinde fonksiyonu sanat okulu, müze, gastronomi evine dönüştürülerek kümbet, medrese gibi önemli mimari eserlerin durak noktası olduğu kültür rotası önerilmiştir. Rota önerisi sunulurken, Erzurum kültürünü ve ruhunu ortaya çıkaran yeni mekanlar gerek yerli halkı gerekse kente gelen turistlerin kentin kimliğini hissedebilmesi için süreklilik arz edecek biçimde yapılar arasında yaya yolu ve bisiklet yolu şeklinde oluşturulması önerilmiştir.

Anahtar sözcükler: Tescilli Yapı, Kentsel Dönüşüm, Rota

INSIDE OF ERZURUM CITY REGISTERED STRUCTURES RECOVERY OF CULTURAL HERITAGE SCOPE AND CREATING NEW CULTURAL ROUTE

Abstract

Selcuklu and Ottoman state, such as the ancient Turkish civilizations that hosted the Erzurum city of history, only the cupolas, madrasah, redoubt such as important architectural works were able to care. In addition to the buildings in the city centre, there are many registered buildings in the city. But most of these buildings remain idle and are far from overlooking the history of the city. Within the scope of the study, it is aimed to contribute to the development of cultural tourism in the city by examining the locations of the traditional houses and other cultural registered structures in the city core and by uploading the functions as a registered structure. Related documents taken from Erzurum Metropolitan Municipality were analysed literature survey and the location of the buildings in the city centre and their use in the historical process that after observations made in the field. In Erzurum city, the registered buildings are marked on the map. In today's conditions, the purpose of using the buildings of the historical towns has been determined. As a result, in the city centre; the function of the registered buildings has been

transformed into art school, museum, gastronomy house and a cultural rota has been suggested where important architectural works such as cupolas, madrasah are the stops. When to put forward of route suggestion, to exposes of Erzurum's culture and soul new places still native, still comes of city tourists for feels identity, shape of the continuousness to put forward on between the structures was suggested creating shape of the pedestrian and bicycle way.

Key words: Proprietary Structure, Urban Transformation, Route

ÖRGÜTSEL SINİZİM İLE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK İLİŞKİSİ: VAN İLİ KONAKLAMA İŞLETMELERİ ÖRNEĞİ

Yrd. Doç. Dr. Burcu TURAN TORUN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
burcuturan@yyu.edu.tr

Aysel DOĞAÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Ayseldogac1@gmail.com

Özet

Son zamanlarda bütün dünyada meydana gelen hızlı değişimler, örgütleri ve örgütün en önemli parçaları olan iş görenleri de değişime mecbur etmektedir. Fakat değişim ile birlikte rekabet ortamlarında durmaya gayret eden örgütler, örgütün yalnızca verimliliğiyle ilgilenip, bireylerin tutumları ile hislerini önemsememektedirler. Bundan dolayı da iş görenler örgüte karşı negatif davranışlar geliştirmeye ve düş kırıklığına uğramaya başlamaktadırlar. Sinizm kavramı son zamanlarda örgütsel alanda önem verilen konulardan biridir. Sinizm ile ilgili çalışmalar henüz çok yeni ve az olsa da, örgütleri yakından ilgilendiren bu konuda gerek teorik, gerekse deneye dayalı çalışmaların yapılacağı öngörülmektedir. Çünkü örgütsel sinizm, örgütlerin başarısını olumsuz etkileyen nedenler arasında sıralanmaktadır. Sinizm kavramının esasında düş kırıklığı, stres, umutsuz olma vb. hislerin oluşmasına neden olan dikkat çeken sebeplerin en başında, iş görenlerin örgütün düşünce yapısı ve izlemlerine, iş arkadaşlarına, patronlarına ve idarecilerine hissettikleri güven noksanlığı gelmektedir. Çalışmanın amacı Van ilinde yer alan konaklama işletmelerinde çalışanların örgütsel sinizm ve örgütsel bağlılık ilişkilerini ortaya koymaktır. Örgütsel Sinizm; iş görenin çalışmış olduğu kuruma karşı üç boyutu kapsayan olumsuz bir davranış olup, bu boyutların, kognitif, hissi ve davranış ile ilgili boyutlar olduğu bilinmektedir. Örgütsel Bağlılık;kişinin hareketlerinden ötürü bağlı hale gelmesi durumu ve bu hareketler aracılığıyla faaliyetleri ve kendi katılımını devam ettirme düşüncesidir.

Araştırmada örgütsel sinizm ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi tespit etmek için anket yönteminden faydalanılmıştır. Modeldeki değişkenleri en iyi şekilde temsil edecek ölçekler belirlendikten sonra araştırmanın uygun bir örneklem üzerinde yapılması hedeflenmiştir. Bu nedenle araştırmanın evrenini Van ilinde yer alan konaklama işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. Çalışmada elde edilen bulgular SPSS 21.0 istatistik paket programı yardımıyla değerlendirilecektir.

Örgütsel bağlılık genel olarak; çalışanları devam ettirmek için pozitif bir istek duyma, örgütün amaçlarına güçlü bir inanç yaratmak ve örgütte gönüllü çaba harcamak olarak tanımlanmaktadır. Sinizm kavramı ise, örgütte bireyi harekete geçiren güdü ve davranışlarda iyiliğe ve dürüstlüğü inanmama, küçümseyerek hata bulma eğilimi şeklinde ifade edilmektedir. Örgütsel sinizm ise, Brandes'in tanımıyla, "bireyin çalıştığı örgüte yönelik geliştirdiği, biliş duygu-davranış boyutlarını içeren negatif bir tutum" dur. Bu tavır örgütte dürüstlüğü eksik olduğunailişkin negatif bir duygudur. Bu sonuçlara göre, çalışanların örgütsel sinizm düzeyleri artış gösterdiğinde örgütsel bağlılıklarının azalacağını söylemek mümkün olabilir.

Anahtar sözcükler: Sinizm, Örgütsel Sinizm, Örgütsel Bağlılık

THE RELATIONSHIP ORGANIZATIONAL CYNICISM AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT: VAN PROVINCE EXAMPLE

Abstract

The rapid changes that have taken place all over the world in recent years, the organizations and employees that are the most important parts of the organization are forced to change. However, organizations that strive to stay in competitive environments with change, do not care about behave and feelings of individuals, only interested in productivity. Because of this, employees are beginning to develop negative behaviours towards the organization and are disappointed. One of the issues that have recently been emphasized in the organizational context is the concept of cynicism. Although the studies on cynicism are very new and few, it is anticipated that theoretical and experimental works will be done on this subject which is closely related to the organizations. Because organizational cynicism is among the reasons that negatively affect the success of organizations. At the beginning of the noteworthy causes that lead to the creation of disappointment, stress, hopelessness and similar feelings on the basis of the concept of cynicism is the lack of trust that the employees feel to their colleagues, their organizational structure and their views, their colleagues, their bosses and administrators. The aim of the study is to reveal the relationships between the organizational cynicism and organizational commitment of the employees in the accommodation enterprises in Van province.

Organizational cynicism: It is known that the employees is an adverse behaviour involving three dimensions against the organisation in which it works and these dimensions are related to cognitive, emotional and behavioural dimensions.

Organizational commitment: The situation of becoming connected due to the movements of the person and the idea of continuing their activities and their participation through these movements.

The survey method was used to determine the relationship between organizational cynicism and organizational commitment in the research. It was aimed to make the research on a suitable sample after the scales that best represent the variables in the model were identified. For this reason, the area of the research is the employees of the accommodation enterprises in Van province. The data obtained in the study will be evaluated with the help of SPSS 21.0 statistical package program.

Organizational commitment is generally defined as a positive desire to maintain employees, a strong belief in organizational goals and voluntary efforts in the organization.

The concept of cynicism is expressed as a tendency to believe in goodness and honesty in motivations and behaviours that motivate the individual in organization, and to find mistakes in disdain. Organizational cynicism, in the definition of Brandes, is a "negative attitude that includes the dimensions of cognition and behaviour that the individual develops in relation to the working knee." This attitude is a negative feeling that honesty is lacking in organization. According to these results, it may be possible to say that organizational commitment will decrease when the level of organizational cynicism increases.

Key words: Cynicism, Organizational Cynicism, Organizational Commitment

KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ İLE TÜKENMİŞLİK ARASINDAKİ İLİŞKİ: TRA2 BÖLGESİNDEKİ OTEL İŞLETMELERİ ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Öğr. Gör. Gülşen BAYAT

İğdır Üniversitesi
gulsenbicer@hotmail.com

Doç. Dr. Gökalg Nuri SELÇUK

Atatürk Üniversitesi
gokalpns@atauni.edu.tr

Özet

Bu araştırmada, işletmeler tarafından pek önemsenmeyen kişilik kavramının öneminin anlaşılması hedeflenmiş, çalışanların kişilik özelliğine uygun ve doğru işte çalıştırılmasının ön plana çıkarılması ile birlikte, çalışanların kişilik yapıları ile tükenmişlik çeşitli yönleriyle incelenmiştir. Araştırmada kişilik ile tükenmişlik arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla, geçerliliği ve güvenilirliği araştırmacı tarafından test edilen “Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ölçeği” ve “Tükenmişlik Ölçeği” kullanılmıştır. Bu çalışma TRA2 (İğdır, Kars, Ağrı, Ardahan) bölgesindeki otel işletmelerindeki 268 çalışana uygulanmıştır. Araştırma sonucunda Beş Faktörlü Kişilik Özellikleri ölçeğindeki gelişime açıklık ve uyumluluk boyutunun tükenmişlik üzerinde negatif ve anlamlı etkileri vardır. TRA2 otel çalışanlarının baskın kişilik tipinin uyumluluk boyutu olduğu ilaveten tükenmişlik boyutlarından duygusal tükenme ve kişisel başarıda azalma alt boyutlarının orta düzeyde, duyarsızlaşma alt boyutunun düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar sözcükler: Kişilik, Tükenmişlik, Konaklama İşletmeleri

THE RELATIONSHIPS BETWEEN CHARACTERISTICS, BURNOUT: AN APPLICATION ON HOTEL MANAGEMENT EMPLOYEES IN THE TRA2 REGION

Abstract

In this study, it is aimed to understand the importance of personality concept which is generally disregarded by the organizations and in that way the employees' personality, burnout and relations of these concepts have been examined from different aspects by featuring the importance of harmony between the personality of the employee and the job. The last part of the study consists of findings gathered from “Five Factor Personality Scale”, “Burnout Scale” tests whose credibility and validity have been tested by the researcher in order to scrutinize the relationship between personality and burnout. This study was undertaken with 268 hotel management employees in the TRA2 (İğdır, Kars, Ardahan, Ağrı) region. The results of the research indicate that the openness of improvement and agreeableness dimensions have negative and significant effect on burnout. It has been found out that agreeableness dimension is the dominant personality type of TRA2 hotel employees and emotional exhaustion from burnout dimensions and decrease in personal achievement are moderate and the depersonalization sub-dimension is low.

Key words: Personality, Burnout, Hotel Business

DUYGUSAL EMEK VE STRESSLE BAŞA ÇIKMA İLİŞKİSİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİ

Ars.Gör. Fazıl KAYA

Gümüşhane Üniversitesi
fkaya@gumushane.edu.tr

Ars.Gör. Salih YILDIZ

Atatürk Üniversitesi
salih.yildiz@atauni.edu.tr

Ars.Gör. Ozan ATSIZ

İstanbul Üniversitesi
ozan.atsiz@istanbul.edu.tr

Öğr. Gör. Sabina AGHAYEVA

Sabina.Agayeva@kapitalbank.az

Özet

Turizm, emek yoğun üzerine temelli bir sektördür. İşgörenler ve müşteriler arasında oldukça yoğun bir iletişim mevcuttur. Müşterilerin istek ve arzularının karşılanması, memnuniyetlerinin sağlanması ve tekrar işletmeyi tercihte bulunması, turizm işletmelerinin temel bir hedefidir. Bu amaçla işgörenlerin performansı bu sürecin en önemli parçasıdır. Dolayısıyla turizm işletmeleri, işgörenlerinden fiziksel ve zihinsel emekleri ile beraber, duygularının da işin gerekliliklerine sergilenmesini beklemektedir. Ancak bu durum işgörenlerin kendi gerçek duyguları ile beklenen duyguları sergilemesi açısından yoğun bir çaba sarfetmesine neden olmaktadır. Bu aşamada sarfedilen her bir çaba strese de yol açabilmektedir. Bu noktadan hareketle, bu çalışmanın amacı işgörenlerin iş ortamında harcadıkları duygusal emek ile bu süreçte yaşadıkları stress durumları arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Bu araştırmada, literatürde mevcut olan duygusal emek ve stresle başa çıkma ölçekleri kullanılarak, anket tekniği kullanılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Duygusal emek, stressle başa çıkma, üniversite öğrencileri

THE RELATIONSHIP BETWEEN EMOTIONAL LABOR AND COPING WITH STRESS: THE CASE OF UNIVERSITY STUDENTS

Abstract

Tourism is an labor intensive sector and there is an intensive communication between employees and customers. The fact that to meet needs and wants of customers and to expect from guest to revisit the business can be regarded as a main purpose of tourism businesses. In this case, performance of employees is one of the most important part of this process. Thus, businesses are expected to show from employees not only their physical and mental abilities but also their emotions. However, it causes to make an intensive effort by employees in terms of showing their existing emotions and expected emotions. In this process, every efforts made by employees also causes stress. In this case, the purpose of this paper is to explore the relationship between emotional labor of employees and stress which occurred in this process. In this research, a questionnaire method has been applied using scales of emotional labor and coping with stress which existed in the literature.

Key words: Emotional Labor, Coping With Stress, University Students

DESTİNASYON İMAJINI OLUŞTURAN FAKTÖRLERİN ÇAY BAHÇELERİ ÖLÇEĞİNDE İRDELENMESİ

Yrd. Doç. Dr. Deryanur DİNÇER

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
Deryanur.dincer@erdogan.edu.tr

Doç. Dr. Banu BEKÇİ

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
Banu.bekci@erdogan.edu.tr

Arş. Gör. Merve ÜÇÖK

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
Merve.ucok@erdogan.edu.tr

ÖZET

Bireylerin turizm hareketliliğinde seçilen turizm çeşidi kadar destinasyon noktalarının özellikleri de önemli bir yere sahiptir. Turistik tüketicinin satın alma kararı temelde dört ana gruptan (bireysel, kültürel, toplumsal ve psikolojik) oluşmasına rağmen, bu karar turizm çeşitleri düşünüldüğünde bir noktaya kadar etkili olmaktadır. Özellikle turistlerin algıladıkları imajlar (güdülenme, algılanma, öğrenme, inanç ve düşünceler) düşünüldüğünde psikolojik faktörlerin de önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Rize ilinin turistler üzerinde düşündürdüğü imaj algılarından yola çıkarak 4 farklı çay toplama, işleme ve rekreasyonel alana sahip destinasyon noktası çalışma alanı olarak belirlenmiştir. Belirlenen bu destinasyon noktalarının Di Gregoria ve Licari'ye (2006) göre destinasyon imaj faktörleri irdelenerek hem Rize'nin turizm imajına katkı hem de sürdürülebilir turizm yönetimine yönelik sonuçlar geliştirilecektir.

Anahtar sözcükler: Destinasyon İmajı, Turizm, İmaj Algısı, Rize

INVESTIGATION OF THE FACTORS CONSTITUTING DESTINATION IMAGE IN THE MEASURE OF TEA GARDENS

Abstract

In addition to the preferred type of tourism, the characteristics of the destination points have an important place in the tourism mobility of individuals. Although the purchasing decision of a tourist consumer mainly comprises of four main groups (individual, cultural, social and psychological), this decision is effective to some extent when the different types of tourism are considered. Especially when the images perceived by tourists (motivation, perception, learning, beliefs and thoughts) are considered, it is seen that psychological factors also play an important role. Four destination points, which have different tea collection, processing and recreational areas, were determined as the study area based on tourists' image perceptions of Rize. Destination image factors of these destination points will be analyzed according to Di Gregoria and Licari (2006). Consequently, a contribution will be made to the tourism image of Rize and some results will be developed for the sustainable tourism management.

Key words: Destination Image, Tourism, Image Perception, Rize

ZİGANA DOĞA OKULUNUN ALTERNATİF TURİZM UYGULAMALARI

Savaş AYDIN

Zigana Doğa Okulu

info@ziganadogaokulu.org

Özet

Son Dönemde ülkemizde, güneş, deniz ve kum birlikteliğini, kısaca sahil turizmi dediğimiz, turizme önem veren ve sosyal patlamalar yapacağı düşünülen turizme ağırlık verilmiştir. Oysaki, yeni dönemde gelişmiş ülke vatandaşları gelişmekte olan ülkelerin alternatif turizm kaynaklarına yönelmişlerdir ekolojik temelli turizm, dünyanın vazgeçilmezleri arasındadır. Az gelişmiş bir bölgede bulunan Zigana coğrafyasında kalkınma sürdürülebilir alternatif turizm türlerine bağlıdır. Doğu Karadeniz dağları ve Zigana coğrafyası, sahip olduğu jeolojik ve ekolojik mirası, kuzeyi ve güneyi arasındaki iklim farklılığı ve buna bağlı endemizm yüksek fauna ve flora, zengin biyoçeşitliliği ile ülkemizin korunan alanlarına dahil edilmesi gereken nadir doğa alanlarından. ekoturizm potansiyeli ile bölgemizin çekim merkezlerinden olan, Zigana Dağı ve Kurum (Kromni) Vadisini altyapısı olmadan yapılan bilinçsiz turizm yatırımları tehdit etmeye başlamıştır. Zigana dağı, Karaca Mağarası, Cehennem Vadisi Kanyonu, Kurum- İmera Antik kenti ve Maden Ocakları, zengin biyoçeşitlilik barındıran eşsiz güzelliklere sahip bu alanın korunması ve kollanması için, ilk aşamada Zigana Doğa okulu ve Bitki Müzesi (Herbaryum) oluşturularak ziyaretçilere açılmıştır. Coğrafyada bulunan 9 adet Nadir bitkinin farkındalıklarına dikkat çekici çalışmalar yapılmıştır. Türkiye 'de bir ilk yapılarak Orman Ve Su İşleri Bakanlığı ile işbirliği çerçevesinde "1. Foto Kamp Gümüşhane de düzenlenmiştir." .Bu çalışmada Zigana Dağı ve bölgede Alternatif turizme dayalı kalkınma için yapılması gerekenler irdelenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Zigana Doğa Okulu, Alternatif turizm, Zigana Köyü

ZİGANA NATURE SCHOOL'S ALTERNATIVE TOURISM APPLICATIONS

Abstract

In the last period of Turkey, beach tourism had been more prior than other tourism types. But in the new period, developed country citizens are oriented towards alternative tourism resources of developing countries. Ecological based tourism is among the indispensables of the world. Zigana geography, which is in an underdeveloped region, is dependent to alternative tourism. With its geological and geological heritage, climate difference between north and south and endemic high fauna and flora due to this, rich biodiversity, East Black Sea Mountains and Zigana geography are rare areas that need to be included Turkey's protected areas. Zigana Mountain and Kurum (Kromni) Valley are being threatened by untapped tourism. To protect Zigana Mountain.

Key words: Zigana Nature School, Alternative Tourism, Zigana Village

VAN'DAKİ TURİZM İŞLETMELERİ YÖNETİCİLERİNİN BATI ASYA ÜLKELERİNDEN GELEN ZİYARETÇİLERE İLİŞKİN ALGILARI

Yrd. Doç. Dr. Sağbetullah MERİÇ

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
smeric@yyu.edu.tr

Öğr. Gör. Sedat ŞAHİN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
sedatsahin@yyu.edu.tr

Özet

Bir kişiye veya toplumsal kesime karşı belirli şart, olay ve görüntülere dayanarak önceden edinilmiş olumlu veya olumsuz yargılar, o kişiye veya toplumsal kesime yönelik davranışı etkilemektedir. Olumlu yargılar kişiye veya toplumsal kesime sempati duyulmasına neden olurken, olumsuz yargılar kişiye veya toplumsal kesime öfke ve nefret duyulmasına neden olmaktadır. İnsanların daha çok etkileşimde olduğu turizm sektöründe bu durum çok ciddi sonuçlar doğurabilmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın amacı Türkiye'nin batı Asya'ya açılan kapısı olarak kabul edilen Van ilindeki turizm işletmeleri yöneticilerinin, batı Asya ülkelerinden gelen ziyaretçilere yönelik olumlu ve olumsuz yargılarını belirlemektir. Araştırmada veri elde etmek amacı ile yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Elde edilen veriler yardımı ile yöneticilerin Suriye, İran, Irak, Azerbaycan gibi ülkelere gelen ziyaretçilere karşı daha çok olumsuz yargılara sahip olduğu tespit edilmiştir. Yöneticiler, bu ülkelere gelen ziyaretçilere yönelik olumsuz yargılara sahip olmalarının nedenlerini genel olarak bu ülkelere gelen ziyaretçilerin tesisi uygun kullanmaması, odadan malzeme alınması, odalarda yemek yapılması gibi yaşanan olaylarla açıklamaktadır. Ancak yöneticilerin bu ziyaretçileri gelir kaynağı olarak gördükleri için daha fazla ziyaretçi gelmesi isteğinde olduğu da tespit edilmiştir. Araştırmaya dahil olan yöneticilerin çoğu bu olumsuz yargıların davranışlara yansımadığını iddia ederek, olumlu yargı bırakan çok fazla müşteri olduğunu da belirtmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda ziyaretçiler ile yöneticilerin daha fazla etkileşim içinde olacağı ortamların oluşturulması ve yöneticilerin sahip olduğu olumsuz yargıların giderilmesi için eğitimler gerçekleştirilmesi çalışma sonucunda öneri olarak sunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Turizm işletmeleri, Ön yargı, Sempati, Yabancı Ziyaretçi Algısı, Van

PERCEPTIONS OF TOURISM ENTERPRISES' MANAGERS IN VAN TOWARDS THE VISITORS FROM WEST ASIAN COUNTRIES

Abstract

Positive or negative judgments previously acquired on the basis of certain conditions, events and images against a person or a social segment affect the behaviour towards that person or social segment. While positive judgments lead to the sympathy of the person or society, the negative judgments cause the person or the society to feel anger and hatred. This situation can have serious consequences in the tourism sector where people are interacting more. The aim of the research in this direction is to determine the positive and negative judgments of the tourism enterprises' managers in Van province, which is regarded as Turkey's gateway to Western Asia, regarding the visitors from West Asian countries. A semi-structured interview technique was used to obtain data in this study. With the help of the obtained data, it was determined that the managers had more negative judgments against the visitors coming from countries such as Syria,

Iran, Iraq, and Azerbaijan. The managers explain the reasons for having negative judgments about the visitors from these countries in general, such as the inappropriate use of the facility, the stealing of materials from the room, making their own food in the rooms. However, it was also found that the managers wanted these visitors to come more because they regarded them as a source of income. Many of the managers involved in the investigation have also stated that these negative judgments do not reflect on their behaviour, and that there are too many customers leaving the positive judgment on them. In the direction of these results, setting up the environments where the managers will interact more with the visitors and educating the managers to overcome the negative judgments they have were presented as suggestion.

Key words: Tourism Enterprises, Prejudice, Sympathy, Foreign Visitor Perception, Van Province

TOPLUMSAL CİNSİYET ALGISI İLE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN TURİZM SEKTÖRÜ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Öğr. Gör. Onur KAVAK

Kafkas Üniversitesi

Selçuk TÜRK

Kafkas Üniversitesi

Erman KAYGIN

Kafkas Üniversitesi

Özet

Bu çalışmada, kadının ve erkeğin sosyal olarak belirlenmiş kişilik özelliklerini, rol ve sorumluluklarını ifade eden toplumsal cinsiyet ile toplumların yapılanması, kalkınması ve refah seviyesini yükseltmesinde önem arz eden girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkinin turizm sektörü açısından belirlenmesi amaçlanmıştır. Olağanüstü tarihi ve doğal güzelliklerinin yanında kış sporları ve kış turizminin cazibe merkezi olmaya aday olan Kars ve Sarıkamış'ta turizm sektöründe faaliyet gösteren işletme sahiplerinin toplumsal cinsiyet algıları ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişki, bölgenin turizmdeki başarısını doğrudan etkileyecek önemli bir faktördür. Çünkü tüm bu güzellikler, kaliteli hizmet ve doğru turizm politikaları ile birleşmediği sürece turizm potansiyelinin yükselmesini sağlayamayacaktır. İşletme sahiplerinin toplumsal cinsiyet algısı işletmelerde sunulan hizmetlerin kalitesini etkileyecek, işletme ve çalışanlarının misafirlerin istek ve ihtiyaçlarını değerlendirmesinde belirleyici olacaktır. Bu yönüyle önemli olduğu değerlendirilen çalışmada, Kars ve Sarıkamış'ta faaliyet gösteren otel ve turizm acentesi sahipleri üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada nicel verilere dayalı araştırma ve ölçme yöntemi kullanılmış ve veri toplama aracı olarak anket yönteminden yararlanılmıştır. Toplumsal cinsiyet algısını ölçmek için Zeyneloğlu tarafından uyarlanan ölçek kullanılmıştır. Ölçek 38 soru ve 5 boyuttan oluşmaktadır. Girişimcilik eğilimini ölçmek amacıyla Koh'un (1996) Hong Kong'da tezsiz yüksek lisans öğrencilerine uygulamış olduğu, Bozkurt tarafından 2005 yılında dilimize uyarlanmış ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek 36 soru ve 6 boyuttan oluşmaktadır. Araştırmada Kars ve ilçeleri turizm potansiyeli açısından bir bütün olarak değerlendirilmiş ve turizmde öncü iki merkez olan Kars ve Sarıkamış'ta bulunan otel ve turizm acenteleri evren olarak seçilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi ve etkiyi tespit etmek amacıyla korelasyon analizi ve regresyon analizi yapılmış ve anlamlı sonuçlar elde edilmiştir.

Anahtar sözcükler: Toplumsal cinsiyet, girişimcilik, girişimcilik eğilimi, otel, turizm.

AN ASSESMENT OF THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEPTION OF SOCIAL GENDER AND TENDENCY FOR ENTREPRENEURSHIP IN TERMS OF TOURISM

Abstract

In this study, it was aimed to determine the relationship between social gender, which means that man and woman's characteristic features, roles and responsibilities stated as socially, and tendency for entrepreneurship, which has importance in organizing, development and raising welfare level of the communities, in terms of tourism. The relationship between perception of social gender and tendency for entrepreneurship of the owners of the companies in Kars and

Sarıkamış, which is a nominee for the attraction center of winter sports and winter tourism in addition to their extreme natural and historical beauties, is an important factor that can effect success of this province in tourism. Because all these beauties cannot provide to increase potential of tourism unless they combine with quality service and true tourism policies. The perception of social gender of owners of companies will effect the quality of service and will be determinant for the fact that companies and their employees satisfy demands and needs of their guides. In this study, which is considered as important in this way, a research was conducted on the owners of hotels and tourism agencies in Kars and Sarıkamış. In the study, research and measuring method based on quantitative data was used and questionnaire method was practiced as data collection tool. The scale adapted by Zeyneloğlu was used to measure perception of social gender. The scale is consisted of 38 questions and 5 sub-dimensions. In order to measure tendency for entrepreneurship, the scale, which was practiced by Koh (1996) to the students of non-thesis master's program in Hong Kong and adapted to Turkish by Bozkurt in 2005, was used. This scale is consisted of 36 questions and 6 sub-dimensions. In the study, Kars and its towns were assessed as a whole in terms of tourism potential and hotels and tourism agencies in Kars and Sarıkamış, leader centers of tourism, were determined as population. Regression analysis and correlation analysis were carried out in order to determine the relation between variables and effects on each other, and it was seen significant findings.

Key words: social gender, entrepreneurship, tendency for entrepreneurship hotel,tourism

COĞRAFI KONUMUN TURİZME ETKİSİ: HATAY ÖRNEĞİ

Hüseyin YUMUŞAK

Mustafa Kemal Üniversitesi
huseyinyumusak@hotmail.com.tr

Özet

Hatay, Doğu Akdeniz Bölgesinin önemli kentlerinden biridir. Coğrafi konumu dolayısıyla tarihsel dönem içerisinde önemini korumuş ve korumaya devam etmektedir. Sahip olduğu turizm potansiyeli, ulusal ve uluslararası turistlere hizmet edebilecek çeşitliliğe sahiptir. Bu çalışmada Hatay ilinin coğrafi konumunun turizme olan etkisi, avantaj ve dezavantajlarıyla belirlenmeye çalışılmıştır. Hatay iline gelen turistlerin Hatay ilini tercih etmesinde coğrafi konumun etkisini belirlemek çalışmanın nihai amacını oluşturur. Yapılan çalışmanın bilimsel dayanağının artırılması amacıyla iki farklı yöntem kullanılmıştır. Verilerin toplanmasında anket tekniği kullanılmıştır. Ayrıca coğrafi konumun turizme etkisini tespit etmek amacıyla SWOT analiz yöntemi kullanılmıştır. Yapılan anket sonuçlarına göre Hatay iline gelen Ortadoğulu turistlerin Hatay'ı tercih etme nedenleri arasında coğrafi yakınlık, deniz turizmi, termal turizm, eko turizm, kutsal mekânların varlığı gibi çeşitli seçim imkânlarının bulunması, ayrıca akrabalık bağlarının oluşu tercihlerinde etkili nedenler arasındadır. Yurtdışına çalışmaya giden Türk vatandaşlarının tatillerini kendi memleketlerinde geçirmek istemeleri gibi nedenler de tespit edilmiştir. Sonuç olarak Hatay ilinin coğrafi konumu, kara, hava ve deniz yolları gibi çeşitli ulaşım imkânları neticesinde turizm hinterlandının bulunduğu bölgeye hitap ettiği tespit edilmiştir. Hatay ilinin ekonomisine turizm gelirleri payının artırılması için özellikle Ortadoğu coğrafyasında pazarlama ve tanıtım olanaklarının iyileştirilmesiyle sağlanabilir.

Anahtar sözcükler: Hatay, Coğrafi Konum, Turizm Potansiyeli

THE IMPACT OF GEOGRAPHICAL LOCATION ON TOURISM: INSTANCES OF HATAY

Abstract

Hatay is one of the most important cities of eastern Mediterranean region. Due to its geographical location, it has maintained its importance throughout the historical period and it still continuing to maintain its importance. The tourism potential of the city has variety to serve the national and international tourist. In the study, it is tried to determine the advantages and the disadvantages of the geographical location effect of the city on tourism. Determine how much the geographical location of Hatay province affects tourists' preferences while choosing Hatay is the ultimate goal of this study. Two different kinds of methods were used increase the scientific basis of the study. Questionnaire techniques were used while gathering the data. Besides, SWOT analyzing method also used to determine the effect of geographical location on tourism. Geographical adjacency, marine tourism, thermal tourism, eco-tourism, sacred places, the relatives in the city are the reasons of Middle East tourist preferences while choosing Hatay. Other reasons are also detected like Turkish citizens who went abroad for work want to have their holiday in their hometown.

As a result, it is suggested that the geographical location of Hatay and the different types of transportation varieties like highway, air way, seaway makes the city appeal to the place where tourism hinterland located. Marketing and the promotional opportunities in the Middle East have to be enhanced to increase the tourism revenue percentages of economic of Hatay province.

Key words: Hatay, Geographic Location, Tourism Potential

YOKSUL YANLI – PRO POOR TURİZM ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER**İstanbul Üniversitesi
mzdincer@istanbul.edu.tr**Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK**İstanbul Üniversitesi
ikizilirmak@istanbul.edu.tr**Bilgenaz AKBAŞ**İstanbul Üniversitesi
bilgenaz.akbas@ogr.iu.edu.tr**Özet**

Yoksul yanlı turizm, yoksul insanların turizme dolaylı ya da doğrudan katılımlarını sağlamak ve turizmden gelir elde etmelerini sağlamayı amaçlamaktadır. Ancak turizmin bir türü değil, turizm olayına bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Turizm sektörünün, bütün paydaşlar üzerine düşen görevleri yerine getirip organize bir şekilde çalıştığında, ekonomik olarak gelişmemiş bölgeleri kalkındırmada bir araç olarak kullanılabilmesi savunulmaktadır. Bu çalışmada turizmin yoksulluğu azaltmadaki etkileri incelenmektedir. Turizm endüstrileşmesinin sürdürülebilirliğe verdiği zarar göz önüne alınarak, yoksul yanlı turizmin Türkiye’de daha fazla öne çıkmasına katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Nitel veri analizi yöntemi olan literatür taraması yöntemi kullanılarak yoksul yanlı (pro-poor) turizm üzerine yapılan çalışmalar incelenmiş ve turizmin bu yönünün geliştirilmesine yönelik öneriler tartışmaya sunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Yoksulluk, Yoksul Yanlı Turizm, Sürdürülebilirlik

AN INVESTIGATION ON PRO POOR TOURISM**Abstract**

Pro-poor tourism aims to provide indirect or direct participation of poor people to tourism and to provide income from tourism. However, it is not a type of tourism but an approach to tourism. It is argued that the tourism sector can be used as a means to develop economically undeveloped regions when it fulfills its duties on all stakeholders and works organised. This study examines the effects of tourism on reducing poverty. In this study, it is aimed to contribute to the prominence of the pro poor tourism in Turkey, taking into consideration the damage caused by the industrialization of tourism to sustainability. The studies on pro-poor tourism were investigated using literature survey method which is a qualitative data analysis method and proposals for improving this side of tourism were presented.

Keywords: Poverty, Pro-Poor Tourism, Sustainability

DOĞA TURİZMİ ETKİNLİKLERİNE KATILAN BİREYLERİN BU ETKİNLİKLERİ YAPMA NEDENLERİ VE ELDE ETTİKLERİ FAYDALAR

Yrd. Doç. Dr. Funda COŞKUN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
fcoskun@yyu.edu.tr

Arş. Gör. Volkan SERT

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
volkansert@yyu.edu.tr

Özet

Bu çalışmanın amacı; Van ilin de doğa turizmi etkinliklerinden tırmanış, bisiklet ve doğa yürüyüşü aktivitelerine katılan bireylerin bu etkinliğe katılma nedenleri ve elde ettikleri faydaları tespit etmeye yöneliktir.

Çalışmanın örneklemini 20- 40 yaş arasında % 25.7'si bayan %74.7' si erkek olan düzenli olarak bu etkinliklere iştirak eden toplam 70 katılımcı oluşturmaktadır. Çalışma kapsamına dahil edilen deneklere 36 sorudan oluşan bir anket uygulanmıştır. Araştırmamızda elde edilen veriler SPSS versiyon 20.0 paket programında, frekans, yüzde, crosstab analizleri uygulanmıştır.

Araştırmamızın sonucunda elde edilen bulgulara göre, katılımcıların eğitim düzeyleri; % 25.7'si lise ve altı, %74,3'ü Üniversite ve üstü bir eğitime sahip oldukları ve %47,6'sında düzenli bir işi olduğu belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların % 27.1'nin evli, % 68.6'nın bekar ve % 4.3'ünün ise boşanmış olduğu kaydedilmiştir. Doğa turizmi etkinliğini yapma nedenlerine bakıldığında, katılma nedeni olarak ilgi alanları olması, sağlıklarını olumlu yönde etkileyecekleri düşüncesi ve arkadaşları ile olma istekleri olduğu, elde ettikleri faydalarda ise kendilerini sosyalleştirdiği, arkadaşlarla birlikte olmayı sağladığı ve stresi azalttığı belirlenmiştir (p<0.05).

Doğa turizmi etkinliklerinden tırmanış, bisiklet ve doğa yürüyüşü etkinliğine katılan bireylerin; eğitim düzeylerinin yüksek olduğu ve yüksek oranda bekar oldukları sonucu elde edilmiştir. Doğa turizmi etkinliklerine katılma nedenleri ve faydalarını genel olarak yorumlayacak olursak; eğitim düzeyi yüksek olan bireylerin bu etkinlikleri isteyerek ve sağlıklarını olumlu yönde etkileyeceği düşüncesinden hareketle arkadaşları ile birlikte güzel vakit geçirme için yaptıkları düşünülmektedir.

Anahtar sözcükler: Doğa Turizmi Etkinlikleri, Sağlık, Bisiklet, Tırmanış, Yürüyüş

THE REASONS AND INDIVIDUAL OUTCOMES OF TO NATURE TOURISM ACTIVITIES

Abstract

The purpose of this study is to determine the reasons why individuals engaged in nature sports participate in these activities and the benefits they achieve.

Sample of current of 70 participants aging from 20 to 40 ages, 25.7% are female, and 74.3% are male. Demographic characteristics were assessed by a demographic information form. The questionnaire determined the reasons and achievements for doing nature sports by using frequency distributions. For data evaluation, descriptive statistical calculations such as frequency (f), percent (%), mean (x) standard deviation (ss) and crosstab were used.

25.7% of participants had high school or below education, and 74.3% had a university or higher education. Additionally, 47.6% had a regular job. Moreover, 27.1% of participants were married, 68.6% were single, and 4.3% were divorced. In general, the reasons for participation to such

sports were beliefs about their positive effects on health and desire to be with friends. The outcomes were stated as socializing, spending time with friends and stress reduction. Individuals were found to prefer to participate in activities such as climbing, cycling and hiking. Based on the results, it can be concluded that because of high education levels, participants were more interested in nature tourism activities, had high individual interests and were with more friends. Furthermore, by these activities, it was found that individuals felt more positively both mentally and psychologically, in other words they thought that they got rid of stress and suffering.

Key words: Nature Tourism Activities, Bicycl, Climbing, Walking

VAN İLİNDE DOĞA TURİZM POTANSİYELİNE SAHİP DAĞLARIN BELİRLENMESİ VE ETKİNLİKLERİN PLANLANMASINA YÖNELİK ÖNERİLER

Okt. Fatih ERİŞ

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
fatiheris@yyu.edu.tr

Arş. Gör. Mücahit SARIKAYA

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
mucahitsarikaya@yyu.edu.tr

Özet

Doğa turizm açısından popüler yere sahip olan dağcılık etkinliklerine katılan bireylerin Van ilinde katıldıkları tırmanış faaliyetlerinde tercih edilen yerlerin sebepleriyle belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın örneklem grubu Van merkezde aktif olarak doğa turizmi etkinliklerinde bulunan yerel rehberler, eğitmenler, Türkiye Dağcılık Federasyonu (TDF) Van İl Temsilcisi ve doğa turizmi etkinliklerine katılan bireylerden oluşmaktadır. Katılımcılar 18'i kadın ve 66'sı erkek olarak belirlenirken, bu faaliyetleri ortalama olarak 5.00 ± 3.21 yıl yaptıkları belirlenmiştir. Çalışma öncesinde, amaçla bağlantılı olarak, TDF il temsilcisi ve yerel rehberlerle yapılan görüşmeler doğrultusunda Van İli doğa turizminde kullanılabilecek mevcut parkurlar belirlenmiş ve sonrasında çalışmada kullanılacak bilgi edinme formu oluşturulmuştur. Geliştirilen bilgi edinme formu ile katılımcıların belirlenen parkurlara katılıp katılmama durumları frekans dağılımlarıyla belirlenmiştir. İlk üç sıradaki dağlar analiz sonucunda ortaya konulmuştur. Katılımcıların bilgi edinme formunda sunulan dağcılık faaliyetlerini tercih etme ve etmeme durumları ise önem sırasına göre güvenlik, zorluk, mesafe, zaman, flora-fauna ve görsellik bakımından değerlendirilmiştir.

Katılımcıların dağcılık faaliyetlerine katılma durumlarına göre birinci sırada % 60.7 ile Artos Dağı, ikinci sırada % 59.5 ile Kızıl Haç Rotası ve üçüncü sırada % 54.8 ile Yuva Rotası yer almaktadır. Katılmama durumlarına göre birinci sırada % 86.9'la Kuru Hayal Dağı, ikinci sırada % 77.4'le Mevzi Dağı, üçüncü sırada % 73.8 ile Esrük Dağı yer almaktadır. Dağcılık faaliyetlerini tercih edilen ve tercih edilmeyen ilk üç sıradaki tırmanış ve yürüyüş rotalarına katılım ve katılmama durumları ise önem sırasına göre güvenlik, zorluk, mesafe, zaman, flora-fauna ve görsellik bakımında her iki durum içinde ilk üç sırada güvenlik, mesafe ve zorluk yer almaktadır.

Kapladığı alan itibarıyla Türkiye'nin en geniş, en yüksek ve çeşitli doğal coğrafya özelliklerine sahip olan Doğu Anadolu Bölgesi; jeomorfolojik, iklimik, hidrografik ve florastik koşullar bakımından zengin bir doğa turizm potansiyeline sahiptir. Buradan hareketle yapmış olduğumuz çalışma sonuçları Van ilinde sürdürülebilir doğa turizm bakımından popüler ve popüler olmayan rotaları ve buraların tercih edilip edilmeme durumlarının nedenleri hakkında bilgi sahibi olmamızı sağlamıştır.

Anahtar sözcükler: Doğa Turizmi, Turizm, Doğa Sporları, Rekreasyon, Doğa Turizmi, Dağcılık

SUGGESTIONS FOR DETERMINATION AND PLANNING OF NATURAL TOURISM POTENTIAL IN VAN

Abstract

The aim of this study is to determine the reasons of preference for individuals participating in climbing activities in Van.

For the study, purposeful sampling was used. The purpose was indicated as being actively involved in nature tourism activities. For this purpose, the sample consisted of local guides, educators, Turkish Mountain Federation Van Province representor and individuals who attended national tourism activities. Additionally, sample of the study consists of 18 female and 66 male participants, who actively participated in nature tourism activity for 5.00 ± 3.21 years in the centre of Van.

One result of the questionnaire was showed that the first three preferred and the three undesirable mountains. Preference and non-preference were evaluated according to security, difficulty, distance, time, flora-fauna and visuality. Preference status of the climbers pointed that Artos Mountain was the first with 60.7%, Kizil Hac Rote was the second with 59.5% and Yuva Rote was the third with 54.8%. Undesired mountains were Kuru Hayal Mountain (86.9%), Mevzi Mountain (77.4%) and Esrük Mountain (73.8%). The first three preferred and undesired mountains were evaluated in terms of safety, distance, difficulty, time, flora-fauna. For both preference and non-preference groups, determining aspects were security, difficulty and distance.

n terms of the area it covers the Eastern Anatolia Region has the widest, highest and various natural geographical features; and it has a natural tourism potential rich in geomorphological, climatic, hydrographic and floristic conditions. The results of this study enabled us to acquire information about the popular and unpopular routes in respect to sustainable tourism in Van.

Key words: Tourism, Nature Sports, Recreation

SAĞLIK TURİZMİNDE YURTDIŞI YATIRIMLAR VE MARKA YÖNETİMİ**Uzm. Fatih ÖLMEZ**

Acıbadem Sağlık Grubu
fatih.olmez@acibadem.com.tr

Doç. Dr. Gülfer BEKTAŞ

Acıbadem Üniversitesi
gulfer.bektas@acibadem.edu.tr

Serhan DEMİREL

Acıbadem Sağlık Grubu
serhan.demirel@acibadem.com.tr

Uzm. Ufuk ALTIN

İstanbul Ayvansaray Üniversitesi
ufukaltin@ayvansaray.edu.tr

Özet

Sağlık turizminde, sağlık kuruluşları yurt içi ve yurtdışında birbirleriyle büyük bir rekabet halindedirler. Sağlıkta ucuz ve kaliteli hizmet sağlayamayan ülkelerden, teknolojik donanımı güçlü ve ilgili tedavilerde daha deneyimli ülkelere sağlık turizmi gerçekleşmektedir. Bu potansiyelden faydalanmak ve karlılıklarını yükseltmek isteyen sağlık kuruluşları çeşitli pazarlama, PR (halkla ilişkiler), dijital pazarlama aktiviteleri ile rekabette öne çıkmak için çaba sarf etmektedirler. Ancak bu tip tanıtım faaliyetlerinin başarısı, sağlık kuruluşunun kendi ülkesindeki ve faaliyet gösterdiği yabancı ülkelerdeki marka bilinirliği ile doğru orantılı olarak artmaktadır. Marka bilinirliği, yapılan pazarlama ve PR aktivitelerinde kurumlara maliyetlerin azaltılması ve çalışmaların daha verimli olmasını sağlamaktadır. Marka bilinirliğinin olumlu anlamda sağlanması ise hedef pazardaki ülke imajıyla doğru orantılı olarak artmaktadır.

