



International West Asia
Congress of Tourism
Research

2ND INTERNATIONAL WEST ASIA CONGRESS OF TOURISM RESEARCH

CONGRESS ABSTRACT BOOK BİLDİRİ ÖZETLERİ KİTABI

27th -30th September 2018
Van / TURKEY

www.iwact.org



2ND INTERNATIONAL WEST ASIA CONGRESS OF TOURISM RESEARCH

CONGRESS ABSTRACT BOOK BİLDİRİ ÖZETLERİ KİTABI

27th – 30th September 2018, Van

2. ULUSLARARASI BATI ASYA TURİZM ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

27- 30 Eylül 2018, Van

Düzenleyen Kurum

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu

Editörler

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU
Dr. Öğr. Ü. Sedat ŞAHİN
Dr. Öğr. Ü. Sağbetullah MERİÇ
Arş.Gör. Asef SUBAŞI

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: Kasım, 2018
ISBN: 978-605-2292-64-8
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: STD-2018-7461***

*Bu kitap, 2. Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi kapsamında
yayımlanmıştır. Bu kitapta yer alan bildiri özetleri yazarların kendi düşüncelerini
yansıtır ve yasal sorumluluk kendilerine aittir.*

KONGRE KURULLARI

Onur Kurulu

Murat ZORLUOĞLU
Peyami BATTAL

Van Valisi
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Rektörü

Davetli Konuşmacılar

Dr. Debra J. Enzenbacher

Sultan Qaboos University
College of Arts and Social Sciences
Department of Tourism

Düzenleme Kurulu

Düzenleme Kurulu Başkanı

Faruk ALAEDDİNOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokul
Müdürü

Düzenleme Kurulu Üyeleri

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

Bilim Kurulu

Abdullah TANRISEVDİ	Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye
Abdülmenaf TURAN	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Ahmet AKTAŞ	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Aija VAN DER STEİNA	University of Latvia, Latvia
Alan MARVELL	University of Gloucestershire, United Kingdom
Alastair M. MORRISON	Purdue University, USA
Ali ÖZÇAĞLAR	Ankara Üniversitesi, Türkiye
Ali YAYLI	Gazi Üniversitesi, Türkiye
Alp TİMUR	Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
Alpaslan ALİAĞAOĞLU	Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
Annie CHEN	University of West London, İngiltere
Asım SALDAMLİ	Nişantaşı Üniversitesi, Türkiye
Aslı Özge ÖZGEN ÇİĞDEMLİ	Şırnak Üniversitesi, Türkiye
Atılhan NAKTİYOK	Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Atilla DURMUŞ	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Ayşe Baş COLLİNS	Bilkent Üniversitesi, Türkiye
Azize TUNÇ HASSAN	Gazi Üniversitesi, Türkiye
Beykan ÇİZEL	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Brian CHALKLEY	Plymouth University, United Kingdom
Burcu TURAN TORUN	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Burak ARZOVA	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Cafer TOPALOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
Celil ÇAKICI	Mersin Üniversitesi, Türkiye
Cevdet AVCIKURT	Balıkesir Üniversitesi, Türkiye

Çağdaş ERTAŞ	Şırnak Üniversitesi, Türkiye
Derman KÜÇÜKALTAN	Arel Üniversitesi, Türkiye
Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN	Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
Emine CİHANGİR	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Emma WHITTLESEA	Plymouth University, United Kingdom
Emrah ÖZKUL	Kocaeli Üniversitesi, Türkiye
Erol DURAN	Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Türkiye
Erdoğan KAYGIN	Kafkas 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
Fusun İSTANBULLU DİNÇER	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Gözde EMEKLİ	Ege Üniversitesi, Türkiye
Hacer ARSLAN KALAY	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
İclal ATTİLA	Marmara Üniversitesi, Türkiye
İhsan BULUT	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
İsmail KIZILIRMAK	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Jennifer HILL	University of West of the England, United Kingdom
Jose Antonio C. SANTOS	University of Algarve, Portugal
Kemal BİRDİR	Mersin Üniversitesi, Türkiye
Kemal KANTARCI	Alanya Üniversitesi, Türkiye
Kurtuluş KARAMUSTAFA	Erciyes Üniversitesi, Türkiye
Kübra CİHANGİR ÇAMUR	Gazi Üniversitesi, Türkiye
Martin MOWFORTH	Plymouth University, United Kingdom
Mehmet SARIŞIK	Sakarya Üniversitesi, Türkiye
Mehmet SOMUNCU	Ankara Üniversitesi, Türkiye

Mehmet ŞEREMET	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Mehmet ZAMAN	Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Mert UYDACI	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Meryem AKOĞLAN KOZAK	Anadolu Üniversitesi, Türkiye
Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU	Mersin Üniversitesi, Türkiye
Muharrem TUNA	Gazi Üniversitesi, Türkiye
Murat GÜMÜŞ	Batman Üniversitesi, Türkiye
Mustafa MUTLUER	Ege Üniversitesi, Türkiye
Necdet HACIOĞLU	Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
Neşe COŞKUN	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Nuray TÜRKER	Karabük Üniversitesi, Türkiye
Nüzhet KAHRAMAN	İstanbul Ticaret Üniversitesi, Türkiye
Okan YAŞAR	Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Türkiye
Oktay EMİR	Anadolu Üniversitesi, Türkiye
Orhan BATMAN	Sakarya Üniversitesi, Türkiye
Orhan İÇÖZ	Yaşar 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, Belgium
Sağbetullah MERİÇ	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Salih KUŞLUVAN	İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Türkiye
Saliha KODAY	Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Sanem ŞEHRİBANOĞLU	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Sedat ÇELİK	Şırnak Üniversitesi, Türkiye
Sedat ŞAHİN	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye

Serhat HARMAN	Batman Üniversitesi, Türkiye
Serkan DOĞANAY	Giresun Üniversitesi, Türkiye
Serkan UZUNOGULLARI	University of Sunderland, United Kingdom
Sevcan YILDIZ	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Sevgi ÖZTÜRK	Kastamonu Üniversitesi, Türkiye
Sheela AGARWAL	Plymouth University, United Kingdom
Songül ÖZER	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Suna DOĞANER	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Şeref TÜR	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Şirvan Şen DEMİR	Süleyman Demirel Üniversitesi, Türkiye
Şule AYDIN	Nevşehir Üniversitesi, Türkiye
Ünsal BEKDEMİR	Giresun Üniversitesi, Türkiye
Warren EASTWOOD	University of Birmingham, United Kingdom
Yüksel EKİNCİ	University of Portsmouth, United Kingdom
Zeki KODAY	Atatürk Üniversitesi, Türkiye

İÇİNDEKİLER

KONGRE KURULLARI	i
Onur Kurulu.....	i
Davetli Konuşmacılar.....	i
Düzenleme Kurulu.....	i
Bilim Kurulu.....	ii
THE ROLE OF PERSONNEL EMPOWERMENT FOR INCREASING SERVICE QUALITY	1
Prof. Dr. Çetin BEKTAŞ	
THE STATUS OF LOCAL DISHES AND CUISINE IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM INDUSTRY IN ISFAHAN (İRAN)	2
Somayeh BAKHTİARİ (İran) - Prof. Dr. Aliakbar KAJBAF (İran)	
SEYAHAT ACENTE YÖNETİCİLERİNİN PERSONEL TEDARİK SÜRECİ VE BEKLENTİLERİNE YÖNELİK ALAN ARAŞTIRMASI	3
Öğr. Gör. Adnan AKIN - Dr. Öğr. Ü. Aliye AKIN	
THE STATUS OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE IN THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY IN ISFAHAN PROVINCE (İRAN)	5
Somayeh BAKHTİARİ (İran) - Prof. Dr. Fereydoun ALLAHYARİ (İran) - Fatemeh RAEİSİ (İran)	
INVESTIGATING AND ANALYZING THE EXPERIENCE OF ISFAHAN IN TURNING CARAVANSARIES INTO TOURIST FACILITIES (İRAN)	6
Somayeh BAKHTİARİ (İran) - Prof. Dr. Fereydoun ALLAHYARİ (İran)	
RISK MANAGEMENT AND SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT (PAKİSTAN)	7
Assist. Prof. Muhammad Mansoor ALI - Assoc. Prof. Dr. Saima SHAFIQUE - Assoc. Prof. Dr. Farida FAISAL	
ELECTRONIC TOURISM, ADOPTION AND TOURIST SATISFACTION - A REVIEW (HİNDİSTAN)	8
Assist. Prof. Dr. Goldi PURI (Hindistan)	
6360 SAYILI KANUNUN VAN İLİ KIRSAL ALANINDAKİ TURİZM FAALİYETLERİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ	9
Doç. Dr. Sedat BENEK - Prof. Dr. Necmettin ELMASTAŞ - Yavuz KALKAN	
VAN AŞIĞI MUSULLU BİR ŞAİR: MOHAMED SABER OBAİD	11
Prof. Dr. Mehmet Şirin ÇIKAR - Doç. Dr. Abdulhadi TİMURTAŞ - Öğr. Gör. Dr. Yasser Ali MOHAMED	
ERZURUM'DA KENT TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE BİR ARAÇ OLARAK KENTSEL TASARIM	12
Dr. Öğr. Ü. Doğan DURSUN - Arş. Gör. Ahmet Burak KAYA	

SEYAHAT ACENTELERİNİN KURULUŞ SÜRECİNDE KARŞILAŞMIŞ OLDUĞU ÇEVRESEL SORUNLARIN TESPİTİ (GAZİANTEP ÖRNEĞİ)	15
Dr. Öğr. Ü. Aliye AKIN - Öğr. Gör. Adnan AKIN	
EVALUATION OF THE THERMAL COMFORT LEVEL OF URBAN TOURISM DESTINATION IN ERZURUM: THE CASES OF TAS MAGAZALAR STREET AND YAKUTIYE SQUARE	17
Arş. Gör. Merve YAVAŞ - Dr. Öğr. Ü. Doğan DURSUN	
YİYECEK İÇECEK İKRAMLARININ HAVA YOLU YOLCU MEMNUNİYETİNDEKİ YERİ.....	19
Doç. Dr. Onur GÖRKEM - Doç. Dr. Kamil YAĞCI - Dr. Öğr. Ü. Murat BAYRAM	
ERMENEK'İN ALTERNATİF TURİZM POTANSİYELİ VE TURİZM İÇİN KULLANILABİLİRLİĞİ	20
Öğr. Gör. Meral İŞ - Dr. Öğr. Ü. Serkan AYLAN - Öğr. Gör. Pinar YEŞİLÇİMEN	
ÇEVRESEL BELİRSİZLİĞİN ETİK LİDERLİK ÜZERİNDEKİ ROLÜ:VAN OTEL YÖNETİCİLERİ ÜZERİNDE BİR UYGULAMA	22
Dr. Öğr. Ü. Burcu Turan TORUN - Gizem GÖZEN	
TOPLUM DESTEKLİ TURİZMİN ÇEVRE PSİKOLOJİSİ BAKIŞI AÇISIYLA DEĞERLENDİRİLMESİ.....	24
Arş. Gör. Hülya YEŞİLYURT - Prof.Dr. Nilüfer KOÇAK	
YEREL HALKIN TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK DESTEĞİNİ İNCELEYEN MAKALELERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ	26
Arş. Gör. Hülya YEŞİLYURT - Prof. Dr. Nilüfer KOÇAK	
OTEL İŞLETMELERİNDEKİ ERGONOMİK RİSKLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	28
Doç. Dr. Öznur BOZKURT - Dr. Öğr. Ü. Sağbetullah MERİÇ - Barış KAYMIŞ	
TURİST REHBERLİĞİ BÖLÜMLERİ DERS PROGRAMLARININ “TÜRK KİMLİĞİ” AÇISINDAN İNCELENMESİ	30
Öğr. Gör. Dr. Tolga Fahri ÇAKMAK - Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER	
ARKEOLOJİK ALANLAR VE ZİYARETÇİ BEKLENTİLERİ: ANTALYA'DAN GÖZLEMLER	32
Öğr. Gör. Aydın UÇAR - Doç. Dr. Hilal Tuğba ÖRMECİOĞLU	
TURİZM, İMAJ ÜRETİMİ VE MİMARLIK	34
Öğr. Gör. Aydın UÇAR - Doç. Dr. Hilal Tuğba ÖRMECİOĞLU	
VAN VE YÖRESİNİN ATASAL ÇEŞİDİ ERÇİŞ ÜZÜMÜNÜN AGROTURİZM DEĞERİ	36
Dr. Öğr. Ü. Nurhan KESKİN - Prof. Dr. Birhan KUNTER - Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU	

KÜLTÜREL MİRAS KURUMLARI OLARAK KENT ARŞİVİ VE MÜZELERİNİN KENT TURİZMİNDEKİ YERİ: AHMET PİRİŞTİNA İZMİR KENT ARŞİVİ VE MÜZESİ ÖRNEĞİ.....	38
Doç. Dr. Mehmet Ali AKKAYA - Prof. Dr. Coşkun POLAT	
ASYA'DA ULUSLARARASI TURİZM VE İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ: PANEL VERİ YAKLAŞIMI.....	40
Dr. Öğr. Ü. Nalan IŞIK - Mehmet Fatih GÖÇEBELER	
EKO-TURİZM AÇISINDAN DEZ VADİSİ KELEBEKLERİ (HAKKARİ, TÜRKİYE).....	41
Dr. Öğr. Ü. Muhabbet KEMAL KOÇAK - Dr. Öğr. Ü. Sibel KIZILDAĞ	
TÜRKİYE'DEKİ LEPİDOPTERA TAKIMININ BAZI ÜYELERİNİN GENETİK BARKODLAMASI VE GENETİK TURİZMİN ÖNEMİ	43
Dr. Öğr. Ü. Sibel KIZILDAG - Dr. Öğr. Ü. Muhabbet Kemal KOÇAK	
SEYAHAT VE TURİZM REKABET ENDEKSİNE GÖRE ÜLKELERİN KÜMELENMESİ	45
Serpil SEVİMLİ DENİZ - Prof. Dr. H. Eray ÇELİK	
ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNİN BİR KENT TURİZM DESTİNASYONU OLARAK İZMİR İLİ ÖRNEĞİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ.....	47
Ahenk KARCI DEMİRKOL- Asil YURTSEV - Arş. Gör. Dr. Ayşe KALAYCI ÖNAÇ - Prof. Dr. Tanay BİRİŞÇİ - Doç. Dr. Emine MALKOÇ TRUE	
TURİZMİN KENTLEŞME HIZINA ETKİSİ; TURİZM MERKEZLERİ İÇİN BİR KORUMA YAKLAŞIMI OLARAK CITTASLOW	49
Arş. Gör. Dr. Ayşe KALAYCI ÖNAÇ - Asil YURTSEV - Ahenk KARCI DEMİRKOL - Prof. Dr. Tanay BİRİŞÇİ	
DOĞU VE GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGELERİNİN İNANÇ TURİZMİ POTANSİYELİ VE BÖLGESEL KALKINMA BAKIMINDAN DEĞERLENDİRİLMEME İMKÂN LARI	51
Prof. Dr. Kenan ARINÇ	
ERZURUM'UN KIŞ TURİZMİ POTANSİYELİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR GELİŞME AÇISINDAN ANALİZİ	53
Prof. Dr. Kenan ARINÇ	
MERZİFON KENTİ'NDE KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ	55
Arş. Gör. Muhammet AY - Prof. Dr. Kenan ARINÇ	
VAN GÖLÜ VE YAKIN ÇEVRESİNİN TURİZM VE REKREASYON POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	57
Arş. Gör. Pınar ZEĞERЕК - Prof. Dr. Veli ORTAÇEŞME	
KENT TURİZMİ DESTİNASYON TERCİHLERİNDE YEŞİL ALANLARIN ROLÜ: YERLİ VE YABANCI ZİYARETÇİLERLE KARŞILAŞTIRMALI BİR ÇALIŞMA	60
Arş. Gör. Pınar ZEĞERЕК - Prof. Dr. Veli ORTAÇEŞME	

ALTERNATİF BİR TURİZM ROTASI: KURTALAN EKSPRESİ	63
Dr. Öğr. Ü. Adnan ALKAN - Prof. Dr. Kenan ARINÇ	
KONYA'NIN YÖRESEL YEMEKLERİNE TARİHİ BİR BAKIŞ.....	65
Vedat EKEN - Dr. Öğr. Ü. Birsen BULUT SOLAK	
THE STATUS OF HISTORICAL HOUSES AND EDIFICES IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM INDUSTRY IN ISFAHAN (İRAN).....	67
Prof. Dr. Fereydoun ALLAHYARI (İran) - Prof. Dr. Khatabakhsh FARİBA (İran)	
HISTORICAL BUILDINGS IN IRAN AND DEVELOPMENT OF TOURISM INDUSTRY (İRAN)	68
Naser TAHERİ (İran)	
IMPACT OF HALAL TOURISM ON CULTURE OF SUSTAINABLE TOURISM (PAKİSTAN).....	69
Dr. M. Naeem MOHSIN - Dr. Humayun ABBAS (Pakistan)	
PERSONALITY: THE IMPORTANT FACTOR IN SELECT OF PERSONS FOR JOBS IN TOURISM (İRAN)	70
Sohrab Abdi ZARRIN (İran) - Abbas PANAHAANDEH (İran)	
ENTREPRENEURSHIP: THE WAY OF DEVELOPMENT IN TOURISM (İRAN)	71
Abbas PANAHAANDEH (İran) - Sohrab Abdi ZARRIN (İran)	
KAPİTALİZMİN EKOLOJİK KRİZLERİ ÜZERİNE BİR OKUMA: TURİZM FAALİYETLERİ ÖRNEĞİ	72
Doç. Dr. Nurettin ÖZGEN - Süleyman Cengiz EGE	
LİSE ÖĞRENCİLERİNİN KÜLTÜREL MİRAS FARKINDALIKLARI: SİİRT ÖRNEĞİ .	74
Doç. Dr. Nurettin ÖZGEN - Süleyman Cengiz EGE	
VAN ÇEVİRİMİÇİ RESTORAN İMAJININ DEĞERLENDİRİLMESİ: TRİPADVISOR SEYAHAT VE YORUM SİTESİ ÖRNEĞİ.....	76
Öğr. Gör. İsmail ERTOPCU - Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN	
KARAMAN'IN SAHİP OLDUĞU KÜLTÜREL MİRASIN TURİZM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	78
Öğr. Gör. Pinar YEŞİLÇİMEN - Öğr. Gör. Meral İŞ - Dr. Öğr. Ü. Serkan AYLAN	
İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ SENARYOLARINA GÖRE TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN GELECEĞİNE DAİR BAZI DEĞERLENDİRMELER	80
Prof. Dr. Süleyman TOY	
YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE ERİLİŞEBİLİR GASTRONOMİ.....	81
Dr. Öğr. Ü. Oğuz DİKER - Öğr. Gör. Adnan ÇETİNKAYA - Cenk ÇETİNKAYA	
2018 SEÇİM BEYANNAMELERİNDE KENTLEŞME, ÇEVRE VE TURİZM POLİTİKALARI	82
Dr. Öğr. Ü. Tuna BATUHAN	

3. TURİZM ŞÛRASI KARARLARININ TURİZM PLANLAMASI VE POLİTİKASI ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ	86
Dr. Öğr. Ü. Tuna BATUHAN	
SAĞLIK TURİZMİ, HEMŞİRELİK VE KÜLTÜREL YETERLİLİK	88
Dr. Öğr. Ü. Selver KARAASLAN - Dr. Öğr. Ü. Nizamettin GÜNBATAR - Doç. Dr. Ş. İlkey GÜNER - Öğr. Gör. Reyhan ORHUN - Beste Nisa ORHUN	
TURİZMİN ÇEVRE SAĞLIĞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	90
Beste Nisa ORHUN - Öğr. Gör. Reyhan ORHUN - Dr. Öğr. Ü. Selver KARAASLAN - Doç. Dr. Ş. İlkey GÜNER - Dr. Öğr. Ü. Nizamettin GÜNBATAR	
TURİZM KAYNAKLI KALKINMA, DOĞU ANADOLU BÖLGESİ: HAKKÂRİ ÖRNEĞİ	92
Prof. Dr. Ali Yılmaz Gündüz	
TRA1 BÖLGESİNDE SAĞLIK TURİZMİ VE KUZEYDOĞU ANADOLU KALKINMA AJANSININ BÖLGEDE SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİNE YÖNELİK ÇALIŞMALARI	93
Müzeyyen İNCİ - Emine BİLGEN EYMİRLİ - Prof. Dr. Süleyman TOY	
TURİZM GİRİŞİMCİLİĞİNİN YERE ÖZGÜ DİNAMİKLERİ: TÜRK BÜKÜ (BODRUM) ÖRNEĞİ	95
Doç. Dr. Kübra CİHANGİR ÇAMUR	
TÜRKİYEİNİN SAĞLIK TURİZMİ AÇISINDAN DÜNYA ÜLKELERİ ARASINDAKİ YERİ VE ÖNEMİ	97
Dr. Öğr. Ü. Yeşim KUBAR - Muhammed KÜÇÜKHAZAR	
SERBEST ZAMAN FİZİKSEL AKTİVİTE KISITLAYICILARININ BİREYLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ.....	99
Yusuf BAYAR - Arş. Gör. Cem YEŞİLYURT - Aykut Dünder	
INSTAGRAM'DA "DOĞU EKSPRESİ" ETİKETİYLE PAYLAŞILAN FOTOĞRAFLARIN İNCELENMESİ	101
Arş. Gör. Hülya YEŞİLYURT - Arş. Gör. Cem YEŞİLYURT - Öğr. Gör. Duygu BABAT	
SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM FAALİYETLERİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE SANAL GERÇEKLIK TEKNOLOJİSİNİN POTANSİYEL ROLÜ.....	102
Arş. Gör. Nur KULAKOĞLU DİLEK - Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER	
KENTLERİN MARKALAŞ(AMA)MASINDA KARAR VERİCİLERİN BAKIŞI: VAN KENTİ ÖZELİNDE.....	104
Emre KARADUMAN - Dr. Öğr. Ü. Emine CİHANGİR - Dr. Öğr. Ü. Mehmet ŞEREMET	
TURİZMDE BİR VERİ MADENCİLİĞİ UYGULAMASI: TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN TURİZM ALGISININ APRİORİ ALGORİTMASI İLE İNCELENMESİ	106
Serpil SEVİMLİ DENİZ - Prof. Dr. H. Eray ÇELİK	

KUZEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ İNOVASYONA DAYALI TURİZM STRATEJİSİ VE EYLEM PLANININ TRA1 BÖLGESİNE GETİRDİĞİ YENİLİKLER.....	108
Emine BİLGEN EYMİRLİ - Prof. Dr. Süleyman TOY - Müzeyyen İNCİ	
TURİZM İŞLETMELERİ İÇİN EĞİTİMİN ÖNEMİ: TURİZM GAZETESİNDEKİ İŞ İLANLARI ÜZERİNDEN BİR DEĞERLENDİRME.....	110
Dr. Öğr. Ü. Çağdaş ERTAŞ	
KARADENİZ BÖLGESİ'NDEKİ OTELLERİN İNTERNET SİTELERİNDE ÇALIŞANLARIN YERİ	112
Dr. Öğr. Ü. Çağdaş ERTAŞ - Dr. Öğr. Ü. Bayram KANCA	
KENTTE KIRSAL YAŞAMI DENEYİMLEMELİK: ANKARA ALTIN KÖY AÇIK HAVA MÜZESİ	114
Öğr. Gör. Dr. Sevinç Bahar YENİGÜL - Doç. Dr. Muna SİLAV	
GELENEKSEL GIDALARIN GASTRONOMİ TURİZMİNDEKİ ROLÜ.....	117
Dr. Öğr. Ü. Şenol KÖSE - Arş. Gör. Dr. Yağmur ERİM KÖSE	
VAN'I ZİYARET EDEN İRANLI TURİSTLERİN VAN ESNAFI HAKKINDAKİ GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....	118
Doç. Dr. Mehmet Zeki DUMAN	
İRANLI TURİSTLERİN VAN'I TERCİH ETME NEDENLERİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA	120
Doç. Dr. M. Zeki DUMAN	
KIRSAL TURİZME KATILIM MOTİVASYONLARI: GEVAŞ ÖRNEĞİ.....	121
Öğr. Gör. Serhat BİNGÖL - Dr. Öğr. Ü. Pembe Gül ÇAKIR	
SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS VE TURİZM ETKİLEŞİMİNİN ZİGANA KÖYÜNDE YEREL EKONOMİYE KATKILARI	123
Savaş AYDIN - Tuna Arınç AYDIN	
SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASIN BİR PARÇASI OLAN LAMES'İN TURİZM ÜRÜNÜNE DÖNÜŞTÜRÜLMESİ.....	124
Savaş AYDIN	
TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN GASTRONOMİ TURİZMİNE ETKİSİ.....	125
Arş. Gör. Dr. Yağmur ERİM KÖSE	
TÜRKİYE YÜZEN ADALARININ TANITIM VE KORUNMASINA YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME	127
Prof. Dr. İhsan BULUT	
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN OTEL İŞLETMELERİ İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNE YANSIMALARI.....	129
Öğr. Gör. Derya DAVRAN	

SEYAHAT ACENTELERİNİN KURULUŞ SÜRECİNDE KARŞILAŞMIŞ OLDUĞU ÇEVRESEL SORUNLARIN TESPİTİ (GAZİANTEP ÖRNEĞİ)	131
Dr. Öğr. Ü. Aliye AKIN - Öğr. Gör. Adnan AKIN	
BİYOKLİMATİK KONFOR DEĞERLERİNİN TURİZM AKTİVİTELERİNİN ZAMANSAL VE MEKANSAL DAĞILIMINA ETKİSİ; DOĞU ANADOLU BÖLGESİ ÖRNEĞİ	133
Prof. Dr. Süleyman TOY	
TURİZM İŞLETMELERİNDE ORGANİK GIDA KULLANIMI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....	134
Zafer BARIŞ	
VAN İLİ TURİZM DEĞERLERİNİN TANITILMASINDA İNTERNET TABANLI COĞRAFİ BİLGİ SİSTEMLERİ UYGULAMALARI	136
Dr. Öğr. Ü. Mehmet Fatih DÖKER - Ali Osman KAMUŞ	
OTEL ÇALIŞANLARININ PSİKOLOJİK SERMAYE DÜZEYLERİNİN YENİLİKÇİ DÜŞÜNCE YAPISINA ETKİSİ: VAN İLİ ÖRNEĞİ	138
Olçay OKUN - Dr. Öğr. Ü. Belma SUNA	
GASTRONOMİ ŞEHİRİ "GAZİANTEP'TE" MENÜ PLANLAMA UYGULAMALARINA GÜNCEL BAKIŞ	140
Dr. Öğr. Ü. Aylin ALAN - Dr. Öğr. Ü. Belma SUNA	
KADINLARIN EKOTURİZM FAALİYETLERİ İÇERİSİNDEKİ YERİ: KAÇKARDAĞI MİLLİ PARKI YAYLALARI ÖRNEĞİ (RİZE)	142
Ezgi Bayram ÖZ - Dr. Öğr. Ü. Mehmet ŞEREMET - Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU	
VAN GÖLÜ HAVZASINDA DOĞAL HAYATIN TURİZME ETKİSİ	144
Prof. Dr. Loğman ASLAN - Prof. Dr. Özdemir ADİZEL - Dr. Öğr. Ü. Hasan BUĞRUL	
TRA1 BÖLGESİNDE SAĞLIK TURİZMİ VE KUZEYDOĞU ANADOLU KALKINMA AJANSININ BÖLGEDE SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİNE DÖNÜK YAPTIĞI ÇALIŞMALAR	146
Emine Bilgen EYMİRLİ - Müzeyyen İNCİ - Prof. Dr. Süleyman TOY	
VAN GÖLÜ ADALARININ ORNİTO-TURİZM POTANSİYELİ.....	148
Doç. Dr. Atilla DURMUŞ	
VAN GÖLÜ HAVZASI KÜLTÜR VE SANATINDA KUŞLAR	149
Dr. Öğr. Ü. Hasan BUĞRUL - Prof. Dr. Özdemir ADİZEL - Prof. Dr. Logman ASLAN	
ERÇEK GÖLÜ FLAMİNGO FESTİVALİNİN YÖREYE VE BİYOTURİZME KATKILARI	151
Prof. Dr. Özdemir ADİZEL - Arş. Gör. Erkan AZİZOĞLU - Prof. Dr. Logman ASLAN - Dr. Öğr. Ü. Hasan BUĞRUL	
KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE ÇALIŞAN PERSONELİN MEMNUNİYETİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	153
Yusuf BABUR - Dr. Öğr. Ü. Sağbetullah MERİÇ	

TENDÜREK VOLKANİZMASININ BİYOTURİZM POTANSİYELİ.....	155
Doç. Dr. Atilla DURMUŞ	
TURİZM GELİRLERİNİ ARTTIRMA KONUSUNDA TRA1 BÖLGESİ İNOVASYONA DAYALI TURİZM STRATEJİSİ KAPSAMINDA BİR ÖNERİ; ŞEHİR KEŞİF ROTALARI	156
Prof. Dr. Süleyman TOY - Emine Bilgen EYMİRLİ - Müzeyyen İNCİ	
TÜRKİYE'DEKİ TURİZM ARAŞTIRMALARINDA YETERİNCE İLGI GÖRMEYEN NİTELİKSEL BİR ARAŞTIRMA YÖNTEMİ: KRİTİK OLAYLAR TEKNİĞİ (KOT) ...	158
Doç. Dr. İbrahim YILMAZ - Öğr. Gör. Lutfullah Sadi TOPRAK	
YERLİ VE YABANCI TURİSTLERİN TRABZON VE RİZE DESTİNASYONLARINA İLİŞKİN MEMNUNİYET DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ.....	160
Atiç OLCAY - Mehmet KASAP	
BUDAKLI (BİTLİS) KAPLICASININ FİZİKİ COĞRAFYA ÖZELLİKLERİ VE SAĞLIK TURİZMİ BAKIMINDAN POTANSİYELİ.....	162
Nurcan AVŞİN	
SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMDE YENİ TREND GLAMPİNG TURİZMİ: ÇANAKKALE ÖRNEĞİ.....	163
Duygu Nedret TÜTER - Doç. Dr. Erol DURAN - Dr. Öğr. Ü. Hacı Mehmet YILDIRIM - Özge ERYÜCEL	
DENİZ KIYILARINDA İMAR UYGULAMALARI VE TURİZME ETKİLERİ.....	165
Doç. Dr. A. Menaf Turan - Emel Aksoy	
TURİZMDE YENİ BİR KAVRAM OLARAK GERİATRİ TURİZMİ: DÜZCE İLINE YÖNELİK DEĞERLENDİRMELER	167
Doç. Dr. Öznur BOZKURT - Dr. Öğr. Ü. Sağbetullah MERİÇ	
FESTİVALLERİN DÜZENLENDİĞİ BÖLGENİN YEREL HALKI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: DALYAN AŞK FESTİVALİ VE OVACIK TARIM VE SAKIZ KOYUNU ŞENLİĞİ ÖRNEĞİ.....	168
Doç. Dr. Esin ÖZKAN - Arş. Gör. Samet Can CURKAN - Arş. Gör. Mehmet Alper NİSARİ	
TÜRKİYE'DE ALTERNATİF TURİZMİN GELİŞMESİ AÇISINDAN DEVLET TEŞVİKLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	170
Doç. Dr. Hafize MEDER ÇAKIR	
MEKÂNIN AĞSAL İLİŞKİLER ÜZERİNDEN TANIMLANMASINDA YAKINLIK İLİŞKİLERİ: ALANYA TURİZM SEKTÖRÜ ÖRNEĞİ	171
Doç. Dr. Fatma ERDOĞAN ARAS - Melisa BIYIKLI	
TURİZME YÖNELİK REKREASYONEL PEYZAJ POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ: ADIYAMAN İLİ ÖRNEĞİ	174
Nurhan KOÇAN - Hakan RÜZGAR	

TURİZMDE İŞGÖREN SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİNE İLİŞKİN MEVZUAT.....	176
Öğr. Gör. Lutfullah Sadi TOPRAK - Doç. Dr. İbrahim YILMAZ	
KALKINMA AJANSLARI ARACILIĞIYLA GERÇEKLEŞTİRİLEN KIRSAL KALKINMA VE KIRSAL TURİZM PROJELERİNİN TESPİT EDİLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA	178
Dr. Öğr. Ü. Neslihan ÇETİNKAYA - Dr. Öğr. Ü. Salih YILDIZ - Arş. Gör. Dr. Aykut ŞİMŞEK	
KENT TURİZMİNDE YENİLİĞİN ARTAN ÖNEMİ VE KÜLTÜR	180
Prof. Dr. Gözde EMEKLİ	
KÜLTÜREL MİRASIN YARATICI TURİZM ARACILIĞI İLE DEĞERLENDİRİLMESİ: ÖDEMiŞ-BİRGİ ÖRNEĞİ.....	183
Seval DURMUŞ - Prof. Dr. Gözde EMEKLİ	
POSTMODERN TURİZM HAREKETLERİ BAĞLAMINDA YALNIZ SEYAHAT EDEN KADIN GEZGİNLER: TÜRKİYE ÖRNEĞİ.....	186
Bahar KABA - Prof. Dr. Gözde EMEKLİ	
İSTANBUL İLİ DIŞ TURİZM TALEBİNİN MODELLENMESİ VE TAHMİNİ: KARŞILAŞTIRMALI BİR ÇALIŞMA	188
Doç. Dr. Murat ÇUHADAR - Dr. Öğr. Ü. İsmail KERVANKIRAN	
TÜRKİYE'DE İÇ TURİZME YÖNELİK SEYAHATLERİ YENİDEN DÜŞÜNMEK: GELENEKSEL/MODERN İKİLEMİ	190
Dr. Öğr. Ü. İsmail KERVANKIRAN - Doç. Dr. Murat ÇUHADAR	
VAN KENTİNİN TARİHİ VE ARKEOLOJİK DEĞERİ VAN KALESİ REKREASYONEL ALAN POTANSİYELİ	192
Feran AŞUR	
KASTAMONU'DAKİ DİNİ MEKÂNLARI ZİYARET EDEN TURİSTLERİN SEYAHAT MOTİVASYONLARI.....	193
Doç. Dr. Nuray TÜRKER - Emrullah AKÇA - Öğr. Gör. Mehmet UÇAR	
TURİZM BROŞÜRLERİNDE KADIN İMAJİ: SEMİYOTİK BİR ANALİZ.....	195
Doç. Dr. Nuray TÜRKER - Meltem TÜRKMEN	
ORTA TOROSLARDA YAŞAYAN YÖRÜKLERİN ETNİK TURİZM KAPSAMINDA İNCELENMESİ	197
Doç. Dr. Nuray TÜRKER - Esra CAYMAZ	
KOSGEB DESTEKLERİNİN VAN İLİNDEKİ KADIN GİRİŞİMCİLERİN TURİZM ALANINDAKİ FAALİYETLERİNE KATKILARI	199
Dr. Öğr. Ü. Ercan DEMİR	
KIRSAL TURİZMDE YÖRESEL ÜRÜNLERİN ROLÜ: BEYPAZARI ÖRNEĞİ	200
Arş. Gör. Dr. Aykut ŞİMŞEK - Dr. Öğr. Ü. Salih YILDIZ	

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE MİSAFİRLERİN ALGILADIKLARI HİZMET KALİTESİNİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE FARKLILIKLARI.....	201
Dr. Öğr. Ü. İrfan MISIRLI - Mustafa Taylan DAĞISTAN	
ALTERNATİF TURİZM TÜRLERİ ÇEŞİTLENDİRME ÖRNEĞİ(GLAMPİNGTURİZM): KATRANCI KOYU KAMP VE KARAVAN TURİZMİ	203
Prof. Dr. Saliha KODAY - Arş. Gör. Yusuf KIZILKAN - Oğuzhan GÜRGEN - Doç. Dr. Günay KAYA	
KIRSAL TURİZMİN BİR TAMAMLAYICISI OLARAK GASTRONOMİK LEZZETLERİN YANSIMALARI: VAN İLİ ÖRNEĞİ.....	205
Öğr. Gör. Öznur YEKSAN	
POTANSİYEL YAMAÇ PARAŞÜTÜ SAHALARININ CBS TABANLI ANALİTİK HİYERARŞİ YÖNTEMİ İLE BELİRLENMESİ	206
Dr. Öğr. Ü. Çağdaş KUŞÇU ŞİMŞEK - Doç. Dr. Tarık TÜRK - Halime ÖDÜL	
MÜŞTERİLERİN HAVAYOLU REZERVASYON SİTELERİNİ KULLANMA NİYETLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İNCELENMESİ	208
Öğr. Gör. Dr. Abdullah EREN - Prof. Dr. Muhammet Dursun KAYA	
VAN GÖLÜ DALIŞ TURİZMİNDE MEVCUT DURUM, SORUNLAR VE GELİŞTİRİLMESİNE YÖNELİK ÖNERİLER.....	210
İkbal AVCI - Dr. Öğr. Ü. Emine CİHANGİR	
DESTINATION BRAND PERSONALITY OF TURKEY AS A TRAVEL DESTINATION	212
Ali Selcuk CAN_(İngiltere) - Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU - Dr. Ewa FERENS (Polonya)	
EFFECTS OF TOURISM EXPERIENCE ON CUSTOMER SATISFACTION IN A CULTURAL DESTINATION: EVIDENCE FROM DIYARBAKIR, TURKEY	213
Mahmut ÜSTÜNER - Dr. Öğr. Ü. Feridun DUMAN	
THE ROLE OF TOURISM IN RURAL DEVELOPMENT (İRAN).....	214
Dr. Öğr. Ü. Hassan AHMADZADEH_(İran) - Elaleh NOURİ_(İran)	
BRANDING CITIES IN THE UK: THE CASES OF CAMBRIDGE AND OXFORD..	215
Dr. Shabnam Delfan Azari_(İngiltere) - Dr. Öğr. Ü. Mehmet ŞEREMET	
ASSESSMENT OF FACTORS AFFECTING FINANCIAL PERFORMANCE OF TOURISM COMPANIES IN BIST BY MEANS OF DATA MINING ALGORITHMS IN FINANCIAL RATIOS	216
Dr. Öğr. Ü. Duygu ARSLANTÜRK ÇÖLLÜ - Dr. Öğr. Ü. Emel ALTIN - Dr. Öğr. Ü. Leyla AKGÜN - Prof. Dr. Ecevit EYDURAN	
KENTSEL ALAN BİTKİLENDİRMELERİNİN EKOTURİZM KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ.....	218
Prof. Dr. Zerrin SÖĞÜT - Dr. Deniz ÇOLAKKADIOĞLU	

TURİZM POLİTİKALARININ GELİŞİMİ İÇİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM GÖSTERGELERİ	220
Dr. Öğr. Ü. Aysu UĞURLAR - Arş. Gör. Ayça ÇELİKBİLEK	
SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM AÇISINDAN DİYARBAKIR'IN ÖNEMLİ KÜLTÜREL MİRASLARINDAN VE REKREASYON NOKTALARINDAN BİRİ OLAN ANZELE PARKI'NIN İNCELENMESİ.....	222
Dr. Öğr. Ü. Yaşar SUBAŞI DİREK	
VAN TARİHİ PEYNİRCİLER ÇARŞISININ SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	224
Dr. Öğr. Ü. Yaşar SUBAŞI DİREK	
VAN/EDREMİT KIYI ÖRNEĞİNDE KENT KÜLTÜRÜNÜN KIYISAL PEYZAJ VE REKREASYONA ETKİLERİ	226
Feran AŞUR	
TURİZM İŞLETMELERİNDE ULUSLARARASI MUHASEBE STANDARTLARI KAPSAMINDA TEŞVİKLERİN MUHASEBELEŞTİRİLMESİ	227
Doç. Dr. Hafize MEDER ÇAKIR	
TURİSTLERİN COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜN ALGISININ TURİZM GELİRLERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ	228
Doç. Dr. Alper Veli ÇAM - Doç. Dr. Hasan AYAYDIN - Öğr. Gör. Fahrettin PALA - Öğr. Gör. Abdülkadir BARUT	
TURİZM, EKONOMİK KÜRESELLEŞME VE DIŞ BORÇLANMA ARASINDAKİ İLİŞKİ: HETEROJEN PANEL ANALİZİ YÖNTEMİ.....	230
Doç. Dr. Nuri BALTACI - Doç. Dr. Alper Veli ÇAM - Hikmet AKYOL	
GASTRONOMİDE TAT VE AROMA ETKİLEŞİMLERİ	232
Öğr. Gör. Dr. Şeyda KARAGÖZ	
GELENEKSEL GASTRONOMİK ÜRÜN GELİŞTİRİLMESİ: MEYVELİ, SEBZELİ VE OTLU ERİŞTE.....	234
Dr. Öğr. Ü. Mehmet GÜLLÜ - Öğr. Gör. Dr. Şeyda KARAGÖZ	
COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİN TURİSTLERİN SATIN ALMA DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN MODELLENMESİ	236
Prof. Dr. Halil İbrahim ZEYBEK - Dr. Öğr. Ü. Handan ÇAM	
GELENEKSEL PEYNİRLER VE GASTRONOMİ TURİZMİ	238
Dr. Öğr. Ü. Şenol KÖSE	
KÜLTÜR ROTALARININ BELİRLENMESİNDE TARİHİ MİRAS BİLEŞENİ: KASTAMONU KENT MERKEZİ ÖRNEĞİ.....	239
Doç. Dr. Sevgi ÖZTÜRK - Arş. Gör. Öznur İŞINKARALAR	

KASTAMONU KENTİNİN KÜLTÜR TURİZM POTANSİYELİ VE TURİST MEMNUNİYETİ	240
Doç. Dr. Sevgi ÖZTÜRK - Arş. Gör. Öznur İŞINKARALAR	
YENİ SOSYAL BİLGİLER PROGRAMI VE DERS KİTAPLARINDA TURİZM KAVRAMININ YERİ.....	242
Dr. Öğr. Ü. Kemal KAYA	
ÖĞRETMENLERİN TURİZM ALGISI: İĞDIR İLİ ÖRNEĞİ.....	244
Gülşen BAYAT	
KIBRIS MUTFAK KÜLTÜRÜ VE SANAL GASTRONOMİ MÜZE PROJESİ	245
Dr. Öğr. Ü. Mehmet ÇAVUŞOĞLU - Olena ÇAVUŞOĞLU	
SÜRDÜRÜLEBİLİR KÜLTÜR TURİZMİ: SIVAS İLİ ÖRNEĞİ	246
Dr. Öğr. Ü. Dilek ŞAHİN - Yusuf Alper BAŞTÜRK	
ANTALYA-ALANYA DEVLET KARAYOLU'NUN BİTKİ MATERYALİ VE BİTKİSEL TASARIM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	247
Dr. Öğr. Ü. Selma KÖSA - Prof. Dr. Sibel MANSUROĞLU	
KENT TURİZMİ AÇISINDAN KENT PARKLARINDA DOĞAL BİTKİ TÜRLERİ VE BİTKİSEL TASARIMIN ÖNEMİ; ANTALYA ATATÜRK KÜLTÜR PARKI ÖRNEĞİ	249
Dr. Öğr. Ü. Selma KÖSA - Prof. Dr. Sibel MANSUROĞLU	
TARHANA ÜRETİMİ VE ÇEŞİTLERİ.....	251
Duygu YÖNEL - Öğr. Gör. Dr. Şeyda KARAGÖZ - Dr. Öğr. Ü. Mehmet GÜLLÜ	
PAMUKKALE-HİERAPOLİS DÜNYA MİRAS ALANI'NDA SOSYAL TAŞIMA KAPASİTESİ	253
Arş. Gör. Veysel DAĞ - Prof. Dr. Sibel MANSUROĞLU	
TURİZM KENTLERİNDE BİSİKLET YOLLARININ ÖNEMİ: ANTALYA ÖRNEĞİ .	256
Prof. Dr. Sibel MANSUROĞLU - Arş. Gör. Veysel DAĞ	
KAPADOKYA BÖLGESİNİ ZİYARET EDEN TURİSTLERİN MİSAFİRPERVERLİK ALGISINI ÖLÇMEYE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA	258
Arş. Gör. Dr. Fazıl KAYA - Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK - Doç. Dr. Gürel ÇETİN	
LİBYA EKONOMİSİ İÇİN TURİZM KAYNAKLARININ ROLÜ VE ÖNEMİ	259
Nora I. Abdalhedmed ALKHAİZAWANİ - Dr. Mine HALİS - Dr. Muhsin HALİS	
YÖRESEL YEMEKLERİN CİTTASLOW ŞEHİRLERİNDEKİ RESTORANLARDA KULLANIM DÜZEYLERİ: PERŞEMBE ÖRNEĞİ	261
Arş. Gör. Dr. Aykut ŞİMŞEK - Dr. Öğr. Ü. Neslihan ÇETİNKAYA- Selçuk AYDIN	
TURİZM VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA: SHAHAT ÖRNEĞİ.....	263
Abdelgadir F.A.Ali - Dr.Öğr. Ü. Mine HALİS - Prof. Dr. Muhsin HALİS	