Sağlık turizmi gün geçtikçe büyüyen bir pazar oluşturmakla birlikte, bu pazardan pay almak isteyen özel sağlık kuruluşları da gün geçtikçe çoğalmaktadır. Sağlık turistinin ülkemize tedavi için gelmesinde direkt olarak ilgili ülkelerdeki hastane ve hekimlerle çalışma yöntemi yerini, marka bilinirliğini artıran kuruluşlarda direkt olarak yabancı hastadan herhangi bir aracı olmadan başvuru alma sistemine dönüşmektedir. Sağlık turizmindeki potansiyelden aldıkları payı artırmak isteyen sağlık kuruluşları, marka bilinirliğini sağlamak adına geçici çözümler üretmek yerine, daha kalıcı adımlar atarak hedef pazarlarında bulunan ülkelerde yatırımlar yapma yoluna gitmektedirler. Bu yatırımlarda ilk aşama, ilgili ülkede irtibat ofisi açma ve bu ofis yoluyla ülkede bilinirliği artırma çalışmaları yer almaktadır.

Sağlık kuruluşları ülkede yaratmak istediği algıyı bu tip yatırımlar üzerinden yaparak ve pazarlama, PR ve dijital pazarlama çalışmaları ile bu sistemi destekleyerek ülkede marka yönetimini sağlamak adına önemli adımlar atmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, sağlık turizm pazarlamasına yönelik olarak yapılan yurtdışı yatırımlarının sağlık kuruluşlarının marka imajı ve algısına katkısını irdeleyerek marka bilinirliğinin sağladığı yarar ve fırsatları değerlendirmek ve yarattığı katkıyı ortaya koymaktır.

Anahtar sözcükler: Sağlık Turizmi, Yurtdışı Yatırım, Marka Yönetimi

FOREIGN INVESTMENTS AND BRAND MANAGEMENT IN MEDICAL TOURISM

Abstract

In medical tourism, healthcare organisations are in a state of competition at both international and domestic spheres. Medical tourism mainly takes place from countries which cannot provide affordable and quality service in healthcare, to countries which are more technologically and clinically advanced in their service. Healthcare organisations, to make use of this potential and to increase their profitability, are striving to stand out in the competitive market by employing various digital marketing and public relations strategies. Nevertheless, the success of such promotional activities ultimately depends on the brand awareness of the organisations in the countries which they operate. The positive recognition of brand awareness would reduce costs and increase the efficiency of marketing and public relations activities of the healthcare organisations.

Proportionate to the continuous growth of the medical tourism market, is the growing number of private healthcare organisations that would like to join the competition. There has been a shift on how and why health tourists are attracted to the services in our country. It used to be the case that tourists chose their doctors and their treatment techniques without having direct ties with healthcare organisations. Now, healthcare organisations of strong brand awareness receive applications directly from health tourists without any intermediaries. This shift encourages healthcare organisations to invest in more permanent solutions and to raise their brand awareness internationally. The first step in such investments has been to start a liaison office in the target countries.

Healthcare organisations successfully manage their brands by investing on brand perception activities and by supporting these investments via marketing, public relations and digital marketing strategies.

The aim of this study is to evaluate the benefits and opportunities provided by brand awareness. It will examine the contribution of foreign investments, aimed at the health tourism marketing, to the brand image and perception of the healthcare organisations.

Key words: Medical Tourism, Foreign Investments, Brand Management

DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE TERMAL TURİZM, TÜRKİYE'DEKİ KAPLICALAR, TERMAL OTELLER VE TERMAL TATİL KÖYLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Öğr. Gör. Yılmaz MARTİN

Sakarya Üniversitesi
ylmzmrt@gmail.com

Prof. Dr. Said KINGİR

Sakarya Üniversitesi
saidkingir@hotmail.com

Özet

Bu çalışmanın amacı, turizm endüstrisinin bir alt dalı olan termal turizm hakkında literatüre bir katkı sağlamak ve Türkiye'de termal turizm alanında faal olan veya yatırım yapmayı düşünen girişimcilere fikir vermektir. Yapılan bu çalışmada, geçmişten günümüze termalin insan hayatı üzerindeki etkileri ve bunun turizme yansımaları incelenmiştir. Bir literatür araştırması olan bu çalışma Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Sağlık Bakanlığında alınan sayısal verilerle desteklenmiştir. Bu çalışmada termalin tarihçesinden, dünyada ve Türkiye'de termal turizmden yola çıkılarak hem Kültür ve Turizm Bakanlığında belgeli hem de Sağlık Bakanlığında belgeli tesisler ele alınmıştır. Literatür çalışması niteliğinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda hem dünyada hem de Türkiye'de termal turizmin, hem sağlıklı hem de sağlıksız bireyler tarafından tercih edilebildiği tespit edilmiştir. Türkiye'de sektörün önünün açılması ve dünya pazarından daha fazla pay alınabilmesi için termal turizm alanında yapılması gerekenlere sonuç ve öneriler kısmında yer verilmiştir.

Anahtar sözcükler: Termal Turizm, Kaplıca, Termal, Sağlık, Türkiye

AN INVESTIGATION ON THERMAL TOURISM IN TURKEY AND THE WORLD AND TURKEY ON THERMALS, THERMAL HOTELS AND THERMAL HOLIDAY VILLAGES IN TURKEY

Abstract

The aim of this study is to provide a literary contribution to the thermal tourism, a sub-branch of the tourism industry, and to give an idea to entrepreneurs who are active in the field of thermal tourism in Turkey or are considering investing. In this work done, the effects of the past day-to-day thermals on human life and its reflections on tourism have been examined. This study, which is a literature search, is supported by the Ministry of Culture and Tourism and Ministry of Health. In this study, the thermal history of the world and the thermal tourism in Turkey and in the world, both from the Ministry of Culture and Tourism and the Ministry of Health have been documented. A research on the literature study has been done. As a result of the research, it has been found that thermal tourism in both world and Turkey can be preferred by both healthy and unhealthy individuals. In order to open up the sector in Turkey and to get more share from the world market, the results and suggestions for thermal tourism should be mentioned.

Key words: Thermal Tourism, Thermal, Thermal, Health, Turkey

FARUK SUYUNUN SAĞLIK TURİZMİ AÇISINDAN ÖNEMİ

Yrd. Doç. Dr. Neşe COŞKUN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

nese_tozkoparan@hotmail.com

Hacer KARADUMAN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

karaduman.hacer93@gmail.com

Özet

Van'ın 13 kilometre uzağında bulunan Köşebaşı köyünde böbrek taşlarına iyi geldiği söylenen ve halk arasında 'Faruk Suyu' olarak bilinen şifalı su kaynağı yerel halk ve çevre illerde konaklayan insanlar tarafından ziyaret edilmektedir. Ancak tanıtım yetersizliği, güvenlik kaygıları ve gerekli önlemlerin alınamaması nedeniyle önemini zamanla yitirmeye başlamıştır. İnsanlar sabahın erken saatlerinde yer bulabilmek için su kaynağını ziyaret etmekte, içimi ve kokusu rahatsız edici olmasına rağmen suyu şifa bulmak niyetiyle içmektedirler. Sağlık turizmi açısından önemli bir yer arz edebilecek olan bu potansiyelin tanıtılması ve gerekli önlemlerin alınarak yazılı ve görsel, ulusal medya vasıtasıyla halka pazarlanması amaçlanmıştır. Çalışmaya konu olan su kaynağı hakkında literatürde herhangi bir sosyal ve bilimsel çalışma bulunmadığı için mülakat tekniğinden yararlanılmış ve muhtemel pazarlama stratejileri üzerinde durulmuştur. Çalışma sonucunda gerekli öneriler sunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Faruk Suyu, Sağlık Turizmi, Turizmde Pazarlama

IMPORTANCE OF FARUK SUYU IN TERMS OF HEALTH TOURISM

Abstract

Health tourism is one of the most important side of touristic activities. Especially European countries promise health centres of natural sources and so that they get a great amount touristic gain. In the example of Van, Faruk Suyu, a source of mineral water may be used to effect people to come and visit the city. Among people a belief is common that Faruk Suyu (water of "Faruk") helps people to be healthy and to solve kidney's problems. In the earlier hours of the day, they go and drink this natural mineral water. This assumed that this water is really effective, although it is wretched taste and smell. By promising the place a great amount of visitors may come to the city to be healthy. Not only natives of the area, but also people of other settlements may led people to earn money by health tourism.

Key words: Water of Faruk, Health Tourism, Touristic Marketing

TÜRKİYE'DE TURİZM ALANINDAKİ BİBLİYOMETRİK YAYINLARIN PROFİLİ**Doç. Dr. İbrahim YILMAZ**Nevşehir H. B. V. Üniversitesi
iyilmaz@nevsehir.edu.tr**Öğr. Gör. Lutfullah Sadi TOPRAK**Yüzüncü Yıl Üniversitesi
toprak_sadi58@hotmail.com**Özet**

Bilimsel yayınların etkinliği genellikle bu yayınları tarihsel gelişim sürecinde hem nicelik hem de nitelik açısından sorgulayan yöntemler ile değerlendirilmektedir (Al, Soydal ve Yalçın, 2010). Bu yöntemlerden biri de bibliyometridir. Bibliyometri kavramı; yayınlanmış dergi, kitap gibi bilimsel bilgi paylaşım araçlarının matematiksel ve istatistiksel tekniklerle incelenmesinde kullanılan bir yöntem olarak tanımlanmaktadır (Pritchard, 1969). Bibliyometrik araştırmalarda yayınların yıllar itibarıyla belirli özellikleri analiz edilerek çeşitli bulgular elde edilmektedir (Al ve Coştur, 2007; Barca ve Hızıroğlu, 2009). Bu bulgular ile hem bir bilim alanının gelişim süreci değerlendirilebilmekte hem de o alana ilişkin geleceğe yönelik çıkarımlarda bulunulabilmektedir. Elde edilen bulgular o alanda ortaya çıkan sorunların takibini kolaylaştırdığı gibi, sorunları gidermeye yönelik düzenlemelerin tartışılmasını da sağlamaktadır. Dolayısıyla, bibliyometrik araştırmalardan ülkenin belirli bir alandaki bilim politikasına yön vermek amacıyla makro düzeyde de yararlanılabilmektedir (Kozak, 1995; Karagöz ve Kozak, 2014). Bu çalışmada Türkiye’de turizm alanında yapılan ve ilgili literatürün taranması sonucunda ulaşılan 40’ın üzerinde bibliyometrik çalışma çeşitli kriterler/parametreler açısından bibliyometrik analize tabi tutulmuştur. Bu çalışmalar özellikle 2000’li yılların başından günümüze kadar olan süreçte oldukça yoğunlaşmış ve en fazla yayın ise 2014 yılında gerçekleştirilmiştir. Bilimsel makalelerin yanı sıra, makalelerin yayımlandığı dergilerin, lisansüstü tezlerin ve ulusal kongre, sempozyum gibi etkinliklerde sunulan bildirilerin analizine yönelik bibliyometrik çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Söz konusu çalışmalar turizm pazarlaması, turizm coğrafyası, seyahat işletmeciliği, yiyecek-içecek işletmeciliği, turist rehberliği, gastronomi ve mutfak sanatları gibi konularda gerçekleştirilmiştir. Ayrıca sürdürülebilir turizm yaklaşımı yanında sağlık turizmi, engelli turizmi, deniz turizmi ve kırsal turizm gibi turizm türleri üzerine yapılan çalışmalar da dikkat çekmektedir. Netice olarak, bu çalışma belirli kriterler/parametreler açısından tarihsel süreçte Türkiye’deki turizme özgü bibliyometrik yayınların profiline ışık tutmaktadır.

Anahtar sözcükler: Bibliyometri, Turizm, Türkiye**PROFILE OF BIBLIOMETRIC PUBLICATIONS IN TOURISM IN TURKEY****Abstract**

The effectiveness of scientific publications is often assessed by methods that questioning these publications in terms of both quantity and quality in the historical development process. One of these methods is bibliometric. The concept of bibliometric is defined as a method used in the study of scientific information sharing tools such as published journals and books with mathematical and statistical techniques. Bibliometric researches analyse specific characteristics of publications over years and obtain various findings. With these findings, both the development process of a scientific field can be evaluated and the inferences regarding the future related to that field can be found. The findings make it easy to follow the problems that arise in the field and also provide a discussion of the arrangements for avoiding the problems.

Therefore, bibliometric researches can also be used at the macro level to guide the science policy of the country. In this study, more than 40 bibliometric studies conducted in tourism in Turkey have been subjected to bibliometric analysis in terms of various criteria/parameters. These studies have been particularly intensive from the beginning of the 2000s to the present day, with the most publication being made in 2014. In addition to analysis of scientific articles, bibliometric studies have been carried out on the analysis of journals, graduate theses, and reports presented at national congresses, symposiums and other events. Such studies have been carried out in such topics as tourism marketing, tourism geography, travel management, food and beverage management, tourist guidance, gastronomy and culinary arts. In addition to the sustainable tourism approach, studies on tourism types such as health tourism, disabled tourism, marine tourism and rural tourism are also remarkable. As a result, this study sheds light on the profile of tourism-specific bibliometric publications in Turkey in terms of certain criteria/parameters.

Key words: Bibliometrics, Tourism, Turkey

İNANÇ TURİZMİNE YÖNELİK ALANLARDA ZİYARETÇİ YÖNETİMİ ÇERÇEVESİNDE TURİST REHBERLERİNİN ROL VE SORUMLULUKLARI

Doç. Dr. Özlem KÖROĞLU

Balıkesir Üniversitesi
ozlemkoroglu_98@yahoo.com

Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU

Balıkesir Üniversitesi
hacioglu@balikesir.edu.tr

Arş. Gör. Hasret ULUSOY

Balıkesir Üniversitesi
hasretulusoy@balikesir.edu.tr

Özet

İnançlarının doğduğu toprakları görmek, dinlerinin önemli merkezlerini ziyaret etmek, inançlarının zorunlu gördüğü ziyaretleri yaparak hacı olmak isteyen ve bu şekilde manevi tatmin, iç huzuru arayan insanların beklentilerine inanç turizmi hizmet etmektedir. Gün geçtikçe de inanç turizmine yönelik ilgi daha da artmakta ve inanç turizmi daha geniş kitleleri ilgilendiren bir faaliyet alanı olmaktadır. İnanç turizmine olan bu ilginin her geçen gün artması dinler açısından kutsal sayılan alanların da zarar görmesine neden olmaktadır. Bu nedenle inanç turizmine yönelik alanların mevcut kaynak değerlerinin korunması ve çok yönlü kullanımına yönelik özellikle kullanım seviyesinin ve yönetim stratejilerinin geliştirilmesinin gerekliliği önem kazanmıştır. Bu kapsamda geliştirilen yönetim modellerinden biri de ziyaretçi yönetimidir. Bu noktadan hareketle bu çalışmanın amacı inanç turizmine yönelik alanlarda ziyaretçi yönetimi çerçevesinde turist rehberlerinin rol ve sorumluluklarını ortaya koymaktır.

Anahtar sözcükler: İnanç Turizmi, Ziyaretçi Yönetimi, Ziyaretçi Etki Yönetimi, Turist Rehberleri.

THE ROLE AND RESPONSIBILITIES OF TOURIST GUIDES IN THE FRAMEWORK OF VISITOR MANAGEMENT ON THE AREAS OF RELIGIOUS TOURISM

Abstract

Religious tourism serves the expectation of the people who desire to see the land where their beliefs are born, to visit the important centres of religions, to go on pilgrimages by making visits that their beliefs make compulsory and thus, guest mental tranquillity, spiritual satisfaction. Day by day, the interest in religious tourism has increased, being an activity area that deals with larger masses. This increasing interest in religious tourism causes to be damaged the areas which are considered to be sacred in terms of religions. For this reason, the necessity of being protected the values of existing resource on the areas of religious tourism and especially being improved management strategies and the level of usage on multiple utilization has become even more important. One of the management models which is developed within this framework is visitor management. From this point of view, the aim of this study is to reveal the role and responsibilities of tourist guides in the framework of visitor management on the areas of religious tourism.

Key words: Religious Tourism, Visitor Management, Visitor Effect Management, Tourist Guides

KÜLTÜR TURİZMİNDE ALTERNATİFLER: FESTİVAL TURİZMİ VE PİR SULTAN ABDAL ANMA ETKİNLİKLERİ ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Mehmet ZAMAN

Atatürk Üniversitesi
mzaman@atauni.edu.tr

Aykut CAMCI

Atatürk Üniversitesi
aykutcamci58@gmail.com

Ahmet ŞAHAP

Bilim Uzmanı
ahmtshp@gmail.com

ÖZET

Günümüzde eğitim, gelir ve boş zamanda ortaya çıkan artışa bağlı olarak turistler kitle turizmi yerine alternatif turizm türlerine ilgi duymaya başlamıştır. Bir kültürün tanıtımı amacıyla yıllık ya da düzenli aralıklarla düzenlenen festivaller, fuarlar, sergiler ya da diğer kültürel olaylar, alternatif turizm çeşitleri arasında yer almaktadır. Bu nedenle festivaller, farklı kültürler ve deneyimler yaşamak isteyen turistler tarafından tercih edilmektedir. Diğer taraftan festival, şenlik ve fuarlar kent imajına olumlu katkı yapması bakımından yapıldığı bölgenin ulusal ve uluslararası tanıtımı bakımından önem taşırlar. İlki 1976 yılında Yıldızeli (Sivas) İlçesi, Banaz köyünde yapılan Pir Sultan Abdal Anma Etkinlikleri de bunlardan birisidir. Anma etkinliklerinin yapıldığı Banaz Köyü Sivas İli, Yıldızeli ilçesi sınırları içerisinde yer almakta olup Sivas Merkez ilçesinden 45 km uzaklıkta bulunmaktadır. Bu etkinlik geçmişte çeşitli sebepler ile kesintiye uğrasada, günümüzde her yıl haziran ayı sonu veya temmuz ayı başlarında yurtiçi ve yurt dışından çok sayıda ziyaretçinin katıldığı kültürel bir etkinliğe dönüşmüştür. Bu yıl 26-27 Haziran tarihlerinde 28.'si düzenlenen etkinlikte halk sanatçılarının konserleri ve Semah gösterisi sunulmuştur. Çalışma ile ilgili bilgiler yapılan saha çalışmaları, mülakat ve uygulanan anket sonuçlarından elde edilmiştir. Bu çalışmada, sorulan anket soruları neticesinde etkinliğe katılanların yaş, cinsiyet, eğitim, medeni durum ve katılım amacı tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular bu anma etkinliğinin kültürel bir festival olduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar sözcükler: Alternatif Turizm, Festival Turizmi, Banaz, Pir Sultan Abdal Anma Etkinlikleri,

ALTERNATIVES IN CULTURAL TOURISM: FESTIVAL TOURISM AND PIR SULTAN ABDAL COMMEMORATIVE EVENTS EXAMPLE

Abstract

Nowadays, due to the increase in education, income and leisure time, tourists have started to become interested in alternative tourism types instead of mass tourism. Festivals, fairs, exhibitions or other cultural events have been organised annually or at regular intervals for the purpose of promoting a culture which are among the alternative tourism varieties. Therefore, the festivals are preferred by tourists who want to different cultural experiences. On the other hand, festivals and fairs are important in terms of national and international promotion of the region in which they make a positive contribution to the image of the city. One of them is the Pir Sultan Abdal commemorative event organised in the village of Banaz in the District of Yıldızeli (Sivas) in 1976. Banaz village, where commemorative event is organised, is located within the boundaries of the district of Yıldızeli and located 45 km from district of Sivas City Centre. This

event has been transformed into a cultural event which has been interrupted by various causes in the past and which is attended by many visitors from within the country and abroad. This year, concerts of folk artists and 'Semah' show were presented in the 28th event on 26-27 June. The information about the study was obtained from the field studies, the interviews and the survey results. In this study, age, gender, education, marital status and participation purpose of those who participated in the activity were determined. Findings obtained as a result of the research revealed that this commemorative event is a cultural festival.

Key words: Alternative Tourism, Festival Tourism, Banaz, Pir Sultan Abdal Commemorative Events

BÖLGESEL KALKINMADA RESTORASYON ÇALIŞMALARININ EKONOMİK AÇIDAN ETKİSİ: VAN AKDAMAR ÖRNEĞİ

Derya ÇETİNOĞLU

Düzce Üniversitesi
deryacetinoglu@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Zeynep MESCI

Düzce Üniversitesi
zeynepmesci@duzce.edu.tr

Özet

Turizmin ayrılmaz parçası olarak görülen tarihi yapıların restorasyon çalışmalarıyla yeniden onarılıp hem bölgeye kazandırılıp hem de gelecek kuşaklara aktarılması sağlanmaktadır. Çalışmada, bölge de gerçekleştirilen restorasyon çalışmalarının tamamlandıktan sonra turizm gelirleri açısından sağladığı etkiler araştırmak amaçlanmıştır. Araştırma Van Akdamar Kilisesi restorasyonu üzerinden yürütülmüştür.

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan doküman analizi tekniği uygulanmıştır. 2010 yılında restorasyon çalışması tamamlanan Van Akdamar Kilisesinin 2010- 2016 yılları arasında turist sayısındaki artış ve bu artış ile birlikte bölgedeki ekonomik anlamda gelişim incelenmiştir. Van Akdamar Kilisesi restorasyon çalışması tamamlandıktan sonra önemli bir inanç turizmi potansiyeli olduğu sonucuna varılmış ve turist sayısında önemli bir artış olmuştur.

Araştırmanın sonuçlarına göre, Van Akdamar Kilisesi bölge için önemli bir destinasyon olmasıyla birlikte yapılan restorasyon çalışmasıyla hem turist sayısındaki artış hem de bölgeye ekonomik gelir olarak önemli bir katkı sağlamaktadır. Restorasyon çalışması sonrasında bulunduğu bölge halkına yeni iş imkanları sağlayarak istihdam artırıcı etkisiyle de olumlu sonuçlar doğurmuştur.

Anahtar sözcükler: Bölgesel Kalkınma, Restorasyon Çalışmaları

A CASE STUDY ON THE ECONOMIC EFFECTS OF THE RESTORATION WORKS ON REGIONAL DEVELOPMENT: VAN AKDAMAR

Abstract

Historical places regarded as an inseparable part of tourism can remain assets belonging to the region through restoration so that they can be passed on to future generations. The study intends to establish the effects of restoration on tourism revenues. The case study was carried out on Akdamar Church in Van.

Document analysis technique was used in the study. The restoration of Akdamar Church in Van was completed in 2010. The study aims to determine whether there was an increase in the number of tourists and if there was any rise in tourism revenues in the region from 2010 to 2016. Akdamar Church has become an attraction for faith tourism and there has been a significant increase in the number of tourists since its restoration was completed. According to the study, Akdamar Church, an important destination in the region, has contributed to the revenues after the restoration giving a rise in the number of tourists. Furthermore, the restoration has provided more employment creating new job opportunities for the people in the region.

Key Word: Regional Development, Restoration

ÇORUH NEHRİ ÜZERİNDEKİ ENERJİ YATIRIM PROJELERİNİN YUSUFELİ'DEKİ TURİSTİK FAALİYETLERE ETKİSİ

Prof. Dr. Ünsal BEKDEMİR

Giresun Üniversitesi
unsal.bekdemir@giresun.edu.tr

Fatih UZUN

Giresun Üniversitesi
giresunlu1@hotmail.com

Özet

Yusufeli, Karadeniz Bölgesi'nin Doğu Karadeniz Bölümü'nde, Artvin iline bağlı bir ilçe yönetim birimidir. Kuzeyden Altıparmak Dağları, Kuzeybatıdan Kaçkar Dağları'nın uzantıları içerisinde kalan saha, Doğu Karadeniz kıyı kuşağı ile Erzurum-Kars arasında kaldığından coğrafi özellikler açısından her iki bölge arasında geçiş sahası durumundadır. Özellikle dağlık alanların fazlalığı, ilçede derin vadilerin oluşmasına ve buna bağlı olarak da yeni barajlar ve HES projelerinin yapılmasına imkân sağlamıştır.

Türkiye'de enerji açığının kısa zamanda kapatılması amacı ile son yıllarda hızla artan baraj ve HES projeleri gündeme gelmektedir. Bu çerçevede, son yıllarda başlatılan en kapsamlı programlardan biri de hiç kuşkusuz Çoruh Vadisi Enerji Yatırım Projeleri'dir. Bu proje kapsamında Çoruh Nehri üzerinde 10 adet büyük baraj ve yan kollarında da 17 adet HES olmak üzere toplam 27 adet tesis yapımı planlanmıştır.

Planlanan enerji yatırım projelerinin Yusufeli ilçesi içerisinde bulunan alanlar üzerinde olumsuz etkilerinin olduğu ve bu çalışmaların sonucunda ilçedeki flora ve faunanın yanı sıra tarihi ve kültürel turistik alanların da zarar gördüğü bilinmektedir. Bu nedenle baraj ve HES çalışmalarının yapımına başlanmadan önce, yapılması gereken arazi etütleri büyük önem taşımaktadır.

Ancak, arazinin fiziksel yapısının oldukça sarp ve aşırı eğimli olması nedeniyle bu projelerin inşaatı sırasında Çoruh Havzası'ndaki ekosistem üzerinde ve yerleşim yerlerinde büyük bozulmalar ve yok olmalar meydana gelmektedir. Bu bozulma ve yok olmaların büyük bir kısmı vadi içerisindeki yol yapım çalışmaları sırasında olmaktadır. Bu durum ilçede gerçekleştirilmekte olan rafting, kano, kuş gözlemi, doğa yürüyüşü, botanik turizmi, av turizmi, foto-safari ve benzeri turistik faaliyetleri olumsuz yönde etkilemektedir.

Bu bağlamda çalışmamızın amacı; Çoruh Vadisi içerisinde yapılan barajların ve HES'lerin doğal ve beşeri turistik çekiciliklere olan etkileri üzerinde durulmuştur. Ayrıca, baraj yapımlarının tamamlanmasıyla birlikte ortaya çıkabilecek olan yeni turistik faaliyetlere değinilmiş ve vadede turizmin sürdürülebilirliğini sağlama adına neler yapılabileceği üzerinde durulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Çoruh Nehri, Enerji Projeleri, Yusufeli İlçesi, Turizm, Çevresel Etkiler

THE EFFECT OF TOURIST ACTIVITIES ON THE ÇORUH RIVER IN YUSUFELİ ENERGY INVESTMENT PROJECTS

Abstract

Yusufeli, Black Sea region in the eastern part of the Black Sea, a district of Artvin province is the administrative unit. The altıparmak mountains from the north, from the northwest extensions of the field in the Kaçkar mountains of Eastern Black Sea coastal belt and the Erzurum-Kars area was between the transition between the two regions in terms of geographical features.

Especially to the formation of the county in excess of the valleys in mountainous areas and, consequently, has allowed for new dams and hydro projects to be made.

The short time of energy deficit in Turkey rapidly increasing in recent years with the aim of closing out at Dam and HEPP project comes into the picture. In this context, one of the most comprehensive programs launched in recent years, no doubt Çoruh Valley Energy Investment Projects. The scope of this project 10 major dams and hes on Çoruh River in the side arm 17 in a total of 27 units the construction of the facility is planned.

Located within areas of planned Energy Investment projects have negative effects on the town of Yusufeli, in the county and the flora and fauna as a result of these studies, as well as historical and cultural tourist areas of the damage is known. Therefore, the work before the construction of Dam and HEPP, studies need to be made of that land is of great importance.

However, the land is fairly steep and extremely slanted because of the physical structure of the ecosystem in the settlements during the construction of this project on Çoruh basin and large changes and extinctions occur. Extinctions during road construction work in the valley and a large part of this corruption. This situation, which is being held in the county rafting, canoeing, bird watching, hiking, botanical tourism, hunting tourism, photo-Safari, has a negative impact on tourist activities and so on.

In this context, the aim of our study attractiveness of hydropower plants and dams in the Çoruh Valley focuses on the effects of natural and human tourism. In addition, the completion of the construction of the dam that may arise with any new tourist activities in the valley and look at a few of focuses on what can be done to ensure sustainable tourism.

Key words: Çoruh River, Energy Projects, The Town Of Yusufeli, Tourism, Environmental Effects.

VAN İLİ'NDE ALTERNATİF BİR TURİZM KAYNAĞI OLARAK SULAK ALANLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Selim ERZEN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı

selimerzen@gmail.com

Arş. Gör. Bahtiyar AYDIN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü

bahtiyaraydin@yyu.edu.tr

Özet

Turizm alışkanlıklarının değiştiği günümüzde alternatif turizm kaynaklarına yönelim hızla artmaktadır. Uzun yıllar boyunca deniz-kum-güneş üçlüsünün birincil destinasyonu oluşturmalarının ardından insanlar yeni arayışlar içerisine girmekte ve farklı deneyimler yaşamak arzusuyla yeni turizm çeşitlerine yoğun talep göstermektedirler. Bu nedenle talebe cevap verebilecek yeni turizm çeşitlerinin ortaya çıkarılması ve bu alanların tanıtılması oldukça büyük önem arz etmektedir. Bu noktada alternatif turizm faaliyetlerinin yürütülebileceği önemli alanlar içerisinde şüphesiz sulak alanlar da yer almaktadır. Sulak alanlar birçok canlı türünün barınmasına ve gelişmesine olanak sağlayarak biyolojik çeşitliliğin artırılmasını ve devamlılığını sağlayan alanlardır. Sağladığı biyolojik çeşitlilik sayesinde bu alanda başta ornito-turizm (kuş gözlemciliği) olmak üzere çeşitli turizm faaliyetlerine konu olabilmektedir. Çalışmamıza konu olan Van İli, çok sayıda kuş türünün belli dönemlerde uğrak alanı olan sulak alanlar yönünden oldukça zengindir. Sulak alanlar bu kaynaklar sayesinde günümüzde artan ilgiyle popüler bir turizm faaliyeti haline alan kuş gözlemciliği açısından yüksek bir potansiyele sahiptir. Van İli'nde bu yüksek potansiyeli oluşturan alanların başında Erçek, Göründü, Dönemeç, Karasu, Van Sazlığı, Bendimahi, İron Sazlığı, Çelebibağı sazlıkları gibi önemli sulak alanlar ve Akdamar, Çarpanak ve Adır adaları gelmektedir. Bu çalışmanın temel amacı önemli bir kuş gözlemciliği potansiyeli taşıyan Van ilinin bu alternatif turizm potansiyelini ortaya çıkarmak ve bu doğrultuda yapılması gereken çalışmalar noktasında fikir ve öneriler sunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Van, Van Gölü, Alternatif Turizm, Sulak alanlar, Ornito-turizm (Kuş Gözlemciliği).

ASSESSMENT OF WETLANDS AS AN ALTERNATIVE TOURISM SOURCE IN VAN PROVINCE

Abstract

At the present time tourism habits have changed and the tendency towards alternative tourism resources is increasing rapidly. After long years of sea-sand-sun triple formed as the primary destination, people are entering new quests and demanding new kinds of tourism in order to experience different experiences. For this reason, it is very important to reveal new kinds of tourism and the introduction of these varieties. At this point, wetlands are undoubtedly among the important areas where alternative tourism activities can be carried out. Wetlands, which are enable the growth and sustainability of biodiversity by allowing many living species to survive and develop. Due to the biodiversity provided, various tourism activities can be carried out in wetlands, especially ornitho-turism (bird watching). Van Province, which is the subject of our work, is very rich in wetlands which are frequented by numerous bird species in certain periods.

Wetlands in Van thanks to these resources, it has a high potential in terms of bird watching, which is becoming a popular tourism activity with increasing interest today. At the start of this high potential areas in Van Province, Erçek, Göründü, Dönemeç, Karasu, Van Reeds, Bendimahi, İron Reeds, Çelebibağı Reeds and Akdamar, Çarpanak and Adır islands.. The main aim of this study is to reveal the potential of this alternative tourism of Van, which carries an important bird observing potential, and to present ideas and suggestions at the point of the work to be done in this direction.

Key Words: Van, Van Lake, Alternative Tourism, Wetlands, Ornito-tourism (Bird Watching).

AN ANALYSIS OF LOCAL AND SPATIAL DYNAMICS IN THE EMERGENCE OF TOURISM-BASED ENTREPRENEURSHIP IN THE CASE OF GOREME- NEVŞEHİR/TURKEY

Assoc. Prof. Dr. Kübra CİHANGİR ÇAMUR

Gazi University

ccamurster@gmail.com

Assist. Prof. Dr. Emine CİHANGİR

Van Yüzüncü Yıl University

eminecihangir@yyu.edu.tr

Abstract

The tourism industry is one of the most promising sectors that are currently attempting to increase its share in the export budget of both the developing countries and the developed ones owing this success from new technologies in transportation and communication, and the increasing travel demand of people worldwide. In this context, most of the natural coastal areas with sun-sea and sand have transformed into highly frequented coastal tourism destinations. This transformation has also led to the restructuring of local economies simultaneously. Large scaled tourism firms and local tourism entrepreneurs are the two main suppliers and shareholders of the tourism economy since they upsurge each other in different ways by feed backing and creating new services, which certainly sell in a well-organized market.

Although large scaled touristic firms hold the biggest share in touristic earnings of countries, it has been started to be discussed that local tourism entrepreneurship have also been very effective in stimulating growth of tourism industry as a whole.

Thesis of this study is that, the local and geographic characteristics of touristic destinations and local entrepreneurship are mutually effective in unique and irreplaceable improvement of tourism industries when compared to large scaled tourism firms and tourism chains.

The study will first focus on the main differences between "tourism entrepreneurship" and "tourism-based local entrepreneurship" concepts. Tourism entrepreneurship will be under discussion in relation to globalization and tourism industry dynamics; while tourism based local entrepreneurship will be explained through uniqueness and creativeness concerns. Second, the interaction between economic actors, local know-how creation, and local learning processes will be questioned. Since the horizontal and vertical relationships among the firms with different sizes and origins are extremely essential to sustainability of the tourism industry, face-to-face relations and network structures will be surveyed due to their remarkable importance.

Furthermore, the research will underline the impact of "unique geographic conditions" for emerging local entrepreneurship in the tourism sector. In this context, Goreme as one of the developed and a well-known domestic and international touristic destination of the Nevsehir province, which is located at central Anatolia-Turkey, has been selected as the case study area.

In the scope of the study, qualitative interviews will be conducted with local tourism entrepreneurs, large scaled firms and touristic hotel chain representatives that operate in Goreme-Nevsehir. Consequently, the relations between the tourism-based local entrepreneurship and the original local dynamics that contribute to the progressive transformation of tourism sectors will be under evaluation. A qualifying statement of the main factors behind the unique and innovative emergence of local tourism entrepreneurship, and their associations to large scaled tourism firms and sub-sectors besides the tourism authorities at different levels will mark the study results. The findings possibly suggest implications for policy-makers and representatives of the tourism sector. Outcomes may also be helpful in

assessment of the existing legislation and government programs that play an important role in the development of the tourism industry and tourism-based local entrepreneurships.

Key words: Tourism Industry, Tourism-Based Local Entrepreneurship, Goreme-Nevsehir/Turkey

ŞEFLERİN AŞÇILIK EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN NİTELİKLERİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ

Öğr. Gör. Özkan ERDEM

Akdeniz Üniversitesi
ozkanerdem@akdeniz.edu.tr

Arş. Gör. Gökhan YILMAZ

Akdeniz Üniversitesi
gokhanyilmaz@akdeniz.edu.tr

Öğr. Gör. Adem ARMAN

Akdeniz Üniversitesi
ademarmarman@akdeniz.edu.tr

Özet

Çalışmada şeflerin aşçılık eğitimi alan öğrencilerin niteliklerine ilişkin görüşlerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada nitel yaklaşım çerçevesinde veri toplama tekniği olarak yarı yapılandırılmış görüşme; veri analizi olarak da içerik analizinden yararlanılmıştır. Bu bağlamda 30 Nisan – 7 Mayıs 2017 tarihlerinde Bolu Mengen’de düzenlenen III. Ulusal Aşçılık Kampı’nda eğitim veren 7 aşçıbaşı ve aşçıbaşı yardımcısı ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Şeflerin tamamının erkek, lise ve lisans mezunu olduğu ve çalışma sürelerinin de 9 ile 21 yıl arasında değiştiği tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular neticesinde şeflerin görüşlerinin iki adet ana kategori ile sekiz alt kategoriden meydana geldiği görülmektedir. Bireysel nitelikler ana kategorisinde çalışma disiplini, ekip çalışması ve motivasyonlar alt kategorileri yer almaktadır. Gıda güvenliği, hijyen ve sanitasyon, ekipman ve ekipman kullanımı bilgisi, ürün bilgisi ve pişirme, hazırlama ve sunum teknik ve yöntemleri alt kategorileri de mesleki nitelikler ana kategorisini oluşturmaktadır. Çalışmada öğrencilerin teorik bilgisinin üst düzeyde olduğu ancak uygulama yeterliliğinin ise kısıtlı olduğu da saptanmıştır.

Anahtar sözcükler: Aşçılık Eğitimi, Şeflerin Görüşleri, Mesleki Nitelikler, Bireysel Nitelikler

CHEFS’ OPINIONS ABOUT THE QUALIFICATIONS OF CULINARY TRAINEE STUDENTS

Abstract

The purpose of this study is to determine the chefs’ opinions about the qualifications of culinary trainee students. For data collection and analysis; within the frame of qualitative approach, semi structured interview technique and content analysis were applied. In this regard, between the dates: April 30 and May 07, 2017, 7 chefs providing training for III. Bolu Mengen National Culinary Camp, were interviewed. All chefs were male, got high school and graduate degree and were working for 9-21 years. According to the findings, its seen that the chefs’ opinions consist of two main and eight sub- categories. Personal qualifications category consists of; work discipline, team work and motivations. Food safety, hygiene and sanitation, equipment and equipment usage information, product information and cooking, preparation, presentation technique and methods constitute the main category of professional qualifications. It was also determined that, students theoretical information is at top level but application efficiency is limited.

Key words: Culinary Training, Chefs’ Opinions, Professional Qualifications, Personal Qualifications

XX. YÜZYILIN BAŞINDA TÜRK-ERMENİ İLİŞKİLERİNİN VAN'IN TARİHİ, KÜLTÜRÜ VE TURİZMİNE ETKİLERİ

Yrd. Doç. Dr. Abdulaziz KARDAŞ

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

a.kardas@yyu.edu.tr

Özet

Osmanlı Devleti'nin doğusunda yer alan ve konumu itibari ile önemli bir vilâyet olan Van, sahip olduğu coğrafi özellikler ve askeri-stratejik yönü nedeniyle doğu-batı arasında merkez konumundaydı. Van'ın bu konumu kentin, yüzyıllar boyu farklı etnik köken ve kültürlerin bir arada, barış ve huzur içinde yaşamalarına ortam hazırlamıştı. Ancak, Osmanlı'nın son dönemine gelindiğinde İngiltere, Fransa, Rusya ve Almanya gibi birçok devlet Van'ın bu özelliğinden yararlanarak; burada iktisadî, istihbarî ve misyonerlik faaliyetlerinde bulunmuş ve bunun sonunda "Sadık Millet" tabir edilen Ermenileri isyan etmeye teşvik etmişlerdi. Nihayetinde Van'da yaşayan Ermeniler, isyan etmiş ve çıkan I. Dünya Savaşı'nda Ruslarla işbirliği yapmışlardı. Bu durum Van'ın işgali ve tahrip olmasını kolaylaştırmıştır. Bu bağlamda büyük bir tarihi geçmişe sahip eski Van'da farklı etnik kökene bağlı insanların birikimi olan Van Vilâyeti, Van Kalesi, hükümet binaları, kütüphaneler, gazete matbaaları ve el sanatları ile dokumacılık merkezleri gibi kültür ve turizm değerleri hasar görmüştür.

Bu çalışmanın amacı, Van'ın sahip olduğu tarihi ve kültürel değerlerin tarih biliminin ilkeleri doğrultusunda arşiv belgeleri, dönemin gazeteleri, hatıra ve fotoğraflarla gün yüzüne çıkarılması ve kentin Van Kalesi yanındaki eski konumu ile kültür-turizm potansiyelini ortaya koymaktır. Çalışmayla ayrıca büyük bir geçmişe sahip olan Van'ın dünya bilim, kültür ve turizmüne katkı sağlayacak şekilde tanıtılması, turizm değerlerine dikkat çekilmesi ve bunların gelecek kuşaklara aktarılması konusunda yapılacak çalışmalara destek olması hedeflenmektedir.

Anahtar Sözcükler: Van, Tarihi ve Turizmi, I. Dünya Savaşı, Ermeni İsyanları, Ruslar.

EFFECTS ON HISTORY, CULTURE AND TOURISM OF VAN OF TURKISH-ARMENIAN RELATIONS THE BEGINNING OF THE XX. CENTURY

Abstract

Van was in the center between east-west due to its has geograpical features and military-strategic direction. Van was at the center between east-west with its geographical features and military-strategic position. This position of Van has provided an atmosphere for the centuries of different ethnicity and cultures to live together in peace and tranquility. However, in the last period of the Ottoman Empire, many states such as England, France, Russia and Germany have benefited from this feature of Van; where they were engaged in economic, intelligence and missionary activities, and at the end of which they encouraged the Armenians, who were called "Loyal Nation", to rebel. Eventually, the Armenians living in Van, revolted and cooperated with the Russians in the First World War. This situation facilitated occupation and destruction of Van. In this context, cultural and tourism values such as Van Province, Van Castle, government buildings, libraries, newspaper printing houses and handcrafts with weaving centers those accumulation of people connected to different ethnic roots have been damaged in Old Van, which has a great historical background.

The purpose of this study is to reveal the historical and cultural values that Van possesses in terms of the principles of history science, archive documents, newspaper of that period, memorabilia and photograpgs and reveal the cultural and tourism potential of the city with the

old position next to Van Castle. This study also aims to promote Van, which has a great history, to contribute to the world science, culture and tourism to draw attention to tourism values and to provide support for their efforts to transfer them to future generations.

Key words: Van, History and Tourism, World War I, Armenian Uprisings, Russians

ÇANKIRI, ELDİVAN, BÜLBÜL PINARI MESİRE YERİNİN PEYZAJ TASARIMI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Nazan KUTER

Çankırı Karatekin Üniversitesi
nkuter@karatekin.edu.tr

Mihriye ÇAKMAK

Çankırı Karatekin Üniversitesi
168107003@ogrenci.karatekin.edu.tr

Özet

Özellikle endüstrileşme ve hızlı kentleşmenin görüldüğü kentlerde nüfus artışına paralel olarak artan yapı yoğunluğu ve plansız gelişmeler, kentler ile kırsal alanlar arasındaki ilişkilerin kopmasına, mevcut açık ve yeşil alanların hızla tüketilmesine, kentlerin insan yaşamı için sosyal, kültürel ve biyolojik açıdan yetersiz çevreler haline dönüşmesine neden olmuştur. Çankırı kentinin önemli yeşil alanlarından biri olan ve Eldivan ilçesinde ormanlık bir alan içerisinde yer alan Bülbül Pınarı Mesire Yeri ise, kentte yaşayan insanların rekreasyonel ihtiyaçlarını büyük oranda karşılayan bir alan olma özelliğinden dolayı araştırma alanı olarak seçilmiştir. Bu araştırmada; mevcut alanın peyzaj tasarımı kapsamında değerlendirilmesi, sorunlarının ortaya konulması ve bu kapsamda karşılaşılan sorunlu alanlara özgü öneri peyzaj tasarımları ve görselleştirmelerin yapılması amaçlanmıştır.

Peyzaj tasarım çalışmalarında tasarım gücünün yanı sıra görsel iletişimin güçlenmesinde önemli ölçüde avantajlar sağlayan modelleme teknikleri büyük önem taşımaktadır. Tasarımcıya karar verme aşamasında yardımcı olan görsel modeller aynı zamanda kullanıcıların mekânı tanımlayabilmesi ve algılayabilmesini kolaylaştırmakta ve alternatif projeler arasında seçim yapabilmesini sağlamaktadır. Peyzaj tasarım çalışmalarında modellemenin önemini de vurgulamayı amaçlayan bu araştırma kapsamında öncelikle bilgisayar destekli tasarımın peyzaj mimarlığı meslek disiplini alanındaki kullanım yeri ve önemi hakkında bilgi verilmiş, daha sonra ise önemli rekreasyon alanlarından biri olan mesire yerleri tasarım ilkeleri kapsamında irdelenmiştir. Son aşamada ise; yapılan alan etüt-analiz çalışmaları sonucunda kullanıcıların tercihleri ile alanda karşılaştıkları kullanım sorunları da dikkate alınarak ve AutoCAD 2016, Adobe Photoshop CC, Sketchup 2015 ve Lumion 6.0 çizim programları kullanılarak mesire alanında saptanan sorunlu alanlara yönelik öneri peyzaj tasarımları geliştirilmiş ve üç boyutlu görselleştirmeler yapılmıştır.

Anahtar sözcükler: Peyzaj Tasarımı, Modelleme, Rekreasyon, Mesire Yeri, Çankırı

THE EVALUATION OF ÇANKIRI, ELDİVAN, BÜLBÜL PINARI PROMENADE AREA IN THE FRAME OF LANDSCAPE DESIGN

Abstract

In cities, especially, where industrialization and rapid urbanization, increasing density of buildings and unplanned developments in parallel with population growth have caused the disconnection of relations between cities and rural areas, the rapid depletion of existing open and green areas, and consequently, cities have become socially, culturally and biologically inadequate environments for human life. Bulbul Pinar promenade area, one of the important

green areas of the city of Cankiri and located in a forested area in the district of Eldivan, has been chosen as a research area since it meets the recreational needs of people living in the city. This research has aimed to evaluate the existing area within the frame of landscape design, to put forward its problems, and to make suggestions about landscape designs and visualizations specific to the troubled areas within this context.

In landscape design studies, apart from the design strength, modelling techniques, which provide significant advantages in strengthening the visual communication, are of great importance. Visual models not only assist the designer in the decision-making phase but also make it easier for users to identify and perceive the space and allow them to choose between alternative projects. This research aims to emphasize the importance of modelling in landscape design studies. Firstly, the importance and the area of use of computer aided design in landscape architecture were introduced. Secondly, promenade areas, as being one of the important recreation areas, were discussed within the frame of design principles. And finally, both according to the results of the field survey-analysis and taking into account the preferences of the users and the problems they face within the area, the associated landscape designs and 3-D visualizations were developed for the problematic places in the promenade area by using AutoCAD 2016, Adobe Photoshop CC, Sketchup 2015 and Lumion 6.0 drawing programs.

Key words: Landscape Design, Modeling, Recreation, Promenade Area, Cankiri

İZMİR, ÇEŞME VE YAKIN ÇEVRESİ PEYZAJ ÖZELLİKLERİNİN ALTERNATİF TURİZM OLANAKLARI KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Nazan KUTER

Çankırı Karatekin Üniversitesi
nkuter@karatekin.edu.tr

Prof. Dr. Elmas ERDOĞAN

Ankara Üniversitesi
eerdogan@ankara.edu.tr

Özet

Kitle turizminin artan çevresel ve sosyo-kültürel etkileri nedeni ile doğal, kültürel ve tarihi peyzaj değerlerinin zarar görmesi alternatif turizmin önem kazanmasını sağlamıştır. Doğal kaynakların korunması ve sürdürülebilirliğini güvence altına alan, yerel halkın ekonomik açıdan gelişimini sağlayan ve geleneksel yaşam ile entegre olmuş, yöresel değer ve kaynakları farklı nitelikte kullanan bir turizm türü olan alternatif turizmin gelişiminde turizmin çeşitlendirilmesi ve tüm yıla yayılması yönündeki çalışmalar etken olmuştur.

Bu bildiride; coğrafi niteliği, doğal, kültürel, tarihi ve arkeolojik peyzaj değerleri, iklimsel özellikleri, jeotermal kaynakları, turizm olanak ve aktivite çeşitliliği ile alternatif turizme olanak sağlayan bir yöre olma özelliği nedeni ile Çeşme ilçesi ve yakın çevresi araştırma alanı olarak seçilmiştir. Çalışmanın gerçekleştirilmesinde izlenen yöntem üç aşamalıdır. İlk aşamada konu ile ilgili kaynak araştırması yapılmış, ikinci etapta alan etüt ve analiz çalışmaları gerçekleştirilmiş son aşamada ise elde edilen bulgular sentezlenerek öneriler geliştirilmiştir.

Bu kapsamda; öncelikle yörenin doğal, kültürel, tarihi değerleri ve kaynak potansiyeli ile kültürel peyzaj özellikleri tanımlanmıştır. Daha sonra gelişmiş kıyı turizmi, sörf turizmi, yat turizmi, dalış turizmi, dağ turizmi, doğa turizmi, kamp karavan turizmi, tarih ve kültür turizmi, inanç turizmi, kongre turizmi ile ekoturizm, agroturizm, gastro turizm, sağlık ve termal turizm vb. gibi alternatif turizm türleri açısından ulusal ve uluslararası boyutta önemli bir potansiyele sahip olan yöre alternatif turizm olanakları kapsamında değerlendirilmiştir. Yanı sıra, Çeşme ilçesi ve yakın çevresi sahip olduğu turizm olanakları bağlamında tartışılarak karşılaşılan sorunlar irdelenmiş, kaynakların sürdürülebilir kullanımı ve gelecek nesillere aktarımı doğrultusunda öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar sözcükler: Alternatif Turizm, Doğa Koruma, Kültürel Peyzajlar, Çeşme

THE EVALUATION OF İZMİR, ÇEŞME DISTRICT AND ITS NEAR ENVIRONS IN THE FRAME OF ALTERNATIVE TOURISM

Abstract

Degradation of natural, cultural and historical landscape values due to increasing environmental and socio-cultural effects of mass tourism has increased the importance of alternative tourism. As a type of tourism, alternative tourism ensures the preservation and sustainability of natural resources, brings economic development to the local people, and uses regional values and resources in different qualities which are integrated with the local traditional values. Studies held on both the diversification of tourism and the prolongation of tourism season to a whole year has significant contribution in the development of alternative tourism.

In this declaration; Çeşme district and its near environs have been selected as research area since the region enables alternative tourism with its geographical characteristics, natural, cultural,

historical and archaeological landscape values, climatic characteristics, geothermal resources, tourism activities and its diversity. The method used in this study has three main stages. At the first stage, literature study was made, then the research area was analysed the data obtained from the first two stages were synthesized and suggestions were offered.

In this context; first of all the region was introduced with its natural, cultural and historical values and landscape characteristics. Then, at the second stage the area was evaluated as far as its developed coastal tourism, surf tourism, yacht tourism, diving tourism, mountain tourism, nature tourism, camping caravan tourism, history and culture tourism, faith tourism, congress tourism, and ecotourism, agro tourism, gastro tourism, health and thermal tourism, and these are concerned as a potential at both national and international scales. And at the final stage, tourism possibilities of Çeşme district and its near environs were discussed and suggestions were developed within the frame of sustainable use of resources and transfer to future generations by examining the problems encountered.

Key words: Alternative Tourism, Nature Conservation, Cultural Landscapes, Çeşme

KENT ORMANLARINDA REKREASİYONEL FAALİYETLERİN TOPRAK ÖZELLİKLERİNE ETKİLERİ

Yrd. Doç. Dr. Ebru GÜL

Çankırı Karatekin Üniversitesi
ebru@karatekin.edu.tr

Doç.Dr. Nazan KUTER

Çankırı Karatekin Üniversitesi
nkuter@karatekin.edu.tr

Özet

Kentte yaşayan insanların rekreasyonel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kent içi ve yakın çevresinde doğal ya da suni olarak tesis edilen kent ormanları Türkiye’de özellikle son yıllarda önem kazanmıştır. Kentsel yaşam kalitesinin gelişiminde etkin rol oynayan kent ormanlarının kent ekolojisine de katkıları büyüktür. Bu araştırma ile Çankırı ili Kenbağ Mevkiinde bulunan Çankırı Kent Ormanı’nda gerçekleştirilen rekreasyonel faaliyetlerin (piknik, yürüyüş vb.) toprak özellikleri üzerine etkilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda araştırma alanı içerisinde rekreasyonel faaliyetlerin gerçekleştirildiği ve rekreasyonel faaliyetlerden etkilenmeyen alanlardan 0-30 cm derinlikten toprak örnekleme yapılacaktır. Alınan toprak örneklerinde toprak organik maddesi (TOM), toprak kum, kil ve silt içeriği, pH, hacim ağırlığı (HA), elektriksel iletkenlik (EC) ve toprak sıkışması ölçülecektir. Araştırma sonucunda Çankırı Kent Ormanında gerçekleştirilen rekreasyonel faaliyetler tespit edilecek ve bu faaliyetlerin genel toprak özellikleri üzerine etkileri kapsamında öneriler geliştirilecektir.

Anahtar sözcükler: Kent Ormanı, Rekreasyon, Toprak Sıkışması, Ekoloji, Çankırı

EFFECTS OF RECREATIONAL ACTIVITIES IN URBAN FOREST ON SOIL PROPERTIES

Abstract

In order to supply with the recreational requirement of the people living in the city, the urban forests which are natural or artificially established in the city and its near environs, have gained importance especially in recent years in Turkey. Urban forests, which play an active role in the development of urban quality of life, also contribute to urban ecology. With this research, it was aimed to determine the effects of recreational activities (picnic, hiking, etc.) on soil characteristics in Çankırı Urban Forest which is located in Kenbağ, Çankırı province. In this context, soil sampling will be taken 0-30 cm depth from areas which are effected and unaffected from recreational activities. Soil textural separates, pH, bulk density (BD), electrical conductivity (EC), soil organic matter (SOM) content and soil compaction were measured on the soil samples. Result of this research, recreational activities will be determined in Çankırı Urban Forest and suggestions will be developed within the frame of the effects of these activities on general soil characteristics.

Key words: Urban Forest, Recreation, Soil Compaction, Ecology, Çankırı

BAYBURT-ERZURUM İLİ KOP DAĞI MÜDAAFAASI TARİHİ MİLLİ PARKI'NIN EKOTURİZM KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Prof. Dr. Elmas ERDOĞAN

Ankara Üniversitesi
eerdogan@ankara.edu.tr

Nergiz BELEN

Orman ve Su İşleri Bakanlığı
nbelen@ormansu.gov.tr

Özet

Doğal, kültürel ve tarihi alanların korunması, sürdürülebilirliğinin sağlanması amacı ile ülkesel kalkınma sürecinde doğal ve tarihi alanlar milli park olarak ilan edilmektedir. Kop Dağı Müdafaası Milli Parkı; 2016 yılında Bayburt ili Merkez ilçesi ile Erzurum ili Aşkale ilçesi arasında konumlanmış Türkiye'nin 42. Milli parkı olarak tescillenerek koruma altına alınmıştır. Kop Dağı Müdafaası Milli Parkı sahip olduğu doğal değerlerinin yanında I. Dünya Savaşı'nda Rus ordusunun durdurulmasında büyük önem taşıması ve gerek savaşın gerekse Türklerin geleceğinin seyrini değiştiren önemli bir cephe olması nedeni ile tarihi ve anıtsal değere sahip bir alandır. Tarihi çok daha eski dönemlere dayanan alan tarihi ipek yolu güzergahının tam ortasında yer almakta, yörede ipek yolu kalıntıları halen bulunmaktadır. Kop Dağı Müdafaası Milli Parkı alanın tarihi değeri ve alan içerisinde bulunan çok sayıda şehitliklerinin yanı sıra nesli tehlike altında olan Stschys Bayburtensis isimli endemik bitki varlığı ve Türkiye'nin en zengin kelebek alanlarından biri olması, 10'u endemik 37'si nadir olmak üzere 134 kelebek türünü barındırması nedeni ile milli park statüsünü almıştır. Türkiye ulusal tarihinde önemli bir yere sahip olan bu cephenin tarihi kimliği, milli parkın sürdürülebilir kalkınma ve doğal kaynak ve değerlerinin gelecek nesillere iletilmesi önem taşımaktadır. Bu kapsamda gerçekleştirilen bu çalışma ile söz konusu milli parkın kaynak değerleri irdelenerek, sorun ve olanakları ortaya konularak ülke ekonomisine katkı sağlaması ve sorumlu ve ekolojik temelli turizm yaklaşımı olan ekoturizm açısından değerlendirilmesine yönelik öneriler geliştirilecektir. Tarihi, doğal ve kültürel değerlerinin envanterinin oluşturulmasına katkı sağlaması ve benzer çalışmalara örnek oluşturulması amaçlanmıştır. Ekoturizm aktiviteleri ile alanı ziyarete gelecek hemen her yaş grubunun ülke tarihi ile ilgili önemli olaylara sahne olmuş bu tür alanlar ile ilgili bilgi edinmeleri ve deneyim yaşamaları sağlanacaktır. Ekoturizm olgusu irdelenerek bileşenleri ortaya konulacaktır. Son aşamada Kop Dağı Müdafaası Milli Parkı alanı için ekoturizm kapsamında koruma ve kullanma önerileri geliştirilecektir. Bölgenin turizm potansiyeli göz önünde bulundurularak yörenin kalkınması ve sürdürülebilirliğine alternatif kullanımlar ortaya konulacaktır.

Anahtar sözcükler: Milli Park, Kop Dağı Müdafaası, Koruma, Ekoturizm, Bayburt, Erzurum

EVALUATION OF ECOTURISM CONCEPT IN CASE OF BAYBURT-ERZURUM THE KOP MOUNTAIN DEFENSE NATIONAL PARK

Abstract

In order to conserve and sustain natural, cultural and historical values, areas subject to these values are restricted as national parks. Kop Mountain National Park which is situated between the cities of Bayburt and Erzurum was restricted in 2016 as the 42nd. National park of Turkey. Kop Mountain National Park is important as being a defense area against Russian army during First World War as well as its natural, historical and memorial values. So, the area has a great

memorial and historical value. Besides, the area is situated on the mid point of old silk road. On the other hand, there are the cemeteries of the died in the war besides an endemic plant namely " Stschys Bayburtensiz" and a rich habitat of butterfly area in habiting to endemic and 37 rare migue butterfly species. In the context, the consenation og the area with it's historical iden tity and natural resource values gains importance in this study decleration, first of all the resorces of the area will be identific and the problems and potentials of the nation park and it's near envirous will be set. The ecotourism approach will be discussed with all the components. At the final stage suggestion the conservation and usages for Kop Mountain National Park area in the frame of ecotourism will be proposed. On the other hand, alternative usages and potentials for the devolpment and sustainable of the area in case of ecotourism as for as it's tourism potantial is concerved will be offered.

Key words: National Park, Kop Mountain, Conservation, Ecotourism, Bayburt, Erzurum

EXAMINING THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM RECEIPTS AND CURRENT ACCOUNT BALANCE FOR WEST ASIAN COUNTRIES: A PANEL DATA ANALYSIS

Assis. Prof. Önder BÜBERKÖKÜ

Yüzüncü Yıl University
onderbuber@gmail.com

Asist. Prof. Celal KIZILDERE

Yüzüncü Yıl University
celalkzldere@gmail.com

Abstract

Tourism receipts can play an important role in stimulating economic growth through channels such as foreign exchange earnings and new infrastructure. The impact of tourism revenues is first seen in the current account balance, which is a major indicator used in the economic and financial system to monitor the sustainability of economic growth. According to the World Travel and Tourism Council (WTTC, 2016), annual international tourist arrivals have reached nearly 1.2 billion, the sector has reached an annual output of US\$7.6 trillion, and tourism is expected to grow by 4% annually over the next 10 years. Therefore, this study examines the long-run relationship between tourism receipts and the current account balance for 10 West Asian countries—Armenia, Azerbaijan, Bahrain, Cyprus (which comprises North and South Cyprus), Georgia, Israel, Jordan, Kuwait, Oman, and Turkey—using panel co-integration tests for the period of 1997 to 2013. Both tourism receipts and current account balance are identified as ratios to GDP. Pedroni (1999, 200) and Kao (1999) panel co-integration tests were employed to investigate whether these variables have long-run relationships. Then, to obtain robust results, the long-run coefficients were estimated using Pedroni's (2004) panel group mean FMOLS (Fully Modified Least Squares), DOLS (Dynamic Ordinary Least Square), and Pesaran et al.'s (1997, 1999) PMG (Pooled Mean Group) estimators. Panel results show that the relevant variables have a statistically significant and negative long-run relationship, implying that an increase in tourism receipts generally helps reduce the current account deficits of the investigated West Asian countries.

Key words: Tourism Receipts, Current Account Balance, West Asian Countries, Panel Data Analysis

VAN İLİ GEVAŞ İLÇESİ PEYZAJ DEĞERLERİ VE EKOTURİZM POTANSİYELİ İLİŞKİSİ

Öğr. Gör. Dr. Feran AŞUR

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

feranasur@yyu.edu.tr

Özet

Özellikle doğal ve kültürel alanlara yönelik yapılan bir etkinlik olan ekoturizm, katılımcılara bilgi verip deneyimler sağlarken yerel halkların sosyo-ekonomik refahını geliştirip, doğal ve kültürel alanların korunması için ekonomik faydalar sağlamaktadır. Van ilinin Gevaş İlçesi doğal peyzaj güzellikleri ve kültürel peyzaj değerleri ile ekoturizmin gerçekleştirilebileceği potansiyeline sahiptir. Çalışma alanı olarak seçilen Van iline bağlı Gevaş ilçesi göl varlığı, dağları, ormanlık alanları, çayları gibi doğal varlıkları, değişken topoğrafik yapısı, bünyesindeki flora ve fauna zenginlikleri, el sanatları ve geleneksel ürünleriyle, tarihsel zenginliği ve kültürel mirası ile ekoturizm açısından önemli kayanağa sahiptir. Bu çalışmada, Gevaş ilçesinin peyzaj kaynaklarının varlığıyla ekoturizm potansiyelini belirlemek amaçlanmıştır. Araştırmada yöntem olarak literatür taraması yapılarak, ilgili kurumdan bilgi alınmış, bazı ekoturizm etkinliklerine uygunluğu yerinde gözlemlerin gerçekleştirilmesi ve bölgede yapılan çalışmalar yardımıyla potansiyel turizm etkinlikleri ortaya konulmuştur.

Çalışmanın sonucu olarak; Gevaş'ın ekoturizmin gelişmesi ve iyileşmesi için çözüm önerileri getirilmeye çalışılmıştır. İlçede doğal ve kültürel peyzaj varlıklarıyla, coğrafi ve sosyo-kültürel bakımından ekoturizme kaynak oluşturabilecek önemli değerler bulunduğu ve bölgenin yerel yönetim, sivil toplum, üniversite ve kamu yatırımlarıyla önemli bir ekoturizm merkezi olabileceği düşünülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Doğal Peyzaj, Kültürel Peyzaj, Ekoturizm, Gevaş Turizmi

RELATIONSHIP OF LANDSCAPE VALUES AND ECOTOURISM POTENTIAL OF GEVAS DISTRICT OF VAN PROVINCE

Abstract

Ecotourism is an activity especially for natural and cultural areas, providing experiential knowledge and experience while improving the socio-economic prosperity of local people and providing economic benefits for the protection of natural and cultural areas.

Gevaş District of Van Province has the potential to realize eco-tourism with its natural landscape beauties and cultural landscape values. The Gevaş district of the province of Van, which is selected as a study area, has natural resources such as lakes, mountains, forests and teas, a varied topographic structure, flora and fauna within it, handicrafts and traditional products, historical richness and cultural heritage has significant resources in terms of ecotourism. In this study, it is aimed to determine the potential of ecotourism by the existence of landscaping resources of Gevaş district. Literature survey was conducted as a method in the research, information was obtained from the related institution, potential observations were made in accordance with some ecotourism activities and potential tourism activities were conducted with the help of studies conducted in the region.

As a result of study; Gevaş's attempts to develop solutions for the development and improvement of ecotourism have been tried. It is thought that the region has important values that can create ecotourism in terms of geographical and socio-cultural aspects with its natural and cultural landscaping assets and it is thought that the region could be an important ecotourism centre with local government, civil society, university and public investments.

Key words: Natural Landscape, Cultural Landscape, Ecotourism, Gevaş Tourism

TURİZM İŞLETMELERİNDEKİ İŞGÖRENLERİN ÖRGÜTSEL GÜVEN ALGILARI İLE ÖRGÜTSEL SİNİZM TUTUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ

Yrd. Doç. Dr. Serkan NAKTİYOK

Kafkas Üniversitesi
snaktiyok@kafkas.edu.tr

Öğr. Gör. Erol GEÇGİN

Kafkas Üniversitesi
erolgecgin@kafkas.edu.tr

Öğr. Gör. Murat KORUCUK

Kafkas Üniversitesi
muratkorucuk@hotmail.com

Özet

Bu çalışmada, iş görenlerin işletme sahiplerinin veya yöneticilerinin iş görenlerine karşı dürüst olacaklarına ve onlara karşı vermiş oldukları taahhütleri yerine getireceklerine dair iş görenlerin inanç ve desteklerinin sağlanması durumunu ifade eden örgütsel güven ile iş görenlerin çalıştığı örgüte karşı geliştirdiği, bilişsel, duygusal ve davranışsal boyutları içeren negatif bir tutum olan örgütsel sinizm arasındaki ilişkinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Bu amaçla Kuzeydoğu Anadolu bölgesinde bulunan 3,4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan 340 iş gören üzerine bir çalışma yapılmıştır. Araştırmada nicel verilere dayalı araştırma ve ölçme yöntemi kullanılmış ve veri toplama aracı olarak anket yönteminden yararlanılmıştır. Örgütsel güven algısı yöneticiye güven ve örgüt içi güven algısı olmak üzere iki boyutta ele alınmıştır. İş görenlerin yöneticilerine karşı olan güven algıları Schoorman (1996) ve arkadaşları tarafından geliştirilen ve 4 ifadeden oluşan bir ölçek ile iş görenlerin örgüt içi güven algısı ise Nyhan ve Marlow (1997) tarafından geliştirilmiş olan ve yine 4 ifadeden oluşan bir ölçekle belirlenmeye çalışılmıştır. İş görenlerin örgütsel sinizm tutumlarını belirlemeye yönelik ise Dean (1999) ve arkadaşları tarafından geliştirilmiş olan ve 13 ifadeden oluşan örgütsel sinizm ölçeği kullanılmıştır.

Ölçeklerin güvenilirlik düzeyleri içsel tutarlılık yöntemi ile hesaplanmış ve cronbach alpha güvenilirlik ölçütü kullanılmıştır. Ölçeğin geçerliliği; yüzeysel, yakınsama, ayrışma geçerliliği ve faktör analizleri yapılarak ortaya konulmuştur. Korelasyon analizi ile değişkenler arasında ilişkinin var olduğu belirlendikten sonra, değişkenler arasındaki ilişkinin matematiksel bir model olarak açıklanmasını ifade eden regresyon analizinden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgular, iş görenlerin örgütsel güven algıları ile örgütsel sinizm tutumları arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğunu gösterir niteliktedir.

Anahtar sözcükler: Örgütsel Güven, Örgütsel Sinizm, Yöneticiye Güven, Örgüt İçi Güven

THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL CONFIDENCE PERCEPTION AND ORGANIZATIONAL CYNICISM ATTITUDE OF THE WORKING STAFF IN TOURISM BUSINESS

Abstract

In this study, we aimed to determine the relationship between organizational confidence, which expresses the state of provision of belief and support that the working staff have concerning that business owners or managers will be honest and will fulfill their commitments to them; and a negative attitude, organizational cynicism, including cognitive, emotional and behavioral

dimensions that working staff develop against his business. For this purpose, a study was conducted on 340 working staff working in 3,4 and 5 star hotels in Northeast Anatolia region. Research and measurement method based on quantitative data was used in the study and questionnaire method was used as data collection tool. The organizational confidence perception was analyzed in two dimensions as the confidence perception to their managers and the intra-organizational confidence perceptions. The confidence perception of the working staff to their managers was tried to be determined through a scale with 4 definitions which was developed by Schoorman (1966) and his friends and also organizational confidence perception of the working staff again was tried to be determined through a scale with 4 definitions developed by Nyhan and Marlow (1997). As for to determine the organizational cynicism attitude of working staff , the organizational cynicism scale with 14 definitions developed by Dean (1999) and his friends was used.

Reliability levels of the scales were calculated by the internal consistency method and cronbach alpha credibility measure was used. The validity of the scale was put forth by conducting superficial, convergence, decomposition validity and factor analysis. Once it is determined that there is relationship among variables via the correlation analysis, regression analysis which explains the relationship between variables as a mathematical model was used. Findings obtained show that there is a negative relationship between the organizational confidence perception and the organizational cynicism attitude of working staff.

Key words: The Organizational Confidence, The Organizational Cynicism, The Confidence To The Manager, The Intra-Organizational Confidence

KONUŞ, TATMİN OL VE İŞİNİ İHMAL ETME: ÇALIŞAN SESLİLİĞİNİN, İŞ TATMİNİ VE İŞ İHMALİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR UYGULAMA

Arş. Gör. Göknur ERSARI

Atatürk Üniversitesi
goknurersari@atauni.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Burcu TURAN TORUN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
burcuturan@yyu.edu.tr

Prof. Dr. Atılhan NAKTİYOK

Atatürk Üniversitesi
anakti@atauni.edu.tr

Özet

Günümüzün hızla değişen karmaşık iş ortamında, yöneticiler problemleri çözmek için bilgi elde etmekte oldukça zorlanmaktadır. Yöneticiler var olan problemleri çözüp örgütsel etkinliği artırmak için çalışanlarının fikir ve düşüncelerine ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda, çalışanın risk alıp yöneticisiyle iş koşullarını değerlendirmesi ve iş ile ilgili problemler hakkında konuşması oldukça önemlidir. Çalışanın iş yerindeki problemleri çözmeye yönelik olarak fikirlerini, düşüncelerini ve varsa kaygılarını söylemesi çalışan sesliliği olarak adlandırılmaktadır (Morrison, 2011: 375).

Seslilik kavramını ilk olarak Hirschman (1970), çalışanın memnun olmadığı çalışma koşullarını iyileştirmeye yönelik sergilediği çaba olarak tanımlamıştır (Travis 2011). Bazı çalışanlar, iş koşullarından memnun olmadığı zaman bu durumu yöneticisiyle paylaşıp çözüm aramak yerine, iş ihmalini yapmayı tercih etmektedir. İş ihmal, çalışanın işin yapılması hususunda tam bir çaba göstermeme ve işyerinde yapılan faaliyetleri sınırlama çabasını içeren verimsiz çalışma davranış biçimidir (Bennett&Robinson, 2000). Morrison'a göre iş yerinde var olan çalışan sesliliği iş görenin kararlara katılmasını, sorunlara çözümler üretmesini, iş yerinde ortaya çıkan olumsuz davranışların azalmasını, örgütsel performansın ve iş tatmininin artmasını sağlayacaktır (Morrison, 2014). Bu bilgiler ışığındakurumun gelişimine katkı sağlayan çalışan sesliliğinin, iş tatminini artırıp iş ihmalini azaltması beklenmektedir. İş tatmini yüksek olan çalışanların işlerini severek ve daha verimli bir şekilde yaparken; iş ihmalini yapmayacağı öngörülmektedir.

Araştırmanın amacı, literatürde sessizlik kadar fazla çalışılmamış olan çalışan sesliliğinin iş tatmini ve iş ihmalini üzerindeki etkisini tespit etmektir. Bu amaçla Van'da bulunan otel çalışanları üzerinde yapmış olduğumuz anket uygulaması devam etmektedir. Elde edilen verilerle SPSS (22.0) paket programı kullanılarak güvenilirlik ve faktör analizleri ile birlikte belirlenen hipotezlerin test edilmesi için tanımlayıcı istatistikler, ANOVA, korelasyon ve regresyon analizleri yapılacaktır.

Anahtar Sözcükler: Çalışan Sesliliği, İş Tatmini, İş İhmali

TALK, BE SATISFIED AND DO NOT NEGLECT YOUR WORK: A PRACTICE FOR DETERMINING THE IMPACT ON WORKER VOICE, JOB SATISFACTION AND JOB NEGLECT

Abstract

In today's rapidly changing and complex business environment, managers are having a hard time getting information to solve problems. Managers need ideas and ideas from their employees to solve existing problems and increase organizational effectiveness. On this way, It is very important for the employee to take risks by evaluating the business conditions with the manager and to talk about the problems related to the business. What employees express their ideas, thoughts, and, if they have, anxiety in order to solve problem at the work place is called as employee voice (Morrison, 2011: 375).

Firstly, the concept of voice was defined, Hirschman (1970) as an effort by the employee to improve working conditions that the employee is not satisfied with (Travis 2011). When some employees are dissatisfied with the job conditions, they prefer to do business neglect rather than share this with their manager and look for a solution. Job neglect is a form of ineffectual work involving an effort to limit the work done at the workplace and not to make a full effort to do the job (Bennett & Robinson, 2000). According to Morrison, employee voice at the work place provides them joining to the decisions, to solve the problems, to decrease the number of negative behaviours at the workplace, to increase the number of organizational performance and job satisfaction. In the light of this information, employees' voice that contributes to the development of the company is expected to increase job satisfaction and reduce job neglect. While the employees with high job satisfaction are doing their jobs lovingly and efficiently, it is foreseen that they will not neglect work.

The aim of the research is to determine the effect of employee voice on job satisfaction and job neglect which has not been studied as much as silence in the literature. For this purpose, the survey that we have done on the hotel workers in Van is ongoing. The data which is obtained will be analyzed with descriptive statistics, ANOVA, correlation and regression to test hypothesis which is determined with reliability and factor analysis by using the pocket program SPSS (22.0)

Key words: Employee Voice, Job Satisfaction, Job Neglect

ÇALIŞANLARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ AÇISINDAN TÜKENMİŞLİK ALGILARI: BELEK'TEKİ 5 YILDIZLI OTELLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Öğr. Gör. Ahmet AKNAR

Hitit Üniversitesi
ahmetaknar@hitit.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Berat ÇİÇEK

Muş Alparslan Üniversitesi
b.cicek@alparslan.edu.tr

Yusuf Emre KARAKAŞ

İnönü Üniversitesi
y.emrekarakas@gmail.com

Özet

Çağımızda giderek karmaşıklaşan iş yapma usulleri çalışanlar açısından birçok olumsuzluğu da beraberinde getirmiştir. İşlerin yapılış şekillerinin zorlaşması, insan ilişkilerinde giderek artan gerginlikler ve ben merkezlik gibi yaygınlaşan davranışların neticesinde; çalışanların streslerinin artması, işe yabancılaşması, iş tatminlerinin düşmesi şeklinde sonuçlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu çalışmada sözü edilen sonuçlara benzer olan tükenmişlik sendromu ele alınmaya çalışılmıştır. Tükenmişliği; “başarısız olma, yıpranma, enerji ve gücün azalması veya tatmin edilemeyen istekler sonucunda bireyin iç kaynaklarında meydana gelen tükenme durumu” şeklinde tanımlayabiliriz.

Bu çalışmada otel işletmesi çalışanlarının demografik özellikleri açısından tükenmişlik düzeylerinin ortaya konulabilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda çalışmaya veri toplamak, nicel bir araştırma gerçekleştirmek ve çalışanların mesleki tükenmişlik düzeylerini belirlemek amacıyla Kristensen ve arkadaşları (2005) tarafından geliştirilmiş olan “Tükenmişlik Ölçeği”nden faydalanılmıştır. Ölçek tek boyut ve 7 ifadeden oluşmaktadır. Anket Antalya-Belek bölgesinde faaliyette bulunan 5 yıldızlı otel işletmesi çalışanlarına Ocak – Nisan ayları arasında uygulanmıştır. Ankete 197 çalışan geri dönüş yapmıştır. Araştırma bulgularının literatüre katkı sağlamasının yanı sıra, uygulamada otel işletmelerine problemin tespiti açısından çözüm önerileri getirmesi hedeflenmektedir.

Anahtar Sözcükler: Tükenmişlik, Tükenmişlik Sendromu, Otel İşletmeleri

BURNOUT PERCEPTION OF EMPLOYEES IN THE TERMS OF THEIR DEMOGRAPHICAL AFFAIRS: A RESEARCH ON FIVE STAR HOTELS IN BELEK

Abstract

Work procedures which increasingly become more complex recently have brought many negativeness up for employees. With the increasing difficulties in making works, rising tension in human relations and behaviors like egocentrism, end up with increases in the stress of employees, alienation of work, and decreases in job satisfaction have begun to emerge. In this study, it is achieved to handle burnout syndrome which is similar to those results that talked about. Burnout conception can be defined as, “failure, worn out, reduced energy and power, or exhaustion of the individual's internal resources as a result of unfulfilled wishes.” In this study, it is aimed to investigate burnout level of hotel employees in the terms of demographical affairs. In this context, data collection to work has been utilized in the "Burnout Scale" developed by Kristensen et al. (2005) in order to conduct quantitative research and determine occupational

burnout levels of employees. The scale consists of one dimension and seven expressions. The survey was conducted between January and April for 5-star hotel employees which are located in Antalya-Belek region. 197 employees returned to the survey. It's expected to provide contributions to literature through the findings of the research. In addition to that, it is aimed to find some solutions for the hotel firms in the meaning of defining the problem.

Key words: Burnout, Burnout Syndrome, Hotel Firms

KİLİS İLİ'NİN GASTRONOMİ TURİZMİ POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ VE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN KİLİS MUTFAĞINA YÖNELİK ALGILARI

Öğr. Gör. Melda HARBALIOĞLU

Kilis 7 Aralık Üniversitesi
mharbalioglu@kilis.edu.tr

Öğr. Gör. Gamze ÖZEL

Kilis 7 Aralık Üniversitesi
gozel@kilis.edu.tr

Öğr. Gör. Fethullah YILDIZ

Kilis 7 Aralık Üniversitesi
fethullah_yildiz@kilis.edu.tr

Özet

Türk mutfağı gün geçtikçe dünya mutfakları arasında yerini almakta ve gastronomi turizmi kapsamında önem arz etmektedir. Kilis mutfağı ekşili malhita, lebeniye, Kilis tava, oruk, kümbülmüşviyye, şihilmöhşe, bulamaç, gerebiç, züngül, Kilis katmeri, mayanalı kahke, gün pekmezi, sucuk hapisası ile gastronomi turizmi açısından turistlerin taleplerini karşılayabilecek potansiyele sahiptir. Bu çalışmada zengin Türk mutfağı ve Halep mutfağının özelliklerini yansıtan Kilis ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin ve Kilis yemeklerini en etkin bir şekilde tanıtımını sağlayabilecek üniversite öğrencilerinin Kilis yemeklerini tanıma durumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Kilis mutfağının gastronomi turizmi potansiyelini belirlemeye yönelik kavramsal bir inceleme yapılmış ve Kilis ilinde öğrenim gören üniversite öğrencilerine Kilis mutfağını tanıma durumlarını belirlemeye yönelik anket uygulanmış olup, Kilis yemeklerinin tanınırlığına ve sürdürülebilirliğine yönelik öneriler getirilmiştir.

Anahtar sözcükler: Kilis, Gastronomi Turizmi, Üniversite Öğrencileri

GASTRONOMY TOURISM POTENTIAL OF KİLİS AND UNIVERSITY STUDENTS' PERCEPTIONS FOR KİLİS CUISINE

Abstract

The Turkish cuisine is gradually taking its place among the world cuisines and it is important within the scope of gastronomic tourism. Kilis cuisine has the potential to meet the demands of tourists in terms of gastronomy tourism with Ekşili Malhita, Lebeniye, Kilis Tava, Oruk, Kümbülmüşviyye, Şihilmöhşe, Bulamaç, Gerebiç, Züngül, Kilis Katmeri, Mayanalı Kahke, Gün Pekmezi, Sucuk Hapisası. In this study, it was aimed to determine the gastronomic tourism potential of Kilis province, which reflects the characteristics of rich Turkish cuisine and Aleppo cuisine, and it was aimed to determine the recognition of Kilis cuisine by university students who can provide the most effective presentation of Kilis cuisine. For this purpose, a conceptual study was carried out to determine the gastronomic tourism potential of Kilis cuisine. Then, a questionnaire was applied to university students who were studying in Kilis to determine the status of recognition of Kilis cuisine. Finally, suggestions have been made for the recognition and sustainability of Kilis cuisine.

Key words: Kilis, Gastronomy Tourism, University Students

VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ KREDİ YURTLAR KURUMUNDA KALAN ÖĞRENCİLERİN REKREASYON ETKİNLİKLERİN İNCELENMESİ

Yrd. Doç. Dr. M. Bülent ASMA

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
mbulentasma@yyu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Funda COŞKUN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
fcoskun@yyu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Yıldırım Gökhan GENCER

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ygokhangencer@yyu.edu.tr

Okt. Fatih Eriş

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
fatiheris@yyu.edu.tr

Özet

Bu araştırma üniversitede öğrenim görmekte olan ve öğrenci yurdunda ikamet eden öğrencilerin rekreasyon faaliyetlerini değerlendirme amacıyla yapılmıştır.

Çalışmanın evrenini 2015-2016 eğitim-öğretim yılında Van Yüzüncü Yıl Üniversitesinde öğrenim gören ve Kredi Yurtlar Kurumu Yurtlarında ikamet eden % 56'sı erkek, % 44'ü kadın toplam 301 öğrenci oluşturmaktadır. Öğrencilerin % 24,6'sı Edebiyat Fakültesi, % 17,3'ü Eğitim Fakültesi, % 7,3'ü İktisat Fakültesi, % 14'ü İlahiyat Fakültesi, % 7'si Meslek Yüksekokulu, % 4,3'ü Beden Eğitimi Yüksekokulu, % 4,3'ü Tıp Fakültesi, % 3'ü Veterinerlik Fakültesi, % 6.3'ü Ziraat Fakültesi ve %9,3'ü Mühendislik fakültesinde öğrenim görmektedir.

Bu çalışmada öğrencilerin yaş, cinsiyet, öğrenim gördüğü bölüm, aylık harcama, çalışma durumu ve boş zaman değerlendirme tercihleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaca yönelik 20 sorudan oluşan anket uygulanmıştır. Çalışmaya katılan öğrencilerin fakültelerine göre tercih ettikleri rekreasyon aktivitelerini karşılaştırmak için SPSS programlarından ANOVA testi, cinsiyete göre tercih ettikleri rekreasyon aktivitelerini karşılaştırmak için ise independent t-test uygulanmıştır. Araştırma sonucunda; öğrencilerin boş zaman etkinliklerinde yaş, bir işte çalışıp çalışmama durumu ve aylık harcamalar değişkenlerinde her hangi bir anlamlı farklılık bulunmazken ($P>0.005$), cinsiyet ve okudukları bölüm değişkenlerinde anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($P<0.005$). Ayrıca öğrencilerin öncelikli olarak yaptıkları ilk beş rekreasyon etkinlikleri ise, müzik dinlemek, arkadaş sohbetine katılma, çay bahçesine ve sahile gitme, spor yapma ve kişisel hobileri ile uğraşma olarak belirlenmiştir.

Anahtar sözcükler: Boş Zaman Etkinliği, Rekreasyon, Fiziksel Aktivite, Spor

THE ANALYSIS OF RECREATION ACTIVITIES OF STUDENTS RESIDING AT YUZUNCU YIL UNIVERSITY DORMITORIES

Abstract

Current research was conducted to evaluate recreational activities of students who study at Van Yuzuncu Yil University and reside at dormitory.

Sample of the study consists of 301 students who study at Yuzuncu Yil University and reside at dormitories. 56 % of participants are male and 44 % are female. 24.6 % of the students are at the

Faculty of Literature, 17.3 % are at the Faculty of Education, 7.3 % are at the Faculty of Economics, 14 % are at the Faculty of Divinity, 7 % are at Vocational School, 4,3 % of are at Faculty of Medicine, 3 % of are at Veterinary Faculty, 6.3 % of are at Faculty of Agriculture, and 9,3 % of are at Faculty of Engineering.

For current research, age, gender, department, working or not working and monthly spending of participants were tried to be indicated. In order to indicate these variables, a questionnaire, including 20 questions was applied. Parametric tests, namely independent t-test and ANOVA were conducted.

No significant difference between leisure time activities of students and age, working status and monthly spending were found ($P>0.005$). However, significant differences between gender and department they attended were determined ($P<0.005$). The top five recreational activities were listening to music, participating in chat with friends, going to tea houses and beach, doing sports, and dealing with personal hobbies.

Key words: Recreation Activities, Recreation, Physical Activity, Sport

REKREASYON ETKİNLİKLERİ ESNASINDA YA DA SONRASINDA ORTAYA ÇIKAN SAKATLIK VE RAHATSIZLIKLAR

Yrd. Doç. Dr. Funda COŞKUN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
fcoskun@yyu.edu.tr

Arş. Gör. Volkan SERT

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
volkansert@yyu.edu.tr

Özet

Bu çalışmada, doğa turizmi temelli rekreasyon aktivitelerinden olan tırmanış, yürüyüş ve bisiklet etkinlikleri ile uğraşan bireylerin etkinliğe özgü fiziksel sakatlık ya da rahatsızlık yaşama ve yaşamama oranlarını belirleyerek etkinlik türüne göre rahatsızlıkların ya da sakatlıkların sınıflandırılması amaçlanmıştır. Böylece doğa turizmi etkinlikleri düzenleyecek resmi kurumlar, spor kulüpleri ve katılımcılar için etkinlik öncesi, esnasında ve sonrasında olası sakatlıkların ve rahatsızlıkların bilinmesiyle doğa turizmi açısından faydalı bilgiler ortaya konularak sürdürülebilirlik hedeflenmiştir.

Çalışmanın örneklemini 20 ile 40 yaş arası Van merkezde aktif ortalara bu aktiviteleri yapan, 18'i kadın 57'si erkekten oluşan, toplam 75 katılımcı oluşturmaktadır. Katılımcılar için hazırlanan bilgi formları sayesinde demografik özellikleri, etkinliğe özgü fiziksel sakatlık ya da rahatsızlık yaşayıp yaşamama durumları elde edilmiştir. Bu veriler doğrultusunda frekans dağılımlarına bakılarak etkinlik türüne özgü rahatsızlık ya da sakatlık yaşama durumları belirlenmiştir. Cross-tab analizi ile de etkinlik türüne özgü sakatlık ya da rahatsızlık isimleri ile etkinlikler arası ilişki belirlenmiştir.

Katılımcıların etkinliğe özgü fiziksel sakatlık ya da rahatsızlık yaşayıp yaşamama durumlarına baktığımızda %50.7'nin sakatlık ya da rahatsızlık yaşadığı, % 49,3'nün ise böyle bir durum ile karşılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan rekreasyon etkinliğinin türüne göre katılımcıların yaşadıkları sakatlık ya da rahatsızlıkların ise, yürüyüş etkinliklerinde; %26.7 diz sakatlıkları(n=4), %66.7 ayak bileği burkulması (n=10), tırmanış etkinliklerinde; %28.6 diz sakatlığı (n= 4), %57.1 ayak bileği burkulması (n=8), % 14.3 kas spazmı ve bisiklet etkinliğinde ise %11.1 (n=1) diz sakatlığı, %88,9'zu da kas spazmı yaşadıkları belirlenmiştir. Bu sakatlık ve rahatsızlıkların etkinlik esnasında rastlandığı zamanlara bakıldığında ise etkinlik başında her üç etkinlikte de rastlanmadığı, bisiklet etkinliğinde etkinlik sonu, yürüyüş ve tırmanışta ise dönüş yolu ve etkinlik sonrası olduğu belirlenmiştir.

Yapmış olduğumuz çalışmada katılımcıların yarısının sakatlık ya da rahatsızlık yaşamış oldukları ortaya çıkmıştır. Ayrıca ortaya çıkan sakatlık ve rahatsızlıkların neler olduğunun ve etkinliğinin hangi safhasında yaşanmış olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçların bilinmesi katılımcıların farkındalığını yükseltip daha bilinçli önlem almalarını sağlayarak sürdürülebilir doğa turizm potansiyelini arttıracak düşünülmektedir.

Anahtar sözcükler: Doğa Turizmi, Rekreasyon, Sakatlık, Rahatsızlık, Doğa Sporları

SOCIAL AND RELIEF RELEVANT DURING OR AFTER RECREATION ACTIVITIES

Abstract

For current study, two aims were tried to be reached. Firstly, it was aimed to determine injury and discomfort rates of individuals engaged in climbing, hiking and cycling, commonly known as nature-based recreational activities Secondly, it was tried to identify injuries and discomforts according to the activity types.

The sample consisted of 75 participants, residing in Van and actively performing such activities. Their age ranged from 20 to 40. 18 of the participants were female where 57 were male. Demographic information, in addition to injuries and discomforts peculiar to activities were determined by a questionnaire. In the light of acquired data, frequency distributions were examined and the results were specified according to activity types. With cross-tab analysis, the names of injury and discomfort peculiar to activities and the relation between activities have been determined.

When cases of physical injury or discomfort due to the activities of participants were examined, it was seen that 50.7% of them experienced disability or discomfort and 49.3% of them did not experience such a situation. Injury and discomforts according to the type of recreation activity; trekking: 26.7% knee injuries (n = 4), 66.7% ankle sprain (n = 10), climbing: (N = 4), 57.1% of ankle sprain (n = 8), 14.3% of muscular spasms, cycling: 11.1% (n = 1) knee injuries and 88.9% of muscle spasms. Injuries and discomforts were not specified at the beginning of the three activities, instead for cycling they have been occurred at the end of the activity where for climbing and trekking the problems were realized to be occurred on return or after the activities.

Participation to recreational activities are seen to increase day by day and the number of application areas increases as well. Besides, positive developments have been observed regarding the techniques and equipments used in these activities. With such developments, less injuries and discomforts are encountered during or after all activities.

However, awareness about whereabouts of injuries and discomforts will help the reduction of such undesirable situations.