DOĞRU YÖNETİLMİŞ MUHASEBE’NİN BÖLGESEL TURİZM VE EKONOMİYE KATKILARI.....	264
Öğr. Gör. Gülnihal TORAMANLI - Dr. Öğr. Ü. Dilek ŞAHİN	
TÜRKİYE’DE DÜZENLENEN GASTRONOMİ TURLARININ İÇERİK ANALİZİ	265
Dr. Öğr. Ü. Salih YILDIZ - Öğr. Gör. Dr. Neslihan ÇETİNKAYA	
TURİZMDE STRATEJİ BELİRLEMEDE, PAYDAŞ GÖRÜŞLERİ: VAN İLİ ÖRNEĞİ	266
Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU - Dr. Öğr. Ü. Burcu TURAN TORUN - Veysel DAĞDEMİR	
HAZAR GÖLÜ ÇEVRESİNDE YAZLIK KONUTLARIN KURULUŞ YERLERİ AÇISINDAN COĞRAFİ ANALİZİ	268
Doç. Dr. Ayşe ÇAĞLIYAN - Gülsen AYHAN	
ESNAF VE SANATKÂRLARIN YEREL AKTÖRLER İLE İLGİLİ SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ: DENİZLİ KALE İLÇE ÖRNEĞİ	269
Öğr. Gör. Dilek ŞENEL - Öğr. Gör. Mehmet Levent KOCAALAN	
FÜZYON MUTFAĞIN TÜRK, SURİYE VE FARS MUTFAKLARINA ETKİSİ İLE İLGİLİ VAKA ÇALIŞMASI.....	271
Öğr. Gör. Mehmet Levent KOCAALAN	
ÇALIŞANLARDA İŞ-AİLE ÇATIŞMASININ KARİYER TATMİNİNE ETKİSİ: YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA	273
Dr. Öğr. Ü. Mehmet GÜLLÜ - Öğr. Gör. Eftal SALMAN	
YEREL HALKIN FESTİVAL TURİZMİNE YÖNELİK ALGISI: BATI KARADENİZ OSMANLI ÇİLEĞİ FESTİVALİ ÖRNEĞİ	274
Dr. Öğr. Ü. Mehmet GÜLLÜ	
ÇEVİRİMİÇİ TÜKETİCİ YORUMLARI: VAN İLİNDE FAALİYET GÖSTEREN OTELLERE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA	276
Arş. Gör. Ceren AVCI- Arş. Gör. Aysen ERCAN İŞTİN - Dr. Öğr. Ü. Aslı Özge ÖZGEN ÇİĞDEMLİ	
TURİZMİ TEŞVİK KANUNU AÇISINDAN İVEDİ YARGILAMA USULÜ	278
Doç. Dr. Yaşar AYYILDIZ	
REAKRASYON ANLAYIŞINDA KIRSAL MEKÂN ALGISI VE KIRSAL MEKÂN TÜKETİMİ: GÜNDÜZBEY (MALATYA) ÖRNEĞİ	279
Dr. Öğr. Ü. Esen DURMUŞ - Doç. Dr. Ayşe ÇAĞLIYAN	
TURİZM SEKTÖRÜ GİRİŞİMCİLERİNİN YATIRIM KARARLARINI ETKİLEYEN İÇ VE DIŞ ETKENLERİN BELİRLENMESİ	281
Dr. Öğr. Ü. Gözdegül BAŞER - Dr. Öğr. Ü. Evla MUTLU	
IPARD I DÖNEMİNDE TKDK VAN İL KOORDİNATÖRLÜĞÜ TARAFINDAN DESTEKLENEN KIRSAL TURİZM YATIRIMLARI	283
Yusuf ÖZTÜRKÇİ - İbrahim BAŞAK	

ÖRGÜTSEL BAĞLILIK İLE KİŞİ ÖRGÜT UYUMU ARASINDAKİ İLİŞKİ - VAN İLİNDEKİ KONAKLAMA İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	285
Öğr. Gör. Öznur YEKSAN	
GELİŞEN TEKNOLOJİDE DAĞITIM KANALLARI VE SEYAHAT ACENTALARININ GELECEĞİ.....	287
Dr. Cüneyt Mengü	
İĞDIR İLİ'NİN EKO TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	288
Dr. Öğr. Ü. Gülşen Bayat	
MERİÇ –ERGENE HAVZASI'NIN SÜRDÜRÜLEBİLİR PLANLAMA VE YÖNETİM KAPSAMINDA DOĞAL TURİZM DEĞERLERİNİN ÖNEMİ	289
Prof. Dr. Nuriye GARİPAĞAOĞLU	
AİLE İŞLETMELERİNDE NESİLLER ARASI YÖNETİCİ PROFİLLERİNDEKİ DEĞİŞİM : DOĞU BÖLGESİNDE BİR UYGULAMA	291
Arş. Gör. Yasemin KARATEKİN ALKOÇ	
VAN İLİNİN ŞEHİR TURİZMİ POTANSİYELİNİN ARAŞTIRILMASI.....	292
Dr. Öğr. Ü. Ayşegül KELEŞ ERİÇOK	
GELENEKSEL EL SANATLARININ KIBRIS KIRSAL TURİZMİNE ETKİSİ	293
Dr. Öğr. Ü. Mehmet ÇAVUŞOĞLU - Olena ÇAVUŞOĞLU	
OTEL ÇALIŞANLARININ İŞ MOTİVASYONLARININ BELİRLENMESİ: DENİZLİ ŞEHİR OTELLERİNDE BİR UYGULAMA	294
Öğr. Gör. Ahmet Çetin - Arş. Gör. Mehmet Boyraz - Dr. Öğr. Üyesi Songül Özer	
TÜKENMİŞLİK VE MESLEKİ BAĞLILIK İLİŞKİSİNDE DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERİN ROLÜ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA	296
Doç. Dr. Rüya EHTİYAR - Dr. Öğr. Ü. Fatma KURCAN	
FESTİVALER İLE İLGİLİ YAYINLANAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ	298
Dr. Öğr. Ü. Gencay SAATCI - Öğr. Gör. Selda EĞİLMEZGİL YILMAZ	
YÖRESEL FESTİVALERİN YEREL HALK ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: ALAÇATI OT FESTİVALİ ÖRNEĞİ	300
Dr. Öğr. Ü. Gencay SAATCI - Tarık YALÇINKAYA	
YÖRESEL YEMEKLERİN YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNİN MENÜLERİNDE YER ALMA DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ: BOZCAADA ÖRNEĞİ	302
Dr. Öğr. Ü. Gencay SAATCI - Öğr. Gör. Nahide Övgü DEMİRAL	
HAYAT BOYU ÖĞRENMEDE TURİZM AÇISINDAN MESLEKİ EĞİTİMİN ÖNEMİ	304
Dr. Öğr. Ü. Seçil Eda KARTAL - Murat ÇAVUŞOĞLU - Ferhat ÇAVUŞOĞLU	

AKDAMAR ADASININ (VAN) EKOTURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	305
Canan DİNÇ - Dr. Öğr. Ü. Hilal SURAT	
KÜLTÜR VE TURİZM KORUMA VE GELİŞİM BÖLGELERİNE YÖNELİK TURİZM YATIRIMLARININ TEŞVİKİ	306
Doç. Dr. Yunus DEMİRLİ	
BAŞKALE (VAN) HAVZASI'NIN JEOLJİK VE JEOMORFOLOJİK TURİZM POTANSİYELİ	308
Dr. Öğr. Ü. Halil ZORER - Prof. Dr. Saadettin TONBUL	
ETRÜSK YAYLALARININ EKOTURİZM POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ.....	309
Kemal KOÇAKLI - Dr. Öğr. Ü. Halil ZORER	
TÜRKİYE'DE TATUTA ÇİFTLİKLERİNİN COĞRAFİ AÇIDAN İNCELENMESİ.....	311
Gürcü AYGÜN - Prof. Dr. Cengiz AKBULAK	
TURİZME AÇILMAMIŞ YÖRELERDE YEREL HALKIN TURİZME YÖNELİK ALGILARI: ARDAHAN İLİ ÖRNEĞİ.....	313
Doç. Dr. Nurettin AYAZ - Uğur PARLAK	
MENA ÜLKELERİNDE TURİZM, EKONOMİK ÖZGÜRLÜKLER VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİNİN ANALİZİ.....	314
Dr. Öğr. Ü. Dilek ŞAHİN - Öğr. Gör. Gülnihal TORAMANLI	
TURİZMDE DERİN ÖĞRENME	316
Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU - Dr. Öğr. Ü. Fatih ALAEDDİNOĞLU	
ENDÜSTRİ 4.0 TURİZM ENDÜSTRİSİ İÇİN SONUN BAŞLANGICI MI YOKSA YENİ BAŞLANGIÇLAR MI GETİRİYOR?	318
Doç. Dr. Öznur BOZKURT - Dr. Öğr. Ü. Sağbetullah MERİÇ	
KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN ENGELLİ BİREYLER İÇİN UYGUNLUĞUNU BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: VAN ÖRNEĞİ	320
Hamit IŞIK - Dr. Öğr. Ü. Sağbetullah MERİÇ	
DUYGUSAL ZEKANIN İŞ STRESİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: VAN OTEL ÇALIŞANLARI ÜZERİNDE BİR UYGULAMA	322
Dr. Öğr. Ü. Burcu Turan TORUN - Ömer Efe GÜNSAN	
OTELLERE YÖNELİK MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİ ÜZERİNE BİR İÇERİK ANALİZİ : ŞİKAYETVAR.COM SİTESİ ÖRNEĞİ	324
Seda İDİKUT ŞAHİN - Dr. Öğr. Ü. Sedat ŞAHİN - Ahmet EDİS	
KÜLTÜREL MİRAS VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	326
Arş. Gör. Duygu METİN - Dr. Öğr. Ü. Hacer ARSLAN KALAY	

AHLAT BASTONU USTACILIĞININ KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ.....327

Dr. Öğr. Ü. Hacer ARSLAN KALAY - Deniz BİLDİRİCİ

MOTİVASYON TEORİLERİNİN TURİZM İŞLETMELERİ AÇISINDAN

DEĞERLENDİRİLMESİ.....329

Doç. Dr. Faruk KALAY - Dr. Öğr. Ü. Hacer ARSLAN KALAY - Dr. Öğr. Ü. Abdullah OĞRAK

KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE ÖRGÜTSEL SİNİZM İLİŞKİSİ: TRB1 BÖLGESİ OTEL

İŞGÖRENLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA331

Dr. Öğr. Ü. Ali Çağlar GÜLLÜCE - Dr. Öğr. Ü. Songül ÖZER

ENTELEKTÜEL SERMAYE VE TURİZM İŞLETMELERİ AÇISINDAN ÖNEMİ332

Doç. Dr. Faruk KALAY - Dr. Öğr. Ü. Hacer ARSLAN KALAY - Dr. Öğr. Ü. Abdullah OĞRAK

AKILLI VE DOĞAL TURİZM334

Dr. Öğr. Ü. M. Fatih ALAEDDİNOĞLU - Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

CREATING SUSTAINABLE LOW-CARBON TOURISM PRODUCTS AND SERVICES: STRATEGIC INNOVATION USING EXISTING RESOURCES IN WEST ASIA.....336

Dr. Debra J. Enzenbacher (Umman)

THE ROLE OF PERSONNEL EMPOWERMENT FOR INCREASING SERVICE QUALITY

Prof. Dr. Çetin BEKTAŞ

Gaziosmanpaşa Üniversitesi
cetinbektas24@hotmail.com

ABSTRACT

Power is closely related to the idea of being sovereign to the environment and the job of a person. Powerful individuals have a positive impact on his or her job and add value to their organizations. In addition, empowered personnel take enough responsibility for his or her job and duty. Personnel empowerment is especially important for service organizations, because the service product is produced and consumed at the same time. It means storage of the service product is impossible. Also the customers participate in the production process of the service. So, compensation of the fault in the production process of the service is very difficult. Therefore, both the knowledge and the skill of the service industry staff must be high. For this reason, empowered personnel in the service organizations, can increase the service quality. Otherwise unpowered staff not only contributes to his or her job, but also increase the service quality. The purpose of this study is to clarify the role of personnel empowerment in increasing service quality. This study is based on qualitative research. Empowerment factors are explained by using literature research. In this context, the definition of personnel empowerment in service organizations and the benefits of personnel empowerment are explained. A model is suggested to clarify the role of personnel empowerment in service organizations. Basic elements of the model are; training and development, open communication, transfer of responsibility, easy access to information, give feedback to staff, support of team working, and support for participation in decision making and to gain personnel motivation. When leadership and organizational climate factors are combined with these factors that are given, personnel empowerment can be ensured.

Keywords: Service Quality, Personnel Empowerment, Personnel Empowerment Model.

THE STATUS OF LOCAL DISHES AND CUISINE IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM INDUSTRY IN ISFAHAN

Somayeh BAKHTIARI

University of Esfahan (Iran)
sbakhtiari88@yahoo.com

Prof. Dr. Aliakbar KAJBAF

University of Esfahan (Iran)
aliakbarkajbaf@yahoo.co.uk

ABSTRACT

Isfahan is known as one of the top tourist attractions in Iran due to its unique natural, historical and artistic attractions. This city attracts many tourists from around the world every year. One of the attractions of tourist attraction in this city is local dishes and cuisine. Since foods are produced in a cultural context, and the manner in which it is cooked from the geographical and historical context of that community, it can, like other artifacts, represents the identity of the people of a community. There are many tourists who enjoy experiencing traditional cuisine of other countries and cities as recognizing the cultural tastes of that community, and see the cultural and traditional knowledge of those people through the window of their cuisine. Local cuisine of Isfahan is part of the genuine culture of its people, which illustrates the cultural structure and their social patterns, most notably their hospitality. The habits of eating of local dishes in the traditional and indigenous environment of Isfahan provide the host-tourist cultural interactions. Therefore, the present paper is to address the status of local cuisine in the tourism industry of Isfahan.

Keywords: local dishes and cuisine, culture, tourism industry, Isfahan

SEYAHAT ACENTE YÖNETİCİLERİNİN PERSONEL TEDARİK SÜRECİ VE BEKLENTİLERİNE YÖNELİK ALAN ARAŞTIRMASI

Öğr. Gör. Adnan AKIN

Gaziantep Üniversitesi
aakin@gantep.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Aliye AKIN

Gaziantep Üniversitesi
aliyeakin@gantep.edu.tr

ÖZET

Turizm işletmelerinde yer alan seyahat acenteleri hizmet sektörünün önemli bir parçası olup, emek yoğun bir özellik taşımaktadır. Bu sebeple, hizmet sektörünün başarı ya da başarısızlığında en etkin unsurun insan olduğu bilinen bir gerçektir. Dolayısıyla işletmelerin başarılı olmasında personel tedarik süreci büyük önem arz etmektedir. Ayrıca tedarik edilecek olan olası işgücünün fiziksel ve zihinsel yeterliliği de önemlidir. İfade edilen önemden yola çıkılarak, araştırmanın temel amacı; seyahat acente yöneticilerinin tedarik sürecince ihtiyaç duyduğu olası işgücü ile ilgili beklentilerinin neler olduğunun ortaya konulmasıdır. Nitel araştırma tekniklerinin uygulandığı çalışmada yarı yapılandırılmış soru formundan yararlanılarak, Gaziantep'te yer alan A grubu seyahat acentelerinden 10 üst yönetici ile en az 30 dakika olmak koşuluyla yüz yüze görüşülmüştür. Elde edilen veriler Microsoft Excel programı kullanılarak kodlanmış ve katılımcılar K1'den K10'a kadar isimlendirilerek, araştırmanın bulgularına ulaşılmış ve araştırma sonuçlandırılmıştır. Buna göre; tedarik sürecinde en önemli unsurun en az herhangi bir bölümden mezun olmuş ön lisans mezunu kişilere ulaşmak olduğunu belirtmişlerdir. Buradan hareketle istenilen eğitim düzeyine sahip olası işgücüne ulaşamadıkları ortaya konmuştur. Ayrıca katılımcılar tedarik edeceği işgücünde öncelikle mesleğe karşı saygı gösteren, iyi bir iletişim ve diksiyona sahip kişiler olmasını tercih ettiklerini, bunun yanında özgüveni tam, ikna kabiliyeti yüksek bireyleri işletmelerinde çalıştırmak istediklerini, kişinin deneyiminin olup olmamasının o kadar önem arz etmediğini belirtmişlerdir. Ancak bu beklentilerinin pek nadir bir şekilde gerçekleştiğini ifade eden katılımcılar bu durumun işletmenin başarısı için bulunduğu bölgeden de kaynaklı olarak çözümü güç büyük bir problem olduğunu savunmuşlardır.

Anahtar Kelimeler: Personel Tedariki, Seyahat Acentesi, Acente Yöneticileri

FIELD SURVEY OF TRAVEL AGENCY MANAGERS ON PERSONNEL PROCUREMENT PROCESSES AND THEIR EXPECTATIONS

ABSTRACT

Travel agencies involved in tourism enterprises are an important part of the service sector and have a labor-intensive nature. Therefore, it is a known fact that the most effective element is human that in the success or failure of the service sector. Accordingly, the personnel procurement process is of great importance in the success of the enterprises. In addition, the physical and mental competence of the potential workforce to be procured is also important. From the stated importance, the main aim of the research is, it necessary to show what travel agency managers are expecting about the possible workforce they need in the procurement

process. Qualitative research techniques were applied and semi-structured question form was used in the research. In this respect, 10 senior executives working in A group travel agency in Gaziantep were interviewed face to face for at least 30 minutes. The data were encoded using the Microsoft Excel program and the participants were named from K1 to K10. Thus, the findings of the research were reached and the research was concluded. According to this; the most important element in the procurement process is to reach the associate degree graduates who graduated from at least any department. From this, it was determined that they have not reach the possible workforce with the desired level of education. The participants stated that they preferred individuals who respect the profession and have good communication and diction as a priority during the procurement process. In addition, they have stated that they want to work with individuals with full self-confidence and high persuasiveness in their businesses and that it is not very important whether they are experienced or not. However, participants expressed that these expectations were rarely realized. They argued that this situation is a big problem that is difficult to solve due to the region where the business is located.

Keywords: Personnel Procurement, Travel Agency, Agency Managers

THE STATUS OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE IN THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY IN ISFAHAN PROVINCE

Somayeh BAKHTIARI

University of Esfahan (Iran)
sbakhtiari88@yahoo.com

Prof. Dr. Fereydoun ALLAHYARI

University of Esfahan (Iran)
f.allahyari@ltr.ui.ac.ir

Fatemeh RAEISI

University Of Esfahan (Iran)
raisi.fateme@gmail.com

ABSTRACT

The intangible cultural heritage encompasses the cultural and social values of communities that can be rebuilt and used from the cultural and economic point of view. This heritage preserves cultural diversity and guarantees sustainable development, and it has the potential to be one of the most significant tourist attractions in each region alongside the tangible cultural heritage. Isfahan Province is the mirror of the whole view of the originality of Iranian culture and civilization. In addition to the tangible cultural heritage, this province lies within a coherent native and traditional context that preserves the intellectual and spiritual aspects of its people as cultural capital. Among the traditions and skills recorded on the UNESCO World Heritage List is the traditional and religious Carpet Washing Ritual in Mashhad Ardehal, which is visited every year by Muslim tourists in September (Mehr). The province also has 91 traditions and oral instruments as well as arts and crafts skills, which are listed in the National Heritage and Heritage List. Each of these cases has an effective role in promoting and recreating the local values of the people, and can be effective on developing the tourism industry in Isfahan Province. Therefore, considering the global tendency to protect and preserve intangible cultural heritages, the present article addresses the intangible cultural heritage in the development of tourism industry in Isfahan Province.

Keywords: Intangible cultural heritage, culture, tourism industry, sustainable development, Isfahan province.