Key words: Recreation, Injury, Nature-Based Activities

TÜRKİYE'DE TURİZM İŞLETMELERİNE SAĞLANAN DEVLET TEŞVİKLERİNİN DÜNÜ BUGÜNÜ

Arş. Gör. Gülçin KARATAŞ

Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi
gulcinkaratas@akdeniz.edu.tr

Prof. Dr. G. Nilüfer TETİK

Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi
niltetik@akdeniz.edu.tr

Özet

Turizm sektörü Türkiye’de özellikle 1980 yılından sonra önemli bir gelişme göstermeye başlamış ve ülkemizin ekonomisine büyük katkılar sağlayan gelir kaynaklarından bir tanesi haline gelmiştir. Buna karşın turizm sektörüne yapılan yatırımlar; geri dönüşü uzun yıllar süren, siyasi, ekonomik, sosyal ve doğal olaylardan kolayca etkilenebilen riskli yatırımlardır. Bu nedenle ekonomik kalkınmaya yardımcı olabilmesi ve sektörün geliştirilebilmesi adına çeşitli yasal düzenlemelerle birtakım teşvikler üretilmiştir. Özellikle 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı “Turizm Teşvik Kanunu” ile sağlanan teşviklerin olumlu etkisiyle turizm sektörü büyük bir ivme kazanmıştır.

Bu çalışmada, Türkiye’de turizm sektörüne sağlanan teşviklerin tarihsel gelişimi ele alınmıştır. Bu amaçla ilk olarak teşviklerin amaçları, özellikleri, ilkeleri ve turizm sektörünün teşvik edilmesini gerektiren nedenler açıklanmıştır. Ayrıca 1982’de çıkarılan ve Türkiye’de turizmin bugünkü anlamda gelişmesinde büyük rol oynayan 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ile sektöre sağlanan diğer teşvikler yıllar itibariyle incelenmiştir. Son olarak turizm faaliyetlerinin sona ermesi ile devir halinde teşviklerin durumu ve teşvik sistemindeki eksiklikler değerlendirilmeye çalışılmıştır. Çalışmada özellikle mevcut teşvik sistemindeki yapısal karmaşıklığın teşviklerin etkinliğini azalttığı ve verimliliğini düşürdüğü sonucuna varılmıştır.

Anahtar sözcükler: Devlet Teşvikleri, Turizm Sektörü, Turizmi Teşvik Kanunu

YESTERDAY AND TODAY OF THE GOVERNMENT GRANTS PROVIDED TO TOURISM COMPANIES IN TURKEY

Abstract

Tourism sector has started to show significant progress in Turkey, especially after 1980s, and become one of the sources of income that makes great contributions to the economy of our country. Investments in the tourism sector, on the other hand, are risky investments that take very long time to receive the full investment return and also can be easily affected by political, economic, social and natural events. For this reason, some government grants have been produced in order to promote economic and sectorial development. The tourism sector in Turkey has gained a great momentum especially with the positive effect of the grants provided by the "Law for the Encouragement of Tourism" numbered 2634 issued in 1982.

This study examines the historical development of the grants provided to the tourism sector in Turkey. For this purpose, the objectives, characteristics, principles and reasons for promoting the tourism sector were explained at first. In addition, the Law for the Encouragement of Tourism which plays a major role in the development of tourism in Turkey in the present sense and the relevant grants provided in the sector have been investigated over the years. Finally, it has been tried to evaluate the issues including grants in the case of a transfer due to end of tourism

activities, and shortcomings in the grants system. This study particularly concludes that structural complexity in the grant system reduces efficiency and productivity of the grants.

Key words: Government Grants, Tourism Sector, Law for the Encouragement of Tourism

REKREATİF AMAÇLA YAPILAN DOĞA TURİZMİ ETKİNLİKLERİNE KATILAN BİREYLERİN PROFİLLERİNİN BELİRLENMESİ

Yrd. Doç. Dr. Yıldırım Gökhan GENCER

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ygokhangencer@yyu.edu.tr

Arş. Gör. Kaan SALMAN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
kaansalman@yyu.edu.tr

Özet

Bu çalışmada, Van ilinde doğa turizmi alanında dağcılık ve bisiklet etkinliklerine katılan bireylerin sosyo-ekonomik yapılarının belirlenmesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın örneklemini Van ilinde Dağcılık ve Bisiklet Faaliyetlerine katılım sağlayan 100 birey oluşturmaktadır. Araştırmada durum tespitine yönelik 20 sorunun yer aldığı bilgi edinme formu kullanılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde, frekans (f), yüzde (%), ortalama (x) ve standart sapma (ss) gibi tanımlayıcı istatistiksel analizler kullanılmıştır.

Elde edilen verilerin değerlendirilmesi sonucunda çalışmaya katılan bireylerin %71,4'ünün bekar, % 69,2 sinin üniversite mezunu olduğu, %75'inin bir kulüp bünyesinde aktivitelere katıldığı, %56'sının ailesinde spor geçmişine sahip bireyler olduğu ve bunların %42,9'unun doğa sporlarıyla uğraştığı görülmektedir. Çalışmaya katılan bireylerin gelir düzeylerine baktığımızda, %35'inin asgari ücretin altında gelire sahip olduğu, % 48.2'sinin bu etkinlik için aylık 50TL ve üstünde bütçe ayırdıkları bulunmuştur. Katılım süreleri ise ortalama 3 yıl rekreatif amaçlı olarak bu etkinliklerle ilgilendiklerini göstermektedir.

Elde edilen bulgular doğrultusunda bu çalışmada doğa turizmi etkinliklerine katılmayı tercih eden bireylerin genelde bekar ve eğitim düzeyi yüksek bireyler olduğu, bu etkinlikleri yüksek oranda bir kulüp bünyesinde yapmayı tercih ettikleri tespit edilmiştir. Ayrıca bu bireylerin ailelerinde spor yapan bireyler olması ve bunların doğa sporları ile uğraşarak katılımcıların bu etkinliği tercih etme nedenleri üzerinde etkili olabileceğini düşündürmektedir. Tüm bunlara ek olarak doğa turizmi etkinliklerine katılan bireylerin gelir düzeyleri düşük olsa da bu etkinlik için belirli bir bütçe ayırdıkları ortaya çıkmıştır.

Anahtar Sözcükler: Doğa Turizmi, Rekreasyon, Fiziksel Aktivite, Bisiklet, Dağcılık

SPECIFICATION OF THE PROFILES OF INDIVIDUALS WHO PERFORM NATURE TOURISM ACTIVITIES WITH RECREATIONAL PURPOSE

Abstract

The purpose of this study is to determine the social-economic status of individuals who were performing nature sports, namely climbing and bicycling in Van.

The sample of this study consists of 100 individuals who participate in mountaineering and cycling activities in Van Province. A questionnaire including 20 questions was developed to gather information for this purpose. Questions look for the demographic characteristics of the participants and the elements that they give importance when participating in nature activities. For the evaluation, descriptive statistical analysis, namely frequency (f) percent (%) mean (x) and standard deviation (ss) were used.

After evaluating the data, findings about individuals participating in cycling and hiking activities were as following: 71.4% were single, 69.2% were college graduates, 75% were participating in

activities with clubs, 56% were sportspeople, and 42.9% of them were engaged in nature sports. 35% of these who engaged in nature sports in Van had income below minimum wage, even so they participated in recreational activities. Majority of them claimed to allocate 50TL or less in natural sports monthly. Moreover, participants were found to involve in recreational nature sports for three years.

It can be concluded from the results that individuals who preferred to involve in national nature tourism activities were generally single and had high-educational level. Additionally, it was found that they preferred to do these activities highly under a club. Moreover, it is thought that having a relative in the family who was engaging in such sports activities had an effect on individual preference of these sports. Furthermore, the results showed that although individuals who participated in these activities had low income level, they created some budget for them.

Key Words: Nature Tourism, Recreation, Physical Activity, Bicycle, Climbing

EKOTURİZM BÖLGELERİNDE HİZMET KALİTESİNİN EOSERV ÖLÇEĞİ İLE ÖLÇÜLMESİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Şafak ÜNÜVAR

Selçuk Üniversitesi
safakunuvar@selcuk.edu.tr

Öğr. Gör. Melih AYDIN

Kilis 7 Aralık Üniversitesi
maydin@kilis.edu.tr

Özet

Literatürde ekoturistlerin kalite beklentileri ile ilgili ilk ölçek, 2003 yılında Khan tarafından geliştirilmiştir. Hizmet, hem turizm sektöründe, hem de diğer sektörlerde adından sıkça söz edilebilecek bir kavramken, hizmet icrası ve alınan hizmetin algılanması ve değerlendirmesi hususunun ekolojik unsurları ve taşıma kapasiteleri dikkate alınarak değerlendirilmesi, uzun yıllar araştırmacıların dikkatinden kaçmış bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. ECOSERV modeli, eko fiziksel unsurlar, fiziksel unsurlar, güvence, güvenilirlik, duyarlılık(karşı tepki) ve empati alanlarında altı hizmet kalitesi boyutundan oluşmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye’de farklı coğrafi bölgelerde yer alan ve ekoturizm potansiyeline sahip önemli turizm merkezlerini ziyaret etmiş olan turistlerin hizmet kalitesi algı ve beklentilerinin, anket uygulanarak belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma bulgularına göre, ekoturizm bölgelerini ziyaret etmiş turistlerin beklentileri algılarından yüksek çıkmış olup, eko fiziksel unsurlar boyutunun, 6 boyut arasında turistler açısından en önem atfedilen boyut olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: ECOSERV, Hizmet Kalitesi, Ekoturizm, Algılanan Hizmet Kalitesi

MEASURING SERVICE QUALITY WITH ECOSERV SCALE IN ECOTOURISM REGIONS: THE CASE OF TURKEY

Abstract

In the literature, the first scale of ecotourists' quality expectations was developed by Khan in 2003. Service is a concept that can be frequently mentioned both in the tourism sector and in other sectors; in addition to this, perception and evaluation of the service, taking into account the ecological elements and carrying capacities, is a problem that has been overlooked by researchers for many years. ECOSERV model consists of six service quality dimensions that are eco-tangibles, assurance, reliability, responsiveness, empathy, and tangibles. Eco-physical elements (ecotangible) are a part of the ECOSERV model which is used to evaluate the quality of service in hotel enterprises. In this research, it is aimed to determine the quality of service perceptions and expectations of tourists who have visited important tourism centers with the potential of ecotourism in different geographical regions in Turkey, through ECOSERV scale by applying a questionnaire. According to the findings of the study, expectancy of tourists who visited ecotourism regions was higher than their perceptions and study determined that the ecotangibles dimension is the most important dimension among the 6 dimensions according to the tourists.

Key words: ECOSERV, Service Quality, Ecotourism, Perceived Service Quality

ANKARA'NIN BOTANİK TURİZMİ POTANSİYELİ

Yrd. Doç. Dr. Zühal DİLAVER

Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi

Peyzaj Mimarlığı Bölümü

dilaver@agri.ankara.edu.tr

Özet

Ankara florası 99 familya, 495 cinse ait 271'i (% 19.85) endemik, 1365 çiçekli bitki türüne sahiptir. Ankara'ya özgü tür sayısı ise 22'dir ve bunların arasında Beypazarı geveni (*Astragalus beypazaricus*), bey sümbülü (*Muscari adilii*), yanardöner (*Centaurea tchihatcheffii*) gibi tehdit altında dar endemik türler bulunmaktadır. Ankara'da yaygın olarak görülen bozkırlar yanında sınırlı bölgelerde orman, sulak alanlar ve tuzlu topraklar gibi tür zenginliğini destekleyen farklı yaşam ortamlarına rastlanmaktadır. Kızılcahamam, Karagöl, Beynam gibi sınırlı orman alanlarında göknar (*Abies nordmanniana* subsp. *bornmuelleriana*), sarıçam (*Pinus sylvestris*) karaçam (*Pinus nigra*) gibi türler yer almaktadır. Botanik turizmi doğal kaynakların sürdürülebilirliğini sağlarken yerel halkın refahını gözetken, çevreye duyarlı bir turizm koludur. Özellikle sınırlı orman alanlarının ve tehlike altındaki bitkilerin korunması açısından rehberler eşliğinde ve belirlenmiş rotalarda yürütülen bir aktivite olarak uygun bulunmaktadır. Ayrıca yerel halk ve turistlerde farkındalık yaratma ve koruma bilinci oluşturma açısından da önemlidir. Bu çalışmada Ankara'nın botanik turizmi potansiyeli ortaya konacak ve bu potansiyelin uygun şekilde kullanılmasına yönelik öneriler geliştirilecektir.

Anahtar sözcükler: Ankara, Botanik Turizmi, Ekoturizm, Endemik Bitkiler, Doğal Bitkiler

BOTANY TOURISM POTENTIAL OF ANKARA

Abstract

The flora of Ankara has 1365 flowering plant species belonging to 99 family, 495 genus of which 271 (19.85%) is endemic. The number of species particular to Ankara is 22 and there are some restricted endemic species among them which are under threat such as *Astragalus beypazaricus*, *Muscari adilii* and *Centaurea tchihatcheffii*. In addition to the widespread steppes in Ankara, there are different habitats in the limited areas that support species richness such as forests, wetlands and saline soils. Species such as fir (*Abies nordmanniana* subsp. *bornmulleriana*), yellow pine (*Pinus sylvestris*), black pine (*Pinus nigra*) are found in limited forest areas such as Kızılcahamam, Karagöl and Beynam. Botanical tourism is an environmentally sensitive tourist resort that takes care of the prosperity of the local people while ensuring the sustainability of natural resources. It is particularly suitable as an activity carried out in company with guides and in designated routes for the protection of limited forest areas and endangered plants. It is also important in terms of creation of protection awareness in local people and tourists. In this study, the potential of botanical tourism in Ankara will be revealed and proposals will be developed to use this potential appropriately.

Key words: Ankara, Botany Tourism, Ecoturizm, Endemic Plants, Natural Plants

DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE İLERİ YAŞ TURİZMİ

Doç. Dr. Burhan AYDEMİR

Balıkesir Üniversitesi

baydemir@balikesir.edu.tr

Arş. Gör. Sultan Nazmiye KILIÇ

Balıkesir Üniversitesi

sultan.kilic@balikesir.edu.tr

Özet

Sağlık turizminin alt türlerinden biri olarak kabul edilen ileri yaş turizmi, dünya çapında yaşlanan nüfus nedeniyle önem kazanmaya devam etmektedir. Bu önemi nedeniyle dünyada ve Türkiye’de hükümet politikaları içerisinde yer almaktadır. Bu doğrultuda uzun vadeli hedefler belirlenip çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmada, dünyada ve Türkiye’de ileri yaş turizmi ile ilgili uygulamaların incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda, “Yurt dışında hangi uygulamalar var?” ve “Türkiye’de ne yapılıyor?” gibi sorulara cevaplar aranmıştır. Nitel araştırma yöntemi kullanılarak ilgili bilgiler ikincil kaynaklardan derlenmiştir. Bu kapsamda, kurum ve kuruluşların web siteleri, yayınları, ilgili haberler, yerli ve yabancı literatür incelenmiştir. İleri yaş turizmi ile ilgili farklı ülkelerde genel olarak sosyal turizm kapsamında çalışmaların bulunduğu görülmüştür. Türkiye ise bu alanda ilerleme kaydetmeye devam etmektedir.

Anahtar sözcükler: Türkiye’de ve Dünyada İleri Yaş Turizmi, Üçüncü Yaş Turizmi, Yaşlı Turizmi

ADVANCED AGE TOURISM IN TURKEY AND IN THE WORLD

Abstract

Advanced age tourism, considered as one of the subtypes of health tourism, continues to gain importance due to the aging population around the world. Due to this significance, it is involved in government policies in the World and in Turkey. Accordingly, long-term targets are identified and studies are being carried out. In this study, it is aimed to examine practices related to advanced age tourism in the world and Turkey. Within this scope, answers to questions such as "What are practices abroad?" and "What is being done in Turkey?" were searched. Using qualitative research method, related information is compiled from secondary sources. In this context, web sites and publications of institutions and organizations, related news, domestic and foreign literature are examined. It has been seen that practices generally exist within the scope of social tourism in different countries. Turkey, on the other hand, continues to make progress in this field.

Key words: Advanced Age Tourism in Turkey and in the World, Third Age Tourism, Elderly Tourism

BEŞ YILDIZLI KONAKLAMA İŞLETMELERİ MUTFAĞINDA ÇALIŞAN BULAŞIK PERSONELİ YÖNETİCİLERİNİN MESLEKLERİNE İLİŞKİN ALGILARI VE MESLEĞİN PROFESYONELLEŞMESİNE YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME

Dr. Ersin ARIKAN

ersinarikan@hotmail.com

Öğr. Gör. Adem ARMAN

Akdeniz Üniversitesi

ademarmarman@akdeniz.edu.tr

Öğr. Gör. Sedat ŞAHİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

sedatsahin@yyu.edu.tr

Özet

Bir mesleğin veya söz konusu meslek ile uğraşan bireylerin profesyonelleşmesinde en önemli unsurlardan biri olarak çalışanların mesleğe ilişkin algılarından bahsedilebilir. Bu araştırmada mutfak içerisinde değerlendirilen ancak özellikleri bakımından çok farklı niteliklere sahip olan steward mesleğinin yapısı ve bu yapı içerisinde mesleğin profesyonelleşmesinin önündeki engeller ve çözüm önerilerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu bağlamda derinlemesine bilgi edinmek amacıyla ve araştırma desenine uygunluğu açısından nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Nitel araştırmanın uygulanmasında öne çıkan unsurlardan biri evreni temsil etme kaygısı taşınmasıdır. Bu nedenle bu çalışma da örneklem yerine bir çalışma grubu kullanılmıştır. Araştırma kapsamında İstanbul il'indeki beş yıldızlı konaklama işletmelerinin mutfak departmanında çalışan ve araştırmaya katılma konusunda gönüllü 12 steward şefi ile çalışılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile toplanan veriler içerik analizinden faydalanılarak analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda, bu mesleği yürüten stewardların kimyasal, hijyen ve sanitasyon, temizlik ve iş güvenliği konularında eğitilmiş olması gerektiği ortaya çıkmıştır. Mesleğe personel kabulünün kolay, hizmet içi eğitim ve denetiminin yetersiz olduğu ve toplumsal statüye ilişkin algının da düşük olduğu elde edilen diğer sonuçlardır.

Anahtar sözcükler: Steward, Meslek Algısı, Konaklama İşletmeleri, Profesyonelleşme

PERCEPTIONS OF THE STEWARD STAFF MANAGERS WORKING IN KITCHEN OF FIVE STAR HOTELS TO THEIR PROFESSIONS AND AN EVALUATION TOWARDS PROFESSIONALIZATION OF THE OCCUPATION

Abstract

As one of the most important elements in the professionalization of an occupation or individuals who deal with related occupation, the perception of the profession can be mentioned. In this research, it was aimed to reveal the structure of the steward profession which has been evaluated in the kitchen but has very different qualities, and to propose the obstacles in the professionalization of the profession and solutions in this structure. In this context, a qualitative research method was used in order to get in-depth knowledge and in terms of the appropriateness of the research design. One of the key elements in the implementation of qualitative research is the lack of concern about symbolizing the universe. For this reason, a study group was used instead of the sampling in this study. Within the scope of the research, 12 steward chiefs working in the kitchen department of five star accommodation enterprises in

Istanbul and volunteering to participate in the research were employed. The data collected by using semi-structured interview technique were analyzed using the content analysis. As a result of the analysis, it has been revealed that stewards carrying out this profession must be trained in chemical, hygiene and sanitation, cleaning and work safety issues. Other consequences are that the acceptance of staff in the job is inadequate, the in-service training and supervision is insufficient, and the perception towards social status of the occupation is low.

Key words: Steward, Perception of Occupation, Accommodation Enterprises, Professionalization

KIŞ SPORLARI TURİZMİNDE BÖLGESEL İŞBİRLİĞİ FIRSATI: 2026 ERZURUM-ERZİNCAN-KARS KIŞ OLİMPİYAT OYUNLARI ADAYLIĞI

Yrd. Doç. Dr. Tuna BATUHAN

Atatürk Üniversitesi

tuna.batuhan@atauni.edu.tr

Özet

Bu çalışmada, 2026 Erzurum-Erzincan-Kars Kış Olimpiyatları adaylığı fikrinin bölgenin kış sporları turizmi potansiyeline etkileri incelenerek, bu etkinin en üst seviyeye çıkarılması için atılması gereken adımlar ve bölgesel işbirliği fırsatları tartışılmıştır. Bu çalışma kapsamında Erzurum, Erzincan ve Kars illerinin kış turizmi potansiyeli resmi belgeler ve diğer yazılı dokümanlar incelenerek tarihsel süreç içerisinde incelenmiş ve her bir ilimizin 2026 Kış Olimpiyatları ortak adaylığı hedefi doğrultusunda bir araya getirilmesi ile ortaya çıkabilecek fırsatlar analiz edilmiştir. Erzurum'un uluslararası organizasyon tecrübesinin Erzincan ve Kars'ın kış sporları potansiyeli ile birleştirilmesi, 2026 Erzurum-Erzincan-Kars Kış Olimpiyat Oyunları Adaylığını daha güçlü hale getirmektedir. Yapılan analizler sonucunda, 2026 Kış Olimpiyatlarına ortak adaylık fikrinin bile bölgede bir sinerji yarattığı, bölgesel anlamda kalkınma için bir umut olduğu görülmüştür. Ortak adaylığı fikrinin resmi hale gelmesi ile yeni kış sporları tesislerinin kazandırılması, altyapının iyileştirilmesi ve diğer yatırımların yapılmasının önü açılmış olacak; bölgede kış turizmi sayesinde refah artışı sağlanarak ekonomik, sosyal ve kültürel canlılık ortaya çıkmış olacaktır. 2026 Olimpiyat adaylığı fikrinin bölgesel işbirliğini güçlendirerek daha kalıcı ve etkin sonuçlar ortaya koyabilmesi için: 1) Uzun vadeli bölgesel turizm hedefleri ile 2026 Kış Olimpiyatları adaylık süreci entegre edilmeli, 2) Kış Olimpiyatları adaylığının potansiyelinin ekonomik kalkınmaya ve kış sporları kültürünün oluşturulmasına yansıtılması sağlanmalı, 3) Bölgesel ölçekte birbiriyle işbirliği ve dayanışma içerisinde altyapı ve sportif tesisleşme ihtiyacı karşılanarak daha güçlü bir kış sporları potansiyeli tüm bölge için sağlanmalıdır. Bölgesel ölçekte ortaya çıkacak bir işbirliği, sporcu yetiştirilmesi ile tanıtım ve sponsorluk ihtiyaçlarının karşılanması konusunda da kaynakların etkin ve verimli kullanılmasına fayda sağlayacaktır. Sonuç olarak, 2026 Erzurum-Erzincan-Kars Kış Olimpiyat Oyunları adaylığı, bu kentlerin turizm potansiyelinin yıl boyunca genişlemesi için gerekli işbirliği ortamını da sağlayacaktır. Bu fırsat iyi değerlendirilebilirse, bölgesel bilgi ve tecrübe paylaşımı, rekabet yerine dayanışma-işbirliği ve sonuç olarak bölgesel ölçekte kamu ve sivil toplum birlikteliğinin de önü açılmış olacaktır.

Anahtar Sözcükler: Kış Olimpiyat Oyunları, Kış Turizmi, 2026 Erzurum-Erzincan-Kars Kış Olimpiyat Oyunları Adaylığı

REGIONAL COOPERATION OPPORTUNITY IN WINTER SPORTS TOURISM: 2026 ERZURUM-ERZİNCAN-KARS WINTER OLYMPIC GAMES CANDIDACY

Abstract

In this study, the impacts of the 2026 Erzurum-Erzincan-Kars Winter Olympics candidacy on the potential of winter sports tourism in the region were examined and the steps to be taken to bring this impact to the top level and regional cooperation opportunities were discussed. In this study, winter tourism potential of the city of Erzurum, Erzincan and Kars were examined through analysing the official and other written documents; and the opportunities that could be revealed by bringing together each of our provinces in line with the goal of 2026 Winter Olympics joint candidacy were analysed. The merger of Erzurum's international organization experience with the potential of winter sports in Erzincan and Kars makes the 2026 Erzurum-Erzincan-Kars Winter

Olympic Games candidacy stronger. As a result of the analyses made, it was seen that even the idea of joint candidacy for the 2026 Winter Olympics is creating a synergy in the region, a hope for regional development. With the formalization of the idea of common candidacy, the addition of new winter sports facilities, improvement of infrastructure and other investments will be paved; economic, social and cultural vitality will emerge by increasing the prosperity through winter tourism in the region. In order for the 2026 Olympic candidacy idea to strengthen regional co-operation and achieve more lasting and effective results: 1) Long-term regional tourism objectives and 2026 Winter Olympics candidacy should be integrated, 2) The potential of the Winter Olympics candidacy should be reflected in the economic development and the formation of winter sports cultures, and 3) At the regional level, stronger winter sports potential must be provided for the whole area by meeting the need for infrastructure and sporting facilities in cooperation and solidarity with each other. A cooperation that will emerge at the regional scale will benefit the efficient and efficient use of resources in the training of athletes and in meeting the needs for promotion and sponsorship. As a result, the 2026 Erzurum-Erzincan-Kars Winter Olympic Games candidacy will also provide the necessary cooperation atmosphere for the tourism potential of these cities to expand to year round. If this opportunity can be assessed well, regional knowledge and experience sharing, solidarity-cooperation rather than competition, and consequently the unity of public and civil society on the regional scale will be opened up.

Key words: Winter Olympic Games, Winter Tourism, 2026 Erzurum-Erzincan-Kars Winter Olympic Games Candidacy

YERLİ HALKIN İKİNCİ KONUTLARIN YARATTIĞI TURİZM ETKİLERİNE YÖNELİK ALGILARININ BELİRLENMESİ: AKÇAY ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Nuray TÜRKER

Karabük Üniversitesi
nturker@karabuk.edu.tr

Özde YERLİKAYA ERKOÇ

Karabük Üniversitesi
ozdeyerlikaya@gmail.com

Özet

Son otuz yılda özellikle kıyılarda hızla artış gösteren ikinci (yazlık) konutlar turizm destinasyonunda olumlu ya da olumsuz pek çok ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etki yaratmaktadır. 1980'li yıllardan sonra Türkiye'de ikinci konutlara olan talep hızla artmış, Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürlüğü verilerine göre, 2008 yılında, Türkiye'de ikinci konut sayısı 546 bin 454'e ulaşmıştır. Bu çalışmanın amacı, Akçay halkının Akçay'da bulunan ikinci konutların yarattığı turizm etkilerine yönelik algılarının belirlenmesidir. Bu amaçla, yapısal bir anket formu kullanılarak ikincil konutların yoğun olarak bulunduğu Balıkesir'in Akçay ilçesinde sürekli olarak ikamet eden 399 kişi ile yüz yüze bir anket çalışması yürütülmüştür. Kolayda örnekleme metodu kullanılarak gerçekleştirilen araştırma Temmuz-Ekim 2016 tarihleri arasında yürütülmüştür. Araştırma bulguları Akçay halkının ikinci konutların yarattığı olumlu ekonomik etkileri, sosyo-ekonomik ve çevresel etkileri olumsuz etkilerden daha çok algıladığını göstermektedir. Çalışmada yerli halkın gelir seviyesi ile yazlık konutların yarattığı ekonomik ve sosyo-kültürel etkiler arasında anlamlı bir farklılığın olduğu belirlenmiş olup gelir seviyesi 1500 TL'nin altında olan katılımcıların ekonomik etkileri ve sosyo-kültürel etkileri daha olumsuz algıladıkları görülmektedir. 5501 TL üzerinde gelir elde eden katılımcılar ikinci konutların yarattığı ekonomik etkileri ve 3500 TL ve üzeri gelir elde edenler ise sosyo-kültürel etkileri daha olumlu algılamaktadır. Bununla birlikte algılanan çevresel etkinin katılımcıların gelir durumuna göre bir farklılık yaratmadığı görülmektedir.

Anahtar Sözcükler: İkinci Konutlar, Yazlıklar, Turizmin Etkileri, Akçay.

DETERMINATION OF PERCEPTIONS OF RESIDENTS ON TOURISM IMPACTS OF SECOND HOMES: THE CASE STUDY OF AKÇAY

Abstract

Second homes, rapidly increasing particularly along the shores of Turkey in the last thirty years yield both positive and negative economic, socio-cultural, and environmental impacts in a given destination. Since the 1980s, the demand towards second homes in Turkey has gradually increased. According to the Turkish General Directorate of Civil Registration and Nationality, the total number of second homes, as of 2008, reached to the number of 546,454. Therefore, the chief objective of this study is to examine the perceptions of residents in Akçay of Balıkesir province on the tourism impacts of second homes. To this end, a questionnaire was applied through face-to-face interviews with 399 respondents living in Akçay where second homes are intensively located. Findings of the research demonstrate that the residents of Akçay perceive the positive economic, socio-cultural and environmental impacts of second homes more than the negative impacts and further indicate that while there is a significant difference between the level of income and the perceptions of residents towards the economic and socio-cultural

impacts of second homes, there is no difference among the perceived environmental impacts of these homes based on level of income, that is, while respondents with income level under 1500 TL consider the economic and socio-cultural impacts of second homes more negative, respondents with income level over 5501 TL perceive the economic impacts and those with income level of 3500 TL and over conceive the socio-cultural impacts more positive in comparison to other impacts.

Key words: Second Homes, Summer Houses, Tourism Impacts, Akçay

KÜLTÜREL SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMİNİN GELİŞİMİNDE KAMU HİZMETLERİNİN ROLÜ: MARDİN ÖRNEĞİ

Arş. Gör. Mehmet Nazım UYGUR

Şırnak Üniversitesi
mn_uygur@hotmail.com

Özet

Sürdürülebilir turizm çevresel, sosyal ve kültürel değerlerin korunmasını içerir. Sürdürülebilir turizm sayesinde kültürel, sosyal ve çevresel değerlerin korunması ve geliştirilmesi sağlanabilmektedir. Gelen turistlerin ev sahibi toplulukların kültürel değerlerini kolaylıkla keşfetmesini sağlayabilmesi sürdürülebilir turizm sayesinde gerçekleştirilebilir. Bu, kültürel mirasın korunmasına ve kültürler arası anlayışın da gelişmesine olanak sağlamaktadır. Sürdürülebilir turizmin gelişmesinin en önemli etkenlerinden biri kamu hizmetleridir. Kültürel mirasların korunması ve restorasyonu, çevrenin korunması ve altyapı çalışmaları gibi kamu hizmetleri turizmin sürdürülebilirliğine büyük katkı sunmaktadır. Ülkeler için büyük bir gelir sektörü olan turizmin gelişimi için idarenin uyguladığı hizmetlerin ne ölçüde etkin olduğu sorusu bu çalışmanın yapılması için önemli bir fikir oluşturmıştır. Bu kapsamda bu çalışmanın amacı sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi açısından kamu hizmetleri eliyle kültürel değerlerin korunmasının önemine Mardin örneği çerçevesinde dikkat çekmektir. Bu amaç çerçevesinde kültürel kamu hizmetleri ele alınmış olup bunların sürdürülebilir turizme katkıları ortaya konmuştur. Dünya Miras listesinde yer alması önerilen Mardin Kültürel Peyzaj Alanında bulunun ve kültürel etkileşim sonucu ortaya çıkan yapıların kamu hizmetleri eliyle yapılan restorasyon çalışmaları çerçevesinde bir değerlendirmede bulunan bu çalışma kültürel sürdürülebilir turizmin gelişimi için de ihtiyaç duyulan turizm politikalarının belirlenmesi için yol gösterici niteliğindedir. Turistlerin turizm destinasyonlarını talep etmelerinde diğer etkenlerin yanı sıra kültürel değerlerin de büyük önemi olduğundan kültürel sürdürülebilir turizm için kamu hizmetlerinin verimli sunulması büyük önem arz etmektedir.

Anahtar sözcükler: Sürdürülebilir Turizm, Kamu Hizmetleri, Kültür, Mardin

THE ROLE OF PUBLIC SERVICES ON THE DEVELOPMENT OF CULTURAL SUSTAINABLE TOURISM: MARDİN SAMPLE

Abstract

Sustainable tourism includes the protection of environmental, social and cultural values through sustainable tourism, cultural and social and environmental values can be protected and developed. Sustainable tourism can make it possible for incoming tourists to easily discover the cultural values of host communities. This allows the preservation of cultural heritage and the development of intercultural understanding. One of the most important factor for development of sustainable tourism is public services. Public services such as conservation and restoration of cultural heritage, conservation of the environment and infrastructure studies have contributed to the sustainability of tourism. The question of how effective the services provided by the staff for the development of tourism, which is a large income sector for the countries, is an important idea for this study. In this context, the aim of this study is to draw attention to the importance of preserving the cultural values with the help of public services in terms of sustainable tourism development in the frame of Mardin case. Within this aim, cultural public services have been dealt with and their contribution to sustainable tourism has been revealed. This study, which is located within the Mardin Cultural Landscape Area, which is proposed to be on the World

Heritage List, and which is based on the restoration works carried out by the public services of the structures resulting from the cultural interaction, is a guide for determining the tourism policies needed for culturally sustainable tourism development. Since cultural factors as well as other factors in tourists' demand for tourism destinations are also a great asset, it is of utmost importance that public services are provided efficiently for cultural sustainable tourism.

Keywords: Sustainable Tourism, Public Services, Culture, Mardin

BOOKING.COM'UN TÜRKİYE'DEKİ FAALİYETLERİNİN DURDURULMASINA İLİŞKİN OTEL YÖNETİCİ GÖRÜŞLERİ (AKSARAY İLİNDE BİR ARAŞTIRMA)

Yrd. Doç. Dr. Sait DOĞAN

Aksaray Üniversitesi
dogansait@gmail.com

Özet

Dünya genelinde 2017 itibariyle toplam nüfusun neredeyse yarısı (%49,6); Türkiye’de ise toplam nüfusun %59,6’sı internet kullanıcısıdır. İnternet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte otel rezervasyonları ve çevrimiçi satın alımlarda da artış yaşanmaktadır. Buna paralel olarak internet üzerinden satış yapan çevrim içi seyahat acentesi sayısı da gün geçtikçe artmaktadır. Booking.com, Trivago.com, Expedia.com gibi rezervasyon siteleri dünya genelinde tanınmakta ve dünyanın her bölgesine günde milyonlarca otel rezervasyonu yapmaktadır. Bu çalışmanın amacı yakın zamanda booking.com internet sitesi ile ilgili olarak Türkiye’ye yönelik faaliyetlerinin durdurulması yönünde alınan kararın, otel rezervasyonları ve turizm sektörüne olan etkilerini belirlemektir. Bu kapsamda Aksaray ilindeki booking.com internet adresi üzerinden satış yapan otellerin yöneticileri ile görüşmeler yapılmıştır. Çalışma kapsamında 4 otel yöneticisi ile görüşme yapılmış, yapılan görüşmeler neticesinde booking internet sitesinin Türkiye faaliyetlerinin durdurulması sonucunda otellerin ciddi misafir kayıpları yaşamadıkları, misafirlerin rezervasyonlarını farklı kanallar kullanarak da yaptıkları ortaya çıkmıştır. Otel yöneticilerinin de bu süreçte farklı çevrim içi seyahat acentesi kanalları (Expedia, HRS vb.) ile yeni anlaşmalar yapmak kaydı ile çözüm arayışlarına girdikleri belirlenmiştir. Bunun yanı sıra otel yöneticileri, booking internet sitesinin yanlış bir dönemde kapatıldığını ifade etmişlerdir.

Anahtar Sözcükler: Aksaray İli, Çevrimiçi Rezervasyon Siteleri, Oteller

VIEWS OF HOTEL MANAGERS ON THE DISCONTINUATION OF ACTIVITIES OF BOOKING.COM IN TURKEY (A STUDY IN AKSARAY PROVINCE)

Abstract

Almost half of the world population (49,6%) and 59,6% of the Turkish population are internet users as of 2017. There has been an increase in hotel reservations and online purchases since the spread of internet use. In parallel with this, the number of online travel agencies that sell via internet is increasing each passing day. Reservation sites like Booking.com, Trivago.com, Expedia.com are known worldwide and make millions of hotel reservations in all regions of the world every day. The objective of this study is to determine the effects of decision that has recently been made regarding the discontinuation of activities of booking.com in Turkey on hotel reservations and the tourism sector. In this context, interviews were conducted with managers of hotels that sell via booking.com in Aksaray province. 4 hotel managers were interviewed within the scope of the study and as a result of these interviews, it was determined that hotels did not have serious guest losses due to the discontinuation of activities of booking.com in Turkey and guests were also able to make their reservations via different channels. It was also determined that hotel managers sought solutions in this process by making new agreements with different online travel agency channels (like Expedia, HRS vb.). In addition to this, hotel managers stated that booking.com was closed in an undesired period.

Key words: Aksaray Province, Online Reservation Sites, Hotels

SAFRANBOLU'YU ZİYARET EDEN YERLİ TURİSTLERİN DESTİNASYON İMAJI ALGILARI

İsa UĞUR

Karabük Üniversitesi
İsaugur78@hotmail.com

Arş. Gör. Samet GÖKKAYA

Karabük Üniversitesi
sametgokkaya@karabuk.edu.tr

Arş. Gör. Ayşegül ACAR

Karabük Üniversitesi
aysegulacar@karabuk.edu.tr

Özet

Zengin ve çekici tarihi mimarisi ile önemli destinasyonlardan biri olan Safranbolu, özellikle kültür turizmi bağlamında yerli ve yabancı turistler düzeyinde popülaritesini artırmaktadır. Bu gelişim sürecinde Safranbolu'yu ziyaret eden veya edebilecek turistlere yönelik araştırmalar destinasyonun geleceği ve rekabet gücü açısından önem arz etmektedir. Bu çalışmada şehrin altyapı, ulaşım hizmetleri ve destinasyon imajı faktörleri göz önünde tutularak, destinasyonu ziyaret eden yerli turistlerin demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, gelir durumu, kalış süresi, ziyaret bilgi kaynağı) bu faktörlerle ilişkilendirilerek ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ayrıca, bu yerli turistlerin Safranbolu imajına ilişkin tutum ve algılarının belirlenmesi ile kentte gelmeden önce bilgi düzeylerinin ne durumda olduğunun tespiti amaçlanmaktadır. Bu kapsamda Safranbolu destinasyonunu ziyaret eden yerel turistlerin destinasyon imajı algıları üzerine kavramsal bir yapı oluşturulmuştur. Bu bağlamda veri toplama aracı olarak düzenlenen anket yüz yüze görüşme yöntemi tekniği kullanılarak 310 yerli turiste uygulanmıştır fakat çalışmada kullanılabilecek anket sayısı 277 olarak tespit edilmiş ve veriler SPSS 20 istatistik programı ile analiz edilmiştir. Yerli turistlerin destinasyon imajı bağlamında kentin dokusuna uygun tarihi yapı ve binaların varlığından memnun oldukları belirlenmiş olup destinasyon imajına yönelik algı ve tutumlarının demografik özelliklere göre farklılık gösterdiği de ayrıca tespit edilmiştir. Ziyaretçilerin kentteki 'ulaşım' ve 'alt yapı' imkânlarının yeterliliğinden orta düzeyde memnun oldukları sonucu da ortaya çıkmıştır. Ayrıca kente gelmeden önce özellikle kültürel değerler, tarihi yapılar ve kentle özdeşmiş simgeler hakkında bilgi düzeylerinin yüksek olduğu fiyat, ulaşım imkânları ve yerel halk hakkındaki bilgi düzeylerinin düşük olduğu da tespit edilmiştir. Bu sonuçlar kapsamında Safranbolu destinasyonunda mevcut yöre imajının korunması ve daha da yükseltilebilmesi için; turizme kazandırılmamış atıl kültür kaynakları (folklor, yemek kültürü v.b.) değerlendirilerek çekicilik artırılmalı, tur programlarını hazırlayan tur operatörleri ve seyahat acenteleri ile karşılıklı iyi ilişkilerle yörenin tanıtımı ve tur programlarına daha çok dâhil olması sağlanmalı ve turizm işletmeleri, turistleri daha çok tanımaya çalışıp talep ve şikâyetlerini dinlemeli, turistlerden elde edilecek geri bildirimlere göre ürün ve hizmet politikalarını oluşturmalı gibi öneriler getirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: İmaj, Destinasyon İmajı, Tarihi ve Kültürel Değerler, Safranbolu

DESTINATION IMAGE PERCEPTIONS OF LOCAL TOURISTS VISITING SAFRANBOLU

Abstract

Safranbolu, which is one of the important destinations with its rich and attractive historical architecture, has increased its popularity both at the level of local and foreign tourists especially in the context of cultural tourism. Research for tourists visiting or will visit Safranbolu have importance with regard to future of the destination and competitiveness. In this research, the demographic characteristics of domestic tourists (gender, age, marital status, educational status, income status, duration of stay, visit information source) visiting the Safranbolu have been tried to be related with these factors, taking into account the infrastructure, transportation services and destination image factors of the city. In addition, it is aimed to determine the attitudes and perceptions of these local tourists regarding the image of Safranbolu and what the level of knowledge is before arriving in the city. In this context, a conceptual structure was built on the perception of destination images of local tourists who visited Safranbolu Destination. In this context, the questionnaire, which was prepared as a data gathering tool, was applied to 310 local tourists using the face-to-face interview technique. However, the number of questionnaires that could be used in the study was confirmed 277 and the data were analyzed with the SPSS 20 statistical program. Within the context of destination image of the local tourists, it is determined that tourists are satisfied with the existence of historical structures and buildings suitable for urban fabric. Besides, it has also been determined that the perception and attitudes towards the destination image differ according to the demographic characteristics. It has also come to the conclusion that visitors are moderately satisfied with the adequacy of the 'transport' and 'infrastructure' facilities in the city. Moreover, although it was determined that their level of knowledge about cultural values, historical structures and city symbols was high, the level of knowledge about price, transport facilities and local people is low before arriving in the city. Within the scope of these results, in order to protect and further upgrade the current image of the region the following suggestions have been made; attractiveness must be improved by evaluating of untouched idle cultural resources (folklore, food culture etc.), It should be ensured that Safranbolu should be more involved in promotion and tour programs with the mutual affinity between tour operators and travel agencies, tourism business must listen tourists' complaints by trying to know them more, and product and service policies must be created according to feedback from tourists.

Key words: Image, Destination Image, Historical and Cultural Assets, Safranbolu

OSMANİYE İLİ TURİSTİK ÇEKİCİLİK POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Prof. Dr. Murat TÜRK

Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi

Öğr. Gör. Melda HARBALIOĞLU

Kilis 7 Aralık Üniversitesi

mharbalioglu@kilis.edu.tr

Özet

Türkiye birçok medeniyete ev sahipliği yapmasıyla birlikte Osmaniye ili doğası ve coğrafyası ile turistik çekicilik kapsamında değerlendirilebilecek birçok doğal, tarihi ve kültürel zenginliğe sahiptir. Söz konusu turistik çekiciliklerin değerlendirilebilmesi günden güne değişen turistik ihtiyaçlara cevap verme konusunda önem arz etmektedir. Osmaniye ilinde bulunan Karatepe - Aslantaş Açık Hava Müzesi, Kastabala Antik Kenti, Toprakkale Kalesi, Hemite Kalesi, Harun Reşit Kalesi, Çardak Kalesi, Savranda Kalesi, Karafenk Kalesi, Babaoğlu Kalesi, Çançan Mezar Mağaraları, Zorkun Yaylası, Maksutoluğu Yaylası, Bağdaş Yaylası, Hasanbeyli-Alman Pınarı Yaylası, ve Kırmıtlı kuş cenneti ile kültür, yayla ve doğa turizmi açısından turistlerin alternatif turizm taleplerine karşılayabilecek potansiyele sahiptir. Bu bağlamda Osmaniye ilinde kültür, yayla ve doğa turizmine yönelik kavramsal bir inceleme yapılmış kültür, yayla ve doğa turizminin Osmaniye iline olası etkileri belirlenip sürdürülebilirliğine yönelik öneriler getirilmiştir.

Anahtar sözcükler: Osmaniye İli, Kültür Turizmi, Yayla Turizmi, Doğa Turizmi

EVALUATION OF TOURISM ATTRACTION POTENTIAL OF OSMANİYE PROVINCE

Abstract

Osmaniye province has many natural, historical and cultural riches that can be evaluated within the scope of nature and geography and tourist attraction with Turkey hosting many civilizations. In other words, it is important to be able to evaluate touristic attractions in order to meet the changing tourist needs from day to day. The Karatepe - Aslantaş Open Air Museum, Kastabala Antique City, Toprakkale Castle, Hemite Castle, Harun Reşit Castle, Çardak Castle, Savranda Castle, Karafenk Castle, Babaoğlu Castle, Çançan Mezar Caves, Zorkun Plateau, Maksutoluğu Plateau, Bağdaş Plateau, Hasanbeyli - The German Plateau, and the Kırmıtlı bird's paradise in Osmaniye province have the potential to meet tourists' alternative tourism demands in terms of culture, plateau and nature tourism. In this context, a conceptual study was carried out on culture, plateau and nature tourism, have been determined possible effects of culture, plateau and nature tourism and have been introduced proposals for sustainability in Osmaniye province.

Key words: Osmaniye Province, Culture Tourism, Plateau Tourism, Nature Tourism

ADIYAMAN TURİZMİNİN MEVCUT DURUMU VE GELİŞTİRİLMESİNE İLİŞKİN YAPILMASI GEREKENLER

Doç. Dr. Atınç OLCAY

Gaziantep Üniversitesi
olcay@gantep.edu.tr

Güray KARACIL

Gaziantep Üniversitesi
guraykaracil@gmail.com

Öğr. Gör. Metin SÜRME

Gaziantep Üniversitesi
surmemetin@gmail.com

Özet

Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan Adıyaman aralarında Hitit, Grek, Roma ve Osmanlı kültürleri olan 19 farklı medeniyete ev sahipliği yapmış dünyanın en eski yerleşim yerlerinden biridir. Tarihsel ve kültürel açıdan stratejik bir öneme sahip olan Adıyaman aynı zamanda oldukça yüksek bir turizm potansiyeline sahiptir. Bu araştırmanın temel amacı Adıyaman turizminin mevcut durumu ve yapılabilirliğini ortaya konmasıdır. Bu kapsamda kamu kurumu temsilcileri, akademisyenler ve özel sektör temsilcilerinin de aralarında bulunduğu 12 kişi ile Adıyaman turizminin mevcut durumuna dair fikirleri sorulmuş değerlendirmeleri alınmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinde yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak geliştirilen görüşme formuna uzman görüşleri sonunda son şekli verilmiştir. Buna göre hazırlanan 9 sorunun birincisi katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik diğer 8 soru ise Adıyaman turizminin mevcut durumuna ve yapılabilirliğine yöneliktir. Araştırma sonucunda, Adıyaman turizminin güçlü ve zayıf yönleri ortaya konacaktır. Bununla birlikte Adıyaman turizmine yönelik yapılabilirliğin de ortaya konması bu araştırmanın sunacağı diğer bir katkıdır. Ayrıca Adıyaman turizminin gelişmesine yönelik sunulacak önerilerin gelecek araştırmalar için yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

Anahtar sözcükler: Turizm Potansiyeli, Yapılabilirlik, Adıyaman

CURRENT SITUATION AND FEASIBILITY OF ADIYAMAN TOURISM

Abstract

Adıyaman, located in the Southeastern Anatolia Region of Turkey, is one of the oldest settlements in the world that has hosted 19 different civilizations including Hittite, Greek, Roman and Ottoman cultures. Adıyaman, which has a historical and cultural strategic importance, also has a very high tourism potential. The main aim of this research is to show the current situation and feasibility of Adıyaman tourism. In this context, opinions of the present situation of Adıyaman tourism with 12 people including public institution representatives, academicians and private sector representatives were asked and evaluated. In this study, semi-structured interview technique was used in qualitative research methods. Research on expert opinion to the interview form developed as a data collection tool was eventually given final shape. According to this, the one question to determine the demographic characteristics of the participants is the other eight question current situation and feasibility of Adıyaman tourism. As a result of the research, the strengths and weaknesses of Adıyaman tourism will be revealed.

However, the feasibility of Adiyaman tourism is another contribution of this research. In addition, suggestions for the development of tourism in Adiyaman will be a guide for future research.

Key words: Tourism Potential, Feasibility, Adiyaman

ÇAY VE TURİZM İLİŞKİSİ: KAVRAMLAR, KAYNAKLAR VE UYGULAMALAR

Arş. Gör. Gökhan YILMAZ

Akdeniz Üniversitesi
gokhanyilmaz@akdeniz.edu.tr

Özet

Yiyecek ve içecekler, turizm endüstrisinde önemli bir rol oynamakta ve turistlere hatırlanabilir yeni deneyimler yaşama ve keşfetme imkânı sunabilmektedir. Böylece turistler, gittikleri destinasyonda doğal, tarihi ve kültürel yerleri ziyaret etmenin yanı sıra yerel yiyecek ve içecekler gibi yerel mutfak kültürünü de keşfetmek isteyebilmektedir. Bazı turistler ise yerel mutfaklara özel bir ilgi duymakta ve gastronomik deneyim yaşama amacıyla seyahat etmektedir. Bu turistler için yerel yiyecek ve içecekler güçlü bir çekicilik olabilmektedir. Bu bağlamda çay ve çay ile ilgili kaynaklar da turistik bir ürün olarak turistlere sunulmaktadır. Bu çalışmada çay ve turizm ilişkisi üzerine ilgili alanyazının incelenmesi, çay turizmi kaynaklarının tespit edilmesi ve turistik bir ürün olarak sunulan çay ve ilgili unsurlara yönelik destinasyonların uygulamalarından bahsedilmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar sözcükler: Çay ve Turizm İlişkisi, Çay Turizmi, Çay Turizmi Kaynakları, Çay Turizmi Uygulamaları

THE RELATION BETWEEN TEA AND TOURISM: CONCEPTS, SOURCES AND PRACTICES

Abstract

Foods and beverages play an important role in tourism industry and offer the possibility of discovering and having new memorable experiences for the tourists. So, the tourists like to discover the culture of the local cuisine such as foods and beverages in addition to visiting natural, historical and cultural places in the destination. Some tourists, however, have a special interest in the local cuisines and travel with the purpose of gastronomic experience. For them local foods and beverages can be powerful attractions. In this context, tea and tea related sources are offered as tourist products. In this study searching the literature on the relation between the tea and the tourism, determining the sources of tea tourism, tea as a touristic product and mentioning the practices of the related destinations are targeted.

Key words: Relation Between Tea and Tourism, Tea Tourism, Tea Tourism Sources, Tea Tourism Practices

ÖRGÜTSEL ADALET VE PRESENTEEİSM: VAN İLİ KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA

Yrd. Doç. Dr. Burcu TURAN TORUN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
burcuturan@yyu.edu.tr

Gizem GÖZEN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
gizemgozen@gmail.com

Özet

Belli amaçları gerçekleştirme isteği ile bir araya gelen insanlardan oluşan örgütler amaçlarına ulaşabilmek için; dijital dönüşüm, farklılıklar ve gelişmelere adapte olabilmek adına sürdürülebilirliği sağlamak için en değerli kaynakların başında gelen insan kaynağına gereken önemi göstermek gerekmektedir.

Örgütsel Adalet, Örgütsel bağlılığın sağlanmasına destek olmakta; hatta temel yapı taşı oluşturumaktadır. Çalışanlar için önemli olan faktör, adaletli bir ortamda çalıştıklarına dair olan inançlarının oluşmasıdır. Eşit şartlarda ve iş ortamında çalışmak motivasyonu arttıran bir araçtır, eşitlik teorisinde, kişilerin iş başarısı ve tatmin olma derecesi çalıştığı ortamla ilgili olarak algıladığı eşitlik ya da eşitsizlikle ilgilidir. Örgütsel Adalet bireyin örgütündeki uygulamalarla ilgili olarak adalet algılamasıdır. Örgütlerin yeni yeni farkına vardığı bir sorun olan "Presenteeism: İşte Var olmama" çalışanların fiziki olarak işyerinde bulunmalarına karşın psikolojik olarak işlerinin başında olmamalarını ifade etmektedir. Genellikle sağlık sorunu yaşayan çalışanların bir sorunu olarak görülen presenteeism, aslında fiziki olarak sağlıklı olan ancak ruhen işinin başında var olamayan çalışanların da sorunudur. Çalışanlar performanslarını sergileyememekte ve tamamen işini kaybetme kaygısı ya da hedeflerine ulaşma arzusundan kaynaklı iş yerinde olmamaları gerektiği halde iş yerinde bulunmaları durumunun ortaya çıkmasıdır. Özellikle hizmet yoğun sektörlerde ortaya çıkan "Örgütsel Adalet ve Presenteeism" kavramlarının konaklama işletmeleri çalışanlar üzerindeki etkisini araştırmak üzere Van ilindeki konaklama tesisi çalışanları ile anket uygulaması yapılmıştır. Van ilinde faaliyet gösteren turizm yatırım ve turizm işletme belgeli toplam 9 konaklama tesisi bulunmaktadır. Bu işletmelerin yatak kapasiteleri 1615'dir. Bu doğrultuda Van ilinde toplam 9 konaklama işletmesinde çalışan 300 işgören üzerinde yürütülen uygulama ile araştırmanın verileri toplanmıştır. Ayrıca yapılan araştırmada cinsiyet, çalışılan yıl ve eğitim değişkenleri açısından farklılaşıp farklılaşmadığına da bakılmıştır. Bu çalışma ile sosyo-ekonomik açıdan Türkiye'nin en az gelişmiş bölgesi olan TRB2 bölgesinde yer alan Van ili konaklama işletmelerinin örgüt yapısı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Anahtar sözcükler: Örgüt, Adalet, Presenteeism

ORGANIZATIONAL JUSTICE AND PRESENTEEISM: A CASE STUDY OF HOSPITALITY INDUSTRY IN VAN PROVINCE

Abstract

With contemporary management mentality, people have been focusing of the management science and every subject of problems occurs during the labour force period that concern employees on the basis of the studies carried out in management. Globalization, digitalization, adaptability of changes in global economy has force management to focus on the most important investment as human. The importance and value attached to people have been more important

than ever before. Presenteeism is the problem of those who have to work in today's competitive work environment. Organizational Justice supports the provision of organizational commitment; it even forms the basis of the mentality. An important factor for employees is their belief that they work in a fair environment. Working on equal terms and in the workplace is a means of increasing motivation, in equality theory, about equality or inequality perceived by the people in terms of workplace success and satisfaction. Organizational Justice is the perception of justice in relation to the practices of the individual's organization. "Presenteeism" refers to the fact that employees are physically at work but are not psychologically at the work. Presenteeism, which is often seen as a problem for employees who have health problems, is also a problem for employees who are physically healthy but cannot focus to the work. Employees are unable to demonstrate their performance and are completely anxious to lose their job or to be at the workplace due to their desire to achieve their goals, and to be present at work when necessary. It is aimed to this study is to find out effect of the "Organizational Justice and Presenteeism", especially in hospitality industry in Van. Within the scope of the task registered hotels will be taken survey to analyse impact. It will be an impact assessment. There are nine registered hotels to the Ministry of Tourism and Culture. Those companies have 1615 bed capacity. There are approximately 600 employees working in the industry in Van. It was aimed to complete approximately 300 surveys with those who is in target group. In this direction, data on the application and research conducted on 300 staff selected by simple random sampling method among 600 staff operating in nine hospitality companies in Van Province. In addition, the survey has also examined whether gender, year studied and educational variables differed. Within this study organizational structure of the Hospitality Enterprises located in Van aimed to be found out. TRB2 region is the least developed region of Turkey in terms of socio-economic aspect.

Key words: Organization, Justice, Presenteeism

KÜLTÜREL TURİZM MEKÂNLARININ TANITIM VE PLANLAMASINA YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME: SİİRT ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Nurettin ÖZGEN

Ankara Üniversitesi
nozgen@gmail.com

Süleyman Cengiz EGE

Ankara Üniversitesi
cengizege@yahoo.com

Özet

Turizm, çok boyutlu yaşamsal bir eylemi, başka bir ifadeyle, duyuşsal ve bilişsel edinimleri ifade etmekte ve mekâna ilişkin örüntülerin envai çeşit kazanımlarını içermektedir. Turizme ilişkin faaliyetlerin hayata geçirilmesinde, başta toplumsal suhulet ve mevsimsel koşulların uygunluğu olmak üzere, ulaşım, konaklama ve en önemlisi de insanların dikkatini çekecek türden bir aidiyet ya da somut ve soyut değerlerin varlığı en önemli etkidir. Böylelikle, kadim ve görülmesi gereken yerleri/mekânları gezip görmek, kültürel etkileşimde bulunmak, dinlenmek, dokunmak ve bu alanlar hakkında yerinde ve yaşayarak bilgilenmek, başlıca kazanımlar olarak tanımlanabilir. Farklı kültürel formlara alan açan ve birçok disiplinle etkileşimde bulunan turizmin en kapsamlı ve etkin örüntüsünü ise, kültürel turizm aktiviteleri oluşturmaktadır. Kültürel turizm aktiviteleri, Türkiye'deki farklı coğrafi bölge ve lokasyonlara bağlı olarak çeşitli yapısal zenginlikler ve beşeri formlar barındırmaktadır. Bu zengin kültürel lokasyonlardan biri de Siirt yöresidir. Yöre, sahip olduğu zengin kültürel turizm potansiyeline rağmen, değerlendirilmeye ilişkin tanıtım, sosyopolitik sorun ve koordinasyon eksikliği, en önemli zafiyetler olarak dikkat çekmektedir. Yörenin sahip olduğu inanç turizm mekânları (Tillo'daki İbrahim Hakkı Hazretleri türbesi ve müzesi, Veysel Karani Hazretleri Türbesi, Mir Yakup, Holaniye ve Handevis Kiliseleri, Ulu Cami), geleneksel halk oyunları (Şeyhani, govent, mirani, girani, botani, garzani, çaçani, hırpani, roşkani), yöresel giyim, kuşam ve mutfak kültürü gibi. Ayrıca çeşitli aidiyet ve kimliklerin varlığı da yöredeki çok kültürlülüğün başlıca zenginliklerindendir. Betimsel tarama modelinden yararlanılarak gerçekleştirilen bu çalışmada, orta ve uzun vadeli planlamalarla, yöreye özgü kültürel turizm potansiyellerinin nasıl geliştirilebileceğine odaklanılmıştır. Bu bağlamda öncelikle, yöredeki kültürel turizm unsurlarının betimlenmesi, uygun koordinasyon ve tanıtımlarının yapılması ve böylelikle hem yörenin sosyokültürel tanınırlığına, hem de ekonomik gelişimine önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Dahası hem yöre halkının kültürel turizme ilişkin farkındalığının arttırılması, hem de yerel yönetimlerin ve ulusal eksenli politikaların geliştirilmesine yönelik çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar sözcükler: Siirt, Kültür Turizmi, İnanç Turizmi, Tillo, Veysel Karani

AN EVALUATION FOR INTRODUCTION AND PLANNING OF CULTURAL TOURISM SPACES: CASE OF SİİRT

Abstract

Tourism, a vital multi-dimensional action, affective and cognitive achievements include myriad varieties of expression to the achievements of space and related patterns. The implementation of activities related to tourism, particularly social suitable environment and including the suitability of the weather conditions, transportation, a sense of belonging or the presence of tangible and intangible value from the accommodation and most importantly a kind draw

people's attention is the most important factor. Thus, the ancient and the place to be seen for / sightseeing places to see, to have cultural interaction, to relax, to touch and to be informed by place and live on these areas, defined as major achievements. The most comprehensive and effective pattern of tourism, which opens up space for different cultural forms and interacts with many disciplines, constitutes cultural tourism activities. Cultural tourism activities have various structural riches and human forms depending on different geographical regions and locations in Turkey. One of these rich cultural locations is the Siirt region. Such as faith tourism venues in the region (İbrahim Hakkı Hazretleri shrine and museum in Tillo, Veysel Karani Hazretleri shrine, Mir Yakup, Holaniye and Handevis churches, Ulu mosque), traditional folk dances, local clothing, sowing and culinary culture.

Performed utilizing descriptive research model in this study, with medium and long-term planning, the focus was on how to improve the region's unique cultural tourism potential. In this context, first, describing elements of cultural tourism in the region, and thus the appropriate implementation, coordination and promotion of the region and the socio-cultural recognition, and it is also expected to provide a significant contribution to economic development. Moreover, various proposals have been developed to increase the awareness of local people about cultural tourism, as well as the development of local governments and national axis policies

Key words: Siirt, Cultural Tourism, Faith Tourism, Tillo, Veysel Karani

GELENEKSEL VAN OTLU PEYNİRİNİN ÖZELLİKLERİ VE GASTRONOMİ TURİZMİNDEKİ ÖNEMİ

Yrd. Doç. Dr. Şenol KÖSE

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

senolkose28@gmail.com

Özet

Son zamanlarda, geleneksel gıdaların gastronomi turizmi içerisindeki önemi tüm dünyada artmaktadır. Geleneksel gıdaların tescillenmesinde, tanıtılmasında ve tescillenerek taklitlerine karşı yasal olarak korunmasında coğrafi işaretleme önemli bir araçtır. Yerel yönetimler coğrafi işaretlemeyi bölge turizmini geliştirmek için kullanmaktadırlar. Bu kapsamda çalışmanın amacı, coğrafi işaret başvurusu yapılan Otlı peynirin besin değeri hakkında bilgi vererek gastronomi ağırlıklı turizm açısından önemine değinmektir. Bu araştırma, Van ilinde geleneksel yöntemle üretilen Otlı peynirin ön plana çıkartılması, diğer turizm türleri ile gastronomi amaçlı turizmi birleştirmeye yönelik öneriler getirebilmesi ve bölgesel kalkınma açısından ilgili kurum, kuruluş ve kişilere çıkarımlar sunabilmesi açısından önem taşımaktadır.

Anahtar Sözcükler: Geleneksel Gıdalar, Coğrafi İşaretleme, Van Otlı Peyniri

THE CHARACTERISTICS OF TRADITIONAL VAN HERBY CHEESE AND IMPORTANCE IN GASTRONOMY TOURISM

Abstract

Recently, the importance of traditional foods in the gastronomic tourism is increasing all over the world. The Geographical Indication is an important instrument in registration, promotion and legally protect of traditional foods against imitation by registering. Local authorities use Geographical Indication to develop regional tourism. The aim of study in this context is to reveal the importance in terms of gastronomy tourism giving information nutritional value of herby cheese. This research is important as it provides inferences to institutions, organizations and people in terms of regional development, emphasizing the herby cheese produced by traditional method in Van province and making recommendations for combining gastronomy tourism with other types of tourism.

Key words: Traditional Foods, Geographical Indication, Van Herby Cheese

TÜRKİYE'DEKİ ÖZEL AŞÇILIK OKULLARININ MEVCUT DURUMU ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Yrd. Doç. Dr. Aysu ALTAŞ

Aksaray Üniversitesi
aysuhatipoglu@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Yusuf ACAR

Aksaray Üniversitesi
yacar1986@gmail.com

Özet

Bir ülkede turizm sektörünün başarılı olabilmesi için mutlaka nitelikli personel istihdam edilmesi gerekmektedir. Turizm sektörünün olmazsa olmazı yiyecek-içecek hizmetleri söz konusu olduğunda ise kalifiye mutfak personeli istihdam etmek büyük önem arz etmektedir. Rekabet ortamının hakim olduğu yiyecek-içecek sektöründe işletmeler dinamik, yenilikleri takip eden, tüm dünya mutfaklarına hakim, hijyen kurallarına maksimum düzeyde özen gösteren, yabancı dil bilen, ekip çalışmasına uygun şefler ile çalışmak istemekte ve bu özellikleri taşıyan şeflere oldukça yüksek ücretler ödemektedir. Söz konusu şefleri Türkiye'de yetiştiren kurumlar ise çeşitlilik göstermektedir. Türkiye'de aşçılık eğitimi hem devlet tarafından hem de özel kuruluşlar tarafından her yaşta insana, farklı kademelerde verilebilmektedir. Özel aşçılık okulları da eğitim veren söz konusu kurumlar arasında yer almaktadır. Türkiye'de faaliyet gösteren özel aşçılık okullarının mevcut durumları üzerine olan bu araştırma teorik bir çalışma olup, literatür taraması ile elde edilen veriler derlenerek hazırlanmıştır. Çalışmanın, konunun muhataplarına ve literatüre katkı sağlaması amaçlanmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Aşçılık Eğitimi, Özel Aşçılık Okulları, Türkiye.

A RESEARCH ON CURRENT SITUATION OF PRIVATE CULINARY SCHOOLS IN TURKEY

Abstract

In order for a tourism sector to be successful in a country, it is absolutely necessary to employ qualified personnel. It is very important to recruit kitchen personnel particularly if the tourism sector is the sine qua non of food and beverage services. In the food and beverage sector, where competition is dominant, businesses want to work with dynamic chiefs who follow the innovations, have full knowledge of world cuisines, pay maximum attention to hygiene rules, speak a foreign language, and are able to perform teamwork, and they pay very high fees to these chiefs with these qualifications. There are various institutions which train said chiefs in Turkey. Culinary education in Turkey can be provided to people at all ages at different levels by both government and private organizations. Private culinary schools are also among said institutions that provide education. This research on the current situation of private culinary schools that are active in Turkey is a theoretical study and is prepared by compiling the data obtained by literature review. It is an object of this study to contribute to the persons skilled in the respective field and to the literature.

Key words: Culinary Education, Private Culinary Schools, Turkey

KENTSEL DÖNÜŞÜMÜN TURİZME ETKİSİ: ERZURUM KALESİ VE ÇEVRESİ ÖRNEĞİ

Yrd. Doç. Dr. Ahmet Çavuş

Atatürk Üniversitesi

ahmetcavus@atauni.edu.tr, acavus61@hotmail.com

Yrd. Doç. Dr. Fatih Orhan

Erzincan Üniversitesi,

forhan@erzincan.edu.tr

Özet

Ülkemizde Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren kendini hissettiren kentleşme hareketi, 1950'li yıllardan sonra kırsal alanlardan kentlere yaşanan yoğun göç ile ivme kazanmıştır. Bu durum şehirlerde gecekondü yerleşim alanlarının oluşmasına, plansız kentleşmeye, tarihi ve kültürel dokunun zarar görmesine ve bir takım fiziksel sorunlara neden olmuştur. Kentsel alanlarda yaşanan bu problemlerin çözüme kavuşturulması amacıyla yapılan tüm çalışmalar kentsel dönüşüm kavramı ile ifade edilmektedir.

Ülkemizdeki kentsel dönüşüm projelerinin ilk örnekleri 1980'li yıllardan sonra özellikle gecekondü bölgelerinde görülmektedir. Kentsel dönüşümün öneminin anlaşıldığı ve bu amaçlı çalışmaların hızlandırıldığı dönem ise 1999 Marmara Depremi sonrasındır. Nitekim bu tarihten sonra 775 Sayılı Gecekondü Kanunu'nda yapılan bazı değişiklikler ve Afet Riski Altındaki Alanların Dönüştürülmesi Hakkındaki Kanun ile Türkiye genelinde kentsel dönüşüm birçok yerde başlamıştır. Bu kanunda kentsel dönüşümün amacı afet riski altındaki alanlarda ve bu alanların dışında riskli yapıların bulunduğu sahalarda, sağlıklı ve güvenli yaşama çevrelerini teşkil etmek; iyileştirme, tasfiye ve yenilemeler yapmak olarak belirlenmiştir.

Kentsel dönüşümdeki amaçlardan biri de tarihi ve kültürel yapıların korunarak gelecek nesillere aktarılması ve turizme kazandırılmasıdır. Ülkemizde bu amaçla kentsel dönüşüm yapılan yerlerden biri de Erzurum Kalesi ve çevresidir. Erzurum Kalesi, Çifte Minareli Medrese, Üç Kümbetler, Ulu Camii gibi tarihi eserlerin bulunduğu bu saha, Erzurum şehrinin tarihi nüvesini oluşturmaktadır. Bu bölgede kentsel dönüşüm çalışmalarına 2011'de başlanılmış olup, 2017 itibarıyla önemli ilerlemeler sağlanmıştır. Araştırmamız da yerel halkın ve turistlerin Erzurum Kalesi ve çevresindeki kentsel dönüşüme bakışları, kentsel dönüşümün turizme etkisi ve sorunları konularına yoğunlaşmıştır. Bu amaçla 300 yerel halk ve 200 turist ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Araştırma sonucu, hem yerel halkın hem de turistlerin Erzurum Kalesi ve çevresindeki kentsel dönüşüm projesini beğendiklerini, yürütülen çalışmaların tarihi yapıların korunmasına ve turizmin gelişimine olumlu katkı yapacağını düşündüklerini ortaya koymaktadır. Erzurum'un tarihi ve kültürel değerlerini ön plana çıkaracak bu ve benzeri çalışmaların kış turizmiyle tanınan Erzurum'a alternatif turistik destinasyonlar oluşturacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kentsel Dönüşüm, Erzurum, Turizm, Erzurum Kalesi, Üç Kümbetler

THE EFFECTS OF RECONSTRUCTION URBAN ON TOURISM: THE CASE OF THE ERZURUM CASTLE AND ITS WIDER AREA

Abstract

The Urbanisation movement has been effected since the early years of the establishment of Turkish Republic, soon after the 1950s, the immigration was gained momentum. The 'Gecekondü' settlement area was created; unplanned urbanisation and historical and cultural

values were negatively affected by the fact of physical reasons. Therefore, reconstruction of urban areas has been referred as a concept for the solution against these kinds of problems.

In Turkey, the first cases of reconstruction projects have been seen in the 'Gecekonu' areas of the towns. Having understood the importance of urban redevelopment, the rapid process of redevelopments happened soon after the Marmara earthquake in 1999. It is the main driver on fact that there has been some changes in the 775 Gecekonu Law and with effect of the law of redevelopment in the Natural Hazards Risk Areas, redevelopment in the country began in many parts of the country. In this context, the aim of reconstruction of the city is to set up healthy and reliable living conditions in the areas where there is a risk of natural hazards by making refreshment, discharge, restoration.

Further aims of the redevelopment is to conserve the historical and cultural values which needs to be sustained for the future and eventually turned into the tourism attractions. In Turkey, with this aim, the areas are Erzurum Castle, Cifter Minerali Medrese, Üç Kümbetler, Ulu Cami which are consisting of the Erzurum's main touristic attraction sites. In this region, reconstruction project was begin in 2011, the good progress made in the recent years. In this study focuses on the problems and challenges of the local people as well as the tourists visiting the areas. In this manner, 300 local people plus 200 tourists were interviewed by face-to-face. The results of the study showed that the participants were satisfied with the result of reconstruction in the Castle of Erzurum and its wider region. This means that they are optimistic about the fact that the projects will have an positive effect on the protection of historical and cultural values as well as the development of touristic movements. Finally, this study suggests that with the protection and reconstruction of historical and cultural values in Erzurum might develop alternative tourism attractions against the Winter tourism of the town.

Key words: Reconstruction of the Urban, Erzurum, Tourism, Erzurum Castle, Üç Kümbetler

SARIKAMIŞ DESTİNASYONUNUN TANITIMININ MİYOPİK BAKIŞ AÇISIYLA DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Erdoğan KAYGIN

Kafkas Üniversitesi
erdogankaygin@hotmail.com

Öğr. Gör. Nilgün DEMİREL

Iğdır Üniversitesi
nilgun.demirel@igdir.edu.tr

Öğr. Gör. Erkan ŞAHİNKAYA

Iğdır Üniversitesi
erkan.sahinkaya@igdir.edu.tr

Özet

Modern dünyadaki gelişmelerin hızlanması turizm dinamiklerinin değişmesine yol açmakta ve destinasyonlar arasındaki rekabet de gittikçe artmaktadır. Destinasyonların dünya çapındaki başarısı ve tanınırlığı turizm endüstrisi içerisinde faaliyet gösteren ve destinasyon yönetiminde söz sahibi olan paydaşların katkısı ile gerçekleşmektedir. Destinasyonun uzun vadede sosyo-ekonomik açıdan gelişmesinin yönetim bağlamında başarılı olmakla ilişkili olduğu söylenebilir. Uzun vadeli ve stratejik düşünüldüğünde bir destinasyonun tanınırlığı uzun vadeli başarıları beraberinde getirebilir. Türkiye de gelişmekte olan destinasyonlardan bir tanesi de Sarıkamış'tır. Sarıkamış özellikle kış turizmi açısından yüksek potansiyele sahip gelişime açık bir destinasyondur. Fakat bu destinasyonun tanıtımı konusunda yeterli faaliyetlerin gerçekleştirilmediği düşünülmektedir. Bu doğrultuda yürütülen bu çalışmanın amacı Sarıkamış'taki destinasyon yönetim örgütlerinin tanıtım bağlamında yönetsel miyopluk içerisinde olup olmadıklarını ortaya koymaktır. Bu amaçla, yönetsel miyopluk ve turizm tanıtımı literatürü temel alınarak Sarıkamış'taki turizm paydaşları ile yapılandırılmış mülakat yoluyla elde edilen bilgiler doğrultusunda ildeki turizm paydaşlarının miyopik kararlar alıp almadıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda şu bulgular elde edilmiştir: Tanıtım faaliyetlerinde karşılan zorlukların yeterince ciddiye alınmadığı, sunulan sınırlı seçenekler arasında seçim yapılarak tanıtım faaliyetlerinin uzun vadeli düşünülmeden planlandığı, daha çok geleneksel tanıtım faaliyetleri çerçevesinde hareket edildiği, Sarıkamış'ta turizmin geliştirilmek istendiği ancak paydaşlar arasındaki iletişim ve koordinasyon eksikliğinden dolayı uluslararası tanıtım faaliyetlerinin istenen ölçüde gerçekleşmediği ortaya konmuştur. Çalışma sonucunda Sarıkamış'ın tanıtımının geliştirilmesi ve uzun vadeli bakış açısıyla hareket edilmesi konularında çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Miyopluk, Turizm, Tanıtım

EVALUATION OF THE SARIKAMIŞ DESTINATION AS A MYOPIA VIEW

Abstract

The acceleration of developments in the modern world leads to the change of tourism dynamics and competition between destinations is increasing. The world-wide success and recognition of destinations is occurred through the contribution of stakeholders who are active in the tourism industry and have a say in destination management. It can be said that the long-term socio-economic development of the destination is related to the success in the context of management. When it is considered long-term and strategic recognition of a destination can

bring long-term success. One of the developing destinations in Turkey is Sarıkamış. Sarıkamış is open for improvement especially for winter tourism with high potential. However, it is considered that sufficient activities have not been carried out to promote this destination. Accordingly, the aim of this study is to show whether or not the destination management organizations in Sarıkamış are within the managerial myopia in the context of advertising. For this purpose, based on the literature on managerial myopia and tourism, it has been tried to determine whether the tourism stakeholders on the right have taken myopic decisions in accordance with the information obtained through structured interview with the tourism stakeholders in Sarıkamış. As a result of interviews, the following findings were obtained: The difficulties encountered in the promotion activities were not taken seriously, the advertising activities were planned in the long term without considering thoughts by choosing enough and the limited options were offered, mostly traditional promotional activities were carried out and tourism was wanted to be developed in Sarıkamış but international promotion activities have not been achieved to the desired extent due to the lack of communication and coordination among the stakeholders. As a result of the study, various suggestions were made about the development of Sarıkamış and acting with a long-term perspective.

Key words: Myopia, Tourism, Advertising

YABANCI HASTALARIN MEDİKAL HİZMETLERDEN MEMNUNİYETİNİN ARAŞTIRILMASI

Doç. Dr. Sedat BOSTAN

Gümüşhane Üniversitesi
sbostan29@gmail.com

Arş. Gör. Cihan ÜNAL

Gümüşhane Üniversitesi
cihan@gumushane.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Bilal YALÇIN

Gümüşhane Üniversitesi
byalcin@gumushane.edu.tr

Elif AKDENİZ

Gümüşhane Üniversitesi

Ezgi BAKAÇ

Gümüşhane Üniversitesi

Özet

Medikal turizm dünyada giderek yaygınlaşan bir alan olup, son yıllarda ülkemizde de gündeme gelmektedir. Bu doğrultuda bazı özel ve kamu hastaneleri özel çalışmalar yapmaktadır.

Medikal turizmde müşteri memnuniyeti önemli bir yer tutmaktadır. Medikal turizmde katılanların tercihlerini etkileyen faktörler; Hizmetin ödenebilirliği, hizmetin erişilebilirliği, hizmetin ihtiyacıyla uyumu, bakım kalitesi, turizm unsuru olarak destinasyonun çekiciliği sayılabilir.

Amaç: Bu çalışmanın amacı Trabzon ve Ordu il merkezinde bulunan hastanelerde sağlık hizmeti alan yabancı hastaların aldıkları hizmetler hakkındaki memnuniyete yönelik görüşlerinin tespit edilerek, medikal turizm alanında yapılacak çalışmalara yabancı hasta memnuniyet konusunda katkı yapmaktır.

Yöntem: Araştırma Trabzon ve Ordu il merkezlerinde bulunan hastanelere başvuran yabancı hastaları kapsamaktadır. Çalışma içerisinde 52 yabancı hastaya ulaşılmıştır. Oteller için geliştirilmiş olan “iyilik” ölçeği yazarlar tarafından Türkçeye çevrilmiş ve hastanelere uyarlanmıştır. Ölçek uygulamasının Cronbach Alfa güvenirlik katsayısı,95 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin geçerliliği faktör analiziyle test edilmiş olup, tek faktör altında toplanan sorular varyansın %55’ini açıklamaktadır ve uygundur.

Bulgular ve sonuç: Katılımcıların ülkelerine göre dağılımları incelendiğinde, 2’si Hollandalı, 7’si Suudi Arabistanlı, 3’ü Almanyalı, 1’i İsviçreli, 1’i Rusyalı, 4’ü Azerbaycanlı, 4’ü Gürcistanlı, 8’i KKTC’li, 9’u Pakistanlı, 1’i Ukraynalı, 2’si Bulgaristanlı, 2’si Slovenyalı, 5’i Afganistanlı, 3’ü Mısırlı olduğu görülmektedir.

Katılımcıların kendilerini güvende hissetme, saygı ve nezaket görme durumları memnuniyetlerinin yüksek olduğu durumlar olup, kendilerini anlatabilme ve ödediği paranın karşılığını almayla ilgili memnuniyet düzeyinin ise en düşük düzey olduğu tespit edilmiştir.

Ayrıca hastaların ülkelerine göre memnuniyet düzeyini farklılaştığı anlaşılmıştır.

Bu bulgulara göre; hastane çalışanların dil konusunda kendilerini geliştirmeleri gerektiği ve verilen hizmetin ödenen ücreti karşıladığı konusunda ikna edici olması gerektiği söylenebilir.

Anahtar Sözcükler: Medikal Turizm, Yabancı Hasta, Hasta Memnuniyeti

RESEARCH OF SATISFACTION OF MEDICAL SERVICES OF FOREIGN PATIENTS

Abstract

Medical tourism is becoming an increasingly widespread area in the world and in recent years our country is also on the agenda. In this direction, some private and public hospitals conduct special studies.

Customer satisfaction plays an important role in medical tourism. Factors affecting the preferences of those participating in medical tourism; pay ability of the service, accessibility of the service, matching with the service need, quality of care, attractiveness as destination of tourism.

Objective: The aim of this study is to determine the opinions of foreign patients in Turkey about the services they receive and to contribute to the satisfaction of foreign patients in the field of medical tourism.

Method: The study was carried out on foreign patients referred to hospitals in Trabzon and Ordu provincial centers. 52 foreign patients were reached in the study. The "well-being" scale developed for the hotels has been translated into Turkish by the authors and adapted to the hospitals. The Cronbach's alpha reliability coefficient of the scale application was calculated as 95. The validity of the scale was tested by factor analysis, and the questions collected under the single factor account for 55% of the variance and are suitable.

Findings and conclusion : When the participants were analyzed according to their distribution, 2 were Dutch, 7 were Saudi Arabia, 3 were Germans, 1 was Swiss, 1 was Russian, 4 were Azerbaijan, 4 were from Georgia and 8 were from TRNC , 9 are Pakistani, 1 is Ukrainian, 2 are Bulgaria, 2 are Slovenian, 5 are Afghanistan and 3 are Egyptian.

Participants' feelings of security, respect and courtesy were high and their level of satisfaction with explaining themselves and receiving the money they paid was the lowest level.

It has also been understood that patients differ in their level of satisfaction according to their country.

According to these results; It can be said that hospital staff should be convinced that they need to improve themselves about the language and that the service provided meets the fee paid.

Key words: Medical Tourism, Foreign Patient, Patient Satisfaction

MEDİKAL TURİZMDE AKILLI TELEFONLAR ARACILIĞIYLA PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNTEMLERİ

Serhan DEMİREL

Acıbadem Sağlık Grubu
serhan.demirel@acibadem.com.tr

Doç. Dr. Gülfer BEKTAŞ

Acıbadem Üniversitesi
gulfer.bektas@acibadem.edu.tr

Uzm. Fatih ÖLMEZ

Acıbadem Sağlık Grubu
fatih.olmez@acibadem.com.tr

Doç. Dr. H. Nilay GEMLİK

Marmara Üniversitesi
ngemlik@gmail.com

Özet

Medikal turizm, kişilerin ihtiyaç duydukları tedavi hizmetini almak amacıyla başka bir ülkeye gitmeleri olarak tanımlanmaktadır. Sunulan tedavi hizmetlerinin farklılaşması, alternatif tedavi yöntemlerinin geliştirilmesi, devlet teşviklerinin artması, uluslararası ulaşımın kolaylaşıp alternatiflerin türemesi ve bilgi teknolojilerindeki gelişmelerin de katkısıyla medikal turizm sürekli büyüyen ve rekabeti de sürekli artan bir sektör olmuştur.

Hastalar ve hasta yakınları ekonomik sebeplerin yanı sıra, marka algısı, hekim kadrosu, teknolojik yeterlilik, kalite politikası, sertifika ve akreditasyonlar gibi öncelikli sebeplerden ötürü medikal turizm aracılığıyla farklı bir ülkede tedavi almayı planlamaktadır. Bu potansiyelden faydalanmak ve kârlılıklarını yükseltmek isteyen sağlık kuruluşları, çeşitli pazarlama faaliyetleri ile hastalar ve hasta yakınları ile iletişim kurmakta, tercih edilen kurum olmayı amaçlamaktadır. Günümüzde özellikle de dijital pazarlama kanallarının gün geçtikçe daha güçlü ve özenli kullanıldığı gözlenmektedir.

Son yıllarda kullanılan akıllı telefon sayısının artmasının yanı sıra, akıllı telefonların günlük hayatımızdaki kullanım oranı da artış göstermiştir. Akıllı telefonlara duyarlı web siteleri, mobil uygulamalar, konum bazlı hizmetler, yakın mesafe haberleşme sistemleri ve bunların entegre olduğu sistemler kullanıcılara katma değerli toplam fayda sağlamış ve kullanıcı hayatının her alanına dâhil olmayı başarmıştır. Tüm bu hizmetler bir yandan kullanıcılara çeşitli faydalar sağlarken diğer yandan da kurumlara kullanıcı davranışlarını izleme imkânı sağlamıştır. Kurumların çeşitli araçlar ve üçüncü parti yazılım destekleri sayesinde kullanıcı davranışlarını izleyebilmesi, medikal turizm açısından da kitlesel iletişim yöntemlerinin ötesine geçerek hastaya özelleştirilmiş, kişiselleştirilmiş hedefleme yöntemlerine yeni bir boyut ve fırsat kazandırmıştır. Yabancı hastaların ve hasta yakınlarının sağlık sorunları, tedavi arayışları ve nihayet medikal turizme olan eğilimleri onları her an ceplerinde bulundurdıkları bir araca; akıllı telefonlarına yönlendirmekte ve medikal turizm sektöründe yer alan kurumlar için tercih edilebilme olanağını sunmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, akıllı telefonların pazarlama iletişimi aracı olarak sağlık turizm sektöründeki kullanımı ile yarattığı değişimi ve fırsatları ortaya koymaktır.

Anahtar sözcükler: Medikal Turizm, Akıllı Telefon, Pazarlama İletişimi

MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES BASED ON SMART PHONES IN MEDICAL TOURISM

Abstract

Medical tourism is defined as people traveling to a country other than their own to obtain medical treatment. Medical tourism represents a growing and competitive sector owing to the availability of different treatments, the development of alternative treatment methods, the increased state incentives, the availability of inexpensive flights and increased marketing and online consumer information about the medical services.

Patients and their relatives choose to obtain medical services from another country not only for economic reasons, but also for reasons such as brand perception, physician staff, technological competence, service quality policy, certificates and accreditation from internationally recognised institutions. Healthcare organisations, to make use of this potential and increase their profitability, reach potential patients and their relatives using various marketing methods. Today, it is observed that digital marketing channels are employed more and more frequently with a greater emphasis on its power.

In recent years, the increase in the number of smartphones is followed by the increase in their usage in our daily lives. The development of Smartphone-enabled web sites, mobile applications, and location-based services bolstered the integration of this technology. In addition to the apparent benefits of such services to smart phone users, it also allowed organisations to monitor user behaviour on internet using third party software support systems and various methods. Healthcare organisations can use these technological advancements to develop patient-specific and personalised marketing methods that go beyond the usual mass communication methods previously employed in medical tourism.

The aim of this study is to analyse the changes and opportunities created by the use of smartphone as a marketing communication tool in the medical tourism sector.

Key words: Medical Tourism, Smart Phones, Marketing Communication

TURİSTİK KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE NEPOTİZMİN İÇ KONTROL SİSTEMİ ÜZERİNE ETKİLERİ; VAN İLİ ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Erhan POLAT

Şırnak Üniversitesi
epolat@sirnak.edu.tr

Özet

Türkiye sahip olduğu doğal, tarihi, kültürel, coğrafi değerleri ile birçok turistini ilgisini çeken bir ülkedir. Bu sayede turizm sektörünün ülkeye ekonomik, sosyal ve kültürel anlamı önemli etkisi vardır. Turizm sektörünün gelişmesinde en önemli etkenlerden biri konaklama alanında genç ve modern yapıya sahip konaklama işletmelerinin olmasıdır. Konaklama işletmeleri yeme-içme, oyun ve spor aktiviteleri, konaklama, dinlenme, yüzme gibi birçok faaliyeti kapsayan kompleks bir yapıya sahiptir. Bu kompleks yapının iyi bir şekilde yönetilmesi ve beklenen başarı hedeflerine ulaşması için denetim sisteminin güçlü olması elzemdir. Bu nedenle konaklama işletmeleri, iyi oluşturulmuş iç kontrol sistemine ihtiyaç duyar. İyi bir iç kontrol sistemi; işletme varlıklarının korunması, faaliyetlerin etkin ve verimli olması, finansal raporlamanın güvenli olması, yasa ve düzenlemelere uyumun sağlanması gibi birçok fayda sağlayan bir sistemdir. İç kontrol sistemi konaklama işletmelerinin yönetim politikalarına ve işletme ölçeğine bağlı olarak değişebilmektedir. Ülkemizde işletmelerin yaklaşık %90'dan fazlası aile işletmesi olduğundan dolayı yönetim ve personellerin seçiminde akrabaların istihdam edilmesine öncelik verilmektedir. Aile işletmelerinde akraba ilişkilerinden doğan istihdam ve yönetim anlayışı nepotizmi ortaya çıkararak önemli sorunlara yol açmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın amacı, turistik konaklama işletmelerinde kurumsallaşmanın temel dinamiklerinden biri olan iç kontrol sistemine nepotizmin etkilerini anket yöntemi kullanılarak tespit etmektir. Çalışma, Van ilinde bulunan konaklama işletmelerinde gerçekleştirilecektir. Bu bakımdan nepotizmden kaynaklı ortaya çıkan iç kontrol sistemine yönelik sorunları ortaya koyması ve sorunların engellenmesine yönelik çözüm önerileri ortaya koyan bu çalışma konaklama işletmeleri açısından önem arz etmektedir.

Anahtar sözcükler: Turizm, Konaklama İşletmeleri, Kurumsallaşma, İç Kontrol Sistemi, Nepotizm

EFFECTS ON NEPOTITHMINAL INTERIOR CONTROL SYSTEM IN TOURISTIC ACCOMMODATION PROCESSES; VAN RIVER SPECIMEN

Abstract

Turkey is a country that attracts many tourists with its natural, historical, cultural, geographical values. In this respect, the tourism sector has significant economic, social and cultural impact on the country. One of the most important factors in the development of the tourism sector is the accommodation enterprises with young and modern structures in the accommodation area. Accommodation operators have a complex structure that covers many activities such as eating and drinking, playing and sports activities, accommodation, recreation and swimming. It is essential that this complex structure is well managed and that the control system is strong enough to achieve the expected success goals. For this reason, accommodation enterprises need a well-established internal control system. Good internal control system; It is a system that provides many benefits such as protecting business assets, ensuring that activities are efficient and efficient, financial reporting is safe, compliance with laws and regulations. The internal control system may vary depending on the management policies of the accommodation enterprises and the operating scale. Since there are more than 90% family businesses in our

country, priority is given to employment of relatives in the selection of management and staff. Employment and management understanding arising from family relations in family business leads to important problems by revealing nepotism. The aim of working in this context is to determine the effects of nepotism on the internal control system, which is one of the basic dynamics of institutionalization in tourist accommodation enterprises, by using survey method. The work will be carried out in accommodation enterprises located in Van province. In this respect, this study, which reveals the problems related to the internal control system arising from nepotism and suggests solutions to prevent problems, is important in terms of accommodation operations.

Key words: Tourism, Accommodation Management, Institutionalization, Internal Control System, Nepotism.