INVESTIGATING AND ANALYZING THE EXPERIENCE OF ISFAHAN IN TURNING CARAVANSARIES INTO TOURIST FACILITIES

Somayeh BAKHTIARI

University of Esfahan (Iran)
sbakhtiari88@yahoo.com

Prof. Dr. Fereydoun ALLAHYARI

University of Esfahan (Iran)
f.allahyari@ltr.ui.ac.ir

ABSTRACT

Caravanserais are the historic monuments of Iran that have been built centuries ago on the path to commercial and pilgrimage cities for the convenience and comfort of businessmen and travelers, or within cities, especially markets, for the trade of merchandises. Many caravanserais have been built in Isfahan and its communication axes due to the fact that it is at the center of Iran as the heart of Iran's commercial and social interactions, so that by the eighteenth century there were about 1,800 caravanserais in Isfahan Province. Of course, many of those caravansaries have disappeared over time and today only their names are in historical books and travel magazines. Esfahan's first experience in turning caravansaries into tourist facilities dates back to 1957. One of the most luxurious hotels in Isfahan, Shah Abbas Hotel is actually the caravanserai of King's Mother, which was built by the last king of Safavid, Shah Sultan Hussein (1768-1666). It is above 300 years old. Although modern and equipped, the hotel preserves the authenticity of the Safavid architecture with old paintings and gardens, and welcomes thousands of domestic and foreign tourists each year. In recent years, the Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization of Isfahan Province has renovated caravansaries as traditional restaurants and integrated services to preserve historical monuments and attract tourists. Due to their historical backgrounds and classical architectural styles, those buildings have been very successful in attracting tourists. Accordingly, the present article is to examine the experience of Isfahan in turning the caravansaries into tourist facilities.

Keywords: Caravanserai, Tourism facilities, Guesthouse, Safavid era, Isfahan

RISK MANAGEMENT AND SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT

Assist. Prof. Muhammad Mansoor ALI

National University of Modern Languages (Pakistan)
mmali@numl.edu.pk

Assoc. Prof. Dr. Saima SHAFIQUE

National University of Modern Languages (Pakistan)

Assoc. Prof. Dr. Farida FAISAL

PMAS-Arid Agriculture University (Pakistan)

ABSTRACT

New businesses entering any industry are an important source of change and transformation including tourism industry. But the degree of competition and nature of startup firms in tourism industry are different from other manufacturing or services industry. It is mainly due to the nature of offering in the form of standard hospitality services, interaction with natural and urban environments of the firms, and ever changing expectations of the visitors. There is ample literature in the recent times that attributes the entrepreneurial abilities to overcome risk and uncertainty linked with growth as well as creation of new business firms. Generally, the approaches of causation and effectuation are referred to for goal-directed approach and an evolutionary approach respectively. Literature also indicates that in modern organization causation and effectuation coexist and its need is manifested in especially those industries having high degree of innovation and changing consumer expectations and preferences. Causation provides the bases for planned sustainable growth while effectuation enables the firms to manage the unanticipated risks associated with future growth. With increasing number of tourist, the industry in Turkey needs to be vibrant and the firms must base their operations on causation and effectuation to maintain healthy growth and sustainability.

Keywords: L83 Tourism; L26 Entrepreneurship.

ELECTRONIC TOURISM, ADOPTION AND TOURIST SATISFACTION - A REVIEW

Assist. Prof. Dr. Goldi PURI

M.D. University (Hindistan)

drgoldipuri@gmail.com

ABSTRACT

The tourism industry is a service based industry and its product is characterized as perishable, inseparable, non-storable, homogeneous one and these particularities differentiate it from others. The consumers know the complex nature of tourism product and consider it as a part of heterogeneous industry but still influence it with a special kind of demand particularly vacation trips are complex products consisting of sub component in a singular one (Litvin et al., 2018). The website is an instrument of information technology and is used to achieve several purposes (Zhang et al., 2000) delivers various kind of information and services (Auger, 2015), communicate to customers and helpful in business transactions (Van der Merwe & Bekker, 2003). Leelayouthayotin (2004) says about the internet "This term is used to describe computer networks capable of providing virtually instant access, organizing, communicating information and supporting transactions; internet is an efficient medium helping companies to interact and craft messages and marketing activities on actual consumer responses 24 hours a day, 7 days a week, throughout world time zones". Internet adoption is increased and also generates interaction through the wireless network, globally; this is supporting the entire industries with the creation of ample opportunities and challenges. The post advance technology of online tourism has not only increased the competitiveness in travel industry but also widen the scope of travel corporations, now enterprisers are considering electronic tourism an essential segment. This paper examines the tourist's adoption and satisfaction factors in the context of electronic tourism, for the investigation of these factors extensive literature studies helps in identifying that what affects online purchase behavior and e-satisfaction level of tourist. The identified factors for adoption are elaborated as demography, attitude, tourism innovativeness, and social network, perceived ease of use, usefulness, internet experience, experience value perception, financial security, distribution, e-trust and self-efficacy. In electronic tourism satisfaction the studied dimensions are website design, product information, convenience and service quality. The aim of this study is to investigate those factors that influence adoption of electronic tourism by tourists.

Keywords: Electronic Tourism, E-Tourism, Adoption, Tourist Satisfaction

6360 SAYILI KANUNUN VAN İLİ KIRSAL ALANINDAKİ TURİZM FAALİYETLERİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Doç. Dr. Sedat BENEK

Harran Üniversitesi
sbenek@harran.edu.tr

Prof. Dr. Necmettin ELMASTAŞ

Harran Üniversitesi
elmastas@harran.edu.tr

Yavuz KALKAN

Harran Üniversitesi
ykalkan.065@gmail.com

ÖZET

6360 sayılı kanunun 2012 yılında yürürlüğe girmesi ile birlikte, büyükşehir belediyeleri kırsal alana da hizmet vermeye başlamıştır. Kanun çerçevesinde büyükşehir belediyelerinin hizmet sınırı, il mülki sınırı olarak belirlenmiş ve böylece kırsal mahallelerdeki tüm hizmetler büyükşehir belediyelerince verilmeye başlanmıştır. Dolayısıyla, 6360 sayılı kanunun hayata geçmesiyle birlikte kırsal alandaki turizm de etkilenmeye başlamıştır. Çalışmamızdaki temel amaç, 6360 sayılı kanunun Van ili kırsal alanındaki turizme etkisinin incelenmesidir. Bu çerçevede yasal mevzuat incelenmiş, Van Büyükşehir Belediyesi'nin kırsal alanda turizme yönelik yaptığı yatırımlar ortaya konmuş ve elde edilen veriler eleştirel bir bakış açısı ile irdelenmiştir. Bu çerçevede 6360 sayılı kanunun Van ili kırsal alanındaki turizm üzerinde bir değişim/dönüşüm yaratıp yaratmadığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Van Büyükşehir Belediyesi'nin kırsal alandaki yatırımları içerisinde turizme yönelik olan yatırımlarının ilgi çekici düzeyde olduğu saptamıştır. Nitekim Dilkaya, Çelebibağ, Ayanis, Mollakasım gibi kırsal mahallelerde halk plajları, Köşk Köy kırsal mahallesinde olimpik at biniciliği merkezi, Ayanis Kalesi'nin restorasyon çalışmaları, Erçek Gölü kıyısında sahil bandı projesi, sahilde bulunan tüm kırsal mahalleler ve tüm adaların çevre temizliği ve Ayanis Halk Plajı mavi bayrak unvanı olarak kalite açısından etiketlenmesi gibi hizmetlerin olduğu görülmüştür. Sonuç olarak bu çalışma, yapılan hizmetlerin kuşkusuz ilk olmaları itibarıyla önemli olduğunu fakat yeterli miktarda olmadığını, bunun sebebinin de yapılan bu hizmetlerin daha çok yöre turizmine yetebilecek kapasite ile sınırlı olmasından kaynaklandığı saptamıştır. Bu sebeple, kırsal turizmi geliştirmeye dönük yapılan bu yatırımların hem çeşit bakımından hem de kapasite bakımından geliştirilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Bu çalışmada, özellikle son yıllarda İran pazarına hitap eden Van ilinin, turizm potansiyelinin daha net ortaya çıkarılması gerektiği, 6360 sayılı kanun çerçevesinde yerel yönetimlere büyük sorumlulukların düştüğü, Yerel Yönetimlerin bu sorumluluğun altından kalkabilmesi için de hem ilçe belediyelerinin hem de büyük şehir belediyesinin mali anlamda güçlendirilmesinin şart olduğu, Van Büyük şehir Belediyesi bünyesinde Turizm İşleri Daire Başkanlığı adı altında bir daire başkanlığı kurularak bu hizmetler daha derli toplu sunulabileceği öngörülmüştür.

Anahtar Kelimeler: 6360 Sayılı Kanun, Kırsal Turizm, Van Büyük şehir Belediyesi, Yerel Yönetimler

INVESTIGATION OF THE EFFECT OF THE LAW NUMBERED 6360 ON TOURISM ACTIVITIES IN THE RURAL AREA OF VAN PROVINCE

ABSTRACT

With the law numbered 6360 which entered into 2012, metropolitan municipalities have started to serve rural areas. Within the framework of the law, the service limit of metropolitan municipalities is defined as the province's territorial limit and thus, all services in rural areas started to be provided by metropolitan municipalities. So, with the implementation of the law numbered 6360, the tourism in the rural areas has started to be affected. The main purpose of our studies is to examine the effects of law numbered 6360 on tourism in the rural area of Van province. In this context the legal regulation has been examined and Van Metropolitan Municipality's investments in rural tourism has been revealed and the resulting data have been analyzed with a critical point of view. In this context, it is aimed to determine whether the law numbered 6360 has created a change/transformation on tourism in the rural area of Van province. Within Van Metropolitan Municipality's investments in rural areas, especially in tourism, there are an interesting level. So, it has provided some services for example these services, public beaches in Dilkaya, Çelebibağ, Ayanis, Mollakasım rural neighborhoods, olimpic Horse riding center in Köşk Köy rural village district, restoration studies in Ayanis Castle, coastal band Project on the shore of Lake Erçek and cleaning of all the countryside and all the island on the beach and also Ayanis public beach has tagged in terms of quality with buying blue flag title. As a result, this study is very important because the rendered services are the first services but they aren't enough and this is mainly due to the limited capacity of the services which is only for local tourism. Therefore, investments should be improved both in term of kinds and capacity for developing the rural tourism. In this study, the tourism potential of Van Province which addresses the Iranian market especially in recent years needs to be clarified. Within the framework of law numbered 6360, there are great responsibilities for local administrations. In order not to remain under this responsibility, it is essential that both the district municipalities and the metropolitan municipality be strengthened financially. In addition within the Van Metropolitan Municipality, an office is established which is under the name of the Department of Tourism Affairs and these services may be offered more regularly.

Keywords: The law numbered 6360, rural tourism, Van Metropolitan Municipality, Local Government

VAN AŞIĞI MUSULLU BİR ŞAİR: MOHAMED SABER OBAİD

Prof. Dr. Mehmet Şirin ÇIKAR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
msirin@yyu.edu.tr

Doç. Dr. Abdulhadi TİMURTAŞ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
atimurtas@yyu.edu.tr

Öğr. Gör. Dr. Yasser Ali MOHAMED

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
msirin@yyu.edu.tr

ÖZET

2014 yılında Ülkesi Irak ve özellikle de yaşadığı kent Musul'da meydana gelen olaylardan sonra Van'a göç etmek zorunda olan Mohamed Saber Obaid, Arap Dünyasında tanınan bir bilim adamı olmanın yanı sıra Edebi kişiliği ile de kendinden söz ettiren bir şahsiyettir. Geçici bir süreliğine Van'a yerleşen ve çalışmaya başlayan Obaid, Van'da gördüklerini, gezdiği yerleri ve yaşadığı anılarını merkeze alan yazılar yazmıştır. Yazdıklarını "Van: Nurun Başkenti" adlı bir kitapta toplayarak 2018 yılında yayınlamıştır. Eserde topladığı şiir ve düz yazılarında kendi ülkesi ve şehri ile ilgili özlem ve kimi zaman kızgınlık ve kırgınlık hakim iken Van ile ilgili olumlu görüşler büyük bir minnet duygusuyla yalın bir dille anlatılmaktadır. Bu çalışmamızda Obaid'in Van'da gördüğü turistik mekanları nasıl işlediğini ortaya koymakla birlikte bir yabancıнын gözünde Van'a ait değerleri tespit edip tahlil etmeye çalışacağız.

Anahtar Kelimeler: Obaid, Van, Seyahat, Mekanlar

A MOSULIAN POET IN LOVE WITH VAN: MOHAMMED SABER OBAID

ABSTRACT

Mohamed Saber Obaid, who had to emigrate to Van after his events in Iraq in 2014 and in Mosul, where he lived, is a person who speaks with his literary personality as well as being a scientist well known in the Arab World. Obaid, who settled in Van for a temporary period and began to work, wrote writings centering on what he saw, visited and lived in Van. He collected them in the book "Van: The Capital of Radiance" and published it in 2018. In the poems and writings he writes, the longing and sometimes the resentment to his own country and city is prevailing. Positive opinions about Van are told with a simple gratitude with a sense of indebtedness. In this work, we will try to identify and analyze Van's values in the eyes of a stranger, demonstrating how Obaid operates tourist attractions he saw in Van.

Keywords: Obaid, Van, Travel, Places

ERZURUM'DA KENT TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE BİR ARAÇ OLARAK KENTSEL TASARIM

Dr. Öğr. Ü. Doğan DURSUN

Atatürk Üniversitesi
dogan08@gmail.com

Arş. Gör. Ahmet Burak KAYA

Atatürk Üniversitesi
ahmetburakkaya@hotmail.com

ÖZET

Küreselleşme sürecinin yoğun olarak yaşandığı son otuz yılda kentler birer cazibe merkezleri olarak ön plana çıkmış ve ulusal sınırların ötesinde anlamlar taşımaya başlamıştır. Küreselleşmeyle birlikte önemi artan rekabetçi ekonomik yapı içerisinde kentler, kendilerine bir yer bulmak için stratejiler geliştirmişlerdir. Bu yeni rekabetçi ekonomik yapı içerisinde yer edinen kentler zenginleşirken sisteme dâhil olamayanlar ekonomik anlamda geri kalmış yerler olmaktadır. Hayli dinamik bir yapı sergileyen küresel rekabetçi ekonomi içerisinde, kentler sahip oldukları kültürel, fiziksel ve tarihi değerleri en iyi şekilde sunma, ekonomik ve sosyal getirilerini yükseltme temelli adımlar atmaya başlamışlardır. Artık kentlerin kendisi bir pazarlama unsuru haline gelmiştir. Turizm sektörü de hiç kuşkusuz bu süreçte en hızlı büyüyen sektör olarak ön plana çıkmıştır. Küresel rekabetçi yapıda kazanan şehirlerin ekonomik yapıları incelendiğinde turizm sektörünün ve özellikle de kent turizminin gelişmiş olduğu görülebilmektedir. Kent turizmi, kentsel yaşamın barındırdığı kültür, tarih, kongre, spor, yeme içme, gece hayatı, alışveriş gibi etkinliklere dayalı bir turizm şeklidir. Bir kentin bu turizm türünde çekim merkezi olabilmesi için tarihi dönemlere ait bilimsel, dini ve sanatsal değerleri, mimari yapıları, kamusal alanları, iyi tasarlanmış kentsel mekânları, yöresel mutfağı, festivalleri, sergileri, fuarları, müzeleri, el sanatları, zanaatları vb. gibi özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu özelliklere sahip olan kentler sürecin kazananı olurken, diğer kentlerin belirtilen özellikleri öne çıkaracak stratejilere odaklandığı görülmektedir. Dünyadaki ekonomik gelişim trendini yakından takip eden bu kentlerin, prestijli uluslararası projeler geliştirme, uluslararası aktivitelere ev sahipliği yapma ve kentsel dönüşüm projeleri uygulama gibi stratejileri tercih ettiği anlaşılmaktadır. Kentsel mekânın kalitesini artırma ve mekânı sosyal yaşam için bir cazibe odağı haline getirme temelli kentsel tasarım projeleri, kent turizminde rekabetçiliği artıran önemli araçlardan birisi olmaktadır. Kentsel tasarım hem yerel halk hem de ziyaretçiler için cazibeli bir mekân yaratma sanatı olarak değerlendirilebilecek bir eylemdir. Kentsel alanı tasarlayarak kentin markalaşmasına katkıda bulunmak, kent turizminin gelişiminde önemli bir araç haline gelmiştir. Tasarım eylemi mekânın nasıl görüldüğüne ek olarak, nasıl çalıştığı, güvenliği nasıl sağladığı, insanlar ve mekân arasındaki etkileşimin nasıl kontrol edildiği ve akımların kentsel formlarla nasıl yönlendirildiği gibi birçok konuyla ilgili bir eylemdir. Konut biçimleri, ticari yapılar, kamusal alanlar, parklar, heykeller, bina cepheleri, yüzey kaplamaları, çatı biçimleri ve sokak genişlikleri gibi kentin birçok parçası ve parçasına ait özellikleri kentsel tasarımın kent turizmine önemli katkı sağlayabilen ilgi alanlarıdır. Bütün bu bilgiler ışığında çalışmanın temel amacı, kentsel tasarım projeleri yoluyla kent turizmine sağlanabilecek katkıları kış koşullarının hakim olduğu Erzurum kenti üzerinden tartışmak ve kentin markalaşması sürecinde kış kentine uygun kentsel tasarım önerilerini geliştirmektir. Bu doğrultuda, kentsel tasarım elemanlarının Erzurum'da kış aktivitelerine, kış estetiğine, kış ekonomisine, eğlencesine ve turizmine nasıl katkı

sağlayabileceği tartışılmıştır. Bu kapsamda son yıllarda büyük bir kentsel dönüşüm hamlesi yapan Erzurum kentinin uyguladığı ve uygulayacağı kentsel dönüşüm projeleri, kent turizmi ve kışa duyarlı kentsel tasarımlar açısından değerlendirilmiştir. Bulgular Erzurum kentinde dünyada izlenen trendi takip etme amaçlı söylem ve projelerin kamusal alanlar ve turizm merkezi için geliştirilebildiğini ancak konut ve ticaret bölgeleri ile park alanlarında gerçekleştirilen ve gerçekleştirilmek istenen dönüşüm projeleri yoluyla kent turizmini olumsuz etkileyecek tam aksi eylemlere girildiğini göstermektedir. Kent turizmini geliştirmek ve kentsel mekânlarda cazibe merkezleri yaratmak açısından büyük bir şans olan ve dünyada örnekleri gözlemlenebilen kentsel tasarım projelerinin Erzurum'da doğru yorumlanmadığı anlaşılmaktadır. Çalışmanın son bölümünde, Erzurum kenti için geliştirilebilecek mekânsal projelere rehber olması amacıyla kentsel tasarım önerileri sıralanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kent Turizmi, Kentsel Tasarım, Erzurum, Dönüşüm Projeleri, Kış Kenti

URBAN DESIGN AND URBAN TOURISM DEVELOPMENT: THE CASE OF ERZURUM

ABSTRACT

In the last thirty years, cities have started to become centers of attraction within intense globalization process and have begun to be node of global economic network by getting beyond national borders. Cities have developed strategies to find a place for themselves in the globally competitive economic structure. While the cities succeeded to be part of this new competitive economic structure are enriched, those who cannot be integrated into the system remain less developed in economic sense. In this highly dynamic global competitive economy, cities have begun to take steps by presenting their cultural, physical and historical values in the best possible way and increasing their economic and social attractiveness. The cities themselves have become a marketing element in the new economy. The tourism sector has undoubtedly emerged as the fastest growing sector in this process. When the economic structures of the developing and developed cities in the global economy are examined, the tourism sector and especially urban tourism can be observed as one of the important reasons of economic success. Urban tourism is a type of tourism based on activities such as culture, history, congress, sports, eating and drinking, night life, shopping, etc. In order for a city to become a center of attraction in urban tourism, the city should have scientific, religious and artistic values belong to historical periods, architectural buildings, public spaces, well-designed urban spaces, local cuisine, festivals, exhibitions, fairs, fairies and crafts. While the cities having those characteristics are the winners of the process, it is seen that other cities are focusing on the strategies based on the use of these features. It is understood that cities following the last economic development trend in the world are using strategies such as developing prestigious international projects, hosting international activities and implementing urban transformation projects. Urban design projects based on increasing the quality and attractiveness of urban space have become new ways of increasing competitiveness in urban tourism. Urban design is an action that can be regarded as the art of creating attractive place both for the locals and visitors. Contributing to the branding of the city by designing the urban area has become an important strategy in the development of urban tourism. In addition to spatial quality, design action is associated with the many issues of place such as how it works, how it provides safety, how it controls the interaction between people and space, and how the flows of people are directed through urban forms. Different parts and characteristics of the city such as housing forms, types of commercial buildings, public spaces, parks, sculptures, building facades, surface

materials, roof forms and street widths are areas of interest of urban design and make a significant contribution to urban tourism. The main aim of this study is to discuss the contributions of urban design projects on urban tourism in the case of cold weather city, Erzurum. And also, the aim is to improve urban design proposals consistent with the winter city characteristics in the process of branding the city. In this respect, it has been argued how urban design elements can contribute to winter activities, winter aesthetics, winter economy, entertainment and tourism in Erzurum. In this context, current and future urban transformation projects of Erzurum have been evaluated in terms of urban tourism and winter sensitive urban designs. Findings shows that discourses and projects observed in the world can be seen and developed in Erzurum for public spaces and tourism centers, but opposite actions that will adversely affect the urban tourism are realized in residential, commercial and park areas through urban transformation projects. It is understood that urban design projects, which are a great chance to develop urban tourism and create attraction centers in urban spaces, cannot be correctly interpreted in Erzurum. In the last part of the study, urban design proposals are explained and listed for Erzurum with the aim of providing a design guide to the future spatial projects.