VAN KALESİN'DE ANALI-KIZ KANALI GELENEĞİ

Hacer KARADUMAN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

karaduman.hacer93@gmail.com

Özet

Van merkez olmak üzere bölgede büyük bir medeniyet kuran Urartuların kralı I. Sardur tarafından yaptırılmış ve yüzyıl kadar adı geçen krallığın başkenti olan Van Kalesinin o zamanki adının Tuşpa olduğu Asur ve Urartuların çivi yazılı kitabelerinde belirtilmiştir. Dünyadaki sayılı eski yapılardan biri olan Van Kalesi, aradan 3000 yıl kadar bir zaman geçmiş olmasına rağmen bugün büyük kısmıyla hala ayakta durmaktadır. Doğu-batı istikametinde göle doğru uzanan kale, 1800 m. uzunluğunda, 120 m. genişliğinde ve takriben 100 m. yükseliğindeki kalker bir kayalığın üzerinde kurulmuştur. Güneyden sarp ve dik-kuzeyden meyili topografik bir özellik göstermektedir. Üç bölümlü kalenin kuzeydeki çıkış yolu, batıdan doğuya doğru hafif rampa şeklindedir. Kale içerisinde yazıtlar, mezar odaları, taş odalar, minare, kapı, su kulesi, burç ve Urartu medeniyeti döneminde tanrılara adanan kurbanların kesildiği, günümüzde ise evlenmek isteyen kızların dilek tutarak kaydığı Analı-Kız Kanalı bulunmaktadır. Üstü açık olan bu kanal ana kayaya oyularak yapılmıştır. Genelde evlenmek arzusunda olan gençler o kanalı adeta bir kaydırak gibi kullanarak kayarken 'o yanım keçe, bu yanım keçe elime helal süt emmiş biri geçe' tekerlemesini söylerler. Daha sonra evlilik gerçekleştiğinde yeni evli çiftin ziyareti ilk bu kanala olur. Kanala gelen çiftler beraberinde getirdikleri şekerleri oradaki çocuklara ikram ederler. Çalışmada mülakat yöntemi kullanılmış yerel halkın gelenek hakkındaki düşünceleri, görüşleri alınmış ve bunun yanında ikincil veri kaynaklarından faydalanılmıştır. Bu çalışmanın amacı bu geleneğin tanıtımını sağlayarak, yakın yerlerde oturan ve evlilik ve çocuk sahibi olma beklentisinde olan insanların bölgeye ziyaretlerine vesile olmak ve bu şekilde bölge turizmine artı değer sağlamaktır. Bu çalışma neticesinde Van Kalesinin içindeki Analı-Kız kaydırığının kültür ve inanç turizmi açısından önemli bir turizm potansiyeline sahip olduğu belirlenmiştir. Ancak tanıtım ve turizm aktiviteleri konusunda eksiklikler olduğu görülmüştür. Analı-kız kaydırığının sahip olduğu turizm potansiyelinin gerekli ölçüde değerlendirilmediği sonucuna varılmıştır. Değerlendirmeler ışığında sonuç kısmında yapılabirlik açısından uygun öneriler sunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Van Kalesi, Evlilik, Gelenek, İnanç

TRADITION OF ANALI-KIZLI CHANNEL IN VAN CASTLE

Abstract

Urartian kingdom one of the important state of the human history, existed in 900-600 BC, chose Van city as the political and military capital. To have security. Van castle had been built against the enemies. In fact it is was not only a military built but also a place to live all settlers. Inside the castle, people lived and prayed. Their religion was polytheistic and they sacrificed animals to have satisfaction of gods and goddess. At that time Analı-Kız Channel had been carved into the rock to drain the bloods of presented animals. By time all traditions have been changed. Nowadays, the channel is used as a wish stone by man and women to get married. They slide on it and say: "o yanım keçe, bu yanım keçe elime helal süt emmiş biri geçe". After wedding people pray to marry, come with his or her spouse and distribute candies to children living around the castle. In fact Analı-Kız Channel is not well-known both in Turkey and other countries. Its history and cultural place in the life of local people may be promoted Especially in Europe such places, in which praying for marriage or love are very popular. And they are very important to effect

people to visit the countries to gain. In the example of the channel, an effective promotion may easily effect people to visit the city.

Key words: Van Castle, Married, Tradition, Belief

FAALİYET TABANLI MALİYET HACİM KÂR ANALİZİ: KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA

Öğr. Gör. Özlem DOĞAN

Aksaray Üniversitesi
ozlemcelikdogan@gmail.com

Prof. Dr. Melek AKGÜN

Sakarya Üniversitesi
makgun@sakarya.edu.tr

Özet

İşletmelerin ayakta kalmaları ve devamlılıklarını sağlamaları büyük ölçüde faaliyetlerini kârlı ve verimli şekilde yürütmelerine bağlıdır. İşletme kârının, “satış fiyatı”, “satış hacmi”, “değişken maliyet” ve “sabit maliyet” değişkenlerinin etkisi altında hesaplanmasını sağlayan Maliyet Hacim Kâr (MHK) Analizleri yöneticilere kâr planlaması ve sağlıklı kararlar alma gibi birçok alanda kolaylık sağlar. Ancak işletmelerin kullandıkları maliyetleme yöntemleri yapılacak MHK analizlerinde kullanılan değişkenlerin farklılaşmasına neden olacağından sonuçlar da farklılaşacaktır. Geleneksel MHK analizlerinde kullanılan sabit ve değişken maliyetler işletmenin üretim hacmi dikkate alınarak sınıflandırılır. Faaliyet Tabanlı Maliyetleme (FTM) yöntemi ise işletmede maliyetlere faaliyetlerin sebep olduğunu ve mamullerin de bu faaliyetleri tükettiği anlayışından hareket etmektedir. FTM yöntemi maliyetleri; birim düzeyde, mamul düzeyde, parti düzeyinde ve tesis düzeyinde faaliyet maliyetleri olarak sınıflandırır. Bu çalışmanın amacı, geleneksel ve FTM yöntemlerinin maliyetleri sınıflandırmada getirdikleri farklılıkların MHK analizleri kapsamında yapılan kâr ve başabaş noktaları hesaplamaları üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda hizmet üretimi gereği farklı bir maliyet yapısına sahip olan konaklama işletmeleri tercih edilmiş ve beş yıldızlı bir konaklama işletmesinde örnek uygulama yapılmıştır. Çalışma sonucunda Geleneksel yöntemle, Faaliyet Tabanlı MHK analizine göre daha düşük katkı oranı ortaya çıkmasına rağmen daha yüksek bir kâr ve başabaş noktasına ulaşılmıştır. Buradan hareketle işletmenin, Faaliyet Tabanlı MHK analizi sonucu işletme kârını azaltan faaliyet maliyetlerine odaklanması işletmeye başta maliyet kontrolü olmak üzere birçok fayda sağlayacaktır.

Anahtar Sözcükler: MHK Analizi, Faaliyet Tabanlı Maliyetleme, Konaklama İşletmeleri

ACTIVITY BASED COST VOLUME PROFIT ANALYSIS: AN APPLICATION IN HOSPITALITY

Abstract

Survival and providing continuity of businesses depend mostly on running their activities in profitable and productive way. Cost Volume- Profit(CVP) Analysis that helps to calculate business' profit under the influence of variables of “sale price”, “sales volume”, “operating costs” and “constant cost”. Nevertheless, as costing methods used by businesses will cause variables changes used in CVP analysis, the results will change, too. Constant and operating costs used in classic CVP analysis are categorised according to business' production volume. Activity Based Costing (ABC) method is based on the understanding that activities causes costs in business and products also consumes these activities. ABC method costs are categorised as activity costs on the level of unit, on the level of product, on the level of lot and on the level of facility. The purpose of this study is to demonstrate the effects of the differences in classifying costs of

traditional and ABC methods on the calculations of profit and breakeven points within the scope of CVP analysis. For this purpose, accommodation enterprises having a different cost structure for service production were preferred and a sample application was made in a five star accommodation operation. As a result of the study, a higher profit and breakeven point has been reached, although a lower contribution rate has emerged in the traditional method than the Activity Based CVP analysis. From this point of view, the focus of the enterprise on operating costs, which reduces the operating profit of the Activity Based CVP analysis, will provide many benefits, especially cost control, to the operation.

Key words: Cost Volume Profit Analysis, Activity Based Costing, Hospitality Businesses

EXPO 2016'NIN ANTALYA'NIN BUGÜNÜNE VE GELECEĞİNE ETKİLERİNİN İNCELENMESİ

Yrd. Doç. Dr. Tuna BATUHAN

Atatürk Üniversitesi

tuna.batuhan@atauni.edu.tr

Özet

Bu çalışmada, EXPO 2016'ya ev sahipliği yapan Antalya'nın organizasyona adaylık, hazırlık ve planlama süreci ayrıntılı olarak incelenerek, EXPO'nun Antalya'ya kısa, orta ve uzun vadede sağlaması beklenen katkılar analiz edilmiştir. EXPO, büyük ölçekli organizasyonlar içinde ev sahibi kente kısa, orta ve uzun vadede katkı sağlama potansiyeli ile ön plana çıkan önemli ve saygın organizasyonlardan biridir. Ülkemizde ilk kez düzenlenen bu ölçekteki bir organizasyonun planlanması ve sahnelenmesi çok önemli bir planlama deneyimidir. Bu çalışmada, EXPO adaylık ve hazırlık sürecinde uygulanan politikalar ve stratejiler ışığında Antalya'nın kısa, orta ve uzun dönem hedeflerinde ne tür değişiklikler olduğu analiz edilmiştir. Bu çalışma kapsamında birincil ve ikincil kaynaklardan elde edilen bilgilerin yanı sıra EXPO organizasyonunda yer alan kurum ve kuruluşlardan elde edilen veriler kronolojik sırayla üç farklı evrede sunulmuş; 1. EXPO adaylığı öncesi, 2. EXPO adaylığı ve hazırlık evresi, 3. EXPO deneyimi sonrası. EXPO'nun Antalya'ya görünür /somut (şehrin altyapısında yapılan iyileştirmeler ve organizasyonun katalizör etkisiyle gerçekleşen diğer yatırımlar) ve görünmez/soyut (EXPO'nun Antalya'nın yönetim ve organizasyon yapısına sağladığı katkılar, sosyo-kültürel yapıya olan etkiler gibi) katkılarının olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, EXPO ölçeğinde bir organizasyonun getirisi olarak Antalya'nın uluslararası ölçekte bilinirliğini ve tanınırlığı artmış, EXPO tecrübesi ile Antalya'nın uluslararası alanda daha ön plana çıkan ve birçok alanda tercih edilen bir şehir olması ihtimali artmıştır. EXPO, ev sahibi kente önemli miraslar bırakabilecek ölçekte bir organizasyondur ve bu organizasyondaki başarı gelecekte düzenlenmesi muhtemel benzer organizasyonların planlanmasında önemli bir referans noktasıdır. Bu çalışma kapsamında edinilen bilgiler, düzenlenmesi muhtemel benzer büyük ölçekli organizasyonların planlanması ve sahnelenmesi aşamasında yol gösterici niteliktedir.

Anahtar Sözcükler: Büyük Ölçekli Organizasyon Planlaması, EXPO, Antalya

EXAMINING THE IMPACTS OF EXPO 2016 ON ANTALYA'S TODAY AND FUTURE

Abstract

In this study, the possible short-, medium- and long-term impacts of EXPO 2016 on Antalya is evaluated by investigating in detail the preparation and planning processes of Antalya, the host city of EXPO 2016. EXPO is one of the important and prestigious large-scale organizations that have the potential to contribute the host city in the short, -medium, and long terms. Planning and staging an organization on this scale, which has been organized in our country for the first time, is a promising planning experience. In this study -through the assessment of adapted policies and implemented strategies during the candidacy and planning phases of EXPO- the changes on Antalya's short-, medium- and long-term goals are analysed. In this study, the data obtained from the primary and secondary sources as well as from the institutions and organizations that were involved in the EXPO organization are presented in chronological order in three different phases; 1. Before the EXPO candidacy, 2. EXPO candidacy and preparation phase, 3. Post-EXPO phase. It has been determined that EXPO has visible/tangible (the improvements in the infrastructure of the city and other investments realized by the catalytic

effect of the organization) and invisible/intangible (EXPO contribution to the management and organization structure of Antalya, effects on the socio-cultural structure etc.) contributions to Antalya. In addition, Antalya's international reputation and recognition has increased as a result of an organization at the scale of EXPO, and with the experience of EXPO, it is more likely that Antalya will become a city on the foreground on the international arena and a preferred city on many fields. EXPO is a large-scale organization that can leave significant legacies to the host city, and success in this organization is an important reference point for planning similar organizations that are likely to be regulated in the future. The information gained within the scope of this work is a guide in the planning and staging of possible similar large-scale organizations.

Key words: Large-scale organization planning, EXPO, Antalya

TEMALİ RESTORANLAR'IN YİYECEK VE İÇECEK İŞLETMELERİ ARASINDAKİ YERİ VE ÖNEMİ

Prof. Dr. Nurten ÇEKAL

Pamukkale Üniversitesi
ncekal@pau.edu.tr

Bahar ASLAN

Pamukkale Üniversitesi
baslan112@gmail.com

Özet

Yiyecek ve içecek işletmeleri hizmet sektöründe önemli bir yere sahiptir. Bu işletmelerden biri olan temalı restoranların temel amacı müşterilerinin temel ihtiyaçlarını karşılarken başka şekilde deneyimleyemeyecekleri duyguları yaşatıp kendilerini özel hissetmelerini sağlamaktır. Dünyanın çeşitli ülkelerinde bulunan temalı restoranlar, tema olarak uzay, tuvalet, hastane, hapisane, film karakterleri gibi unsurları kullanmaktadırlar. Türkiye’de de temalı restoran bulunmasına rağmen sayıları oldukça azdır ve bazıları temayı uygun bir şekilde kullanamamaktadırlar. Bu konuda literatür taraması yapıldığında ulusal ve uluslararası kaynak sayısının oldukça az olduğu görülmektedir. Bu çalışmada temalı restoranlar üzerinde durulmaktadır. Temalı restoranın ortaya çıkışı, sınıflandırılması ve farklı tema uygulamaları konularına yer verilmiştir.

Anahtar sözcükler: Yiyecek ve İçecek İşletmeleri, Temalı Restoran

THE PLACE AND IMPORTANCE BETWEEN FOOD AND BEVERAGE OPERATIONS OF THEMED RESTAURANTS

Abstract

Food and beverage businesses have an important place in the service sector. One of these businesses is to ensure that the main purpose customers of the themed restaurants experience the feelings they can not otherwise experience while meeting their basic needs and feel special. The themed restaurants in various countries of the world use themes such as space, toilet, hospital, prison, movie characters. Despite the fact that there is a themed restaurant in Turkey, the numbers are very small and some of them can not use the theme appropriately. When the literature survey is conducted on this issue, it is seen that the number of national and international sources is very small. This study focuses on themed restaurants. The theme of the restaurant is the emergence, classification and application of different themes.

Key words: Food and Beverage Operations, Restaurant With A Theme

ABANT TABİAT PARKI'NIN EKO TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**Öğr. Gör. Koray GENÇ**

Abant İzzet Baysal Üniversitesi

koray.genc@yahoo.com

Arş. Gör. Ümit ŞENGEL

Sakarya Üniversitesi

umits@sakarya.edu.tr

Merve IŞKIN

Sakarya Üniversitesi

Merveiskin25@gmail.com

Özet

Çeşitli nedenlerle turizm talebinin yapısında yaşanan değişimler doğal arz kaynaklarını bünyesinde barındıran destinasyonları şanslı bir konuma getirmektedir. Bu şans genellikle eko turizm odaklı ortaya çıkmaktadır. Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan destinasyonlarda eko turizm, sürdürülebilir kalkınma adına önemli bir araç olarak ifade edilmektedir. Bu araştırmada ikincil veri kaynaklarından yararlanılarak Abant Tabiat Parkı'nda uygulama alanı olan eko turizm türlerinin ortaya koyulması amaçlanmıştır. Ayrıca ikincil kaynaklardan elde edilen veriler alanda yapılan gözlemlerle desteklenmiştir. Elde edilen verilere göre, Abant Tabiat Parkı'nın eko turizm potansiyelinin zenginlik göstermesiyle birlikte çeşitli eko turizm etkinliklerinin farklı düzeylerde gerçekleştirildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar sözcükler: Eko Turizm, Alternatif Turizm, Abant Tabiat Parkı

EVALUATION OF ABANT NATURE PARK TO ECO TOURISM POTENTIAL**Abstract**

The changes in the nature of tourism demand for various reasons bring fortunate destinations with natural resources. This luck usually comes out of ecotourism focus. Particularly ecotourism in under-developed and developing destinations might be an important vehicle for the sustainable development. In this research, it was aimed to reveal ecotourism types which are application area in Abant Nature Park by using secondary data sources. In addition, data obtained from secondary sources were supported by field observations. According to the obtained data, Abant Nature Park's ecotourism potential has been enriched and various ecotourism activities have been realized at different levels.

Key words: Eco tourism, alternative tourism, Abant Nature Park

KIRSAL DESTİNASYONLARDA KÜLTÜREL TURİZMİN SOSYO-EKONOMİK ETKİLERİ: HİDIRBEY VE VAKIFLI KÖYLERİ(SAMANDAĞ) ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Nurettin ÖZGEN

Ankara Üniversitesi
nozgen@gmail.com

Müslüm REYHANOĞULLARI

Ankara Üniversitesi
muslum_reyhan@hotmail.com

Özet

Kültürel turizm; farklı değer, kimlik, inanç, gelenek-görenek ve yaşam formlarının merak edilmesi, bu tür kültürel formlara ilişkin mekânların ziyaret edilmesi, gezip-görülmesi ve deneyimlenmesidir. Bu tür deneyimler, bilişsel ve duyuşsal ölçekli birçok kazanımı da içermektedir. Ziyaret edilen kültürel turizm destinasyonu hem farklı kültürel değerlere sahip toplumlarhem deaynı kültüre mensup insanlar tarafından ziyaret edilmekte ve böylelikle, kültürel turizme ilişkin sosyal, kültürel ve ekonomik gelişmelere katkıda bulunmaktadır. Samandağ(Hatay) ilçesindeki Hıdırbey ve Vakıflı köylerindeki kültürel turizm zenginlikleri örnek verilebilir. İlçede, Musa dağı eteklerinde yer alan bu iki destinasyon farklı semavi inanca sahiptir ve birbirine üç km mesafede bulunmaktadırlar. Bu destinasyonlardan birincisi, Hıdırbey Köyü'ndeki "Musa Ağacı" ve ilgili rivayetine dayanmaktadır. Binlerce yıllık geçmişe sahip olan bu tarihi ağacın hem ruhani hem de olağanüstü fiziksel yapısı, önemli bir kültürel zenginlik olarak görülmekte ve ziyaret edilmektedir. Diğer önemli kültürel turizm potansiyeli ise, Türkiye'nin mevcut tek Ermeni Köyü olarak bilinen Vakıflı Köyü ve bu köydeki tarihi Surp Asdvadzadzin Ermeni Kilisesi'dir. Kültürel zenginlikleri görmek, dinlenmek ve bilgilenmek adına bu iki köyün tarihi ve inançsal mekânlarının ziyaret edilmesi, yöreye özgü çeşitli kültürel ürünlerinde tanıtım ve pazarlanmasına olanak sunmaktadır. Bu bağıntısal süreçler, yörenin ekonomik ve toplumsal gelişimine önemli katkılar sağlamaktadır. Bu bağlamda, iki destinasyonun yöresel ekonomik ve toplumsal etkilerinin incelenmesi, kültürel turizm faaliyetleriyle yörenin yaşam standartlarındaki değişimleri ve daha da önemlisi kırsal destinasyonlardaki kültürel değerlerin sürdürülebilir bir anlayışla korunması ve bu alanlardaki eksikliklerin belirlenerek çözüm önerilerinin geliştirilmesi, çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Araştırma, betimsel tarama modeli ve görüşme tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Resmi kurumlardan temin edilen verilerin yanı sıra her iki yöreden farklı yaş ve cinsiyete sahip toplam32 katılımcı ile görüşmeler yapılarak kültürel turizme ilişkin değerlendirmeler yapılmış, turizm etkinliklerinin geliştirilmesi ve yaşam alanlarındaki kaynakların planlaması, koordinasyonu ve pazarlanması hususunda çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Samandağ,Musa Ağacı, Hıdırbey Köyü, Vakıflı Köyü, Surp Asdvadzadzin Ermeni Kilisesi, Kırsal Destinasyon

SOCIO-ECONOMIC EFFECTS OF CULTURAL TOURISM IN RURAL DESTINATIONS: THE EXAMPLE OF HİDIRBEY AND VAKIFLI VILLAGES (SAMANDAĞ)

Abstract

Cultural tourism is to be curiosity of different values, identity, beliefs, traditions and forms of life, to visited the venues for such cultural forms, to seen and experienced. Such experiences include many acquisitions with cognitive and affective scales. Visited cultural tourism destination is visited by people, both communities have different cultural values and belonging to the same

culture, thus, contributing to social, cultural and economic development related to cultural tourism. In Samandağ(Hatay) township, Hıdırbey and Vakıflı villages are examples of cultural tourism richness. In the township, these two destinations, located on the piedmont of Mount Moses (Musa), have different monotheistic religion and are located three kilometers from each other. The first of these destinations is based on the "Moses (Musa) Tree" in Hıdırbey Village and related to narrations. The spiritual and extraordinary physical structure of this historic tree, which has thousands of years of history, is seen and visited as an important cultural asset. Another important cultural tourism potential is Turkey's only Armenian village known as the Vakıflı village and in this village Armenian Surp Asdvadzadzin Historical Church. Visiting the historical and religious places of these two villages for the purpose of seeing, resting and informing the cultural riches, it is possible to advertise and market various cultural products peculiar to the region. In this context, examination of local economic and social effects of two destinations, cultural tourism activities in the region with life changes and more importantly, in standart a sustainable approach protection of cultural values in rural destinations an to develop proposals for solutions identified deficiencies in these areas, constitute the main purpose of the study. The research was conducted using descriptive survey model and interview technique. In addition to the data obtained from the official institutions, for evaluate to cultural tourism, is interviewed with 32 participants with different ages and sexes from the two communities, developed various suggestions fort he development of tourism activities and the planning, coordination and marketing of resources.

Key words: Samandağ, Musa Ağacı (Moses Tree), Hıdırbey Village, Vakıflı Village, Surp Asdvadzadzin Armenian Church, Rural Destination

GASTRONOMİ TURİZMİ İÇİN YERLİ LİTERATÜR YETERLİ Mİ?

Merve İŞKİN

Sakarya Üniversitesi
Merveiskin25@gmail.com

Arş. Gör. Ümit ŞENGEL

Sakarya Üniversitesi
umits@sakarya.edu.tr

Öğr. Gör. Koray GENÇ

Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Koray.genc@yahoo.com

Özet

Turizm endüstrisi geliştikçe farklı turizm çeşitleri de ortaya çıkıp gelişmektedir. Özellikle dünyadaki modernleşme çabaları insanların istek ve ihtiyaçları üzerinde önemli etkiler bırakmıştır. Bu anlamda turistlerin istek ve beklentileri doğrultusunda ortaya çıkan bazı turizm çeşitleri hem destinasyonların, hem de konu ile ilgili araştırmacıların bu konularda çalışma yapmalarına zemin hazırlamaktadır. Gastronomi turizmi de gelişen turizm hareketleri ve değişen tüketici davranışları sonucu ortaya çıkan bir turizm türüdür. Bu konuda, destinasyonlar kültürlerinin önemli bir parçası olan mutfaklarını öne çıkarırken, araştırmacılar da konuyu farklı açılardan ele alarak bilimsel temellerini oluşturmaktadır. Turizm endüstrisi içerisinde ve bilimsel çalışmalarda önemi giderek artan gastronomi turizminin, Türkiye'nin yerli literatüründeki durumunu ortaya koymak ve yeterliğini tartışmak bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu kapsamda, Türkiye'de yayınlanan dergilerin veri tabanlarına gastronomi turizmini çağrıştıracak kelimeler yazılarak makalelere ulaşılmış ve bu makaleler incelenmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, Türkiye'deki gastronomi turizmi literatüründe genellikle alanın kavramsal ve betimleyici yönü plana çıkarken, metodolojik yönünde eksiklikler bulunmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Yerel Literatür

IS LOCAL LITERATURE ENOUGH FOR GASTRONOMY TOURISM?

Abstract

With the developments in tourism industry, new tourism varieties show up and improve. Especially the modernisation efforts all over the world effected people's needs and desires greatly. In this context, in live with the desires and expectations of tourist there have come up some new tourism variations. These new variations forms a basis for the destination authorities and research specialists to carry out studies. Gastronomy tourism is a product of developing tourism motions and changing consumer behaviours and emerges as a new tourism type. In this respect while destinations put forward their cuisines as an important part of their culture, research specialists view the topic differently and constitute scientific basis. The importance of Gastronomy tourism keeps rising both in tourism industry and scientific studies. The aim of this study is to reveal the situation of Gastronomy tourism's literature in Turkey and discussing its sufficiency. In this context the databases of journals published in Turkey have been scanned via the words associated with Gastronomy tourism. With this scanning method articles are being collected and analysed. The analyses shows that the Gastronomy tourism literature in Turkey has strengths in cognitive descriptive parts but weaknesses in methodological ways.

Key Words: Gastronomy, Gastronomi Tourism, Local Literature

DESTİNASYONLARIN TANINIRLIĞINDA YEREL YEMEKLERİN ROLÜ: BÜRYAN ÖRNEĞİ

Merve IŞKIN

Sakarya Üniversitesi
Merveiskin25@gmail.com

Arş. Gör. Ümit ŞENGEL

Sakarya Üniversitesi
umits@sakarya.edu.tr

Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN

Sakarya Üniversitesi
bzengin@sakarya.edu.tr

Özet

20. yy ile birlikte modern turizm hareketlerinde meydana gelen gelişmeler, 21. yy'da hız kesmeden devam etmektedir. Bu hızlı gelişmeler sonucunda büyük veya küçük düzeyde birçok destinasyon gelişen pazardan pay alma arayışına girmektedir. Pazardan pay almak ise pek kolay değildir. Yerel ve otantik düzeyde birçok faktör, tanınabilirlik ve pazardan pay almak adına yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Bu faktörlerin en önemlilerinden biri de yerel yemeklerdir. Gastronomi turizminin de giderek önem kazanmasıyla birlikte, yerel mutfaklara özgü yemekler destinasyonların tanınırlığına önemli katkılar sağlamaya başlamıştır. Bu bilgiler ışığında yapılan çalışmada, yerel yemeklerden "Büryan Kebabının" bir destinasyon olarak Siirt ilinin tanınmasındaki rolünün belirlenmesi amaçlanmaktadır. Çalışma literatür incelemesine dayanmaktadır. Çalışmanın sonucuna göre bir "Coğrafi İşaret" olarak "Büryan Kebabının" Siirt ilinin tanınırlığa önemli katkılar sağladığı ifade edilebilir.

Anahtar sözcükler: Destinasyon, Yerel Yemekler, Büryan, Siirt

THE ROLE OF LOCAL MEALS FOR THE RECOGNITION OF THE DESTINATIONS: THE BÜRYAN SAMPLE

Abstract

With 20th century there have seen rapid developments in tourism industry and such developments continuous without slowing down in 21st century. With these rapid developments a great number of major and minor destinations are in search of taking a share from the developing market. Yet taking a share from the market is not easy. In local and authentic level many factor are being used in order to create recognizability and take a share from the market. Local food outshines as one of the most important among the factors. With Gastronomy tourism gaining great importance, foods peculiar to local cuisines started to have significant effects on destination recognizability. In the light of given information, this study aims to determine the role of "büryan kebab" over destination recognizability of Siirt province. The study is based on literature reviews. As a conclusion it is found out that "büryan kebab" as a "Geographic sign" has crucial contrubitions over destination recognizability of Siirt province.

Key words: Destination, Local Food, Büryan

KARADENİZ BÖLGESİNİN ANA YEMEKLERİNİN İÇERİK ANALİZİ

Muzaffer ÇAKMAK

Sakarya Üniversitesi
mzffrckmk@gmail.com

Prof. Dr. Mehmet SARIİŞİK

Sakarya Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği
msariisik@sakarya.edu.tr

Özet

Birçok bölgede doğal, ekonomik, kültürel ve sosyal şartlardan dolayı yetiştirilen ürünlerde farklılıklar görülmektedir. Bu farklılıklar, bölgesel ürün karakteristiğini oluşturmakta ve ayırt edici mutfak kültürünün ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Böylece yetişen ürünler o bölgenin mutfağının gelişmesine ve çeşitlenmesine katkı sağladı. Bu çalışmada, Karadeniz Bölgesinin ana yemeklerinin içeriğinde bölgede yetiştirilen ürünlerin ne sıklıkla kullanıldığının tespit edilmeye çalışılmıştır. Kapsamda bölgede bulunan 14 şehir ele alınmış ve ikincil veriler yardımıyla bu şehirlerin önemli ana yemekleri listelenmiştir. Bu yemeklerde kullanılan malzemelerin/ürünlerin belirlenmesi için içerik analizine tabi tutulmuştur. Verilerin analiz edilmesinde QDA MİNER programı kullanılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre, bölgenin sosyo-ekonomik, kültürel, coğrafik ve demografik yapısını yansıtan ürünlerin, bölgedeki ana yemeklerin temel malzemeleri arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Karadeniz Bölgesi, Ana Yemekler, Bölgesel Ürünler

CONTENT ANALYSIS OF MAIN COURSE IN EASTERN ANATOLIA REGION

Abstract

There are differences in products grown in many regions due to natural, economic, cultural and social conditions. These differences constitute the regional product characteristic and lay the groundwork for the emergence of distinctive culinary cultures. Thus, the crops contributed to the development and diversification of the cuisine of that region. In this study, it was tried to determine how often the products grown in the region are used in the content of the main meals of the Eastern Anatolia Region. The 14 cities in the region were covered and the main dishes of these cities were listed with the help of secondary data. It has been subjected to content analysis to determine the materials / products used in these dishes. When the data were analysed, the QDA MINERAL PROGRAM was used. According to the results of the study, the products reflecting the socio-economic, cultural, geographical and demographic structure of the region were found to be among the main ingredients of the main meals in the region.

Key words: Eastern Anatolia Region, Main Courses, Regional Products

UNESCO YARATICI ŞEHİRLER AĞI İÇİN BİR ÖNERİ: BİTLİS GASTRONOMİ KENTİ

Prof. Dr. Kenan ARINÇ

Atatürk Üniversitesi
karinc@atauni.edu.tr

Özet

Türkiye'nin Doğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan Bitlis kenti, kendi adını taşıyan ilin yönetim merkezidir. Bu kent, Güneydoğu Toroslar üzerinde Bitlis Çayı tarafından açılmış kuzeyi güneye bağlayan bir ulaşım koridoru üzerindedir. Bu yüzden tarih boyunca Anadolu'nun doğu yarısının idare ve kültür merkezi özelliğini kazanmıştır. İlk Türk başkenti olan Ahlat'tan sonra, Anadolu'nun ikinci başkenti Bitlis'tir. Söz konusu iki yerleşme, gerek Orta Asya'dan ve gerekse Mezopotamya Bölgesi'nden alınan göçlerle nüfuslanmıştır. Bitlis ve Ahlat; pek çok özellikleriyle Türk-İslâm Dünyası için önemli sayılan kentler arasında anılır. Ahlat: Kubbet'ül İslâm ve Bitlis: Medreseler Kenti unvanlarını taşımaktadır. Bu nedenle her iki kent, belli bir kültür birikimine sahip merkezler olarak tanınır. Özellikle Bitlis kenti hem Asya yemek kültürünün hem de Mezopotamya yemek kültürünün karşılaştığı, karışık kaynaştığı ve bunlarla birlikte yeni yemek türlerinin ortaya çıktığı bir merkez olarak dikkati çeker. Hızlı göç veren bir alan olması yüzünden bugün kısmen unutulmuş olsa bile 200'den fazla yemek çeşidiyle Gastronomi alanında çok önemli bir yere sahiptir. Özellikle Büryan Kebabı, Bitlis İçli Köftesi, Tutmanç Aşı, Kari Aşı, Klorik ve Çortu Aşı gibi Bitlis'e özgü yerel yemekler bir gastronomi kentinin başyemekleri olarak ön plana çıkarılmalıdır. Bitlis kentinin turizmi destekleyecek doğal güzelliklere ve çok önemli tarihi eser stokuna sahip oluşu ile bir yemek kültürü alanı olması, buranın UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dâhil edilmesini ve bir Gastronomi Kenti olarak ilan edilmesini gerektirmektedir. Bununla birlikte UNESCO'nun belirlediği kriterlerin sağlanması için altyapının hazırlanması ve yöre halkının eğitilmesi zorunludur. Bölgesel kalkınmayı sağlamada çok önemli olan bu tür girişimlerin başarıya ulaşabilmesi ancak üniversiteler ve yerel yönetim işbirliği ile mümkün olabilir.

Anahtar sözcükler: Gastronomi Kenti, Bitlis, Yemek Kültürü, İlk Türk Başkentleri, Büryan Kebabı

A SUGGESTION FOR UNESCO CREATIVE CITIES OF GASTRONOMY: BİTLİS THE CITY OF GASTRONOMY

Abstract

Bitlis, the city located in Eastern Anatolian Region of Turkey, is the centre of city bearing its own name. This city is on a transportation corridor, opened by Bitlis River, connecting north to south on South-eastern Taurus Mountains. Therefore, it has gained the administrative and cultural centre features of the eastern half of Anatolia throughout history. After Ahlat which is the first Turkish capital, Bitlis is the second capital of Anatolia. Two settlements in question have been populated by migrations from both Central Asia and Mesopotamia. Bitlis and Ahlat with many features are mentioned among the cities considered as important for Turkish-Islamic World. Ahlat has the title "Kubbet'ül İslâm" and Bitlis has the title "The City of Madrasahs". Accordingly, both cities are known as centres with a current cultural accumulation. Especially, Bitlis has an attention as the centre in which both Asia cuisine and Mesopotamia cuisine combine with each other and in the meantime, new kinds of food emerge. It has an important role in the field of gastronomy with its food over 200 kinds, even if forgotten partially because of being a rapid migration area. Particularly, local food specific to Bitlis such as Büryan Kebabı, Bitlis İçli Köftesi, Tutmanç Aşı, Kari Aşı, Klorik ve Çortu Aşı should feature as head meals of a city of gastronomy. Bitlis which has natural beauties supporting tourism and very important stock of historic

monuments along with being a food culture area is needed to count in UNESCO Creative Cities and to announce as a city of gastronomy. In addition to this, infrastructure must be prepared to provide the criteria determined by UNESCO and the community must be educated. The success of such initiatives very important to provide regional development could be possible with just a cooperation between universities and the local authority.

Key words: The City of Gastronomy, Bitlis, Food Culture, First Turkish Capitals, Büryan Kebabı.

COĞRAFI İŞARETLER VE SOSYOEKONOMİK ETKİLERİ: SİİRT ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Nurettin ÖZGEN

Ankara Üniversitesi

nozgen@gmail.com

Süleyman Cengiz EGE

Ankara Üniversitesi

cengizege@yahoo.com

Özet

Coğrafi işaret kavramı, coğrafya eksenli beşeri, ekonomik ve tarihsel süreci ihtiva eden kültürel geleneklerin yaşamsal niteliklerine özgü üretimlerin doğal çevre ile beşeri eksenli formlar arasındaki bağıntıyı ve süreçleri en öznel şekilde temsil eden ilişkisellik unsurlarının coğrafi üretimini ifade eder. Yerel ölçekli bir coğrafi öğenin veya ürünün, küresel düzeyde tanınırlığı ve önemi üzerinden, marka değeri olarak tanımlanması ve kültürel özelliğinin tanınmasının yanı sıra; başta toplumsal ve ekonomik parametreler olmak üzere, yaşamın farklı alanlarına sirayet edecek türden, önemli üretimlere alan açması ve sürdürülebilir kılınması adına gerekli birçok eylemselliği kapsamaktadır. Böylelikle, herhangi bir coğrafi yörede/alanda tespit edilen öznel değerlerin belirgin niteliklerinin ve sınırları belli olan coğrafyanın tanımlanması, coğrafi işaretler sürecinin temelini oluşturmaktadır. Hem matematiksel, hem de özel coğrafi konumu itibarıyla, farklı morfografik ve iklimik özelliklere sahip alanlarda, çeşitli coğrafi değerleri barındıran Türkiye'nin bu zenginliklerinin tanımlanması ve tanıtılması, hem ürünün/değerinin yer aldığı yöre ve bölge açısından, hem de Türkiye'nin gelişimi ve uluslararası tanınırlığı açısından önemli bir kazanım olduğu muhakkaktır. Bu bağlamda, Türkiye'nin coğrafi işaretler bakımından zengin ürün desenlerine sahip lokasyonlarından biri de Siirt yöresidir. Yöre, morfografik ve iklimik özelliklerin yanı sıra, diğer doğal unsurların da paydaş olduğu ve kadim kültürel formlarının deneyimleriyle üretilen bir çok coğrafi işaretlere ev sahipliği yapmaktadır. Pervari balı, Siirt büryanı, Siirt kilimi, Siirt perde pilavı, Zivzik narı ve bittim sabunu bu coğrafi işaretlerden bazılarıdır. Sonuç olarak, bu çalışmada; Siirt yöresine özgü coğrafi işaretlerin nitelikleri, yerel coğrafi özellikleri ve bu zenginliklerin, yörenin sosyoekonomik ve kültürel gelişimine ne tür katkılar sağladığına dair ilişkisel eksenli bilgiler değerlendirilmiş ve hem toplumsal, hem de yönetsel düzeyde, bilişsel farkındalığın gelişimine yönelik çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Coğrafi işaret, Siirt, Zivzik Narı, Pervari Balı, Bittim Sabunu

GEOGRAPHICAL INDICATIONS AND SOCIOECONOMIC EFFECTS: CASE OF SİİRT

Abstract

Geographical sign concept, geography axis refers to the geographical production of humanities, economic and historical processes containing cultural traditions of the vital qualities specific to the relationship between human axis forms with the natural environment of production and processes representing the most subjective form of relational elements. A local scale geographic features or products on a global level through the recognition and importance, as well as the identification and recognition of cultural subjectivity as well as brand value; especially social and economic parameters, the kind that spread to different areas of life, in the name of open space and sustainability of major production covers many actions required. Both mathematical, and special geographical location, in areas with different morphologic and climatic characteristics, identification of various geographical values hosts Turkey's wealth and promotion, and product / value located where in terms of areas and regions, as well as Turkey's development and

international There is no doubt that there is a significant gain in terms of recognition. In this context, Siirt region is one of Turkey's locations with rich product patterns in terms of geographical indications. The region's morphologic and climatic features, as well as other stakeholders in the natural elements and serves many ancient geographical indications host of cultural forms produced by the experience. Pervari honey, Siirt büryan, Siirt rug, Siirt veiled pilaf, Zivzik pomegranate and Bittim soap are some of these geographical indications. In conclusion, in this study; geographical indications attributes specific to Siirt region, local geographic features and these riches, the region's socio-economic and relational axis information about what kind contributions provided to the cultural development was evaluated and both social, as well as the administrative level, there have been various proposals for the metacognitive development.

Key words: Geographical Indication, Siirt, Zivzik Pomegranate, Pervari Honey, Bittim Soap

TATİL MEMNUNİYETİNİN KONAKLAMA DEĞİŞKENLERİNE GÖRE ANALİZİ

Araş. Gör. Dr. Caner GÜÇLÜ

Akdeniz Üniversitesi
canerguclu@akdeniz.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Faruk Kerem ŞENTÜRK

Düzce Üniversitesi
keremsenturk@duzce.edu.tr

Özet

Ziyaretçilerin destinasyonda yaşadıkları ve edindikleri deneyimler destinasyona olan sadakati etkilemektedir. Araştırmacılar farklı çalışmalarda konforlu tesisler, güvenlik ve altyapı, kültürel mekanlar ve alışveriş, turistik yerler ve ambiyans, çeşitlilik ve erişilebilirlik gibi destinasyon niteliklerinin destinasyon sadakatini etkilediğini belirtmektedir. Yapılan bu araştırmanın temel amacı da turistlerin tatil deneyimleri sonucundaki memnuniyetleri ile ilişkili olan kavramları belirlemek ve ilişki düzeylerini ortaya koymaktır. Bu bağlamda destinasyona geliş sıklığı, konaklama süresi, planlanan ve gerçekleştirilen harcama miktarı, konaklanan otel ve pansiyon türü, tatil sürecinin kiminle geçirildiği gibi kategorik veriler ile tatil memnuniyeti arasındaki ilişkiler ele alınmıştır. Araştırmanın evrenini Türkiye'nin önemli turistik destinasyonlarından biri olan Alanya'ya gelen yabancı turistler oluşturmaktadır. Evrenin tamamına ulaşamayacağı için örnekleme yoluna gidilmiş ve 384 katılımcının evreni temsil edebilecek nitelikte olduğu tespit edilmiştir. Araştırma yöntemi olarak nicel yöntem tercih edilmiş ve veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Elde edilen analiz sonuçlarına göre turistlerin tatil memnuniyetleri geliş sıklığına, konaklama süresine, planlanan ve gerçekleştirilen harcama miktarına, konaklanan otel ve pansiyon türüne ve tatil sürecinin kiminle geçirildiğine göre herhangi bir farklılık ortaya çıkmamıştır.

Anahtar sözcükler: Tatil Memnuniyeti, Tatil Tecrübesi, Alanya

ANALYSIS OF HOLIDAY SATISFACTION BY ACCOMODATION VARIABLES

Abstract

The experience that visitors live and learn in the destination affects the loyalty to the destination. Researchers indicate in different studies that destination characters such as comfortable facilities, security and infrastructure, cultural spaces and shopping, tourist attractions and ambiance, diversity and accessibility influence the loyalty of the destination. The main purpose of this research is to determine the concepts related to the satisfaction of the tourists because of their vacation experiences and to reveal the levels of these relationship. In this context, the relation between categorical data such as destination frequency, duration of accommodation, amount of planned and realized expenditure, type of hotel and boarding house, holiday period and holiday satisfaction were discussed. The universe of the research is constituted by foreign tourists coming to Alanya which is one of the important tourist destinations of Turkey. We preferred sampling and found that 384 participants could represent the universe. The quantitative method was preferred as the research method and the questionnaire was used as the data collection technique. According to the results of analysis, there is not any differences in holiday satisfaction of tourists according their visit frequency, length of stay, the amount of expenditure, type of hotel, type of pension and type of accompaniment.

Key words: Holiday Satisfaction, Holiday Experience, Alanya

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN YEMEK TERCİHLERİ: AKSARAY ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Yrd. Doç. Dr. Aysu ALTAŞ

Aksaray Üniversitesi
aysuhatipoglu@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Funda VARNACI UZUN

Aksaray Üniversitesi
fundavarnaci@hotmail.com

Özet

Son yıllarda yaşam biçiminde, gelirden ve tüketim alışkanlıklarında görülen değişimler, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de etkili olmuş ve ülke vatandaşlarının önemli bir kısmı bütçeleri çerçevesinde, sıklıkla evleri dışında yemek yemeye başlamıştır. Günümüz insanının sahip olduğu hızlı yaşam biçimiyle, bireyleri genellikle kısa sürede hazırlanan yemeklere yöneltmiştir. Bu durum, özellikle gıda servis sektörü içinde fast food ve toplu yemek servisi veren restoranların hızla gelişmesine neden olmuştur. Müşteriye fazla düşünme zamanı bırakmayan, kısıtlı bir münüyle, hızlı bir şekilde yiyecek-içecek hizmeti sunan fast food işletmelerine olan ilginin artması; dışarıda yemek yiyen kişileri sulu yemek hizmeti sunan mekânlardan nispeten uzaklaştırmış ve tencere yemeklerinin genellikle unutulmasına, yeni nesiller tarafından daha az tanınmasına, bu yemeklerin yiyecek-içecek işletmelerinin münülerinde daha az yer bulmasına sebep olmuştur. Söz konusu bakış açılarından hareketle hazırlanan bu çalışmada Aksaray Üniversitesi’nde öğrenim gören fakülte öğrencilerinin konu hakkındaki bakış açıları irdelenmeye çalışılmış ve onların yemek tercihleri araştırılmıştır. Araştırma kapsamında 366 kişiye anket uygulanmış, elde edilen veriler bilgisayar programı vasıtasıyla analiz edilmiş ve bulgular yorumlanmıştır. Çalışmadan elde edilen veriler doğrultusunda öğrencilerin çoğunluğunun haftada bir kez dışarıda yemek yediği, hızlı servis yapan ve ucuz olan mekânları tercih ettiği söylenebilir. Çalışmanın sonunda ise konuyla ilgili bazı önerilere yer verilmiştir. Çalışmanın literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Sözcükler: Aksaray, Öğrenci, Tercih, Yemek

FOOD PREFERENCES OF UNIVERSITY STUDENTS: A STUDY ON AKSARAY UNIVERSITY STUDENTS

Abstract

Recent changes in life style, income and consumption habits have affected Turkey just like the whole world and caused an important part of citizens to frequently eat out within the scope of their budgets. Fast life style of today’s people, on the other hand, has steered individuals into foods that are generally prepared fast. This condition has caused restaurants that provide fast food and institutional catering service especially within the food service sector to develop rapidly. Increase of the interest in fast food enterprises that do not allow customers to think much and that provide a fast catering service with a limited menu has relatively detracted people who eat out from going to restaurants that provide pot food service and caused people to generally forget these foods, younger generations to know them less and catering enterprises to involve them less on their menu. Considering from these points of view; this study tries to examine the opinions of students studying in faculties of Aksaray University about this subject and investigates their food preferences. Within the scope of the study, questionnaires were

applied to 366 people and the acquired data were analyzed via computer software and findings were interpreted. According to the data acquired from the study, it might be suggested that majority of students eat out once a week and prefer cheap restaurants that provide fast food service. Some relevant suggestions are made at the end of the study. It is expected that the study will contribute to literature.