Keywords: Urban Tourism, Urban Design, Erzurum, Transformation Projects, Winter City

SEYAHAT ACENTELERİNİN KURULUŞ SÜRECİNDE KARŞILAŞMIŞ OLDUĞU ÇEVRESEL SORUNLARIN TESPİTİ (GAZİANTEP ÖRNEĞİ)

Dr. Öğr. Ü. Aliye AKIN

Gaziantep Üniversitesi
aliyakin@gantep.edu.tr

Öğr. Gör. Adnan AKIN

Gaziantep Üniversitesi
aakin@gantep.edu.tr

ÖZET

Küçük ölçekli işletmeler, ülkelerin gelişiminde, büyümesinde, istihdam artışında büyük önem arz etmektedir. Özellikle hizmet sektörü içerisinde yer alan seyahat acenteleri öncelikle şehrin, sonrasında bölgenin ve ülkenin tanınmasında büyük bir role sahiptir. Seyahat acentelerinin kurulduğu şehirlerde sayısının artmasının, hem şehrin hem bölgenin hem de ülkenin ekonomik sosyal kültürel anlamda gelişiminde önemli bir paya sahip olduğu düşünülmektedir. Araştırmanın temel amacı; seyahat acentelerinin kuruluş sürecinde karşılaşılmış olduğu çevresel sorunları tespit etmektir. Buradan hareketle acentelerin kuruluş sürecinde oluşan sorunlarının tespiti ve bu sorunların çözümü için getirilen öneriler çalışmayı önemli kılmaktadır. Nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı çalışmada 8 A grubu seyahat acente sahipleri ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Örneklem sayısının 8 kişi ile sınırlandırılmasının temel sebebi sorulara verilen yanıtların birbirinin tekrarı niteliğinde olmasından kaynaklanmaktadır. 8 katılımcıdan elde edilen bilgiler Microsoft Excel programı kullanılarak kodlanmış, araştırmanın bulguları ve sonuçları oluşturulmuştur. Buna göre; en temel sorunun ekonomik sorun olduğu ve açılış için gerekli olan evrakların tamamlanıp, geri dönüş süresi ile ilgili sıkıntı yaşadıklarını belirten katılımcılar, hukuki olarak herhangi bir sorun yaşamadıklarını belirtmişlerdir. Bunun yanında çevreden en önemlisi aileden genel anlamda manevi destek almadığını belirten katılımcılar, açılış süreci ve açıldığı dönemlerde uzun süreler işletmelerde bulunmalarından dolayı ailevi sıkıntılarla karşı karşıya kaldığını ifade etmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Seyahat Acentesi, Çevresel Sorunlar, Kuruluş Süreci

DETERMINING THE ENVIRONMENTAL PROBLEMS ENCOUNTERED BY TRAVEL AGENCIES DURING THE ESTABLISHMENT PROCESS (EXAMPLE OF GAZİANTEP)

ABSTRACT

Small-sized enterprises are of great importance in the development, growth and employment of countries. travel agencies in the service sector especially have a great role in the recognition of the city, the region and the country afterwards. It is thought that the increase of numbers in cities where travel agencies are established has an important share in the economic, social and cultural development of the city, the region and the country. The main purpose of the survey is to identify environmental problems encountered by travel agencies during the establishment process. From this point of view, it is important to determine the problems of the agencies in the establishment process and to work on the suggestions for solving these problems. Qualitative research methods were used in the study, face-to-face interviews were conducted with 8 Agroup travel agency owners. The main reason for limiting the number of samples to 8

persons is that the responses to the questions start to repeat each other. The information obtained from 8 participants was coded using Microsoft Excel program, the findings of the research and the results were created. Accordingly, participants indicated that the most fundamental problem was the economic resource problem, and that the documents required for the establishment of the enterprise were completed and had difficulties with the return period. participants stated that they did not have any legal problems. In addition, the participants expressed that they did not see any spiritual support from the environment and most importantly from the family in general. Therefore, they also stated that they faced family troubles due to their presence in the opening period and in the opening periods.

Keywords: Travel Agency, Environmental Problems, Establishment Process

EVALUATION OF THE THERMAL COMFORT LEVEL OF URBAN TOURISM DESTINATION IN ERZURUM: THE CASES OF TAS MAGAZALAR STREET AND YAKUTIYE SQUARE

Arş. Gör. Merve YAVAŞ

Atatürk Üniversitesi
merveyvs@gmail.com

Dr. Öğr. Ü. Doğan DURSUN

Atatürk Üniversitesi
dogan08@gmail.com

ABSTRACT

In the last decade, urban tourism and climate sensitive urban design has become popular research topics in most of the countries due to the changing global competitive economy and climate pattern. Tourism is one of the largest economic sectors globally and is highly correlated with thermal comfort level. It is a climate sensitive sector. Especially for urban tourism, climate is one of the most important attributes for a destination choices. In this process, urban tourism patterns may change in relation to climate conditions and thermal comfort. Cold weather cities have always been in the disadvantageous group of cities in terms of urban tourism and experiencing stressful climatic conditions such as snow, ice, wind and darkness. They are always needed to be ready against those conditions and to have well designed urban places. From macro-scale to micro-scale, urban patterns should be consistent with cold climate conditions due to increase the quality of life and thermal comfort level in that cities. Especially, public spaces should reflect winter city characteristics in order to extend outdoor uses. Residents should be encouraged to be remaining outside with the help of public space design which also maximizes the beneficial aspects of winter. The main objective of this study is to explore the consistencies between the urban patterns of two most popular historical urban tourism destinations of Erzurum (Tas Magazalar Street and Yakutiye square) and cold climate conditions. In this process, it is aimed to produce thermal comfort model of both Yakutiye square and historical commercial street in Erzurum and determine the level of sensitivity of urban form to climate conditions. It mainly questions whether urban patterns in and around the square and street eliminate the winter disturbances. And also, it questions the capability of these urban spaces about transforming outdoor space into a center of attraction. In this context, case studies were conducted in the winter period. The analysis uses the data gathered through morphology of the site, meteorological parameters and time parameters. Thermal comfort mapping can be produced within a methodology based on these three issues and will give an idea for the design of better pedestrian commercial street in winter cities. For calculating the models, ENVI-met as a software designed to simulate the surface, plant and air interactions of an urban environment were used. It is three-dimensional microclimate model in which buildings, vegetation and surfaces in the case study area are designed on a 3D grid at a typical resolution of 0.5–10m. The software calculates main wind flow, temperature, humidity and turbulence by utilizing a full 3D prognostic meteorological model. In order to make a simulation, ENVI-met needs modeling the environment, setting the configuration and evaluating the model performance. It requires to set in input several atmospheric quantities (Atmosphere temperature, Wind Speed [m/s], Wind Direction, Specific Humidity, Relative Humidity, Roughness length measurement site) and several built environment characteristics

(height of the buildings; materials on building surface; pavements such as grass, water, concrete and asphalt). In addition to ENVI-met model based on micro-climate analysis, spatial analyses were made by considering distance between buildings, street widths and orientations. The findings show that Tas Magazalar street and Yakutiye Square are not compatible with cold climate conditions and not taking the advantage of the existing climate conditions. On the contrary, they are creating cold stress for the tourists and residents. In the conclusion part, some urban design proposals will be suggested for the case study areas.

Keywords: Thermal Comfort, Micro-climate, Urban Tourism, Urban Design, Erzurum

YİYECEK İÇECEK İKRAMLARININ HAVA YOLU YOLCU MEMNUNİYETİNDEKİ YERİ

Doç. Dr. Onur GÖRKEM

Pamukkale Üniversitesi
ogorkem@pau.edu.tr

Doç. Dr. Kamil YAĞCI

Pamukkale Üniversitesi
kyagci@pau.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Murat BAYRAM

Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi
mbayram@pau.edu.tr

ÖZET

Hava yolu ulaşım sektöründe hizmet kalitesi konuk memnuniyetine ilişkin en önemli bileşenlerden biridir. Kabin içi yiyecek içecek ikramları ise hizmet kalitesinin en önemli bileşenlerinden biridir. Yiyecek içecek ikramları birçok havayolu firması için en önemli rekabet unsurlarından biri konumundadır. Bu doğrultuda kabin içi yiyecek içecek memnuniyeti ile tavsiye kararı arasındaki ilişkinin analiz edilmesi çalışmanın amacını oluşturmuştur. Araştırma verilerini skytrax.com üzerinden yapılan tüketici değerlendirmeleri oluşturmuştur. Bu doğrultuda 2017 yılı verilerine göre Avrupa'nın en iyi ilk üç hava yolu firması Lufthansa, Türk Hava Yolları ve Swiss International Air Lines firmalarının kabin içi yiyecek içecek ikramına ilişkin tüketici değerlendirmeleri ile tavsiye kararları analiz edilmiştir. Veri analizinde regrasyon, korelasyon ve varyans (ANOVA) testleri kullanılmıştır. Çalışma bulgularına göre Türk Hava Yolları'nın kabin içi ikramlar konusunda Türk mutfak lezzetlerini oldukça etkin kullandığı anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Hava yolu sektörü, Kabin içi yiyecek içecek servisi, Konuk memnuniyeti.

THE EFFECT OF FOOD AND BEVERAGE REFRESHMENTS ON AIRLINE PASSENGER SATISFACTION

ABSTRACT

Service quality in the airline transportation sector is one of the most important components of guest satisfaction. In-cabin catering service is one of the most important components of service quality and one of the most important competitive elements for many airline companies. In this respect, the analysis of the relationship between food and beverage satisfaction in cabin and recommendation decision has created the aim of this study. Consumer evaluations made on SkyTrax.com have been gathered as study data. In this direction, consumer reviews and recommendations on the provision of in-cabin catering service for European top three airline companies Lufthansa, Turkish Airlines, and Swiss International Air Lines were analyzed according to the year 2017. Regression, correlation and variance (ANOVA) tests were used in data analysis. According to the findings of the study, it was understood that Turkish Airlines is using Turkish culinary delicacies quite effectively in cabin refreshments.

Keywords: Airlines industry, In-cabin catering, Guest satisfaction.

ERMENEK'İN ALTERNATİF TURİZM POTANSİYELİ VE TURİZM İÇİN KULLANILABİLİRLİĞİ

Öğr. Gör. Meral İŞ

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
meralbozdogan@kmu.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Serkan AYLAN

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
serkanaylan@kmu.edu.tr

Öğr. Gör. Pinar YEŞİLÇİMEN

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
pinaraydag@kmu.edu.tr

ÖZET

Turistlerin tatil beklentilerinin yıllar içerisinde değişmesi ve mevcut turizm türlerinin yıllar içerisinde eski popülerliğini yitirmesi gibi nedenler, turistleri farklı arayışlar içerine itmiş, bunun sonucunda tüm dünyada geçerli alternatif turizm türleri ortaya çıkmıştır. Son yıllarda her bölge sahip olduğu özelliklere göre farklı alternatif turizm çeşitleri geliştirmeye ve turistik çekicilik unsuru olarak turizm pazarının hizmetine sunmaya başlamıştır. Bu çalışmanın amacı, henüz turizm potansiyelini tam anlamıyla değerlendirememiş olan Ermenek'in sahip olduğu farklı turizm kaynaklarının gün yüzüne çıkartılması, bu kaynakları turizm pazarında avantajlı bir şekilde kullanılabilmesi, doğal kaynaklarının korunarak alternatif turizm türlerinin oluşturulmasında bir bakış açısı geliştirmektir. Bu kapsamda nitel bir araştırma olarak tasarlanan araştırmada; coğrafi konumu, doğal güzellikleri, tarihi unsurları ve kültürel mirası ile turizm açısından önem arz eden Ermenek'in uluslararası turizm hareketliliğinden pay alacak yeterli alternatif turizm potansiyeline sahip olduğu görülmüştür. Ancak, bu potansiyelini henüz kullanamadığı sonucundan yola çıkılarak ve bu potansiyelin geliştirilebilmesi için önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Alternatif Turizm, Ermenek

ERMENEK'S ALTERNATIVE TOURISM POTENTIAL AND AVAILILTY OF TOURISM ABSTRACT

ABSTRACT

The reasons such as tourists' vacation expectations changes over the years and the current types of tourism have lost their old popularity over the years have pushed tourists into different pursuits, consequently alternative tourism types that are valid all over the world have emerged. In recent years, every region has started to develop different alternative tourism types according to own features and to serve these features tourism market as a tourist attraction. The purpose of this study is to develop a point of view on unearthing the different tourism sources belong to Ermenek -where Ermenek, has not yet fully evaluated the tourism potential- ,using these sources expediently in tourism market, creating alternative tourism types by preserving natural sources. In this research, which is designed as a qualitative research; It is seen that Ermenek, where has importance in terms of tourism with its geographical location, natural beauties, historical elements and cultural heritage, has sufficient

Alternative tourism potential to take part in international tourism mobility. However, as a result of the fact that this potential has not yet been used, suggestions have been made to improve this potential.

Keywords: Tourism, Alternative Tourism, Ermenek

ÇEVRESEL BELİRSİZLİĞİN ETİK LİDERLİK ÜZERİNDEKİ ROLÜ:VAN OTEL YÖNETİCİLERİ ÜZERİNDE BİR UYGULAMA

Dr. Öğr. Ü. Burcu Turan TORUN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
burcuturan@yyu.edu.tr

Gizem GÖZEN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
gizemgozen@gmail.com

ÖZET

Örgütün çevresiyle olan ilişkisi, yapısının ve yönetiminin niteliğini birçok açıdan etkilemektedir. Her örgütün ve yönetim olayının farklı çevresel faktörleri olduğu varsayılır ve her örgütün doğru çözümü saptayabilmesi için içinde bulunduğu çevre koşullarını iyi tanıması gerektiği, her şeyin bu koşullara bağlı olarak değişebileceği ve gelişebileceği fikri esas alınır. Belirsizlik bireylerin belli bir konuda yetersizliğini ifade eden bir kavramdır. Bir anlamda belirsizlik bireylerin gelecek hakkındaki bilgi eksikliğidir. Çevresel belirsizliğini kavramsal bir fenomen olarak tanımlamış olan Milliken, çevresel belirsizliği "bir bireyin organizasyon çevresini doğru olarak tahmin etme konusundaki bilgi eksikliği veya elde ettiği bilgileri ilgili veya ilgisiz olarak ayırt edebilme kabiliyeti eksikliği" olarak tanımlamaktadır. Son birkaç yılda, liderlik alanında etik ve etik liderlik ve Turizm sektöründeki uygulamaları büyük ilgi çekmeye başlamıştır. Dürüstlük etik liderlikle ilgili bazı işaretler gösterse de tam anlamı ile etik liderliği anlatmada yeterli değildir. Etik, toplumun bireylere yüklediği rollerde nasıl davranılması gerektiği ile ilgilenir. Etik liderliğin, çalışanların işletme maliyetlerini düşürmek gibi örgütsel seviyede yaptıkları davranışları etkilemesi sebebiyle organizasyonlar için önemli olduğu öne sürülmektedir. Bu çalışmanın amacı Van ilinde bulunan otel Yöneticilerinin içinde bulunduğu değişik; çevre, durum ve koşullara göre değişik teknikler ve davranışlar geliştirerek oluşan çevresel belirsizliğin Etik liderlik davranışına nasıl yansıtıldığıdır. Çalışmada anket yöntemi kullanılmıştır. Veriler Spss programında analiz edilerek belirsizliğin Etik Liderlik üzerindeki etkisi ölçülmeye çalışılmıştır. Çevresel belirsizliğin liderliğin bir boyutu olan Etik liderliğin üzerindeki etkisi araştırılmış, Van Otel Yöneticilerinin belirsizlik algılarının Etik liderlik Davranışları üzerindeki etkisi ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Çevresel Belirsizlik, Liderlik, Etik liderlik.

THE ROLE OF ENVIRONMENTAL UNCERTAINTY ON ETHICAL LEADERSHIP AN APPLICATION ON THE MANAGEMENT OF TOURISM IN VAN

ABSTRACT

The association with the periphery affects the nature of its structure and management in many ways. It is assumed that each organization and administration has different environmental factors, and each organization is based on the idea that it needs to define the environmental conditions in which it is, so that everything can change and develop depending on these conditions. Uncertainty is a concept that expresses the inadequacy of individuals in a particular context. In a sense, uncertainty is the lack of information about the future of the individual. Milliken who identifying environmental uncertainty as a conceptual phenomenon,

describes environmental uncertainty as "the lack of ability to distinguish an individual's lack of knowledge or knowledge of accurately estimating the organizational environment as related or unrelated". In the last few years, ethical and ethical leadership in leadership and applications in the tourism sector have begun to attract a great deal of attention. Even if truthiness shows some signs of ethical leadership, it isn't fully sufficient to tell ethical leadership. Ethics deals with how the community should be treated in the role that the individual imposes on it. It is suggested that ethical leadership is important for organizations because it affects their behavior at the organizational level, such as lowering operating costs. The aim of this study was to find that the hotel managers in Van province are different; how the environmental uncertainty that emerged by developing various techniques and behaviors according to the environment, conditions and conditions reflects the ethical leadership behavior. The survey method was used. The data were analyzed in the spss program and the uncertainty was tried to measure the effect on the ethical leadership. The impact on ethical leadership, a dimension of the leadership of environmental uncertainty, was investigated and the influence of Van Hotel Management's uncertainty perceptions on ethical leadership behaviors.

Keywords: Environmental uncertainty, leadership, ethical leadership.

TOPLUM DESTEKLİ TURİZMİN ÇEVRE PSİKOLOJİSİ BAKIŞ AÇISIYLA DEĞERLENDİRİLMESİ

Arş. Gör. Hülya YEŞİLYURT

Adıyaman Üniversitesi
hyesilyurt@adiyaman.edu.tr

Prof.Dr. Nilüfer KOÇAK

Dokuz Eylül Üniversitesi
nilufer.kocak@deu.edu.tr

ÖZET

Yerel halkın turizm politikası ve planlaması aşamalarına katılımı, turizmin başarılı bir şekilde sürdürülebilmesi için gerekli koşullardandır. Bu bağlamda yerel halkın turizm gelişimine yönelik algı ve desteği uzun yıllardır akademik çalışmalara konu olmaktadır. İlgili alan yazın incelendiğinde yerel halkın turizm gelişime yönelik algı ve desteğinin sadece sosyal değişim teorisi açısından değil aynı zamanda duygusal bütünleşme, toplumsal güçlendirme, yer kimliği, yere bağlılık ve yer imajı gibi bir takım öncül unsurlarla da açıklandığını ortaya koyan çalışmaların olduğu görülmektedir.

Bireyler yaşadıkları çevre ile karşılıklı ilişki içerisinde. Birey çevresinden etkilenirken, çevresini de etkileyen konumda olabilmektedir. Bu bağlamda insan ve çevre ilişkisi içerisinde insan hem çevreyi etkileyen hem de çevreden etkilenendir. Bu etkileşim uzun zamandır çevre psikolojisi tarafından incelenmektedir. Çevre psikolojisi literatürü incelendiğinde insanın yaşadığı çevre ile kurduğu ilişkinin anlaşılmasında yer kimliği, yere bağlılık gibi çeşitli kavramlar kullanılmaktadır. Bu bağlamda çalışmada yerel halkın turizm gelişimine yönelik algı ve desteği, çevre psikolojisi bakış açısıyla değerlendirilmiştir. Dolayısıyla öncelikle yer kimliği, yere bağlılık ve yer imajı kavramları incelenmiş ve bu kavramlar ile yerel halkın turizm gelişim desteği arasındaki ilişkisini inceleyen çalışmalara yönelik literatür incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Gelişimi, Yer Kimliği, Yer İmajı, Yere Bağlılık

ASSESSMENT OF COMMUNITY ASSISTED TOURISM WITH AN ENVIRONMENT PSYCHOLOGY PERSPECTIVE

ABSTRACT

The participation of a local community in tourism policy and planning stages is among the necessary conditions for successfully sustaining tourism. In this sense, the perception and assistance of local communities with regards to development of tourism has been subjected to academic studies for many years. Reviewing the related body of literature indicates that the perception and assistance of local communities towards tourism development is not only explained through social exchange theory, but rather there are also other studies explaining it with some antecedent elements such as emotional solidarity, resident empowerment, place identity, place attachment and place image.

Individuals are in a mutual relation with the environment they live in. Whilst being affected by his environment, he can also be in a position that can affect his environment. In this sense, within the man-environment relation, man is both affecting the environment and being affected by the environment. This interaction has long been analysed by environmental

psychology. Environmental psychology literature is using various concepts such as place identity, place attachment to help understanding the relation established by man with the environment he lives in. In this sense, the perception and assistance of local communities towards tourism development has been assessed with an environmental psychology perception in this study. Therefore, first the place identity, place attachment and place image concepts have been analysed through the literature containing studies that review the relation between these concepts and the assistance of local communities towards tourism development.

Keywords: Development of Tourism, Place Identity, Place Image, Place Attachment

YEREL HALKIN TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK DESTEĞİNİ İNCELEYEN MAKALELERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Arş. Gör. Hülya YEŞİLYURT

Adıyaman Üniversitesi
hyesilyurt@adiyaman.edu.tr

Prof. Dr. Nilüfer KOÇAK

Dokuz Eylül Üniversitesi
nilufer.kocak@deu.edu.tr

ÖZET

Turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği bölgelerde ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel açıdan olumlu ve olumsuz olarak önemli bir etkileşim ortaya çıkmaktadır. Söz konusu bu etkiler turizm sektörünün gelişimi için önemli aktörler olan turizm işletmeleri, turistler ve yerel halk gibi paydaşları da etkilemektedir. Ancak olumlu ve olumsuz bu etkilerden en çok etkilenen ise o destinasyonda yaşayan yerel halktır. Sosyal Değişim Teorisi'ne göre yerel halk turizmin etkilerini olumlu olarak algıladığı bölgelerde turizmin gelişmesine destek vermektedir. Bu nedenle yerel halkın turizme yönelik algıları, bölgenin turistik gelişimini etkilemektedir. Turizm destinasyonunda yaşamını sürdüren yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarını anlamak ve bu algıları etkileyen faktörleri ortaya çıkarmak yerel halkın turizm gelişim desteğini kazanmada oldukça önemlidir. Nitekim turizm faaliyetlerinin başarısı için yerel halkın turizm gelişimine olan desteğine ihtiyaç duyulmaktadır. Yerel halkın başarılı bir turizm gelişimindeki öneminden dolayı yerel halkın turizm gelişimine olan tutum ve algıları turizm araştırmalarında oldukça sık rastlanan konular arasında yer almaktadır. Günümüzde turizm alanında yapılan bibliyometrik çalışmaların sayısı artış göstermektedir. Söz konusu bu çalışmalar, araştırılan konu ile ilgili olarak mevcut durumun ortaya konmasına katkı sağlamaktadır. Ulusal alanyazındaki çalışmalar incelendiğinde tek başına turizmi konu alan çalışmalar olduğu gibi turizm pazarlaması, kırsal turizm, sağlık turizm, sürdürülebilir turizm, turizm ve çevre, turizm talebi, kültürel miras ve gastronomi turizmi gibi alt konularda da çalışmalar yapılmaktadır. Ancak alanyazında yerel halkın turizm gelişimine yönelik desteği ile ilgili bibliyometrik bir incelemeye rastlanmamıştır. Bu bağlamda çalışmada turizm alanından önde gelen 4 uluslararası dergide yerel halkın turizm gelişimine yönelik algı ve desteği ile ilgili makaleler; dergilere ve yıllara göre dağılımı, makalenin konusu ve anahtar kelimeler, araştırma yaklaşımı, örnekleme yöntemi, araştırmanın yapıldığı ülke ve şehir gibi parametrik özellikler açısından incelenmiştir. Yapılan bu çalışma araştırmacılara konu ile ilgili güncel bilgi sunması bakımından önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Yerel Halk, Bibliyometrik Analiz

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF ARTICLES REVIEWING THE SUPPORT OF LOCAL COMMUNITY FOR TOURISM DEVELOPMENT

ABSTRACT

Areas with tourism activities experience a significant positive and negative interaction in economic, environmental and socio-cultural terms. These impacts in question also have an effect on the stakeholders such as tourism facilities, tourists and locals, who are all important

actors for the development of tourism sector. However, it is the local community living in that destination who is subjected most to these positive and negative effects. According to Social Exchange Theory, when the local community has a positive perception of the effects of tourism, they support the development of tourism in that area. Therefore, the perception of the local community about tourism does have an effect on the touristic development of an area. Understanding the local community living in a tourism destination with regards to their perception of the effects of tourism and to reveal the factors that affect these perceptions is highly important in gaining the support of the local community for the development of tourism. Hence, the support of the local community on tourism's development is required for the success of tourism activities. Because of the importance of the local community for the development of successful tourism, the attitudes and perceptions of the local communities towards the development of tourism are among the headlines commonly found in tourism researches. The number of bibliometric studies in the field of tourism is constantly increasing nowadays. These studies contribute to understanding the current situation with regards to the researched topic. Reviewing the studies in the national body of literature, there are studies addressing tourism only, as well as studies on sub-topics such as tourism marketing, rural tourism, health tourism, sustainable tourism, tourism and environment, tourism demand, cultural heritage and gastronomy tourism. However, no bibliometric reviews related to the support by a local community for tourism development has been found in the body of literature. In this sense, this study has reviewed the articles related to the perception and support of local communities regarding tourism development in 4 leading international tourism journals, analysing parametrical aspects such as dissemination per journal and year, topic of article and keywords, study approach, sampling method, country and town of the study. This study is important for providing updated data to researchers.

Keywords: Tourism, Local Community, Bibliometric Analysis

OTEL İŞLETMELERİNDEKİ ERGONOMİK RİSKLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Öznur BOZKURT

Düzce Üniversitesi
oznurbozkurt@duzce.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Sağbetullah MERİÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
smeric@yyu.edu.tr

Barış KAYMIŞ

Van Uzman O.s.g.b.
bars.kayms@gmail.com

ÖZET

Ergonomi, insanın biyolojik özelliklerinin dikkate alınarak insan ile çevrenin uyumunun araştırılması ve geliştirilmesini kapsamaktadır. Bir diğer ifade ile ergonomi, yapılan işin insan anatomisine uygun olması anlamını taşımaktadır. Ergonomik çalışmaların amacı, yalnızca insanı kazalardan veya hatalardan koruyarak üretimin sürekliliğini sağlamak değildir. Ergonomik uygulamalarda asıl hedef, çalışma ortamlarını insanı mutlu edecek ortamlara dönüştürmektir. Bu çalışmada, Van ilinde faaliyet gösteren otel işletmeleri, ergonomi kapsamında değerlendirilmiştir. Araştırma ile otel işletmelerindeki ergonomik risklerin tespit edilmesi ve işletmelerdeki ergonomi uygulamaların ne düzeyde önemsendiği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırma otel çalışanları açısından ergonomik yapının incelenmesini kapsadığından önem arz etmektedir. Araştırmada gözlem ve yerinde inceleme yöntemi ile veri elde edilmiştir. Araştırma evrenindeki işletmeler iş sağlığı ve güvenliği uzmanının da dahil olduğu araştırmacılar tarafından ziyaret edilerek belirli kriterler kapsamında değerlendirmeler yapılmıştır. Araştırma konaklama işletmelerindeki tüm birimleri (mutfak, restoran vb.) ve çalışanları kapsayacak şekilde gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda otel işletmelerindeki çalışma alanlarında bulunan malzemelerin genellikle ergonomik açıdan uygun olduğu tespit edilmiştir. Otel işletmelerinde karşılaşılan en önemli ergonomik sorunlardan birinin çalışan ayakkabı ve kıyafetleri olduğu araştırmada elde edilen bir diğer sonuçtur. Araştırma sonucunda otel işletmelerinde tespit edilen risklerin ortadan kaldırılması için işletmelere çözüm önerileri sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Otel İşletmeleri, Ergonomi, Ergonomik Riskler, Van

EVALUATION OF ERGONOMIC RISKS IN HOTEL OPERATIONS

ABSTRACT

Ergonomics includes research and development of human to environment compatibility by considering human biological characteristics. In other words, ergonomics means that the work done is suitable for human anatomy. The purpose of ergonomic work is not to ensure the continuity of production by protecting the human from accident or mistake. The main goal in ergonomic applications is to transform working environments into environments that will make people happy. In this study, hotel enterprises operating in Van province were evaluated within the scope of ergonomics. The research aimed to determine the ergonomic risks in hotel operations and to show the importance of ergonomic applications in business. The research

was conducted to cover all units (kitchen, restaurant, etc.) and employees in the accommodation business. Observation and on - site inspection method were used to obtain data. Businesses in the research community were visited by researchers, including occupational health and safety specialists, and assessments were made under specific criteria. The research was conducted to cover all units (kitchen, restaurant, etc.) and employees in the accommodation business. As a result of the research, it was determined that the materials in the working areas of the hotel enterprises are generally ergonomically appropriate. Another result of research that one of the most important ergonomic problems encountered in hotel enterprises is working shoes and clothes. As a result of the research, solutions are proposed to the businesses to eliminate the risks identified in the hotel enterprises.

Keywords: Hotel Operations, Ergonomics, Ergonomic Risks, Van

TURİST REHBERLİĞİ BÖLÜMLERİ DERS PROGRAMLARININ “TÜRK KİMLİĞİ” AÇISINDAN İNCELENMESİ

Öğr. Gör. Dr. Tolga Fahri ÇAKMAK

Bartın Üniversitesi
tolgafahricakmak@gmail.com

Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER

İstanbul Üniversitesi
istanbul@istanbul.edu.tr

ÖZET

Bir destinasyonu ziyaret eden turistlere rehberlik yapan turist rehberleri sadece ilgili destinasyondaki soyut ya da somut nitelikli kültürel mirası değil aynı zamanda geçmişte ya da bu gün o topraklar üzerinde yaşayan milletlerin tarihini bilmekle de yükümlüdür. Bu çerçevede turist rehberlerinin Türk kimliği konusunda da yeterli bilgi ve donanımına sahip olması, Anadolu'yu ziyaret eden turistlerin bu kimlik hususundaki sorularına da doyurucu yanıt verebilmesi beklenmektedir. Bu da öncelikli olarak üniversitelerin turist rehberliği eğitimi veren bölümlerinin konuya eğilmesi ve gerekli müfredatı hazırlaması ile mümkün olabilir. Bu çalışmada turizm fakültelerine bağlı turizm rehberliği bölümlerinin ders programı incelenerek, programlar kapsamında Türk kimliğinin hangi çerçevede ele alındığı incelenmiştir. Çalışma 36 adet turizm fakültesi içerisinden, bünyesinde “turist rehberliği” ile “seyahat işletmeciliği ve turist rehberliği” programları olan fakülteler dahil edilerek toplamda 16 adet bölüm ders program ve içeriklerinin, içerik analizi yapılarak tamamlanmıştır. Yapılan araştırma sonucunda programların Türk kültürü, mimarisi ve mitolojik inanç temelleri gibi kavramlar üzerine yoğunlaştığı görülmüştür. İnceleme neticesinde programların içeriğinde ağırlıklı olarak Anadolu Selçuklu ve Osmanlı Devleti merkezli derslerin bulunduğu, Türklerin Anadolu'ya girdikten sonra ortaya koyduğu uygarlık kültürüne odaklanılmış olduğu, bunlarında sanat tarihi ve mimari çerçevede incelendiği görülmüştür. Buna ek olarak Anadolu öncesi Türk kültürünün ve kimliğinin genel itibarıyla mitoloji dersleri çerçevesinde ele alındığı ve destanlar aracılığı ile Türk kimliğinin işlendiği fakat resmi tarih ayağının eksik kaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Ders içeriklerinde Türklük kavramı ve kökleri tarihsel olaylar kapsamında ele alınmaktan ziyade mitolojik hikayeler çerçevesinde işlenmekte, büyük Türk devletlerinin dünya ve Türk tarihi açısından önemine yeterince yer verilmemektedir. Çalışma bu noktada yapılan tespitler kapsamında ders içerikleri açısından öneriler getirerek tamamlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberliği, Eğitim, Türk Kimliği

INVESTIGATION OF THE CURRICULA OF TOURIST GUIDING DEPARTMENTS IN TERMS OF “TURKISH IDENTITY”

ABSTRACT

Tourist guides who guide tourists visiting a destination are not only obliged to know the abstract or tangible aspects of the cultural heritage of the relevant destination, but also to know the history of the nations living there in the past or today. In this context, it is expected that tourist guides have sufficient knowledge and be well equipped about Turkish identity and can respond satisfactorily to the questions of tourists visiting Anatolia about this identity. This

may be possible by giving priority to the departments of universities that provide tourist guiding education and prepare the required curricula. In this study, the curricula of tourist guiding departments affiliated to tourism faculties are examined and the scope of the Turkish identity handled in these curricula is investigated. The study was completed by the content analysis of 16 department course curricula and their contents in total through 36 tourism faculties including "tourist guiding" and "travel management and tourist guiding" programs within their structure. As a result of the research, it was seen that the programs concentrate on concepts such as Turkish culture, architecture and foundations of mythological beliefs. As a result of the survey, it was observed that the contents of the programs were predominantly based on the Anatolian Seljuk and Ottoman State courses, and that they were concentrated on the culture of civilization revealed by Turks after they entered Anatolia, and that they were examined within the framework of art history and architecture. In addition, it was concluded that pre-Anatolian Turkish culture and identity were handled in general within the framework of the mythology courses and that the Turkish identity was discussed through the epics but the official historical aspect was missing. In the content of the course, the concept of Turkishness and its roots in the course content are handled within the context of mythological stories rather than in the context of historical events, and the significance of the great Turkish states in terms of world and Turkish history is not given sufficient place. The study was completed with the suggestions for the course contents within the scope of the determinations made at this point.

Keywords: Tour Guidance, Education, Turkish Identity

ARKEOLOJİK ALANLAR VE ZİYARETÇİ BEKLENTİLERİ: ANTALYA'DAN GÖZLEMLER

Öğr. Gör. Aydın UÇAR

Akdeniz Üniversitesi

Doç. Dr. Hilal Tuğba ÖRMECİOĞLU

Akdeniz Üniversitesi

ÖZET

Turizm sektörü ülkemizde 1980'den sonra hızla gelişmiştir. Antalya; doğa, deniz ve tarihi zenginlikleri ile çok gözde bir destinasyon olarak bu gelişme içinde önemli yer tutmuştur. Son istatistik verilere göre, yılda 12 milyon turist Antalya'yı ziyaret ederken bu rakamın ancak 3 milyonu bölgedeki arkeolojik alanları ziyaret etmiştir.

Arkeolojik kazıların ülkemizde uzun bir geçmişi bulunmakta, ülkemizin sahip olduğu değerli arkeolojik hazineler bu kazıların önemini daha da artırmaktadır. Bu uzun geçmiş sonucu ülkemizde arkeolojik kazıların güçlü geleneği ve kültürü oluşmuştur. Buna karşılık arkeolojik alanlar ziyaretçilere hazır olarak sunulabilmekte midir? Arkeolojik alanlarımız ziyaretçilerin beklentilerini karşılayabilmekte midir?

Kazı aşamasında her zaman kazı başkanı üzerinde alanın ziyarete açılması konusunda bir baskı vardır. Arkeolojik alanların gelir kaynağı olarak görülmesi de bunda etkilidir. Arkeolojik alanları koruma yaklaşımı ve turizmin talepleri bu noktada çatışma halindedir. Arkeologlar ve korumacılar, turistlerin sit alanına bazen yarardan çok zarar da getirebilmeleri nedeniyle arkeolojik alanın turizme açılmasına endişeyle bakarlar.

Bu çalışmada bu sorular ışığı altında önce uluslararası alanda turizm ve kültürel mirasın sunumu konusunda son kuramsal gelişmeler ortaya konulacak ve bu kuramsal gelişmelere bağlı yapılmış uluslararası örneklerden yapılan analiz paylaşılacaktır. Daha sonra Antalya'nın gözde arkeolojik sitelerinden (Perge, Aspendos ve Lybre) ziyaretçilere yönelik yapılmış uygulamalar incelenecek ve ziyaretçi memnuniyeti ile karşılaştırılacaktır. Bunun için ziyaretçilerin çeşitli uygulamalar yoluyla internet üzerinden bu alanlarla ilgili serbest olarak yaptıkları yorumları analiz edilecek toplanıp ve tasnif edilecek ve kuramsal olarak öngörülenler, yapılmış olan uygulamalar ve ziyaretçilerin yorumları karşılaştırmalı analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Arkeolojik Alan Yönetimi, Turizm Yönetimi, Ziyaretçi Beklentileri

ARCHAEOLOGICAL SITES AND VISITOR EXPECTATION: AN OBSERVATION FROM ANTALYA

ABSTRACT

Tourism sector have grew up since 1980 in Turkey and Antalya has become a popular destination during this process. The latest data show us that approximately over 12 million tourist have got visited Antalya last year, nevertheless only 3 million of them met the archaeological sites in this province.

Archaeological excavation has got also a long history in Turkey and the archaeological treasures of the country makes them more important. Because of this long history, the archaeological excavations have got also a strong tradition and culture. But what about the presenting of these archaeological sites? Did the sites satisfy the expectations of the visitor?

There is always a pressure over the archaeologist to open the sites immediately to the visitors, during the excavations; due to its income potential. At this point, there is a conflict between demands of conservation and tourism. Archaeologists and conservators look with fear to tourism, since tourist may be bring more harm than benefits to the sites.

In this study, firstly, the theoretical progress about tourism and presentation of cultural heritage will be conveyed and the latest international applications about site presentation will be conferred. Then, the applications in favourite archaeological sites of Antalya (Perge, Aspendos and Lybre) will be examined in relation with visitor satisfaction. The visitor opinions will be gathered and sorted on the internet about these sites. Hence, the theoretically predicted and implemented practices will be comparatively analysed in relation with the comments of the visitors.

Keywords: Archeological Site Management, Tourism Management, Visitor Expectation

TURİZM, İMAJ ÜRETİMİ VE MİMARLIK

Öğr. Gör. Aydın UÇAR

Akdeniz Üniversitesi

Doç. Dr. Hilal Tuğba ÖRMECİOĞLU

Akdeniz Üniversitesi

ÖZET

18. yüzyılın sonlarından itibaren insanların yeni yerler görmek amacıyla yer değiştirmeye başlaması turizmin de ortaya çıkmasına neden olmuştur. Kişilerin yer değiştirmesini motive eden merak duygusunu doğal yada tarihi güzelliklerle yönlendirmenin mümkün olmadığı durumlarda mimarlık mekânsal cazibe ve odak üretimi için önemli bir araç haline gelmektedir. Bu koşullar altında mimarlık mesleği en az yerine getirilmesi olmazsa olmaz işlevsel ihtiyaçlar kadar, müşterinin arzu ettiği imajı da üreten bir temsil aracı olmasıyla da önem kazanmakta, bu nedenle mimari form özellikle son yüzyılda imaj oluşturma sürecinin bir parçası olmaktadır. Mekansal cazibe ve odak ise turizmin temel motivasyonlarından olan yeni yerler görme fonksiyonuna hitap eder. İnsanların yeni mekanlara gitmesini motive edecek yeni cazibe merkezleri üretmeyi amaçlarken mimarlık, aslında sadece gezilebilir deneyimlenebilir mekanlar kurgulamaz aynı zamanda görülebilir akılda kalıcı imajlar yaratmayı da hedefler. Bunlar mekanın sembolleri olmaya aday olan odak yapılarıdır.

İşte bu nedenlerle bu çalışma mimarlık mesleğinin turizmin ihtiyaçları çerçevesinde doğal ve yapılı çevreyi nasıl canlandırdığını, yeni binaların yaratılmasının cazibeyi nasıl harekete geçirdiğini ve turizmi motive eden "arzu" biçimlerini araştırmayı amaçlamaktadır. Bunu yaparken mimarların fiziksel çevreyi ve tarihi mirası mimari imaj üretimi ile turizm pazarlaması için yeniden nasıl tasarladığı tartışılacaktır

Anahtar Kelimeler: Turistik İmaj Üretimi, Mimarlık, Mekansal Cazibe

TOURISM, IMAGE AND ARCHITECTURE

ABSTRACT

The concept of "tourism" is emerged by the need of man to change his/her location in need for seeing newer places after the end of 18th century. When it is not possible to direct the curiosity motivating people to relocate their place such as historical and natural beauties, architecture became an important tool for artificially production of spatial landmarks and attraction for place. Under these conditions, architectural profession gains importance not only for the fulfillment of functional requirements but also as a means of representing the desired image. For this reason, the architectural form had become a part of the image production process especially in the last century.

Spatial landmarks and attraction of place is the serving the basic motivation of tourism, to the function of seeing new places. While aiming to create new centers of attraction that motivate people to go and see new places, architecture not only aims to design buildings to visit and experience and, but also to create visible images that can be captured in mind. These are landmarks which tends to be the symbols of the places.

For this reason, this study aims to investigate how the architectural profession revives the natural and built environment within the framework of the tourism needs, how the attraction of the creation of new buildings acted and the "desired" forms that motivate tourism. In doing

so, it will be discussed how architects re-design the physical environment and historical heritage for the production of architectural images and for tourism marketing

Keywords: Touristic image production, Architecture, Spatial attraction

VAN VE YÖRESİNİN ATASAL ÇEŞİDİ ERCİŞ ÜZÜMÜNÜN AGROTURİZM DEĞERİ

Dr. Öğr. Ü. Nurhan KESKİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
keskin@yyu.edu.tr

Prof. Dr. Birhan KUNTER

Ankara Üniversitesi
marasali@agri.ankara.edu.tr

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
alaeddinoglu@yyu.edu.tr

ÖZET

Van ilinde Bağcılık, iklim koşulları nedeniyle sınırlı bir tarımsal faaliyettir. Ancak Van ve yöresinin özgün çeşidi olan Erciş üzüm çeşidinin yetiştiriciliği, Türkiye bağcılığına önemli bir zenginlik katmaktadır. Erciş üzümü yaklaşık 3000 yıl öncesine dayanan geçmişle atasal gen kaynaklarımız arasında yer almaktadır. Erciş üzümünün başta Urartular olmak üzere sırasıyla; Medler, Persler, Romalılar, Bizanslılar, Ermeniler, Araplar, Selçuklular, Karakoyunlular ve Osmanlılar döneminde yetiştirildiği tarihi kayıtlardan anlaşılmaktadır. Tane ve salkım özellikleri ile şaraplık-şıralık değerlendirmeye uygun olmasına karşın, sofralık olarak da sevilerek tüketilmektedir. Olgunluk döneminde yüksek fiyatla alıcı bulmaktadır. Sofralık tüketiminin yanı sıra geleneksel olarak pekmez yapılarak da değerlendirilmektedir. Ayrıca taze veya salamura olarak yaprakları geleneksel yaprak sarması için kullanılmaktadır.