Key words: Aksaray, Student, Preference, Food

HELAL KONSEPTLİ OTEL MÜŞTERİLERİNİN BİLGİ VE HASSASIYET DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Dr. Züleyhan BARAN

Sakarya Üniversitesi
zuleyhanbaran@duzce.edu.tr

Prof. Dr. Orhan BATMAN

Sakarya Üniversitesi
obatman@sakarya.edu.tr

Prof. Dr. Mehmet Selami YILDIZ

Düzce Üniversitesi
selamiyildiz@duzce.edu.tr

Özet

Son yıllarda bireylerin inançlarına uygun konseptte otel arayışlarına girmeleriyle helal konseptli otel işletme sayılarının artması, bu konuda yapılan araştırmaların da farklı boyutlarda ele alınmasını sağlamıştır. Bu araştırmada helal konseptli otel işletmelerini tercih eden müşterilerin helal kavramı, gıda güvenliği, gıda sertifikaları hakkındaki bilgi düzeyleriyle; helal gıdayla ilgili tüketim, alışveriş ve sertifika konularındaki hassasiyet düzeyleri ele alınmıştır. Ayrıca her bir boyut için demografik özelliklerle kıyaslama yapılacak şekilde hipotezler oluşturulmuştur. Bu amaç doğrultusunda helal otel ve helal gıda belgeli bir otel işletmesinde konaklamayı tercih eden müşterilerin bilgi ve hassasiyet düzeylerinin belirlenmesi için, beşli likert ölçeğine göre hazırlanan anket toplam 500 müşteriye uygulanmıştır. Elde edilen anket verilerine SPSS programıyla faktör analizi yapılmıştır. Ortaya çıkan sonuç helal konseptli otel işletmelerini tercih eden müşterilerin bilgi ve hassasiyet düzeylerinin anlamlı olduğunu gösterirken, alışveriş boyutunu helal gıdayla ilgili yer alan kavramlar arasında değerlendirmedikleri yönündedir. Helal gıda konusunda bilgi düzeyini belirleyen unsurlar; gıda kalite sertifikası, güvenli ve güvenli olmayan gıda bilgisi olarak ortaya çıkmıştır. Helal gıda konusunda hassasiyet düzeyini belirleyen unsurlar ise; helal gıda tüketim ve helal gıda sertifikası hassasiyeti olarak ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak müşteriler tarafından değerlendirilen alışveriş boyutu haricindeki bilgi ve hassasiyet düzeylerinin anlamlı düzeyde oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca hipotezlerle ilgili yargılar değerlendirildiğinde erkeklerin ve 60 yaş üstündeki bireylerin bilgi düzeylerinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiş olup, hassasiyet konusunda demografik özelliklere göre bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu verilerden yola çıkarak geçmişten günümüze müşterilerin helal gıdayla ilgili bilgi ve hassasiyet konularında büyük gelişme gösterdikleri ancak alışveriş boyutuyla ilgili bir açıklama getiremedikleri gözlenmiştir. Elde edilen bulgular değerlendirilmiş ve helal kavramı konusunda müşteri bilincinin arttırılmasına yönelik bir takım önerilerde bulunulmuştur. Bunlardan en önemlisi, helal kavramıyla ilgili yönetim ve pazarlama konularında müşteri bilincinin artmasına yönelik farklı çalışmaların yapılmasının önem arz ettiği düşünülmektedir.

Anahtar sözcükler: Otel İşletmeleri, Helal Kavramı, Helal Hassasiyet, Helal Gıda Bilgisi

A RESEARCH ABOUT DETERMINATION OF INFORMATION AND SENSITIVITY LEVELS OF HALAL CONCEPT HOTEL CUSTOMERS

Abstract

In recent years, hotel searches that are people's beliefs suitable have led to increase number of halal-concept hotel enterprises and this situation has made it possible to research different aspects. Knowledge about halal concept, food safety, food certificates and sensitivity levels about halal food consumption, shopping and certificate subjects have taken up at the research of customers who prefer halal concept hotel enterprises. In addition, hypotheses were created to compare the demographic characteristics of each dimensions. In accordance with this purpose, the survey prepared according to the five-point Likert item were applied to 500 customers to determine the level of knowledge and sensitivity of customers who prefer to stay at an hotel that certified by halal hotel and halal food. Factor analysis was applied by SPSS program on the obtained survey data. The result is that, they have information and sensitivity levels are significant but not evaluated it among the concepts related to halal food shopping dimension of customers who prefer halal concept hotel. Factors that determine the level of knowledge are about halal food items food quality certificate, safe and unsafe food information. Factors that determine the level of sensitivity are halal food consumption and halal food certificate. As a result, it was determined that the level of information and sensitivity except for the shopping dimension evaluated by the customers were significant. Furthermore, when the decisions about hypotheses were evaluate, a significant difference was found in the knowledge levels of males and individuals over 60 years old and there is no difference in sensitivity according to demographic characteristics. By way of this data customer ideas have made great progress in terms of information and sensitivity about of halal food from past to present day on the other hand they did not bring an explanation about the dimensions of shopping. The consequences have been discussed and some suggestions have been made to increase customer consciousness about halal concept. The most important one, different management and marketing studies are required about halal concept to increase customer consciousness.

Key words: Hotel Management, Halal Concept, Halal Sensitivity, Halal Food Knowledge

RESTORAN İŞLETMELERİNDE HİZMET KALİTESİ VE DAVRANIŞSAL EĞİLİM İLİŞKİSİNDE TATMİNİN ARACILIK ROLÜ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Arş. Gör. Dr. Bekir Bora DEDEOĞLU

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
b.bora.dedeoglu@nevsehir.edu.tr

Arş. Gör. Erhan BOĞAN

Sakarya Üniversitesi
erhanbogan@sakarya.edu.tr

Özet

Mevcut araştırmada üniversite öğrencilerinin yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesine ilişkin algılamalarının tatmin düzeyleri ve davranışsal eğilimleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu kapsamda Sakarya üniversitesi öğrencilerinden elde edilen veriler kullanılmıştır. Toplamda 198 öğrenciden elde edilen veriler analize tabi tutulmuştur. Yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesi fiziksel çevre, güvenilirlik, ürün ve karşılama olmak üzere 4 boyutla ele alınmıştır. Mevcut araştırmada ayrıca öğrencilerin hizmet kalitesi boyutlarına ilişkin algılamalarının davranışsal eğilimleri üzerindeki etkisinde tatmin düzeylerinin aracılık rolü de incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre fiziksel çevrenin tatmin düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı tespit edilirken, karşılama, güvenilirlik ve ürün faktörlerinin tatmini pozitif şekilde etkilediği bulunmuştur. Bunun yanında tatminin güvenilirlik ve davranışsal eğilim ilişkisinde kısmi, ürün ve davranışsal eğilim ilişkisinde tam aracılığa sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Hizmet Kalitesi, Tatmin, Davranışsal Niyet

THE MEDIATION ROLE OF SATISFACTION IN THE RELATION BETWEEN SERVICE QUALITY IN RESTAURANTS AND BEHAVIORAL INTENTION: A RESEARCH ON UNIVERSITY STUDENTS

Abstract

This study examined university students' service quality perceptions towards restaurants and its effect on their satisfaction and behavioural intentions. In this context, the data collected from Sakarya University is used. In total, data from 198 students are analysed. Service quality concept in restaurants composed of four dimensions as physical environment, reliability, product/service and greeter. In addition, this study examined also the mediation role of satisfaction in the relation between service quality and behavioural intention. According to findings, it is obtained that while physical environment has no significant effect on satisfaction, the dimensions as greeter, reliability and product/service affect satisfaction positively. Besides, satisfaction play partial mediation role between reliability and behavioural intention, and full mediation role between product/service and behavioural intention.

Key words: Service Quality, Satisfaction, Behavioral İntention

TURİZM ALANYAZININDA ENERJİ, SU VE ATIK YÖNETİMİ İLE İLGİLİ ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK PROFİLİ (2006-2016)

Arş. Gör. Mehmet BOYRAZ

Afyon Kocatepe Üniversitesi
mboyraz@aku.edu.tr

Ömer Alper GÜVENEN

Afyon Kocatepe Üniversitesi
alperguvenenn@gmail.com

Özet

Turizm endüstrisi, bugün dünyanın en büyük endüstrilerinden biri haline gelmiş ve hızlı gelişim göstermeye devam etmektedir. 2030 yılında 1,8 milyara ulaşması beklenen turist sayısı ile turizm aktivitelerinin yoğunluğunun ve kaynak tüketimlerinin artmasının yanı sıra birtakım ekonomik, toplumsal, çevresel ve etik sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu doğrultuda kaynakların ve ortaya çıkan etkilerin yönetilmesi ihtiyacı doğmuş ve turizmde sürdürülebilirlik kavramı ortaya çıkmıştır. Son yıllarda sürdürülebilir turizm kapsamında birçok akademisyen çeşitli incelemeler ve araştırmalarda bulunmuşlardır. Bu araştırmanın amacı; turizmde sürdürülebilirliğin alt boyutu olan çevre yönetimi kapsamında enerji yönetimi, su yönetimi ve atık yönetimi konularında literatürde yer alan çalışmaların içerik açısından ve bibliyometrik özelliklerinin incelenmesidir. Bu doğrultuda literatürdeki çalışmalar tarih, amaç, yöntem, kapsam ve sonuçları bakımından değerlendirilerek, çevre yönetimi ile ilgili gerçekleştirilen çalışmaların alt boyutlar itibarıyla genel sınırlarının çizilmesi hedeflenmektedir. 2006-2016 yıllarında yazılmış olan YÖK lisansüstü tezler, çeşitli ulusal dergilerde yer alan makaleleri ile Türkiye’de düzenlenen ulusal ve uluslararası kongre ve sempozyumlarda yer alan bildiriler araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırmada metot olarak nitel araştırma yöntemlerinden arşiv-doküman taraması tekniği kullanılacaktır. İlgili çalışmalara ulaşabilmek için anahtar kelime havuzu oluşturulmuş ve araştırmanın evrenini temsil eden yayınlar bütünü tespit edilmesi için çalışılmıştır. Tespit edilen çalışmalar istatistiksel analize tabi tutularak incelenmiştir. Elde edilen veriler ise tarih sıralamasına göre verilerek bulgular, sonuç ve değerlendirme kısımlarında kullanılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Turizm Alan Yazını, Enerji Yönetimi, Su Yönetimi, Atık Yönetimi, Bibliyometrik Profil

BIBLIYOMETRIC PROFILE OF ENERGY, WATER AND WASTE MANAGEMENT STUDIES ON FIELD OF TOURISM (2006-2016)

Abstract

The tourism industry has today become one of the world’s largest industries and continues to show rapid growth. The number of tourists expected to reach 1.8 billion by 2030 which plays a significant role in the emergence of a number of economic, social, environmental and ethical problems as well as an increase in the intensity of tourism activities and resource consumption. In this direction, the necessity of effective management of sources and the resulting effects are aroused, and the concept of sustainability in tourism emerged. In recent years, many researchers have been involved in various review and studies within the scope of sustainable tourism. The purpose of this research; in the context of energy management, water management and waste management in the context of environmental management, which is the sub-dimension of

sustainability in tourism, examine content and bibliometric properties of studies. In this direction, the studies in the literature are evaluated in terms of history, purpose, method, scope and results, and aimed to draw general boundaries of the studies carried out in relation to environmental management by sub-dimensions. The postgraduate thesis, articles in various national journals, and notifications, papers or reports in national and international congresses and symposiums organized in Turkey that all published between years of 2006 and 2016 constitute the universe of research. In the research, archival-document scanning technique will be used as a qualitative research method. A keyword pool has been created to reach relevant studies and work has been done to identify the publications that represent the universe of the researches. The studies were evaluated by statistical analysis. The obtained data are presented according to the date order and used in the findings, results and evaluation parts.

Key words: Field of Tourism, Energy Management, Water Management, Waste Management, Bibliographic Profile

KIRŞEHİR TERMAL SAĞLIK TURİZMİ POTANSİYELİNİN VE KURULACAK OLAN FTR HASTANESİ YATAK KAPASİTESİNİN BELİRLENMESİ

Prof. Dr. Musa ÖZATA

Ahi Evran Üniversitesi
musaozata@gmail.com

Araş. Gör. Emrah GÜRLEK

Ahi Evran Üniversitesi
e.gurlek@gmail.com

Özet

Amaç: Bu çalışmanın amacı Kırşehir’de termal enerjiye dayalı sağlık turizmi potansiyelinin ve amaçla kurulacak olan Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon (FTR) Hastanesi yatak kapasitesin belirlenmesidir.

Yöntem: Tanımlayıcı nitelikte olan bu çalışma sağlık istatistikleri taranarak ve hastane yöneticileri ile telefon görüşmesi yapılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmada ilk olarak Türkiye’deki FTR hasta sayısı, hastalık türleri, mevcut hastanelerin kapasiteleri, hastanelerin doluluk oranları ve jeotermal hastanelerin durumu belirlenmiştir. Daha sonra Kırşehir ve Kırşehir’e hasta gönderme ihtimali olan illerin talep durumları ortaya konularak kurulacak bir hastanenin yatak büyüklüğünün ne olması gerektiği belirlenmeye çalışılmıştır.

Bulgular: Sağlık Bakanlığı 2015 yılı istatistiklerine göre Türkiye’deki FTR hastanesi sayısı 10 adet olup, bu hastanelerde toplam 1.583 yatak bulunmaktadır. Sağlık Bakanlığı hastanelerinin tamamı dikkate alındığında ise toplam 7.364 FTR yatağı faaliyet göstermektedir. FTR yataklarının doluluk oranı % 85,9 civarındadır (Doluluk oranı açısından 3. sırada). Hastaların hastanede ortalama kalış süresi 15 gün (4. Sırada) olarak gerçekleşmiştir. Hastalarının yatak bekleme süresi 1-2 yıl arasında değişebilmektedir.

Kırşehir’e; Ankara, Kayseri, Yozgat, Aksaray, Kırıkkale ve Nevşehir illerinden yoğun şekilde hasta gelme ihtimali bulunmaktadır. Bu bağlamda kurulacak olan bir hastanenin yaklaşık 8 milyonluk bir nüfusa hitap etme imkânı vardır.

Sonuç: Ankara ve Kayseri gibi iki büyük şehrin ortasında yer alan Kırşehir’de açılacak Termal Su özelliği olan, 150-200 yatak kapasitesine sahip bir FTR hastanesinin, bölgenin ihtiyaçlarına cevap vermesi açısından önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Termal Sağlık, Termal Sağlık Turizmi, FTR, Hastaneler

DETERMINATION OF KIRŞEHİR THERMAL HEALTH TOURISM POTENTIAL AND BED CAPACITY OF PTR HOSPITAL SETTING

Abstract

Objective: The aim of this study is to determine the thermal tourism potential based on thermal energies in Kırşehir and the bed capacity of Physical Therapy and Rehabilitation (PTR) Hospital to be established for this purpose.

Method: This descriptive study was conducted by screening health statistics and telephone interviews with hospital managers. Firstly, in the study, the number of FTR patients in Turkey, disease types, capacities of existing hospitals, occupancy rates of hospitals and the status of geothermal hospitals were determined. Later on, the demands of the cities that are likely to send patients to Kırşehir and Kırşehir have been put forward and it has been tried to determine what should be the bed size of a hospital to be established.

Findings: According to Ministry of Health (MoH) 2015 statistics, the number of PTR hospitals in Turkey is 10 and there are 1,583 beds in these hospitals. When all of the MoH hospitals are considered, a total of 7,364 PTR beds are operating. The occupancy rate of PTR beds is around 85.9% (3rd place in terms of occupancy rate). The average length of stay in patients at the hospital is 15 days (4th place). The bed waiting period of patients can vary between 1-2 years.

There is a possibility of patients from provinces, Ankara, Kayseri, Yozgat, Aksaray, Kırıkkale and Nevşehir, are likely to come to Kırşehir intensively. A hospital to be established in this context has the possibility of addressing a population of about 8 million.

Conclusion: It is thought that a PTR hospital with thermal water feature of 150-200 beds, which will be opened in Kırşehir in the middle of two big cities like Ankara and Kayseri, will provide important contributions to meet the needs of the region.

Key words: Thermal Health, Thermal Health Tourism, PTR, Hospitals

VAN'DA YER ALAN A SINIFI SEYAHAT ACENTALARININ DÜZENLEDİĞİ GÜNÜBİRLİK TUR İÇERİKLERİNİN İNCELENMESİ

Öğr. Gör. İsmail UZUT

Sakarya Üniversitesi
ismailuzut@maltepe.edu.tr

Prof. Dr. Orhan BATMAN

Sakarya Üniversitesi
obatman@sakarya.edu.tr

Özet

Turizm sezonunun uzatılması, turistik faaliyetler açısından zaman ve mekan baskısını önleyici etkilere sahiptir. Bu etkiler hem çevresel sürdürülebilirliğe hem de sürdürülebilir kalkınmaya destek sağlayacaktır. Bu bağlamda kırsal kesimlerde yapılan turizm faaliyetleri ülke açısından önemli bir role sahiptir.

Bu çalışma Van'ın turistik kaynaklarının tanıtılması ve pazarlanmasında kritik bir role sahip olan A sınıfı seyahat acentalarının Van'da düzenlediği günübirlik turlar ve içeriklerini incelemeyi hedeflemiştir. Çalışma ile Van ilini kapsayan günübirlik turlar içerisinde vurgulanan detaylar ile birlikte Van'da yer alan A sınıfı seyahat acentalarının internet sayfaları da incelenmiştir. Çalışmanın ilk bölümünde seyahat acentalarının turizm içerisindeki rolü, paket tur ve günübirlik tur kavramları üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde Van'da faaliyet gösteren A sınıfı seyahat acentalarının internet sayfalarından elde edilen bulgular incelenmiştir. Son bölümde ise yapılan incelemeler doğrultusunda elde edilen sonuçlar ve bu doğrultuda geliştirilen öneriler sunulmuştur.

Çalışma kapsamında Van'da faaliyet gösteren ve Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'ne (TÜRSAB) kayıtlı 63 A sınıfı seyahat acentasının düzenlediği, Van ilini kapsayan günübirlik turlar incelenmiştir. Seyahat acentalarına ait tanıtım materyalleri incelenirken de içerik analizi yönteminden faydalanılmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda seyahat acentalarının düzenlediği günübirlik turların tanıtımında daha çok doğal ve tarihi kaynaklara yer verildiği gözlemlenirken Van'da bulunan 63 A sınıfı seyahat acentasından sadece 5 tanesinin internet sayfalarında günübirlik Van turlarıyla ilgili bilgi paylaşması da çalışmanın diğer bir çarpıcı sonucu oluşturmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Van, Günübirlik Tur, İçerik Analizi

INVESTIGATION OF DAILY TOUR CONTENTS ORGANIZED BY CLASS A TRAVEL AGENTS WHICH ARE LOCATED IN VAN

Abstract

Extension of tourism season has preventive effects on time and space pressure in terms of touristic activities. These effects will support both environmental sustainability and sustainable development. In this context, tourism activities in rural areas play an important role for the destinations.

Travel agencies have critical role for promoting and marketing touristic resources of Van and this study aimed to investigate daily tour contents which are organized by A class travel agencies. With this study not only daily tour contents investigated but also A class travel agencies' internet pages investigated. In the first section of the study role of travel agencies in tourism, package tour and daily tour concepts are emphasized. In the second section of the study findings that

have been obtained from the travel agencies' internet pages were discussed. In the last section of the study findings and suggestions obtained from the study are presented.

Within the scope of the study, daily tours covering the province of Van organized by the 63 A class travel agency operating in Van and registered with Association of Turkish Travel Agencies (TURSAB) were examined. The content analysis method was used in examining the promotional materials of travel agencies. It has been observed that in the promotional materials of daily tours organized by travel agencies mostly use natural and historical resources. The other striking result of the study is only 5 of the 63 A-class travel agencies in Van share information about daily tours on the internet pages.

Key words: Van, Daily Tour, Content Analysis

TURİZMİN SOSYO-EKONOMİK ETKİLERİNİN ALGILANMASI: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN

Sakarya Üniversitesi
bzengin@sakarya.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Burak ERYILMAZ

Amasya Üniversitesi
brkeryilmaz@gmail.com

Arş. Gör. Ümit ŞENGEL

Sakarya Üniversitesi
umits@sakarya.edu.tr

Özet

Turizm endüstrisinin giderek büyümesi, bu endüstri ile ilgili algıları önemli ölçüde etkilemektedir. Turizmin geliştiği bölgelerde yaşayan insanlar için turizmin sosyo-ekonomik etkilerinin nasıl algılandığı zaman zaman araştırmalara konu olmaktadır. Özellikle bulundukları bölgede demografik özellikleri itibarıyla daha homojen olan grupların araştırmalara dâhil edilmesi, konu ile ilgili karşılaştırmalı araştırma sonuçlarının daha anlamlı olmasına zemin hazırlamaktadır. Üniversite öğrencilerinin böyle homojen bir grup yapısına sahip oldukları söylenebilir. Araştırmada nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak anket tercih edilmiştir. Veriler Sakarya üniversitesi ve Durham üniversitesinden elde edilmiştir. Sonuçlara göre iki üniversite öğrencilerin bölgesel turizm algılarının değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Turizm Algısı, Sosyo-ekonomik Etki, , Sakarya, Durham

DETERMINATION OF SOCIO-ECONOMIC EFFECTS OF TOURISM: A RESEARCH ON THE VIEWS OF UNIVERSITY STUDENTS

Abstract

The growing tourism industry has a significant impact on perceptions about this industry. From time to time, how the socio-economic impacts of tourism are perceived for people living in tourism-developed regions is the subject of research. The inclusion of groups that are more homogeneous in their demographic characteristics, especially in the area they are in, paves the way for comparative research results to be more meaningful. It can be said that university students have such a homogeneous group structure. Quantitative research methods were used in the research. Survey was preferred as data collection tool. The data were obtained from Sakarya University and Durham University. According to the results, regional tourism perceptions of the two university students were found to vary.

Key words: Tourism Perception, Socio-economic Impact, Sakarya, Durham

GELENEKSEL EL SANATLARI KAPSAMINDA GÜMÜŞHANE İLİ KÜRTÜN İLÇESİ VE ÇEVRESİNDE DEMİRCİLİK

Yrd. Doç. Dr. İsmail ÇALIK

Gümüşhane Üniversitesi
icalik@gumushane.edu.tr

Öğr. Gör. Murat ÖDEMİŞ

Gümüşhane Üniversitesi
modemis@gumushane.edu.tr

Özet

Geleneksel el sanatları günümüzde giderek önemini kaybetse de, toplumların kültürü, değerleri, düşünce sistemi hakkında fikir veren temel unsurlar arasında sayılabilir. Geleneksel el sanatlarının korunması ve gelecek nesillere ulaştırılması; sahiplenilmesi ve desteklenmesi ile mümkündür. Bu araştırmada ülkemizin Doğu Karadeniz Bölümü'nde yer alan Gümüşhane ili Kürtün ilçesi ve çevresinde uzun yıllardır insanların geçim kaynağı olan "*demircilik*" el sanatının geçmişe göre durumu, hangi ürünlerin üretildiği, el sanatının zor ve özgün tarafları, üretim süreçleri, ilgi düzeyi ve turizmin bu değerlerin korunmasındaki rolünün demirci ustalarının bakış açıları ile anlatılması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda Kürtün ilçesinde geçmişte demircilik mesleğini yürüten veya halen mesleğe devam eden demirci ustaları ile yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Elde edilen görüşme metinleri tematik kategorilere ayrılarak içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda özellikle gençlerde demircilik mesleğine yönelik ilginin farklı nedenlerden dolayı düşük olduğu, Kürtün'de günümüzde zil, balta, omuz kantarı üreten ustaların zor şartlarda mesleği sürdürdüğü, el sanatının korunmasında ve gelecek nesillere ulaştırılmasında ciddi sorun alanlarının olduğu vurgulanabilir.

Anahtar sözcükler: El Sanatları, Sürdürülebilir Turizm, Gümüşhane, Kürtün

WITHIN THE SCOPE OF TRADITIONAL HANDICRAFTS FORGING IN GÜMÜŞHANE PROVINCE KÜRTÜN COUNTY AND SURROUNDINGS

Abstract

Although traditional handicrafts are becoming increasingly lose its significance today, they are among the basic elements that provide insight into the culture, values, and thought system of societies. It is possible to protect traditional handicrafts and to reach them by future generations, to own and support them. In this research, it is aimed to determine the status of the "*forging*" handicraft, which has been a source of people's livelihood for many years, in the Kürtün county of Gümüşhane. In this context, semi-structured interviews were conducted with "*forgings*" in the Kürtün who have been engaged in "*forgings*" in the past or are still in the profession. The interview texts were analyzed by content analysis method by separating thematic categories. As a result of the research, it can be emphasized that young people are especially low due to different reasons for "*forgings*", and that masters who produce bells, axes and shoulder calenders in the Kürtün; today are in serious difficulty in maintaining their profession under difficult conditions and handing them to future generations.

Key words: Handicrafts, Sustainable Tourism, Gumushane, Kürtün

SURİYE (İÇ) SAVAŞI VE TÜRKİYE’NİN TURİZMİNE ETKİLERİ: SAMANDAĞ (HATAY) ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Nurettin ÖZGEN

Ankara Üniversitesi
nozgen@gmail.com

Müslüm REYHANOĞULLARI

Ankara Üniversitesi
muslum_reyhan@hotmail.com

Özet

Turizm, çok boyutlu beşeri/toplumsal etkinlik ve faaliyetleri kapsayan eylemler tümleşigidir. Bu tümleşik etkinlik ve faaliyetler, başta ekonomik ve sosyal etkileşim ve dönüşümler olmak üzere çeşitli kültürel yayılım ve üretimlerin gelişmesine alan açmaktadır. Turizm etkinliklerindeki çok boyutlu yansıma ve üretimler, turizm destinasyonu ve yakın çevresindeki toplumsal suhulet ve huzur ortamıyla yakından ilintilidir. Kaos ve çatışma bölgelerindeki olumsuzluklar ve insan hayatını tehdit eden gelişmeler, turizm aktivitelerine doğrudan yansıyan sonuçlar üretmekte, hem maddi hem de manevi olumsuzluklaradoğrudan veya dolaylı bir şekildealan açmaktadır. Suriye (iç) savaşının Türkiye turizmine içkin yansımaları da bu türden olumsuzluğa örnek verilebilir. Son beş yıllık süreçte, Suriye’de devam eden çatışmaların, bu ülkenin sınırlarını aşarakıpkı Türkiye’de (Samandağ yöresi/ Hatay’da) olduğu gibihem yerel hem de ülke genelinde çeşitli olumsuzluklara neden olması, turizmin etki ve kapsamının yaşamsal derinliğini göstermektedir. Bu bağlamda, Suriye sınırında yer alan Samandağ ilçesi, söz konusu çatışma ve kaos ortamından en fazla etkilenen yörelerden biridir. Hem sosyal ve kültürel hem de inanç ve kıyı turizmi alanında önemli potansiyele sahip Samandağ yöresi, sahip olduğu uygun iklimatik koşulların yanı sıra farklı kültürel ve inançsal kimliklerin varlığı da yörenin turizm alanındaki önemini özetler niteliktedir. Samandağ yöresinin sahip olduğu turizm potansiyellerinin, Suriye iç savaşından kaynaklı olumsuzluklardan ötürü yörenin çatışma ve savaş alanı olarak algılanması ve turizm aktivitelerinde önemli kayıplara neden olması, yöredeturizm sektörünün önemli oranda kayıplar vermesine alan açmıştır. Böylelikle, hem Samandağ yöresi hem de Türkiye genelinde turizm endeksli sosyal, kültürel ve ekonomik refaha dair çeşitli olumsuzluklar baş göstermiştir. Çalışma, betimsel tarama modeli ve görüşme tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Yöre turizmiyle ilgili olarak başta resmi kuruluşların olmak üzere, turizm aktivitelerinin etkileşim alanında yer alan çeşitli işletme ve katılımcıların da nabızı tutularak temin edilen veriler değerlendirilmiş ve ilgili literatüre dayalı çalışmalardan da yararlanılarak çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Samandağ, Suriye Savaşı, Turizm ve Savaş, Kültür Turizmi, İnanç Turizmi

SYRIAN (CIVIL) WAR AND THE EFFECTS TO TURKEY'S TOURISM: EXAMPLE OF SAMANDAĞ (HATAY)

Abstract

Tourism is the integration of actions that encompass multidimensional human/social activities. These integrated activities open up the development of various cultural sprawl and productions, in particular economic and social interactions and transformations. The multi-dimensional reflection and production of tourism activities are closely related to the tourism destination and the social harmony and peaceful environment in its immediate surroundings. The negativities in

chaos and conflict areas and developments that threaten human life produce results that are directly reflected in tourism activities and open up to direct or indirect, both material and spiritual negativity. The internal reflections of the Syrian (civil) war on Turkey tourism can also be an example of this kind of negativity. Over the last five years, the ongoing conflicts in Syria have shown the vital depth of the impact and scope of tourism as it crosses the borders of this country and causes various negativities both locally and across the country, just as it is in Turkey (Samandağ region/Hatay). In this context, the Samandağ district on the border of Syria is one of the regions most affected by conflict and chaos. Samandağ region, which has significant potential both in terms of social and cultural as well as belief and coastal tourism, as well as proper climatic conditions, the richness of different cultural and religious identities also summarizes the importance of tourism in the region. The tourism potentials that the Samandağ region possesses are perceived as conflicts and battlefields due to the negativities stemming from the Syrian civil war and cause significant losses in tourism activities. As a result, various negative appear on tourism-related social, cultural and economic welfare both in the Samandağ region and throughout Turkey. The study was conducted using a descriptive survey model and interview technique. Regarding the tourism of the region, data obtained by holding the pulses of various enterprises and participants in the field of interaction of tourism activities, especially the official organizations, were evaluated and various suggestions were made by making use of related literature based studies.

Key words: Samandağ, Syrian War, Tourism and War, Cultural Tourism, Faith Tourism

GEVAŞ'TAN BAŞKALE'YE KÜLTÜR YOLU PROJESİNİN BÖLGE TURİZMİNE KATKISI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Yrd. Doç. Dr. Mehmet TOP

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

mtop@yyu.edu.tr

Özet

Ülkemizde kültür yolu çalışmaları ve projeleri hız kazanmış olup, bunlar bazen bölgesel, bazen il merkezi ve bazen de belirli bir tema çerçevesinde ele alınmaktadır. Kültür yolunun temel şartlarından biri kendi fonksiyonuna ilişkin olarak bünyesinde somut ve soyut kültürel miras öğelerini barındırıyor olmasıdır. Bu da beraberinde eğitilmiş zengin turistin gelmesini, yerel ekonomiyi desteklemesi, kırsal kalkınmayı arttırması, ekonomik bilinçlenmeyi sağlaması, korumacılık ve çevre bilincini arttırması, yerel yöneticilerin kültür ve turizm konularına eğilmeleri ve güzergahtaki kültür varlıklarının tanıtım bakım ve onarımlarını gerçekleştirilmesi gibi dolaylı ve dolaysız etkiler oluşturmaktadır. “Gevaş’tan Başkale’ye Kültür Yolu Projesi”nde Kuzgunkiran tünelinin çıkışından başlayıp, Van-Hakkari il sınırı olan Karasu köprüsüne kadar devam eden mevcut karayolu güzergahı kullanılacaktır. Bu güzergah Van’ın üç ilçesini aktif olarak değerlendirecek olup; bunlar Gevaş, Gürpınar ve Başkale ilçeleridir. Van yöresinin örenyeri olarak kullanılan Akdamar Kilisesi, Çavuştepe Kalesi ve Hoşap Kalesi bu yol üzerinde hemen hemen yola sıfır olarak yer almaktadır. Bunun dışında bu güzergahın farklı noktalarında M.Ö. 10 bin yıllarından başlayan ve Urartu, Ortaçağ ve Osmanlı dönemlerinde devam eden birçok uygarlığa ait Mağara resimleri, kaleler, kilise ve manastırlar, camiler, su kanalları, medreseler, türbeler ve mezartaşları gibi eserleri üzerinde barındıran bir hat çizmektedir. Kültür yolu sayesinde bu eserler birbirine entegre edilecek ve duyarlılık artacaktır. Bu proje kapsamında başlangıç noktalarında ve önemli kavşaklarda kültür yolu büyük tabelalarla duyurulacak ve aralara da reklam panoları ile eserlere ilgi arttırılmaya çalışılacaktır. Herbir örenyeri ve eserle ilgili bilgiler standart levhalarla tanıtılacak; bunlar bilgi ağına entegre edilecek v.b. yapılabilecekler de projede detaylı olarak yer alacaktır. Bu bildiri kapsamında bu projenin Van turizmine özellikle kültür turizmine neler kazandıracağına irdelenmesi yanında; yol üzerindeki farklı kültürlerle ve dönemlere ait kültür varlıklarına da dikkat çekilmiş olacaktır.

Anahtar sözcükler: Kültür Yolu, Gevaş, Gürpınar, Başkale, Akdamar Kilisesi, Hoşap Kalesi

AN EVALUATION ON THE CONTRIBUTION OF REGIONAL TOURISM OF CULTURAL ROAD PROJECT FROM GEVAŞ TO BAŞKALE

Abstract

Nowadays in our country the cultural road works and the projects have gained momentum. These are sometimes addressed in regional, provincial, and sometimes also within a specific theme. One of the basic requirements of the cultural road is that it contains concrete and abstract cultural heritage items in its functioning.

This is accompanied by indirect and direct influences such as the arrival of educated rich tourists, local economic support, increasing rural development, raising economic consciousness, increasing protectionism and environmental awareness, orienting local administrators on culture and tourism issues and carrying out promotional maintenance and repairs of cultural assets on the route.

The existing “Cultural Road Project from Gevaş to Başkale” starting from exit of the Kuzgunkiran Tunnel the current road continuing to Karasu Bridge by the Van-Hakkari provincial border will be

used. This route will actively evaluate the three districts of Van; these are the districts of Gevaş, Gürpınar and Başkale. Akdamar Church, Çavuştepe Castle and Hoşap Castle, which are used as ruins of the Van region, are located almost on the road.

Apart from this, at different points of this route starting from 10 thousand years BC, Urartu, medieval and Ottoman era draws a line which contains of cave paintings, castles, churches and monasteries, mosques, canals, madrassas, tombs and gravestones.

Through the cultural way these works will be integrated each other and sensitivity will increase. Within the scope of this project, the cultural road will be announced at the starting points and at important crossroads with big signs and the works will be tried to be increased with advertising panels.

Information about each ruin and the cast will be presented on standard plates; they will be integrated into the information network and others will be detailed in the project. In the context of this proceeding, it is examined how this project will make Van tourism, especially cultural tourism; the different cultures on the road and cultural assets belonging to the periods will be noted.

Key words: Cultural Road, Gevaş, Gürpınar, Başkale, Akdamar Church, Hoşap Castle

SAFRANBOLU TANITIM FOTOĞRAFLARININ SEMİYOTİK (GÖSTERGEBİLİMSEL) ANALİZİ: ZİYARETÇİ YORUMLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Doç. Dr. Nuray Türker

Karabük Üniversitesi
nturker@karabuk.edu.tr

Büşra Meltem Türkmen

Karabük Üniversitesi
mltmturkmen@gmail.com

Özet

Semiyoloji, insanların birbirleriyle anlaşmak için kullandıkları dilsel veya görsel (davranışlar, görüntüler, reklamlar, trafik işaretleri, sanat eserleri, moda, v.b.) gösterge dizgelerini çözümlemek için kullanılan bir çözümleme yöntemidir. Bir ürünün, hizmetin ya da bir yerin tanıtımında ağırlıklı olarak görsel göstergelerden yararlanılmaktadır. Görsel bir endüstri olan turizm sektöründe de bir destinasyonun, tesisin ya da bir ürünün tanıtımında, çok çeşitli görsel araçlar kullanılmaktadır. Kullanılan bu görsel malzemeler o destinasyonun ya da ürünün imajı hakkında somut bilgiler vermektedir. Turizm sektörü ile ilgili olarak yapılan çalışmalarda, görsel malzemeler (fotoğraf, broşür, TV reklamları v.b) kullanılarak bu görsel materyallerde yer alan insanlar, doğal unsurlar, şekiller, v.b. incelenmekte ve turistlerin bu ürün ya da destinasyonla ilgili yorumları elde edilmeye çalışılmaktadır. Bir yerin tanıtımında kullanılan görseller, turistlerin destinasyon seçimini, o ülke ya da bölge hakkındaki tutumlarını ve seyahat etme davranışını olumlu ya da olumsuz biçimde etkilemektedir. Bu çalışmada göstergebiliminden yararlanılarak turistlerin perspektifinden Safranbolu'nun görsel çözümlemesinin yapılması amaçlanmıştır. Safranbolu fotoğraflarının göstergebilimsel incelemesi için ise Peirce'in göstergebilim kuramı kullanılmıştır. Bu amaçla Safranbolu broşürlerinde ve Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün internet sitelerinde kullanılan 7 fotoğraf seçilerek numaralandırılmış ve kolayda örneklemeye yöntemi kullanılarak seçilen 15 ziyaretçiye gösterilerek bu fotoğrafları yorumlamaları istenmiştir. Çalışma Mayıs 2017 'de gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların yorumlamaları ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş, içerik analizi ile çözümlenmiş ve sıklıkla tekrar edilen tanımlayıcı ifadeler dikkate alınarak analiz edilmiştir. Katılımcıların 2 tanesi yabancı, 13 tanesi ise yerli turisttir. Katılımcıların 12'si kadın, 3'ü ise erkektir. Yaş aralığı 36-45 yaştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlar, Safranbolu'nun kültürel ve tarihi değerlerinin turistik açıdan ilgi çeken en önemli özellikleri olduğunu göstermektedir. Fotoğraflardaki insan, araç, gibi unsurlar ne kadar ön plana çıksa da Safranbolu'nun eşsiz tarihi güzellikleri, Arnavut kaldırımlı sokakları daha çok dikkat çekmekte, turistlerde geleneksel yaşamı tecrübe etme isteği uyandırmaktadır. Safranbolu evlerinin iç mekanlarındaki ahşap uygulamalar, minderler, sedirler, perdeler v.b bir uyum içerisinde bir araya gelmekte, geniş odalar huzuru ve dinginliği ifade etmektedir. Giysiler, perdeler, örtüler üzerine işlenen geleneksel motifler zengin kültürel mirasın bir göstergesidir. Üzüm asmaları ile donanmış sokaklarda bulunan geleneksel lezzetlerin sunulduğu kafe ve restoranlar, dingin, ferah ve stressiz bir ortam yaratmaktadır. Safranbolu pek çok turist için nostalji, "büyükannemin evi", romantizm, estetik, UNESCO markası, konukseverlik, "korunması gereken"i ifade etmektedir. Genel olarak analiz sonuçları değerlendirildiğinde Safranbolu broşürlerinde kullanılan fotoğraflarda Safranbolu'nun bir kültür ve tarih destinasyonu olduğu vurgulanmaktadır. Fotoğraflar aracılığı ile turistler tarafından algılanabilecek en önemli mesajlar nostalji, geleneksel yaşam, huzur, dinginlik, estetik ve romantizmdir.

Anahtar Sözcükler: Göstergebilim, Destinasyon, İmaj, Safranbolu

THE SEMIOTIC ANALYSIS OF SAFRANBOLU PHOTOGRAPHS: A CASE STUDY ON VISITORS' COMMENTS

Abstract

Semiology is an analysis method, which is used in order to analyze linguistic or visual sign system including behaviours, images, advertisements, traffic signs, art pieces, fashion and etc. that people use in order to communicate with each other. Visual signs are of commonly used in promotion of a product, a service or a place. Also in tourism business, which is a visual industry, numerous visual signs are used in the promotion of a destination, a facility, or a product. These visual materials provide perceptible information about the image of the destination or product. In the research studies carried out in tourism industry, the people, natural attractions, figures, and etc. in the images (photographs, brochures, television advertisements) are analyzed by the tourists in order to receive their comments about the product or the destination. The images which are used for the promotion of a destination, affect the tourists' destination choices, their attitudes towards a country or a region and their travel motivations positively or negatively. In this study, it was aimed to analyze the photographs of Safranbolu from the perspectives of tourists using semiotic analysis. Pierce's theory of signs was used for the semiotic analyses of the photographs. For this purpose, 7 photos which are used in Safranbolu brochures and on the website of The Directorate of Culture and Tourism were selected and then enumerated. 15 visitors who were selected by the convenience sampling method were asked to make comments on these photographs. The study was conducted in May, 2017. The comments of the participants were recorded, then analyzed by the content analysis method, and by focusing on the frequent descriptive statements. The participants were composed of 2 foreign and 13 domestic tourists. 12 participants were female and 3 were male. Their age is between 36-45. The findings of the study indicate that the cultural and historical values of Safranbolu are the most important touristic attractions in the destination. Although the figures such as people or vehicles commonly stand out in the photos, the unique historical attractions and the streets paved with cobblestone draw more attention and arose interests in tourists to experience the traditional life. Wood craftsmanship, diwans, sofas, curtains and etc. in Safranbolu mansions are in a harmony and the large rooms symbolize peace and stillness. The traditional motifs crafted on dresses, curtains and covers are the symbols of the rich cultural heritage. The cafe and restaurants located in the streets which is surrounded by the grape vines and where traditional tastes are offered provide calm, fresh and stressless area for visitors. What Safranbolu means for many tourists is nostalgia, "my grandma's house", romanticism, aesthetic, UNESCO brand, hospitality and "the area worth to protect" for a lot of tourist. The results show that in the Safranbolu photos, it is stressed that Safranbolu is a cultural and historical destination. The most important messages that is perceived by tourists through photos can be nostalgia, traditional life, peace, stillness, aesthetic and romanticism.

Key words: Semiology, Destination, Image, Safranbolu

TURİZM GELİŞMELERİNDE YEREL HALKIN YAKLAŞIMLARININ BELİRLENMESİ: VAN ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Öznur YEKSAN

Gevaş Meslek Yüksekokulu
oznuryeksan@yyu.edu.tr

Özet

Küreselleşmenin etkisi ile teknoloji, iletişim ve özellikle ulaşımdaki hız, konfor, kapasite açısından büyük gelişmeler yaşanmıştır. Bu gelişmeler diğer birçok sektörü etkilediği gibi turizm sektörünü de doğrudan etkilemiştir. Turizm sektörü, özellikle doğal, kültürel ve tarihi zenginlikleri olan ülke ve bölgeleri ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan etkilemede önemli bir göreve sahiptir.

Bu çalışmada; turizmin yoğunluk kazanmaya başladığı Van bölgesinde turizmin ekonomik sosyal ve kültürel açıdan gelişmelerine yerel halkın nasıl bir yaklaşım sergiledikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla standart formlar ile yerinde anket yöntemi kullanılarak farklı sosyo-ekonomik yapıdaki kişilere anket çalışması uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, Van Bölgesinin tarihsel, kültürel ve doğal değerleri ile alternatif turizm çeşitleri için uygun potansiyele sahip olduğu, bu özelliklerin Van bölgesinde turizmin çeşitlendirilmesine ve farklı mevsimlere yayılmasına katkıda bulunacağı saptanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Van, Turizm, Yerel halk

DETERMINATION OF LOCAL PEOPLE'S APPROACHES IN TOURISM DEVELOPMENTS: THE CASE OF VAN

Abstract

With the impact of globalization, technology, communication, and especially speed, comfort and capacity in transportation have been greatly improved. These developments have influenced many other sectors as well as the tourism sector directly. The tourism sector has an important influence on the economic, social and cultural aspects of countries and regions, especially those with natural, cultural and historical riches.

In this study; it has been tried to determine how the local people have taken an approach in the economic, social and cultural development of tourism in the Van region where tourism has begun to gain intensity. For this purpose, questionnaires were applied to people in different socio-economic structures by using standard forms and on-site questionnaire. As a result of the research, it is found that the Van region has a potential for historical, cultural and natural values and alternative tourism varieties, which will contribute to the diversification of tourism in the Van region and spreading to different seasons.