Bağcılık kültürü yörenin tarihi ile birlikte değerlendirildiğinde, Erciş üzüm çeşidi turizm odaklı kırsal kalkınmaya katkı sunabilme potansiyeline sahip olarak görülmektedir. Ayrıca üzümün sağlık bileşenleri olan fenolik maddeler ve antioksidan özellikleri bakımından Erciş üzümü zengin kaynaklardan biri olarak değer taşımaktadır. Bu çalışmada Van ve yöresinin atasal çeşidi olan Erciş üzüm çeşidinin agroturizm değeri incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Agroturizm, Erciş üzümü, Geleneksel bağcılık, Kırsal kalkınma, Van

AGROTOURISM VALUE OF THE ANCIENT GRAPE CULTIVAR 'ERCIŞ' IN VAN REGION

ABSTRACT

Viticulture is a limited agricultural activity due to climatic conditions in the Van region. However, the culture of the 'Erciş' grape cultivar which is typical for Van and its around contributes considerable richness to Turkish Viticulture. 'Erciş' cultivar is one of the ancient grape cultivars known back to about 3000 years before. Historical records indicated that 'Erciş' grape cultivar had been grown in Medes, Persians, Romans, Byzantines, Armenians, Arabs, Seljuks, Karakoyunlus and especially, the ancient civilization of Urartu. Although it is proper to consume as wine or must due to bunch and berry characteristics, this grape cultivar is preferred for consumption as a table grape in the region. Buyers get this grape with high prices in the maturity period. It consumes traditionally as molasses as well as tables grape. Its leaves are also used as fresh or pickled form for traditional leaf wrapping. When evaluating of viticulture with history of the region, 'Erciş' grape cultivar seems to have potential for

contribution to tourism-oriented rural development. In addition, 'Erciş' grape is one of the rich source with the phenolics and antioxidant capacity which are the health components of grape. Agrotourism potential of 'Erciş' that ancient grape cultivar in Van region was examined in the present study.

Keywords: Agrotourism, Erciş grape cv., Traditional viticulture, Rural development, Van

KÜLTÜREL MİRAS KURUMLARI OLARAK KENT ARŞİVİ VE MÜZELERİNİN KENT TURİZMİNDEKİ YERİ: AHMET PİRİŞTİNA İZMİR KENT ARŞİVİ VE MÜZESİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Mehmet Ali AKKAYA

Çankırı Karatekin Üniversitesi
mali7akkaya@gmail.com

Prof. Dr. Coşkun POLAT

Çankırı Karatekin Üniversitesi
polatcoskun@gmail.com

ÖZET

İnsanoğlunun binlerce yıllık evriminde önce hayatta kalma, daha sonra ise çevreye ve doğaya egemen olma çabasındaki başarısını belirleyen unsurlardan biri de, varoluşuyla başlayan her türlü yarattığını biriktirme ve bu süreçte kazandığı deneyimleri yeni esinlere dönüştürebilme becerisidir. Bu süreçte aktarılan, paylaşılan ve hatta güce dönüşen asıl unsur bilgi, bilgi ile şekillenen unsur ise kültürel birikimdir. Kimi zaman kültürel miras olarak da ifade edilen yapıp etmelerin toplamı, aynı zamanda bireylerin ve toplumların öznel yanlarını da belirler. Endüstri Devriminin sonrasında Avrupa’da yaygınlaşmaya başlayan kent, kentlik bilinci ve kentleşme, kendi habitatu ile birlikte toplumsal yaşam biçimini de yaratmıştır. Kentleşme ve kentleşmenin doğal bir sonucu olarak da kent kültürü kavramı ortaya çıkmıştır. En yalın biçimi ile bir kente gerçekleştirilen her türlü kişisel ve kurumsal yapıp etmelerin bütününe ifade eden kent kültürü, zaman içinde o kentin asıl kimlik nitelendirmelerinden birine dönüşür. Bu süreçte yaşanan her türlü deneyimin süreklilik içinde aktarılabilir olması aynı zamanda kenti en doğru biçimde ve kısa zamanda tanımanın araçlarından biridir. Ülkemizdeki sayıları her geçen gün artan kent arşivleri ve müzeleri kentin geçmişine ve bugününe ait yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, kentle ilişkisi olan aileler ve kentte yaşayan gerçek kişiler ile özel hukuk ilkelerine bağlı tüzel kişiler tarafından üretilen belgelerin ve bilgi malzemelerinin korunduğu, derlendiği ve kullanıma sunulduğu yerlerdir. Bu yanı ile doğru işletilen kent arşivleri ve müzeleri, aynı zamanda kültürel mirasın derlendiği, bu mirasın bir sistem dâhilinde tutulduğu, korunduğu ve kullanıldığı yerlerdir. O kentte yaşasın ya da yaşamasın, bir kişinin kent hakkında en kapsamlı, çeşitli, ilginç ve kesintisiz bilgiye erişebileceği yerler olması düşüncesiyle kurulan kent arşiv ve müzeleri, bu özellikleri ile kentin tanıtımına da hizmet ederler. Temelde kültürel mirasın aktarım ve paylaşımını sağlayan bu görev tanımı, kent arşiv ve müzelerine kent turizmi ile ilgili başka kişi ya da kurumlar tarafından üstlenilemeyecek bir görev ve sorumluluk getirmektedir. Bu çalışmada, kentler özelinde ülkemizin bilgi birikimi, kültür iklimi ve bu iklimin ilgi çekici olması ve geniş kitlelere ulaşması noktasında önemli sorumluluklar üstlenmesi beklenen kent arşivleri ve müzelerinin Türkiye’deki ilk örneği olan Ahmet Piriştina İzmir Kent Arşivi ve Müzesi (APİKAM)’nin kent kültürü ve turizmi içindeki yeri ve önemi vurgulanmaya çalışılacaktır. Alanın iyi uygulama örneklerinden biri olduğu otoritelerce de kabul edilen APİKAM’ın, ülkemizin en büyük, bilinen ve turizmin hemen her yönü ile gündem olabilen şehirlerinden biri olan İzmir’e kattığı ama daha çok da katabileceği değerlerin neler olabileceğine değinilecek, kurumun kentteki bilinirlik durumu üzerinden kent kültür dünyasındaki yeri ve önemi serimlenecektir.

Çalışma kentin, kent kültürünün, kent turizminin ve APIKAM'ın, kurum kent ilişkisi üzerinden gelişmesini ve zenginleşmesini sağlayacak önerilerle tamamlanacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kent turizmi, kültürel miras, kent arşivi, kent müzesi, APIKAM.

THE PLACE OF CITY ARCHIVES AND MUSEUMS ON CITY TOURISM AS BEING CULTURAL HERITAGE INSTITUTIONS: THE SAMPLE OF AHMET PIRISTINA IZMIR CITY ARCHIVE AND MUSEUM

ABSTRACT

One of the factors that determine the success of human beings' efforts to survive in the thousands of years of evolution and to dominate both the environment and the nature is the ability to accumulate all kinds of creatures that have begun with its existence and to transform the experience gained in this process into the new inspirations. The main factor that is transmitted, shard and even transformed into strength is knowledge, and the factor that is formed by knowledge is the cultural accumulation. Both it is the sum of what is done and expressed as cultural heritage and it identifies the subjective aspects of individuals and societies. The concepts such as city, urbanization and the sense of urbanization that have become widespread in Europe after the Industrial Revolution have created communal life-style together with its own habitat. The concept of city culture has emerged as a natural consequence of urbanization. City culture, which expresses the all kinds of personal and institutional activities performed in a city with its simplest form, becomes one of the main identity qualities of that city over time. To transfer all kinds of experiences in this process is one of the tools that define the city in most accurate and short time. The number of city archives and museums has increased day by day, and they are place where the documents and information produced by local governments, civil society organizations, families related to the city, real persons living in the city and legal entities related to the private law principles, are preserved, collected and used. On the other hand, the city archives and museums are place where cultural heritage is compiled, kept, protected and used within this system. The city archives and museums are thought as places where a person, who lives in that city or not, can access the most comprehensive, diverse, and interesting information as well as serving to promote the city with these features. This duty definition which mainly provides to transfer and share the cultural heritage brings a new duty and responsibility that cannot be undertaken by other people or institutions related to the city tourism about city archives and museums. In this study, it has been aimed to emphasize the place and importance of Ahmet Pirstina Izmir City Archive and Museum (APIKAM), which is the first examples of city archives and museums in Turkey, on city culture and tourism by expecting that our country will have important responsibilities in terms of accumulation of knowledge, cultural climate and the interest of this climate. The contributions of APIKAM, which is accepted as one of the samples for good practice area in the field, on Izmir that is known as the biggest, known and tourism-oriented city in our country will be discussed and the place and importance of it on the city culture world will be displayed through the awareness of the institution in the city. The study will be completed with the proposals to ensure the development and enrichment of the city, city culture, city tourism and APIKAM through the relationship between the city and the institution.

Keywords: City tourism, Cultural heritage, City archives, City museum, APIKAM.

ASYA'DA ULUSLARARASI TURİZM VE İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ: PANEL VERİ YAKLAŞIMI

Dr. Öğr. Ü. Nalan IŞIK

Gaziantep Üniversitesi
isiknalan@hotmail.com

Mehmet Fatih GÖÇEBELER

Gaziantep Üniversitesi
fatihgocebeler@gmail.com

ÖZET

Gelecek nesilleri de tehdit eden iklim değişikliği sorunu, turizm faaliyetlerini, destinasyonları, turistik doğal alanları, kültürel ve tarihi mirası olumsuz etkilemektedir. Diğer taraftan turizm faaliyetlerinin de CO2 emisyon oranlarının artmasına yol açarak iklim değişikliğini tetiklediği tartışma ve araştırma konusudur. İklim değişikliğinin etkilerini yoğun olarak hisseden Asya bölgesi, kültürel, tarihi ve doğal çevre olanaklarıyla pek çok cazip destinasyona sahiptir. Bunlara ek olarak son yıllarda hava yolu bağlantılarının çeşitlenmesi, bu bölgeye yönelik uluslararası turist akımlarını ve bölge içi turizm hareketliliğini önemli ölçüde arttırmaktadır. Bu bağlamda çalışma, seçilmiş Asya ülkelerinde turizm ile iklim değişikliği arasındaki ilişkiyi ampirik olarak araştırmayı amaçlamaktadır. Bunun için 1995-2016 döneminin turist varışları ile CO2 emisyon oranları verilerine panel eşbütünleşme testi uygulanmıştır. Test bulgularına göre turist varışları ile CO2 emisyon oranları verilerinin eşbütünleşik olduğu kabul edilmiştir. Panel genelinde değişkenlerin uzun dönem eş bütünlük katsayıları panel dinamik en küçük kareler metodu (PDOLS) ile araştırılmıştır. Ampirik çalışma bulguları, turizm ile CO2 emisyon oranlarının uzun dönemli pozitif ve anlamlı ilişkide olduğunu göstermektedir

Anahtar Kelimeler: Turizm, İklim Değişikliği, Asya, Panel Veri Analizi.

INTERNATONAL TOURİSM AND CLIMATE CHANGE IN ASIA: PANEL DATA APPROACH

ABSTRACT

The problem of climate change, which threatens future generations, negatively affects tourism activities, destinies, tourist natural areas, cultural and historical heritage. On the other side is the debate and research that tourism activity triggers climate change by increasing CO2 emission rates. Feeling the effects of climate change intensely, the Asian region has many attractive destinations with its cultural, historical and natural environment possibilities. In addition, the diversity of airline connections in recent years has significantly increased the international tourist flows towards this region and intra-regional tourism mobility. In this context, the study aims to empirically investigate the relationship between tourism and climate change in selected Asian countries. For this, the panel cointegration test was applied to the data on the tourist arrivals and CO2 emission rates for the period 1995-2016. According to the test findings, it was accepted that tourist arrivals and CO2 emission rates data were co-integrated. In the panel, long term cointegration coefficients of the variables were investigated by panel dynamic least squares method (PDOLS). The empirical study finds that tourism and CO2 emission rates are long-term positive and significant correlations.

Keywords: Tourism, Climate Change, Asia, Panel Data Analysis.

EKO-TURİZM AÇISINDAN DEZ VADİSİ KELEBEKLERİ (HAKKARI, TÜRKİYE)

Dr. Öğr. Ü. Muhabbet KEMALL

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
mkemalkocak@yyu.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Sibel KIZILDAĞ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
sibelkizildag@yyu.edu.tr

ÖZET

Doğal alanların eko-turizm açısından değerlendirilmesinin amacı, insan sağlığına ve ekonomisine katkı sağlamaktır. Kelebekler bu maksatla kullanılan en önemli hayvan gruplarından birisidir. Bu hayvanlar tahrip olmamış, kirletilmemiş doğal habitatlarda yaşadıkları için doğal indikatör olarak bilinir. Bir bölgedeki kelebek çeşitliliği, alanın iklim şartları ve bitki örtüsüne bağlı olarak ortaya çıkar. Önerilen Dez vadisi, Hakkari merkezine yaklaşık 25 km uzaklıkta, yüksek dağlarla çevrili olup, Kırıkdağ'dan başlayarak Buzul Dağlarına kadar uzanır. Aynı zamanda Türkiye'deki Önemli Doğa Alanları arasındadır. Dağ stebinin hakim olduğu bölgede 126 tür kelebek tespit edilmiştir. Tür sayısının daha artacağı öngörülen Dez vadisi sadece Hakkari'de gözlemleyebileceğimiz *Polyommatus dezinus*, *P. ciloicus*, *P. buzulmavi*, *Turanana cytis*, *Muschampia plurimacula* türleriyle birlikte, Doğu Anadolu'da yayılış gösteren *Brenthis mofidii*, *Euapatura mirza*, *Cacharodus flocciferus*, *Muschampia tersa*, *Pyrgus alveus*, *Polyommatus antidolus*, *P. anticarmon*, *P. fatima*, *Hyponephele urartua* ve daha birçok nadir ve az bilinen türlerin yaşadığı önemli doğal alandır. Böylesine kendine özgü zengin faunaya sahip Dez vadisinin ekonomiye katkısı turizm yoluyla sağlanır. Önceden belirlenmiş güzergah boyunca, kelebek popülasyonlarının arttığı Mayıs-Ağustos ayları arasında, uzmanların kılavuzluğunda ziyaretçilere bilgilendirme ve denetleme yapılır. Bu amaçla çalışılan bölgede kelebek türlerinin çeşitliliği ortaya konur. Bu veriler türlerin korunması için de bir fırsat olarak değerlendirilebilir.

Anahtar Kelimeler: Eko-turizm, Kelebek, Dez vadisi, Hakkari, Türkiye

DEZ VALLEY BUTTERFLIES IN TERMS OF ECOTOURISM (HAKKARI, TURKEY)

ABSTRACT

The aim of evaluating natural areas in terms of ecotourism is to contribute to human health and economy. Butterflies are one of the most important groups of animals used for this purpose. These animals are known as natural indicators because they live in undisturbed, uncontaminated natural habitats. The diversity of butterflies in a region occurs depending on the climatic conditions and vegetation cover of the area. The proposed Dez valley, about 25 km from the center of Hakkari, extends from Kırıkdağ to the Buzul Mountains, surrounded by high mountains. It is also one of the important Key Biodiversity Areas in Turkey. In the area where the mountain steppe dominates, 126 species of butterflies have been identified. The Dez valley, which is envisaged to be increased in number, will be found only in Hakkari, along with species such as *Polyommatus dezinus*, *P. ciloicus*, *P. buzulmavi*, *Turanana cytis*, *Muschampia plurimacula*, *Brenthis mofidii*, *Euapatura mirza*, *Cacharodus flocciferus*, *Muschampia tersa*, *Pyrgus alveus*, *Polyommatus antidolus*, *P. anticarmon*, *P. fatima*, *Hyponephele urartua* and many other rare and less known species. The economical contribution of the Dez valley, which

has such a rich and diverse fauna, is provided through tourism. Along the predefined route, between May and August, when the butterfly populations are increasing, informing and supervising the visitors are provided in the guidance of the experts. For this purpose, the diversity of butterfly species in the studied region is revealed. This data can also be used as an opportunity to protect species.

Keywords: Ecotourism, butterfly, Dez valley, Hakkari, Türkiye

TÜRKİYE'DEKİ LEPİDOPTERA TAKIMININ BAZI ÜYELERİNİN GENETİK BARKODLAMASI VE GENETİK TURİZMİN ÖNEMİ

Dr. Öğr. Ü. Sibel KIZILDAG

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
sibelkizildag@yyu.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Muhabbet Kemal KOÇAK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
mkemalkocakyyu.edu.tr

ÖZET

Genetik turizm, küresel ekonominin ana sektörlerinden birini temsil etmektedir ve bugün dünyanın en büyük endüstrisi olarak anılmaktadır. Canlıların biyoçeşitliliği, genlerinde kodlanmıştır. Modern genetik, bu çeşitliliği yaşadıkları çevreye göre ele alır. Birleşmiş Milletler Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi'ne göre, devletlerin kendi sınırları içindeki genetik kaynaklarını koruması gerekmektedir. Kaynak ülke ile genetik kaynakların faydalarını paylaşmak istemeyen ve genellikle bilim ve teknolojiye daha ileri düzeyde olan ülkeler ya da şirketler, bu kaynaklara yasadışı yollardan ulaşma yolundadır. Bu yol, biyo-terörizm veya biyo-korsancılık olarak adlandırılır. Bugün bir ülkenin biyoçeşitliliğinin tanımlanmasında en büyük problemidir. Türkiye biyoçeşitliliği, ülkemizin zoocoğrafik konumu ve topoğrafyası bakımından genetik çeşitliliğinden dolayı zengindir. Ülkemizin en zengin gruplarından biri olan Lepidoptera, ülkemizde yabancı biyo-korsanlar tarafından en çok yasadışı toplanan gruplardan biridir. Türkiye genel olarak Lepidoptera ile ilgili genel morfoloji, taksonomi, isimlendirme, monografklar, biyolojik ve coğrafi konuları tartışmış, moleküler düzeyde araştırmalarda rastlanmamıştır. Bu çalışma ile ülkemizin Lepidoptera üyelerinin genetik zenginliğini ortaya çıkarmak ve moleküler barkodlarının korunması amaçlanmıştır. Bu nedenle, ülkemizde ilk kez bu takımın DNA barkodlaması yapılarak (mitokondriyal sitokrom oksidaz c alt birimi I geni) bu takıma ait endemik türlerin ve geniş yayılış gösteren türlerin belirlenmesi ve ulusal bir gen bankasının oluşturulması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Genetik turizm, Lepidoptera, biyoçeşitlilik, moleküler barkodlama, biyo-terörizm.

THE IMPORTANCE OF TOURISM AND GENETIC BARCODING OF SOME MEMBERS OF THE ORDER LEPIDOPTERA IN TURKEY

ABSTRACT

Genetic tourism represents one of the main sectors of the global economy, and today it is being referred to as the world's largest industry. The biodiversity of the living have is encoded in their genes. Modern genetics treats this diversity with the environment in which they live. According to the United Nations Convention on Biological Diversity, it is necessary to protect the genetic resources of states within their borders. Citizens or companies of countries that do not want to share the benefits of genetic resources with the source country and are generally more advanced in science and technology are on the path of accessing these sources from illegal routes, This path, called bio-terrorism or bio-piracy, is the biggest problem in recognizing the biodiversity of a country today. Turkey biodiversity due to genetic diversity is rich because

zoogeographical location and topography of our country. Lepidoptera, one of the most rich groups in our country, is one of the most illegal collected groups by foreign bio-pirates in our country. Turkey faunistically related to Lepidoptera in general morphology, taxonomy, nomenclature, monographs, discussed the biological and geographical, not encountered in research on the molecular level. With this study, it is aimed to reveal the genetic richness of Lepidoptera and to keep molecular barcodes in our country. Therefore, for the first time in our country, this order is aimed at DNA barcoding (mitochondrial cytochrome oxidase c subunit I gene), identification of endemic species and wide spread species of this order and establishment of a national gene bank.

Keywords: Genetic tourism, Lepidoptera, biodiversity, molecular barcoding, bio-terrorism.

SEYAHAT VE TURİZM REKABET ENDEKSİNE GÖRE ÜLKELERİN KÜMELENMESİ

Serpil SEVİMLİ DENİZ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
sdeniz65@hotmail.com

Prof. Dr. H. Eray ÇELİK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
heraycelik@gmail.com

ÖZET

WEF- World Economic Forum (Dünya Ekonomik Forumu) her yıl farklı ülkelerdeki seyahat ve turizm sektörünü geliştirmeyi cazip hale getiren faktörleri ve politikaları ölçmeyi hedefleyen bir endeks yayınlamaktadır. Endeks, ülkelerin ölçümü yapılan çeşitli alanlarda kendilerinin zaman içinde ilerlemelerini izlemelerine olanak sağlamaktadır. Seyahat ve turizm rekabet endeksi, seyahat ve turizm rekabet gücünü ölçmeyi kolaylaştıran değişkenlere ait dört geniş kategoriye dayanmaktadır. Bu kategoriler; Çevreyi etkinleştirmek alt endeksi; bu alt endeks iş çevresi, emniyet ve güvenlik, sağlık ve hijyen, insan kaynakları ve işgücü piyasası ve bilgi iletişim teknolojileri kriterlerini kapsamaktadır. Seyahat ve turizm politikası ve etkileştirilmesi alt endeksi; seyahat ve turizme öncelik tanıma, uluslararası açıklık, fiyat rekabeti, çevresel sürdürülebilirlik kriterlerini içermektedir. Altyapı alt endeksi; havayolu ulaşımı altyapısı, kara ve liman ulaşımı altyapısı, turist hizmetleri altyapısı kriterlerini kapsamaktadır. Doğal ve kültürel kaynaklar alt yapısı; doğal kaynaklar ve kültürel kaynaklar ve iş seyahatleri kriterlerinden oluşmaktadır. Endeks değerleri 1-7 aralığında yer almaktadır. Bu çalışmada, ülkelerin 2017 yılına ait Seyahat ve turizm rekabet endeksinde yer alan verileri dikkate alınmış ve bir sınıflandırmaya gidilmiştir. Bu sınıflandırma işlemi yapılırken kümeleme analizinden faydalanılmıştır. K-Ortalamalar ve Wards yöntemine göre yapılan analizler sonucunda çalışmaya alınan 136 ülke için üç kümeli bir ekonomik özgürlük ve gelişmişlik sınıflandırılması ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm ve Seyahat Endeksi, Kümeleme, K-ortalamalar

CLUSTERING OF COUNTRIES BY TRAVEL AND TOURISM COMPETITIVENESS INDEX

ABSTRACT

The World Economic Forum (WEF) publishes an index that aims to measure the factors and policies that make it attractive to develop travel and tourism in different countries every year. The index allows countries to track their progress over time in various areas where measurements are made. The travel and tourism competition index is based on four broad categories of variables that facilitate measuring travel and tourism competitiveness. These categories include; Activating the environment is the sub-index; This sub-index covers the criteria for business environment, safety and security, health and hygiene, human resources and labor market and information communication technologies. Travel and tourism policy and interaction sub-index; travel and tourism prioritization, international openness, price competition, environmental sustainability criteria. Infrastructure sub-index; airline infrastructure, land and port infrastructure, tourist services infrastructure. Sub-structure of natural and cultural resources; natural resources and cultural resources, and business travel.