Key words: Van, Tourism, Local People

JEOTERMAL KAYNAKLARIN TERMAL TURİZM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: “ILGIN”

Öğr. Gör. İsa Serhan CİHANGİR

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

iscihangir@nevsehir.edu.tr

Özet

Gün geçtikçe gelişen sanayi ve teknoloji ile birlikte dünya nüfusunda yaşanan artış enerji kullanım ihtiyacını artırmaktadır. Yenilenebilir ve çevreci özelliği itibarıyla ihtiyaçlara cevap verebilecek önemli enerji kaynaklarından bir tanesi de jeotermal kaynaklardır. Jeotermal kaynaklar potansiyel yapıları göz önüne alındığında ısıtma, elektrik üretimi, endüstriyel uygulamalar, termal turizm gibi birçok alanda yararlanabilir bir yapıya sahiptir. Jeotermal kuşak üzerinde yer alan birçok ülke yenilenebilir olan jeotermal kaynaklardan daha verimli ve etkin bir şekilde faydalanabilmek amacıyla sağlık odaklı turizm anlayışını ön plana çıkarmaktadır. Öyle ki, turizm hareketlerine katılımın en önemli motiflerinden birisini sağlık veya tedavi oluşturmaktadır. İnsanın varoluşundan günümüze kadar insanlar doğanın sağlık verici özelliklerinden yararlanmak istemişler ve jeotermal kaynakların bulunduğu yerleri ziyaret ederek, kaybettikleri sağlıklarına yeniden kavuşmayı amaçlamışlardır. Sağlık amaçlı yer değiştirme hareketleri ise, bir alternatif turizm çeşidi olan “termal turizmi” doğurmuştur. Bu turizm hareketi özellikle sağlıklı yaşam ve insan sağlığına önem veren gelişmiş ve gelişmekte olan dünya ülkelerin de önemli ölçüde değer bulmaktadır. Yaşlanan nüfusun sağlık sorunlarına çözüm oluşturulması noktasında ise talep edilebilirliğini üst düzeye çıkarmaktadır.

Önemli bir jeotermal kuşak üzerinde yer alan Türkiye’de jeotermal kaynak zenginliği açısından dünyada ilk 7 ülke arasında yer almaktadır. Ancak, gerek debi ve sıcaklık gerekse fiziksel ve kimyasal özellikleri ile Avrupa’da ki termal kaynaklardan daha üstün nitelikler taşımasına rağmen termal turizm hareketlerinden yeterli düzeyde istifade edememektedir. İstatistikî veriler dikkate alındığında bu seyahat motifiyle ülkeye gelen turist sayısı diğer ülkelere göre oldukça düşük kalmaktadır. Aynı durum uygun iklimi, potansiyeli yüksek termal kaynakları, alternatif ve kolay ulaşım olanakları, Konya iline yakınlığı gibi çekiciliklerine rağmen turizm hareketlerinden yeterince pay alamayan Ilgın ilçesi için de geçerlidir.

Bu bağlamda çalışmanın amacı; Ilgın İlçesindeki en önemli doğal çekiciliklerden birisini oluşturan jeotermal kaynakların detaylı bir envanterinin çıkarılarak turizm amaçlı kullanımını akademik boyutta ele almaktır. Ayrıca çalışmada konuyla ilgili literatür taramasının yanı sıra bölgesel verilerin toplanıp analiziyle, ilçede termal turizmin geliştirilmesi, yıl içine yayılması ve ülke genelindeki turizm gelirlerinden daha fazla pay alabilmesine yönelik stratejiler belirlenerek öneriler getirilmesidir.

Anahtar Sözcükler: Ilgın, Ilgın Kaplıcaları, Termal Kaynaklar, Turizm, Termal Turizm

THERMAL TOURISM EVALUATION IN TERMS OF GEOTHERMAL RESOURCES “ILGIN”

Abstract

Day by day increase experienced in developing industrial and technology with the world's population is increasing energy needs. Geothermal resources are in one of the most important energy sources to respond to needs as renewable and environmentally friendly features. When considering the potential of geothermal resources for heating buildings, power generation, industrial applications, can benefit in many areas such as thermal tourism has a structure.

Health-oriented renewable geothermal generation over many countries in order to benefit from geothermal resources more efficiently and effectively raises the tourism concept to the forefront. So, one of the most important motives of participation in tourism activities constitute health or treatment. People from human existence until today they want to benefit from the health-giving properties of nature and visiting places where geothermal resources, they aim to regain their lost health. The movement for health purposes displacement, thermal tourism was born as an alternative kind of tourism. This tourism movement finds particular emphasis on wellness and improved health and emerging value of the significant countries of the world.

At the point of creation solution to the health problems of an aging population it is maximize the availability request. Located on a major geothermal generation is among the top seven countries in the world in terms of geothermal resources in Turkey wealth. However, both the flow rate and temperature as well as physical and chemical properties with more qualities of thermal springs in Europe are not benefiting sufficiently from thermal tourism movement despite the move. Statistical data when considering the number of tourists coming to the country with the travel motif is quite low compared to other countries. At the same favourable climatic conditions, the potential of high thermal sources, alternative and easy transportation facilities, such as Konya, despite the attractiveness of its proximity to the city cannot get enough share of the tourism movement also applies to the Ilgın district.

In this context, the purpose of the study, which is one of the most important natural attraction in the town Ilgın subtracting a detailed inventory of the use of geothermal resources for tourism purposes is discussed in academic dimensions. Also working with the collection and analysis of regional data, as well as related literature with the issue, thermal tourism development in the county, years into the spread and countries determined strategic for to take up a greater share of tourism revenues in the general recommendation is made.

Key words: Ilgın, Ilgın Thermal, Geothermal Resources, Tourism, Thermal Tourism

ANKARA İLİ TURİZM HAREKETİNDE BAĞCILIK KÜLTÜRÜ VE ÜZÜM ÜRÜNLERİNİN ROLÜ: BEYPAZARI VE KALECİK İLÇELERİ

Prof. Dr. Birhan KUNTER

Ankara Üniversitesi
marasali@agri.ankara.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Nurhan KESKİN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
nurhankeskin@yyu.edu.tr

Gözde KOCAMAN

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı
gozdekocaman@gmail.com

Öğr.Gör.Aysun ŞEHİT

Bozok Üniversitesi
aysun.sehit @bozok.edu.tr

Özet

Ankara ilinde Bağcılık kültürü, asma gen kaynakları ve sosyo-ekonomik yaşamda geçmişten bugüne önemini koruyan değerlerden biri olmuştur. Ankara ili, ülkemiz asma gen kaynakları içerisinde başta dünyaca tanınan Kalecik Karası olmak üzere Gül üzümü ve Karagevrek üzüm çeşitlerinin orijinal ekolojisi olarak önem taşımaktadır. Önde gelen bu isimlerin ana yurdu olan Kalecik ve Beypazarı ilçelerinde sürdürülmekte olan geleneksel ve modern bağcılık ve üzüm ürünlerine dayalı bağcılık kültürü, turizm odaklı kırsal kalkınmaya katkı sunmaktadır. Ancak bu katkının sürdürülebilir olması ve geliştirilmesinin ise bağcılık ekonomisine paralel olacağı açıktır. Üretimin sofralık tüketime sunulmasının yanında, katma değeri yüksek geleneksel veya modern işleme tekniklerine dayalı üzüm ürünleri olan şarap, sıra, üzüm suyu, pekmez, tatlı cevizli sucuk, pestil gibi ürünlere işlenerek tüketime sunulmaktadır. Asmanın meyvesi kadar değerli diğer bir ürün olan taze veya salamura yaprağı Türk mutfağının önde gelen lezzeti olan yaprak sarmasının ham maddesidir.

Bu çalışmada Ankara ilinin Beypazarı ve Kalecik ilçelerinde bağcılık kültürünün turizm kavramı içindeki durumu ve geliştirilme olanakları incelenmiştir.

Anahtar sözcükler: Turizm, Bağcılık, Üzüm, Geleneksel Üzüm Ürünleri, Ankara

THE ROLE OF VITICULTURE AND GRAPE PRODUCTS ON TOURISM MOVEMENTS OF THE CAPITAL ANKARA: BEYPAZARI AND KALECİK DISTRICTS

Abstract

With ecological, social and financial aspects, viticulture is an important horticultural sector in agricultural production of Ankara, from past to present. Also, the well-known grape cultivars such as, Kalecik Karası, Gülüzümü and Karagevrek and more have been originated in this area. In the studies on germplasm evaluation Beypazarı and Kalecik districts are the main growing land of these varieties. Therefore grape and grape products are important economic values in Beypazarı and Kalecik provinces and present different possibilities for tourism oriented rural development with traditional and modern vineyards and grape products. It is obvious that this

effect is parallel to the viticulturally economy. Grape production is mainly focused on table and wine grapes. However traditional or modern processed products such as, must, grape juice, molasses, moles with walnut sausage are considered as high valuable grape products. On the other hand, grape leaf is worthy product of grapevine as much as its grapes. Fresh or fermented grape leaf stuffed name as dolma is one of the leader of Turkish gastronomy. In this study, the issue whether viticulture can be a part of tourism movement and development in Beypazarı and Kalecik districts of Ankara was investigated.

Key words: Tourism, Viticulture, Grape, Traditional Grape Products, Ankara

JEOTURİZM VE JEOMİRAS AÇISINDAN DEREİÇİ (BAŞKALE, VAN) TRAVERTENLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Yrd. Doç. Dr. Çetin YEŞİLOVA

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
cetinyesilova@yyu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Pelin GÜNGÖR YEŞİLOVA

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
pelingungoriesilova@yyu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Mustafa AÇLAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
maclan@yyu.edu.tr

Özet

Pamukkale benzeri travertenleri ile ünlü Dereiçi Köyü, Van'ın Başkale ilçesinin güneyinde yer almaktadır. Travertenlere, Başkale – Hakkâri karayolunun 30. Km'sinden itibaren batıya ayrılan yol ile 12 km sonra ulaşım sağlanmaktadır. Bu çalışmada, travertenlerin jeomiras özellikleri ile bunların jeoturizm ögesi olarak değerlendirilebilirliği tartışılmıştır. Travertenler jeomiras ögeleri açısından ele alındığında; bir tane sırt tipi traverten, sırt tipi travertenin oluşturan çatlağın açılması sonucu gelişen yürüyüş kanalı, bir traverten köprüsü, bir kısmı aktif olmayan teras tipi traverten (Pamukkale benzeri) ve bir şelale ile dikkat çekmektedir. Bunlara ek olarak sırt tipi travertenin kuzeydoğu yamacı boyunca eğimin etkisiyle aşağı süzülen suların oluşturduğu doğal duvar görünüşleri de görülmeye değer güzelliklerdendir.

Bölge, gerekli düzenlemeler ve iyileştirmeler yapıldıktan sonra tek başına bile turizm kaynağı olarak kullanılabileceği gibi kendine benzer ender jeolojik oluşumlar (Yavuzlar Köyü Peribacaları, Çamlık travertenleri sıcak su çıkışları, Van Gölü mikrobiyalit oluşumları, Gedikbulak sütun bazaltları ve Muradiye Şelalesi gibi) eklenerek oluşturulacak jeoparkın bir ögesi olarak da değerlendirilebilir. Yine kurulacak olan bu jeoparka tarihsel ve kültürel güzellikler de katılarak zenginleştirilmelidir. Ülkemizdeki Kula Jeoparkı bu konuda örnek teşkil etmektedir.

Bu sebeple Dereiçi Travertenleri, jeo-turizm açısından değerlendirilmeye ve korunmaya alınması gereken bölgelerin başında gelmektedir. Ancak bu jeolojik varlıklar hem bilimsel hem de turistik açıdan hak ettikleri ilgiyi bulamadıkları gibi, aynı zamanda mermercilik sektörünün hedefi haline gelmiş olup hızla yok olma tehdidi altındadırlar. Çatlaklardan çıkan hidrotermal suların gittikçe azalması nedeniyle bu terasların bir kısmı kurumuş, bir kısmı da kuruma aşamasına gelmek üzeredir. Bu bildiride aynı zamanda doğal oluşumun devam edebilmesi için alınacak önlemler de tartışılacaktır.

Anahtar Sözcükler: Dereiçi, Traverten, Jeomiras, Jeo-Turizm, Başkale, Van

EVALUATION OF DEREİÇİ (BAŞKALE, VAN) TRAVERTINES IN TERMS OF GEOTOURISM AND GEOHERITAGE

Abstract

Dereiçi village which is famous for its Pamukkale-like travertines is located to the south of the Başkale district of Van. The travertines are located 12 km after the 30th km of Başkale-Hakkari highway with the road left to the west. In this study, geoheritage characteristics of travertines and their possibility as geotourism topic are discussed. When the travertines are considered in

terms of geoheritage items; one ridge type travertine, a travertine bridge with a walking canal resulting in the opening of the crack forming the ridge type travertine, some inactive terraced type travertine (like Pamukkale) and a waterfall attracts attention. In addition to this, the natural wall appearances of the ridge type travertine formed by the downwind water due to the inclination of the northeast patchwork are also worth seeing.

The region can be used as a tourism resource even after the necessary arrangements and improvements are made, and it is a kind of geopark that will be formed by adding rare geological formations like Yavuzlar Village earth pillars, Çamlık travertines hot water exits, Van Lake microbialite formations, Gedikbulak columnar basalts and Muradiye Waterfall. This geopark, which will be established again, should be enriched by participating in historical and cultural beauties. The Kula Geopark in our country is an example of this.

For this reason, Dereiçi Travertines is one of the most important areas to be evaluated and protected from the perspective of geo-tourism. However, these geologic assets have not been found to be interesting in terms of both scientific and tourist interest, they have also become the targets of the marble industry and are at a risk of extinction. Some of these terraces are dried up and some of them are about to come to the stage due to the decreasing hydrothermal waters coming out of the cracks. This declaration also discusses measures to be taken in order for the natural formation to continue.

Key words: Dereiçi, Travertine, Geoheritage, Geo-Tourism, Başkale, Van

VAN VE BİTLİS İLLERİNDE BULUNAN KIŞ TURİZM MERKEZLERİNİN YER SEÇİMLERİ ÜZERİNE ELEŞTİREL BİR YAKLAŞIM

Arş. Gör. Bahtiyar AYDIN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
bahtiyaraydin@yyu.edu.tr

Doç. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
falaeddinoglu@hotmail.com

Özet

Günümüzün gelişen teknolojisi sayesinde kış sporları her ne kadar doğal koşullara bağımlı olmadan gerçekleştirilebiliyor olsa da kitlesel kış turizmine konu olan kış spor faaliyetleri yükselti, bakı, eğim, kar yağı, kar kalınlığı ve karın yerde kalma süresi gibi bir takım doğal şartların uygun olduğu alanlarda gerçekleştirilebilmektedir. Tercih edilen lokasyonun bu şartlar açısından uygun olmasının yanı sıra ulaşılabilirlik, kayak tesisinin kapasitesi, konaklama tesislerinin varlığı ve niteliği ve diğer turizm altyapısı bileşenleri bakımından da yeterli olması gerekmektedir. Dolayısıyla yukarıdaki bileşenlerden bir veya bir kaçının eksikliği kış turizm alanlarının yatırımlardan istenilen düzeyde faydalanılmasını engelleyebileceği gibi etkin kullanılmasının da önüne geçecektir.

Bu bağlamda bu çalışmada Van ve Bitlis illerinde yer alan kış turizm merkezlerinin yer seçimleri, doğal koşulların destekleme düzeyi, ulaşılabilirlik, tesisleşme, pazara yakınlık ve diğer birtakım değişkenler üzerinden eleştirel bir yaklaşımla ele alınmış ve değerlendirilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgulardan hareketle değerlendirildiğinde, örneğin Nemrut Kayak Merkezi kuruluş yeri olarak bakı faktörü göz ardı edilmiş ve güney yamaçta kurulduğu görülmektedir. Bu durum hem kar kalitesini düşürmekte hem de kayak sezonunu kısaltmaktadır. Buna benzer diğer tesislerde de göz ardı edilen önemli problemler bulunmaktadır. Bu çalışmada tesislerin yer seçiminden kaynaklanan problemler tespit edilmeye çalışılmış ve bunların çözümleri noktasında birtakım öneriler geliştirilmiştir. Ayrıca yapılan alan araştırmalarında elde edilen uzman görüşleri ve diğer yer seçim değişkenleri verilerinden faydalanarak alternatif kayak pisti yer seçimi önerisinde bulunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Kış Turizmi, Spor, Kar Yağı, Kayak

A CRITICAL APPROACH OF SELECTING WINTER TOURISM CENTERS IN VAN AND BİTLİS PROVINCES

Abstract

With today's developing technology, winter sports can be carried out without being dependent on natural conditions, but winter sports activities, which are subject to mass winter tourism, can be found in areas where natural conditions such as elevation, view, slope, snowfall, snow depth and snow cover duration are suitable. The preferred location should be adequate in terms of these conditions but also in terms of accessibility, capacity of the ski resort, availability and quality of the accommodation facilities and other components of the tourism infrastructure. Therefore, the lack of one or more of the above components will prevent the winter tourism

areas from being utilized as it was expected from the investment, and will prevent the use of them effectively.

In this context, the study tried to evaluate the winter tourism centers in Van and Bitlis with a critical approach based on location selection, support level of natural conditions, accessibility, installation, proximity to the market and some other variables. When assessing the result findings, for example, the establishment of the Nemrut Ski Center ignored the importance of its location and was established on the southern slope. This situation both reduces the quality of the snow and shortens the ski season. Other similar facilities have some critical problems that are ignored. In the study, the problems arising from the site selection of the facilities were determined and some suggestions were developed for solutions. In addition, alternative ski slope location suggestions were made by applying experts' opinions obtained from field surveys and other variables of location selection.

Key words: Winter Tourism, Sport, Snow Snow, Ski

EKOTURİZM VE SERTİFİKASYON SİSTEMİ

Doç. Dr. Sevgi ÖZTÜRK

Kastamonu Üniversitesi
sozturk@kastamonu.edu.tr

Doç. Dr. Nuray TÜRKER

Karabük Üniversitesi
nturker@karabuk.edu.tr

Ayşe KALAYCI ÖNAÇ

Kastamonu Üniversitesi

Özet

Son yıllarda sürdürülebilirlik kavramı hemen hemen tüm alanlara yansımıştır. Beşeri yaşamın bir gerekliliği olarak ortaya çıkmış ve tarımın, kentlerin, turizmin, teknolojinin vb. birçok örneğin sürdürülebilirliği, farklı alanlarda örnek niteliği taşımıştır. Ekoturizm kavramı, sürdürülebilirlik kavramı ile birlikte gündeme gelen bir kavramdır. Ekoturizm, ekosistemin yerli halka saygılı bir yaklaşımla korunmasını kapsayan bir seyahat türüdür. Ekoturizm geniş alanlardaki ekolojik yapıyla birlikte düşünülmesi gereken bir turizm türü olduğundan, bütün aktivitelerde ekolojik dengeyi bozacak müdahalelerden kaçınılması ana amaç olmaktadır.

Ekoturizmde, kitle turizminin aksine turist sayısını azaltmak ve turizmi yıl içinde yaymak, doğal çevreye yapılan baskıyı azaltmak, tahribatı düzeltmeye değil, önlemeye yönelik sürdürülebilir planlar yapmak ve uzun vadeli ekonomik çıkarları gözetmek daha ön planda gelmektedir.

Bu amaçları ortaya koymaya yarayan uygulama araçlarından son 30 yıldır gündemde olan çeşitli sertifikasyon sistemleri oluşturulmuş ve yönetimde etkinlik ve kalitenin artırılmasının sağlanması hedeflenmiştir.

Çalışmada, ekoturizm eylemlerinin yapılacağı korunan alanlar için sürdürülebilir bir turizm stratejisi ve eylem planı hazırlanması amacıyla oluşturulan sertifikasyon sistemlerinden PAN Parks, EuroParcs, The European Wilderness Society, Kosta Rika ve Yeni Zelanda Sertifikasyon sistemleri irdelenmiştir.

Anahtar sözcükler: Sertifikasyon Sistemleri, Ekoturizm, Sürdürülebilirlik

ECOTOURISM AND CERTIFICATION SYSTEM

Abstract

In recent years, the concept of sustainability has reflected in almost all areas. It has emerged as a necessity of human life, and it has become a necessity for agriculture, urban areas, tourism, technology etc. and has become sample for many different areas. The concept of ecotourism has come to the agenda with the concept of sustainability. Ecotourism is a type of travel that involves protecting the ecosystem with a respectful approach to the indigenous people. Since ecotourism is a type of tourism that should be considered together with its ecological structure in large areas, the main aim of it is to avoid interventions that distort ecological balance in all activities.

In ecotourism, contrary to mass tourism, reducing the number of tourists and extending the touristic activities over the year, reducing the pressure on the natural environment, preparing sustainable plans for prevention, and taking long-term economic interests are of more importance.

Various certification systems that are in agenda for the last 30 years have been created from the application tools which enable to reveal the targets of ecotourism and increasing the efficiency and quality in management has been aimed.

PAN Parks, EuroParcs, The European Wilderness Society, Costa Rica and New Zelenda Certification systems have been examined in this study, which have been created to establish a sustainable tourism strategy and action plan for the protected areas where ecotourism actions will be held.

Key words: Certification Systems, Ecotourism, Sustainability

TİCARET ATAŞESİ GÖZÜYLE SON 3 YIL İÇERİSİNDE İRAN'IN BATI EYALETLERİ İLE DOĞU İLLERİMİZDEKİ TOPLUMSAL DAVRANIŞ DEĞİŞİKLİKLERİ

Feyyaz ÖZER

Urmiye Ticaret Ateşesi

Özet

Dünyada mevcut en eski sınırlardan biri olan Türkiye İran sınırı coğrafi ve siyasi sınır olma dışında, iki ülke arasındaki dostluğun bir göstergesi olan vize muafiyeti nedeniyle yöre halkı için kolay aşılabilir bir sınır niteliği taşıyor.

Son yıllarda artan yoğun ihtiyaca rağmen sadece üç kapı hizmet vermektedir. Bir zamanlar sadece sınır boyunca yaşayan ve genellikle akraba olan yöre halkına hizmet veren Esendere ve Kapıköy gümrükleri artık sınıra yakın havaalanlarını kullanmak suretiyle gerek ticari gerek turistik seyahatlerini gerçekleştirenlere de hizmet vermektedir.

Urumiye Başkonsolosluğu II. Abdülhamit döneminde açılmıştır. Ancak Ticaret Ataşeliği üç yıl önce faaliyete geçmiştir.

Turistik gezilerde insanların harcama eğilimlerinin arttığı gözlemlenmiştir. Başka ülkeleri gezip görme merakı içgüdüsel bir davranıştır. Örneğin batı sahillerimizdeki tatil merkezlerinden Yunan adalarına tarifeli vapur seferleri vardır. Bu seferler büyük ölçüde iki ülke esnafının desteğiyle sürdürülmektedir. Çünkü bu seferlerde giden turist kadar gelen turist de vardır.

Aynı düzeni doğu yakamızda tek yanlı olarak başlattık. Göreve başladığımdan bu yana Van ve havalisinden Urumiye ve İran'ın batı şehirlerine hemen her yıl ziyaretler gerçekleştirildi. İranlı dostlarımız iki ülke arasındaki turizmin tek yanlı olmasından hep şikâyet ettiler. Biz de her seferinde turizmin tanıtımla mümkün olduğunu söyledik. Ancak bölgesel turizm etkinliklerinin dengesiz olmasının bir nedeni daha var. Türkiye'ye gelen İran vatandaşları gelir düzeyi yüksek kesimden. Ne yazık ki Türkiye'nin İran'a komşu olan illeri için aynı tesbiti yapmak kolay değil. Ayrıca İran kültüründe gezmenin önemli bir yeri var. Mesela Nevruz'da mutlaka bir yere gidilir. Herkes kendi bütçesine göre bir yere gider. Hiç gidemeyen çadır kurar.

İran'dan Van'a geçerken Kapıköy Gümrüğünden geçilir. Bir zamanlar günde 250-300 kişinin geçiş yapacağı düşünülerek düzenlenen bu kapıdan geçişlerde bu yaz günde 7000 kişiye ulaşılmıştır. Gönül isterdi ki diğer iki kapımızın hizasına denk gelen Yüksekova ve Doğubayazıt da turizmde pay alsın. Türk –İran ilişkilerinde Van'ın hep özel bir yeri olmuş. Toplumsal hafıza bunu bir şekilde değerlendirdi. Örneğin Esendere Gümrük Terminal binasının inşaatı geçen sene tamamlandı. Yüksekova Havalimanından iki yıldır Ankara ve İstanbul'a düzenli seferler yapılıyor. Ama insanlar terminal inşaatı nedeniyle toz toprak içindeki Kapıköy'den Van'a gelmeyi tercih ediyorlar. Yolcuların bu sıkıntıları çekmemesi için demiryolunun faal hale getirilmesi İran tarafından çok istendi ama gerçekleştirilemedi.

Türkiye ve İran arasındaki ticaret hiçbir zaman istenilen düzeye gelmedi. Gelmesi de çok zor gözüküyor. Türkiye ve İran sosyal yapıları kadar ekonomik yapıları da birbirine çok benzeyen iki ülkedir. Hemen hemen üretim yapıları da aynıdır. Bu durumda birbirimize ne satacağız? Turizm en mantıklı alışveriş olarak gözüküyor. Çünkü İran toprakları keşfedilmeyi bekleyen tarihi hazinelerle dolu. Türkiye için bir şey söylemem gerekmiyor. Urumiye'de; Çanakkale'den İskenderun'a kadar bütün limanları sırasını şaşırmadan ezbere sayan insanlara rastladım.

Türkiye tarafında sınırı geçtikten sonra yollar birden bire mükemmelleşir. Aynı alt yapıyı İran'dan da bekliyoruz.

POSTER BİLDİRİLER

GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN GİRESUN MUTFAĞININ ÖNEMİ

Yrd. Doç. Dr. Şenol KÖSE

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

senolkose28@gmail.com

Özet

Turistlerin bir ülkeyi ziyaret etmelerinin önemli etmenlerinden biri de mutfak kültürüdür. Bir bölgenin mutfak kültürünü farklı insanlara tanıtmak ve farklı bölgelerden insanlarla iletişim halinde olmak gastronomi turizmi sayesinde olmaktadır. Dünyanın en zengin mutfaklarından biri olan Türk mutfağının gastronomi turizmi açısından önemi her geçen gün artmaktadır. Bu bağlamda, ülkemizin zengin mutfak kültürünün ön plana çıkartılması, yerel yiyeceklerin tescillenmesi ve tanıtılması gerekmektedir. Bu çalışma ile kendine has yöresel lezzetleri bulunan Giresun iline ait mutfak kültüründen bahsedilerek, bu yöresel ürünlerin gastronomi turizmi açısından önemine değinilecektir.

Anahtar sözcükler: Giresun Mutfağı, Gastronomi Turizmi, Mutfak Kültürü

THE IMPORTANCE OF GİRESUN CUISINE FOR GASTRONOMY TOURISM

Abstract

One of the important factors for tourists to visit a country is cuisine culture. Promote a cuisine culture of a region to different people and communicating with people from different regions is thanks to gastronomy tourism. The importance of gastronomy tourism in the Turkish cuisine which is one of the richest in the world increases day by day. In this context, emphasizing the cuisine culture of our country, must be registered and promotion of local food. It will be describe the cuisine culture of Giresun province which has its own local flavors and the importance of these regional products in terms of gastronomic tourism will be discussed with this study.

Key words: Giresun Cuisine, Gastronomy Tourism, Cuisine Culture

HEALTH TOURSIM IN TURKEY

Asst. Prof. Nizamettin GÜNBATAR

Yüzüncü Yıl University
nizam_gun2011@hotmail.com

Asst. Prof. Bahattin BULDUK

Yüzüncü Yıl University
bahattinbulduk@hotmail.com

Research Asist. Ridvan AKDOĞAN

Yüzüncü Yıl University
ridvanakdogan@yyu.edu.tr

Research Asist. Mehmet Cihad AKTAŞ

Yüzüncü Yıl University
Cihadaktas003@hotmail.com

Abstract

Health tourism in the world and our country has a rapidly rising trend in recent years and has become a very important alternative tourism type. In order to get health, health tourism is called for going to another country for the purpose of treatment for a reason other than the country where it resides. There are three types of health tourism, medical tourism, thermal tourism and elderly and disabled tourists, which is the main reason to get health again in a different country. Our country are 42 JCI (Joint Commissions International) and accredited health institutions in our country. Many hospitals in Turkey are provided with oncologic therapies, cardiovascular surgery, orthopaedics, neurosurgery, paediatric surgery, advanced technological health services in aesthetic surgery. Old and disabled tourists in our country have clinical guesthouses and geriatric treatment centres. Our country offers a unique health tourism environment as a result of the combination of its high cultural, natural values and climatic characteristics of the thermal water potential with effective therapeutic properties thanks to its high mineralization content. As thermal tourism, we are the first in the world and the seventh in Europe. This area is equipped with a well-equipped and well-established thermal hotel. As a result, we present the climate of the country, its natural beauty, its historical and cultural regions, all the people living around us as if we are our own people, health services and thermals in the western standards of our hospitals. It is necessary for Turkey to become a leader country in the sector by increasing the current situation in health tourism and to be able to sustain this situation and to make breakthroughs not only in the field of medicine but also in many other sectors in order to increase competitiveness and to ensure integration between the sectors.

Key words: Thermal, Cardiovascular, Old

AN ALTERNATIVE HEALTH ASSISTANCE SEARCH IN THE COUNTRY: THERMAL RESOURCES

Research Assist. Rıdvan AKDOĞAN

Yüzüncü Yıl University
ridvanakdogan@yyu.edu.tr

Research Assist. Sakine AKTAŞ

Yüzüncü Yıl University
cihadaktas003@hotmail.com

Assist. Prof. Dr. Bahattin BULDUK

Yüzüncü Yıl University
bahattinbulduk@hotmail.com

Assist. Prof. Nizamettin GÜNBATAR

Yüzüncü Yıl University
nizam_gun2011@hotmail.com

Lecturer, Hakan ORAKCI

Yüzüncü Yıl University
hakanorakci@yyu.edu.tr

Abstract

Objective: In this study, it is aimed to discuss the importance of the thermal resources in Turkey in seeking health aid. **Method:** The study was prepared by reviewing full articles that were reached with scanning key words such as health tourism, thermal sources, health tourism in Turkey from Google academics, National database, Scopus and Pubmed databases. **Conclusion:** According to general economic evaluations in alternative tourism options in the world and in Turkey, health tourism is developing very fast. According to the sources of The Ministry of Health, there are three main types of health tourism in our country. These are thermal and spa-wellness tourism, old and disabled tourism, medical tourism. Thermal and spa-wellness tourism are used for treatment, rehabilitation and recreation of various types of spas such as water bath, drinking, inhalation, mud bath. Because Turkey has volcanic and tectonic active areas, it is rich in thermal resources. Today, there are more than 900 thermal and mineral resource groups in the country that have temperatures of 100°C. Sources show healing properties against various diseases and disorders in terms of their physical and chemical properties. Therefore, these sources in our country are preferred both by domestic and foreign tourists. The Ministry of Health recommends that the provisions of the hot spring regulation on the training of health personnel be exercised sensitively by training personnel working in the areas where thermal resources are used more effectively.

Key words: Health tourism, health tourism in Turkey, thermal sources.

ONCOLOGICAL TREATMENT IN MEDICAL TOURISM IN TURKEY**Lecturer, Hakan ORAKCI**Yüzüncü Yıl University
hakanorakci@yyu.edu.tr**Research Assist. Rıdvan AKDOĞAN**Yüzüncü Yıl University
ridvanakdogan30@gmail.com**Research Assist. Sakine AKTAŞ**Yüzüncü Yıl University
sakine.alkan@gmail.com**Research Assistant, Mehmet Cihad AKTAŞ**Yüzüncü Yıl University
cihadaktas003@hotmail.com**Abstract**

Objective: In this study, the discussion of oncological treatment was aimed in the sense of medical tourism in Turkey. **Method:** The study was prepared by reviewing full articles that were reached with scanning key words such as cancer, medical tourism and oncology from Google academics, National database, Scopus and Pubmed databases. **Conclusion:** The term of medical tourism can be defined as "journeys made with the purpose of treatment". Turkey has made important developments in medical tourism in recent years. It is known that many patients from different countries prefer health institutions in Turkey for treatment. The most important reason for this is the fact that the medical operations are carried out with low cost and high quality and high technological standards and at reasonable prices in Turkey. The number of health tourists for oncological treatment has increased in both private and public health institutions in Turkey. A study published in 2008 shows that 71.82% of the health tourists applied to the department of oncology in private hospitals and 28.28% of them applied to the public hospitals. Another study in 2009 shows that whereas 82.53% of health tourists applied to private hospitals, 17.47% of them went to public hospitals. It has been shown that these statistics changed into 82.14% of the private sector applications and 17.86% of the public sector applications in 2010. In the field of oncology, the rate of growth in the private sector is more than the growth rate in the public sector. While the number of foreign patients in private hospitals has increased by about 700%, the number in public hospitals has increased by about 400% in the recent years. In terms of both sectors, it can be said that there is a remarkable demand for the oncology service. In this article, the preferences of foreign patients seeking oncologic assistance in Turkey were reviewed.

Key words: Cancer, Medical Tourism, Oncology

TALASSOTHERAPY WITH LAKE VAN WATER**Assistant Professor, Bahattin BULDUK**

Yüzüncü Yıl University
bahattinbulduk@hotmail.com

Assistant Professor, Nizamettin GÜNBATAR

Yüzüncü Yıl University, School of Health, Van
nizam_gun2011@myynet.com

Research Assistant, Mehmet Cihad AKTAŞ

Yüzüncü Yıl University, School of Health, Van
caktas@yyu.edu.tr

Research Assistant, Rıdvan AKDOĞAN

Yüzüncü Yıl University
ridvanakdogan30@gmail.com

Lecturer, Hakan ORAKCI

Yüzüncü Yıl University
hakanorakci@yyu.edu.tr

Abstract

Talassotherapy is a combination of the Greek words 'talasso' (sea) and 'therapy' (care). Talassotherapy is a medical surveillance and control system with the use of all beneficial agents that are specific to marine and marine environments in combination with different routes such as talassotherapy, marine climate, sea water, sea mud, moss, sand and sea. Used as an alternative to the thermal health and applied to many countries nowadays, this method is available to draw clean lake water from the depths of the sea, thus able to be used by heating up to 30 degrees. In this way, the body can absorb ions or cations which it is not able to absorb from sea water or could absorb in very small amounts. When sea water is heated up to body temperature, the oligo element (iron, iodine, zinc, manganese, copper, selenium, chromium etc.) can be absorbed more easily. It is known that it has some features such as relieving muscles, weakening spasms, and make analgesic effect. Due to its temperature, talassotherapy is not recommended to people with heart failure, hypertension, allergic asthma, advanced degree heir, iodine allergy However it can easily be performed for relieving and treating muscle pain, colitis, skin problems, rheumatologic diseases and calcifications

The people of Van know that Lake Van water is good for the positive effects on treatment of skin diseases such as body fungus and eczema, and its sodium hydroxide water has benefits on skin aging. In terms of health tourism it is considerably important to evaluate Van Lake which is believed by Van people to have treating force. Along with the developments in the tourism sector in the world and our country, alternative tourism options come to the question and health tourism which spreads to twelve month time slot, gains importance as well as seasonal coastal tourism. One of the reasons that directs people to travel is health. By taking the economic contribution and the introduction of the region into account, Lake Van water should be more and more researched. The talassotherapeutic aspects of the Lake Van water required to be putting forward in order to come the right place in health tourism.

Key words: Van, Lake, Sea, Talassotherapy

THE PLACE OF PSYCHIATRY IN MEDICAL TOURISM, PREFERRED FIELDS AND EFFECTIVE FACTORS IN PREFERENCE

Research Assistant, Doctor, Sakine AKTAŞ

Yüzüncü Yıl University
sakine.alkan@gmail.com

Research Assistant, Mehmet Cihad AKTAŞ

Yüzüncü Yıl University
cihadaktas003@hotmail.com

Abstract

Objective: In this article, it is aimed to evaluate the effective factors of Turkey to be preferred in medical tourism. **Method:** The study was prepared by reviewing full articles that were reached with scanning key words such as psychiatry, medical tourism, psychiatry in health tourism from Google academics, National database, Scopus and Pubmed databases. **Conclusion:** When looking at the reasons why patients go abroad in health tourism, it's noticed that low cost, quality, inability to provide services in their own country, geographical proximity or cultural links play an important role. The patients apply Turkey's hospitals because of urgent reasons occurring during travels in Turkey for any reasons. The second reason is that the treatment fees in their own countries are higher than these in Turkey. Foreign patients who apply to almost every branch prefer Turkish health institutions because of the high quality and technology standards at low cost. When looking at the distribution of treatment branches of foreign patients treated outpatient by outpatient treatment, it is seen that emergency medicine services, followed by internal medicine, eye diseases, cardiology and orthopedics departments are the most treated branches among the total number of patients. For inpatient treatment, it seems that there is so much demand for psychiatry after gynecology. According to a survey, the rate of psychiatric patients is 2.03% of all distant patients and 8.52% of inpatients. In this sense, it can be said that psychiatry has an important place in our country in terms of medical tourism. When the factors influencing the choice of selection are examined; Apart from emergencies, it is seen that the second effective factor is the recommendation of someone who has gone to the hospital before.

Key words: Medical tourism, psychiatry, psychiatry in health tourism.

A DISCIPLINE IN HEALTH TOURISM: NURSING**Research Assistant, Mehmet Cihad AKTAŞ**

Yüzüncü Yıl University
cihadaktas003@hotmail.com

Assistant Professor, Bahattin BULDUK

Yüzüncü Yıl University
bahattinbulduk@hotmail.com

Research Assistant, Rıdvan AKDOĞAN

Yüzüncü Yıl University
ridvanakdogan30@gmail.com

Assistant Professor, Nizamettin GÜNBATAR

Yüzüncü Yıl University
nizam_gun2011@hotmail.com

Lecturer, Hakan ORAKCI

Yüzüncü Yıl University
hakanorakci@yyu.edu.tr

Abstract

Objective: In this article, it is aimed to discuss the effectiveness and roles of nurses in health tourism. **Method:** The study was prepared by reviewing full articles that were reached with scanning key words such as health tourism and nursing, medical tourism, medical tourism and nursing from Google academics, National database, Scopus and Pubmed databases. **Conclusion:** With increasing transport facilities and advancing technology, search for medical assistance across borders has increased in recent years, and health tourism is becoming increasingly important. There are many definitions related to the concept of health tourism. In summary, health tourism can be expressed as "journeys made with therapeutic purpose". It includes health tourism, preventive health services, treatment services and rehabilitation services. At this point; Undoubtedly, care, improvement of health and raising the quality of life are among the important roles of the nurse. The nurse can act as a caregiver and act as a patient coordinator as the health tourism can develop a role as an assistant role, advise patients about the possible locations of illness appropriate health services, alert them about possible risks and legal contradictions. The trainer can give training to individuals at the point of getting the right treatments in the field of health tourism. In this sense, it is suggested that nurses should take lessons about the importance of curriculum health tourism in education stages, intercultural interaction and support for foreign language education at this point as nurses in order to take more active role as professionals in health tourism.

Key words: Health Tourism And Nursing, Medical Tourism, Medical Tourism And Nursing

AGROTURİZM: ÇANKIRI ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Nazan KUTER

Çankırı Karatekin Üniversitesi
nkuter@karatekin.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Nuray ÇİÇEK ATIKMEN

Çankırı Karatekin Üniversitesi
ciceknuray@karatekin.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Ebru GÜL

Çankırı Karatekin Üniversitesi
ebru@karatekin.edu.tr

Özet

Alternatif turizm arayışları kapsamında gündeme gelen ve sürdürülebilir turizm kapsamında gelişen agroturizm; turistlerin tarımsal aktivitelere katılımı, çiftlik yaşamının deneyimlenmesi gibi coğrafi, kültürel ve geleneksel özelliklere dayandırılmış, kentsel-kırsal ve sosyal iletişimi güçlendiren, çevre duyarlı bir turizm yaklaşımı olup, daha çok kırsal alanlarda uygulama olanağı bulunmaktadır.

Doğa temelli bir turizm türü olan agroturizmin önemini vurgulamak amacıyla yapılan bu bildiride; coğrafi, iklimsel, toprak özellikleri ve tarım potansiyeli nedeni ile organik tarım faaliyetlerinin yaygınlaşması ve kiraz, karadut gibi özel tarım ürünlerine özgü her yıl düzenli olarak gerçekleştirilen festivalleri ile alternatif turizme olanak sağlayan bir kent olma özelliği nedeni ile Çankırı kenti ve yakın çevresi örnek alan olarak seçilmiştir. Bu kapsamda; öncelikle agroturizm tanımlanmış, agroturizm kapsamında farklı coğrafi, iklimsel ve çevre özellikleri ile büyük çeşitliliğe ve potansiyele sahip olan Türkiye'nin farklı yörelerinde başlatılan örnek uygulamalar ile Dünya örnekleri tartışılmış, Çankırı kenti ve yakın çevresinin agroturizm olanakları değerlendirilmiş ve öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar sözcükler: Sürdürülebilirlik, Kırsal Alanlar, Ekoturizm, Agroturizm, Çankırı

AGROTOURISM: ÇANKIRI CASE

Abstract

Agrotourism, which comes into the agenda within the scope of alternative tourism quests and develops within the scope of sustainable tourism, is an eco-friendly tourism approach based on geographical, cultural and traditional features such as the participation of tourists in agricultural activities and the experience of farm life. It also strengthens the urban-rural and social communication and it is mostly implemented in rural areas.

In this study made to emphasize the importance of agrotourism, which is a nature-based tourism type; Çankırı city and its near environs have been selected as sample areas with the reason of its geographical, climatic, soil characteristics and agricultural potential and the fact that organic farming activities are spreading and alternative tourism is made possible with festivals regularly held every year peculiar to special agricultural products like cherry and black mulberry. In this context, firstly agrotourism was defined and within the scope of agrotourism, sample applications in different regions of Turkey, which have great diversity and potential with different geographical, climatic and environmental features and samples in the world were discussed,

agrotourism possibilities of Çankırı city and its near environs were evaluated and suggestions were developed.

Key words: sustainability, rural areas, eco-tourism, agrotourism, Çankırı

FACTORS DETERMINING TOURIST TRAVEL PREFERENCES OF CHILDREN'S FAMILIES

Lecturer, Mehmet BULDUK

Yüzüncü Yıl University
mehmetbulduk@windowslive.com

Assistant Professor, Bahattin BULDUK

Yüzüncü Yıl University
bahattinbulduk@hotmail.com

Abstract

The reasons for encouraging people to leave their permanent living spaces and visit other places are answered by tourism experts. However, the factors determining travel behavior, the choice of places to go, the route they will follow, and the activities to be handled vary from person to person. The preferences of the families with children are more extensive than those who are traveling alone and without children. Children should have a structure that facilitates traveling with children so that they can have fun with their parents on tourist trips and have a good time. On touristic trips, it is considered fun for children to have special animations and activities for children. The testing of local foods is indispensable for touristic trips, but the fact that children have special menus is one of the points that determine the family's travel preferences. Safe and healthy travel is a priority for everyone. However, families with children need to be more sensitive about safety. The most important advantage of tourist travels is that they have cultural knowledge. The families set tourist travel preferences in terms of the stated factors.

Key words: Child 1, Tourist travel 2, Family 3

VAN HOT SPRINGS FOR THERMAL TOURISM

Lecturer, Mehmet BULDUK

Yüzüncü Yıl University

mehmetbulduk@windowslive.com

Abstract

Van is very rich in terms of the spa. Van springs have been carrying on their existence for centuries. However, there are no qualified thermal facilities due to some factors. There are many hot springs of different sizes on the city limits. All of these have been formed millions of years ago, and they have surfaced on the ground during the movements of the earth's crust. Van Lake, a tectonic region, also has many medical water sources around its basin. For example, there are 2 different sources in the town of Muradiye, Çaldıran. These are Dergezin and Dervish hot spring. The temperature of the water is 36 degrees. There are 3 different thermal springs within the boundaries of the Bashkale district at a distance of 115 km from the city center. The warmest of these is the Zereni hot spring with a temperature of 55 degrees. Apart from these, Kanlıbudak and Hozî are used in the treatment of many illnesses with 14-degree heat. There are 2 types of thermal springs in Ercis county. One of them is Hasanabdaz hot spring with 68-degree water temperature in Deliçay village and Akbas water 19-degrees in Akbas village. It is thought that these should be introduced to textbooks, introduced and opened to health tourism.

Key words: Van 1, Thermae 2, Lake 3