The index values are in the range 1-7. In this study, the data in the countries' travel and tourism competition index for 2017 were taken into consideration and a classification was made. The clustering analysis was used when this sorting was done. Analysis of the K-means and Wards method resulted in a classification of economic freedom and development of three countries for the 136 countries to be studied.

Keywords: Tourism and Travel Index, Clustering, K-means

ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNİN BİR KENT TURİZM DESTİNASYONU OLARAK İZMİR İLİ ÖRNEĞİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ

Ahenk KARCI DEMİRKOL

Ege Üniversitesi
ahnkkarci@gmail.com

Asil YURTSEV

Ege Üniversitesi
asilyurtsev@gmail.com

Arş. Gör. Dr. Ayşe KALAYCI ÖNAÇ

Kastamonu Üniversitesi
ayseklyc@gmail.com

Prof. Dr. Tanay BİRİŞÇİ

Ege Üniversitesi
tanaybyil@gmail.com

Doç. Dr. Emine MALKOÇ TRUE

Ege Üniversitesi
eminemalkoc@hotmail.com

ÖZET

Alışveriş, insanlığın yerleşik hayata geçmelerinden itibaren süregelen bir ihtiyaç olarak yaşamlarımızın bir parçası haline gelmiştir. Günümüzde küreselleşmenin etkisi ile birçok ürünü aynı yerde bulabilme, ulaşım kolaylığı, mekanların insanların konforu düşünülerek tasarlanmaları gibi sebeplerden dolayı alışveriş merkezleri özellikle kentlilerin yoğun bir biçimde kullandıkları mekanlar haline almışlardır. Tüm dünya turizm destinasyonlarında gidilen yörelerin tarihi ve doğal güzelliklerinin gezilmesinin yanında alışveriş de önemli bir turizm aktivitesi olarak dikkat çekmektedir. Artan talepler doğrultusunda bu mekanlar sadece alışveriş ile sınırlı kalmayarak sosyal ve kültürel etkinliklerin de yapıldığı insanların buluşma merkezleri olarak tasarlanmaya ve kullanılmaya başlanmışlardır. Her ne kadar doğal ve kültürel mirasın korunması noktasında insanlığı daha fazla tüketmeye yönlendiren mekanlar olarak eleştirilerin hedefinde olsalar da, alışveriş merkezleri küreselleşmeyle nedeniyle özellikle turizm potansiyeli yüksek kentlerin hem ekonomik açıdan hem de mekânsal kullanım açısından vazgeçilemez gerçekliklerinden biri olmuşlardır. Buradan yola çıkarak; bu çalışmada gerek tarihi gerekse doğal değerleri ile ülkemizin önemli turizm merkezlerinden biri olan İzmir ilinde bulunan Forum Bornova, Point Bornova, Agora, Selway, Optimum, Mavibahçe alışveriş merkezleri çalışmanın ana materyalini oluşturmaktadır. Çalışmanın yöntemi 2 aşamadan oluşmaktadır. İlk aşama veri toplama aşaması olup, bu aşamada avmlerin tarihi, Türkiye de gelişim süreçleri ve plan semalarının sınıflandırılması ve çalışmaya örnek olarak seçilen avmlerle ilgili literatür taraması yapılmıştır. İkinci aşama olan analiz aşamasında konu ile ilgili daha önce yapılmış çalışmalardan faydalanarak bir gözlem formu oluşturulmuş, örnek alanlar hakkında genel özellikler, ulaşım ve erişilebilirlik, ve mekan içi sirkülasyon başlıkları altında değerlendirmeler yapılmıştır. Bu değerlendirmeler sonucunda elde edilen veriler ışığında seçilen örnek alanların kent turizmine katlıları sorgulanmış, kullanıcı potansiyeli oldukça yüksek olan bu alışveriş merkezlerinin kent

turizmine olumlu yönde katkı sağlamaları açısından mekânsal tasarım ve erişilebilirliklerinin optimize edilmesi için öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kent Turizmi, Alışveriş Merkezleri, Erişilebilirlik

EVALUATION OF SHOPPING CENTERS AS TOURISM DESTINATIONS IN CASE OF İZMIR CITY

ABSTRACT

Shopping has become a part of our lives as a continuing need since the sedentism of humankind. Today, shopping centers have become places that are intensively used by urban dwellers due to reasons such as the opportunity of finding many different products and services at the same place which is an effect of globalization, the easiness of the access to these places, and the design of these places that were designed completely based on comfort of people. In addition to visiting the historical and natural beauties of the destinations that are visited all over the world, shopping is also an important tourism activity. In the direction of increasing demands, these spaces have not only been limited to shopping, but have also been designed and used as meeting places for people to conduct their social and cultural activities. Although they are at the target of many criticisms at the point of conservation of natural and cultural heritage for being places that motivate people, shopping centers have become one of the indispensable realities of cities with high tourism potential due to the characteristics of our time especially in terms of both economic and spatial use. Starting from this point of view; the accessibility of Forum Bornova, Point Bornova, Agora, Selway, Optimum and Mavibahçe shopping centers in İzmir province, which is one of the important tourism centers of our country constitute the main material of studying natural values and historical values. The method of this study is conducted in 2 steps. The first stage was the stage of data collection and the literature about history of shopping centers and their development process in Turkey, the classification of their plan diagrams and about the shopping centers that are the cases of this study were reviewed. At the second step, an observation chart was formed with the help of former studies and the general characteristics, transportation and accessibility and the inside circulation of the case areas were evaluated. With the data obtained by these evaluations, the contribution of the case areas to city tourism was questioned and suggestions were developed to optimize the spatial design and accessibility of these shopping centers, which have a high user potential, in order to make positive contributions to urban tourism.

Keywords: Urban Tourism, Shopping Centers, Accessibility

TURİZMİN KENTLEŞME HIZINA ETKİSİ; TURİZM MERKEZLERİ İÇİN BİR KORUMA YAKLAŞIMI OLARAK CITTASLOW

Arş. Gör. Dr. Ayşe KALAYCI ÖNAÇ

Kastamonu Üniversitesi
ayseklyc@gmail.com

Asil YURTSEV

Ege Üniversitesi
asilyurtsev@gmail.com

Ahenk KARCI DEMİRKOL

Ege Üniversitesi
ahnkkarci@gmail.com

Prof. Dr. Tanay BİRİŞÇİ

Ege Üniversitesi
tanaybyil@gmail.com

ÖZET

Turizm merkezleri küreselleşme etkisi ile gelişen kentleşme ve ikincil konut alanları inşası yanı sıra turist taleplerini karşılama baskısı altında doğal ve kültürel değerlerini kaybetme tehlikesi ile karşı karşıyadır. Cittaslow, yavaş şehir, sakin şehir olarak da bilinen bir kavram olup, 1999 yılında İtalya'da kurulmuş, kentleri küreselleşmenin etkisinden koruyarak kentleşme hızını ve kentsel değerlerin tüketilmesini yavaşlatmayı öngören bir belediyeler birliğidir. Cittaslow felsefesine göre kentler; içinde yaşayan insanlara sosyalleşme imkanı tanırken, doğal ve kültürel değerlerini koruyan, kendi kendine yeten ve aynı zamanda şehirleşme açısından teknolojinin faydalarından yararlanan, alt yapı sorunları olmayan, yenilenebilir enerji kaynakları kullanan sürdürülebilir kentler olarak planlanmasını gerektirmektedir. Bu çalışmada İzmir ili ilçelerinden Urla ve Seferihisar örneklerinde turizmin kentleşme hızına olan etkisi ve cittaslow akımının kentleşme hızını yavaşlatma konusunda katkısı araştırılmıştır. Seferihisar ilçesi 2009 yılında cittaslow birliğine katılmış, Türkiye'nin ilk sakin şehridir. Çalışma kapsamında her iki ilçenin son dekatta gösterdiği kentsel gelişim mekânsal olarak hesaplanmış, yerel yönetimlerden alınan turizm verileri ile birlikte yorumlanarak kaydedilen kentsel gelişimin turizm faaliyetleri ile ilişkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak iki ilçenin verileri karşılaştırılarak cittaslow akımının turizm bölgelerinde kentleşmenin yavaşlatılması ve kentsel doğal ve kültürel değerlerin korunması bakımından etkileri tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Kentleşme, Cittaslow.

THE EFFECT OF TOURISM ON URBANISATION SPEED; CITTASLOW AS A PROTECTION APPROACH FOR TOURISM CENTERS

ABSTRACT

Tourism centers are facing the threat of losing their natural and cultural values under the pressure of urbanization and secondary residential areas due to the globalization effect, as well as the desire to meet tourist demands. Cittaslow is a concept known as the slow city, the calm city, founded in Italy in 1999 and is a municipal association that aims to slow down the speed of

urbanisation and the depletion of urban values by protecting cities from the effects of globalization. According to Cittaslow philosophy, cities are required to be planned as sustainable cities without infrastructure problems and with self-sufficiency that use renewable energy resources while maintaining the natural and cultural values and benefiting at the same time from the technology in terms of urbanization,. In this study, the effect of tourism on urbanisation speed and the contribution of Cittaslow context on deceleration of urbanisation were investigated in Urla and Seferihisar provinces of İzmir. Seferihisar is the first slow city of Turkey which attended this association in 2009. Within the scope of the study, the urban development of the two provinces in the last decade has been spatially calculated and interpreted together with the tourism data taken from the local administrations and the relation of urban development with the tourism activities have been tried to reveal. As a result, comparing the data of the two provinces, the effects of cittaslow on urbanisation in tourism regions and protection of urban natural and cultural values were discussed.

Keywords: Tourism, Urbanisation, Cittaslow.

DOĞU VE GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGELERİNİN İNANÇ TURİZMİ POTANSİYELİ VE BÖLGESEL KALKINMA BAKIMINDAN DEĞERLENDİRİLME İMKÂN LARI

Prof. Dr. Kenan ARINÇ

Atatürk Üniversitesi
karinc@atauni.edu.tr

ÖZET

Doğum ve ölüm arasında yolculuk yapan her birey, insanlık tarihi boyunca hayatın sırlarını anlamaya çalışmış ve çoğunlukla inanç sistemlerinden birine bağlanmıştır. Bu nedenle din, toplumların hayatında önemli yer tutan en önemli sosyal vakialardan biridir. Özellikle semavi dinlere mensup insanlar, inançlarını yaymak amacıyla Dünyanın çeşitli yerlerine dağılmış ve bu yerlerde kalıcı izler bırakmışlardır. Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri de bu tür insanların yerleştiği konumların başında gelir. Zira İslâm dininin neşet ettiği yıllardan sadece yarım asır sonra Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri, İslam Devleti'nin sınırları içine alınmıştı. Bu nedenle Muaz bin Cebel'in oğlu Abdurrahman Gazi (Ahlat), Halid bin Velid'in oğlu Süleyman (Diyarbakır), Eba Eyüp el Ensari'nin kardeşi Feyzullah el Ensari (Bitlis) ve Üveys el-Karanî (Baykan/Ziyaret) gibi tanınmış pek çok sahabenin makam veya kabri söz konusu iki bölgemizde bulunur. Ayrıca İslâm öncesi dönemde yaşamış Eyüp (Viranşehir), İbrahim ve Şuayb (Urfa), Üzeyir (Gerger/Alıdam köyü), Elyesa (Eğil ve Viranşehir), Zülkifl (Bitlis ve Eğil), Yuşa (Gaziantep ve İstanbul) ve Nuh (Cizre) gibi bazı peygamberlerin kabirleri veya makamları da bu bölgelerde bulunmakta, yoğun bir ziyaretçi akınına uğramaktadır. Bazı tarikat önderlerinin kabirleri ve ikamet yerleri ile klasik medrese eğitimi veren bazı merkezlerin bu bölgelerde bulunması da beşerî hareketliliğe neden olmaktadır (Örneğin Menzil/Kâhta, Arınç/Siirt, Norşen/Bitlis, Tillo/Siirt, Ohin/Bitlis vb.). İnanç turizmi bakımından önem taşıyan bu konumlara gelen ziyaretçiler arasında, komşu ülkelerin vatandaşlarına da sıklıkla rastlanabilmektedir. Bu nedenle Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin inanç turizmi potansiyeli çok yüksektir ve terörün etkin olduğu yıllarda, pek fazla kullanılamamıştır. Oysa turizm faaliyetlerinin Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin kalkınmaları ve sürdürülebilir gelişmelerinin temini bakımından oldukça önemli olduğu söylenebilir. İnanç turizmi alanlarının Dünya turizmine hizmet edecek şekilde organize edilmesi ile ulaşım ve konaklama hizmetlerinin iyileştirilmesi, Türkiye'yi ekonomik açıdan zorlayan cari açığın finansmanını kolaylaştıracak ve ülke turizminin gelişmesine katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: İnanç turizmi, Peygamber, Sahabe, Tarikat, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri.

EVALUATION OPPORTUNITIES OF EASTERN AND SOUTHEASTERN ANATOLIA REGIONS IN TERMS OF BELIEF TOURISM POTENTIAL AND REGIONAL DEVELOPMENT

ABSTRACT

Every individual who makes a journey between birth and death has tried to understand the secrets of life throughout the history of humanity and usually attached to one of belief systems. Thus, religion is one of the most important social events that has an important place in society. Especially people who believe in monotheistic religions have been scattered to

various places of the world for the purpose of spreading their beliefs and left their marks there. Eastern and Southeastern Anatolia regions are among the leading locations where that kind of people have settled. Because Eastern and Southeastern Anatolia regions had been included in the Islamic State only half a century after the appearance of Islam. Therefore, the stations or tombs of many famous companions such as Muaz bin Cebel's son Abdurrahman Gazi (Ahlat), Halid bin Velid's son Suleyman (Diyarbakır), Eba Eyup el Ensari's brother Feyzullah el Ensari (Bitlis) and Uveys el-Karanî (Baykan/Ziyaret) are located in these two regions. In addition, the stations or tombs of some prophets who had lived before Islam, such as Hiob (Viranşehir), Abraham and Jethro (Urfa), Uzeyir (Gerger/Alidam village), Elyesa (Eğil and Viranşehir), Zulkifl (Bitlis and Eğil), Yusa (Gaziantep and İstanbul) and Noah (Cizre) are also located in these regions and are visited intensely. The regions also hold the tombs and residences of some cult leaders and some centers that had provided classical madrasah education, which causes a humane mobility (For example, Menzil/Kâhta, Arınç/Siirt, Norşen/Bitlis, Tillo/Siirt, Ohin/Bitlis). Visitors of these places which are important for belief tourism may also include the citizens of neighboring countries. Thus, Eastern and Southeastern Anatolia regions have a very high belief tourism potential and that potential could not be used much during the period when terrorism was active. On the other hand, it is possible to state that tourism activities are very important for the progress and sustainable development of Eastern and Southeastern Anatolia regions. Organization of belief tourism areas in a way to serve to the world tourism and improvement of transportation and accommodation services will facilitate financing the current deficit which economically pushes Turkey and make a contribution to the development of national tourism.

Keywords: Belief tourism, Prophet, Companion, Cult, Eastern and Southeastern Anatolia Regions.

ERZURUM'UN KIŞ TURİZMİ POTANSİYELİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR GELİŞME AÇISINDAN ANALİZİ

Prof. Dr. Kenan ARINÇ

Atatürk Üniversitesi
karinc@atauni.edu.tr

ÖZET

Türkiye'nin ve Doğu Anadolu Bölgesi'nin en önemli kentlerinden biri olan Erzurum, 1850-2200 m. yükselti basamakları arasında kurulmuş olmasının sağladığı iklim ve ulaşım kolaylığı avantajına dayalı olarak kış turizmini geliştirmek ve Dünya markası olmak amacıyla kapasiteli ve kaliteli kış sporu tesisleri ile konaklama tesislerini hizmete almıştır. Kaliteli ve kristalli kar örüsüne sahip olan yörede ardı ardına hizmete alınan açık ve kapalı spor tesisleri, spor otoritelerinin dikkatini de çekmiş olduğundan FISU tarafından düzenlenen 2011 WINTER UNİVERSİADE ve 2017 yılında da EYOF gibi Dünya çapında önem taşıyan iki uluslararası kış sporları müsabakasına ev sahipliği yapmayı başarmıştır. Fakat başta tanıtım eksikliği olmak üzere pek çok sorunla karşılaşmaktadır. Dünyanın pek çok konumunda inşa edilmiş olimpiyat tesislerinde olduğu gibi yapılan yatırımların atıl kalma riski bulunmaktadır. Çünkü Erzurum halkı, sporcu yetiştirme bakımından aktif ve yeterli bir katılım içinde bulunmamaktadır. Ayrıca tesislerin yönetilmesinde vasıflı veya profesyonel ekipler yeterince oluşturulamamıştır. Erzurum'da sürekli şekilde uluslararası spor organizasyonları düzenlenemeyeceğine göre, büyük maliyetlerle kurulan bu tesislerin turizme açılması zorunludur. Erzurum kentinin kış turizmi potansiyelini destekleyen pek çok turistik ve kültürel kaynağının olması, önemli bir avantajdır. Öncelikle gelişmiş bir yemek kültürüne sahip olan Erzurum'un bir gastronomi kenti olarak ön plana çıkarılması mümkündür. Kentte bulunan tarihi eser stokunun değerlendirilmesi ve tanıtılması da gereklidir. Bu amaçla Erzurum'un bir kış turizmi cazibe merkezi olması ve bunun sürdürülebilirliği için geleceğe yönelik projeksiyonlar yapılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Erzurum, kış turizmi, olimpiyat, Palandöken Dağları.

ANALYZING ERZURUM IN TERMS OF WINTER TOURISM POTENTIAL AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

ABSTRACT

Being one of the most important cities of Turkey and the Eastern Anatolia Region; Erzurum has brought capacity and quality winter sport facilities and accommodation facilities into service for the purpose of developing winter tourism and becoming a world brand based on the climate provided by the height of 1850-2200 m. and the advantage of accessibility. Indoor and outdoor sport facilities that have been serially brought into service in the region which has a quality and crystalline snow pattern have attracted the attention of sport authorities and the region has hosted two international winter sport competitions; 2011 WINTER UNIVERSIADE organized by FISU and 2017 EYOF, which have a worldwide importance. However, many problems are faced, primarily the absence of publicity. There is a risk for investments to remain idle just like in many other olympiad facilities of the world. Because the people of Erzurum do not show an active and sufficient participation in terms of training sporters. In addition, there is a lack of qualified or professional teams for the management of facilities. As it is impossible to hold international sport organizations in Erzurum continuously, it is compulsory to open these

costly facilities to tourism. The city of Erzurum has many touristic and cultural resources supporting the winter tourism potential, which is an important advantage. First of all, Erzurum has a developed cuisine culture and thus, it is possible to highlight the city as a gastronomy city. It is also necessary to evaluate and introduce the historical artifact stock in the city. For that purpose, it is recommended to conduct future projections in order to make Erzurum an attraction center of winter tourism and sustain it.

Keywords: Erzurum, Winter tourism, Olympiad, Palandöken Mountains, Idle facilities.

MERZIFON KENTİ'NDE KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ

Arş. Gör. Muhammet AY
Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
muhammetay@yandex.com

Prof. Dr. Kenan ARINÇ
Atatürk Üniversitesi
karinc@atauni.edu.tr

ÖZET

Merzifon kenti, Karadeniz Bölgesi'nin Orta Karadeniz Bölümü'nde, dağlar arasında bulunan bir depresyon sahasında kurulmuştur. Bu kent önemli bir ulaşım güzergâhı üzerinde yer almaktadır. Ayrıca bu saha çevresine göre insan hayatına daha elverişli coğrafi şartlara sahiptir. Merzifon ve yakın çevresine ilk çağdan itibaren yerleşilmeye başlanmış ve önemli bir iskân merkezi olmuştur. Hatta antik dönemin önemli coğrafyacılarından olan Strabon, Merzifon Ovası'nı *Bin Köy Ovası (Chilikomon)* olarak nitelendirmiş ve buradaki iskân yoğunluğuna dikkat çekmiştir. Merzifon Şehri'nin yakın çevresinde yapılan arkeolojik çalışmalara göre, iskân faaliyetleri M.Ö. 5500'lere kadar geriye götürülebilmektedir. Yaşanan doğal afetler, istilalar, savaşlar gibi yıkıcı faktörler neticesinde tarihi yapılar tahrip olmuş ve günümüze Osmanlı Devleti Dönemi'nden kalanlar hariç önemli bir eser ulaşmamıştır. Bu yapılar genelde şehrin eski mahallelerine dağılmış haldedir. Özellikle Osmanlı Sultanı Çelebi Mehmet ve Vezir-i Azam Merzifonlu Kara Mustafa Paşa yörenin imarı konusunda büyük gayretler sarf etmiş önemli devlet adamları arasındadır. Sultan Çelebi Mehmet, Merzifon'da doğmuştur. Dolayısıyla buraya ilgi göstermiş, o dönemde şehre hâkim bir noktaya medrese ile camii yaptırmıştır. Kara Mustafa Paşa ise han, bedesten, camii, 44 çeşme ve 2 hamam yaptırarak şehri klasik Osmanlı Mimarisi ile donatmıştır. Ayrıca şehirde farklı tarihlerde yapılmış camiler, hamamlar Merzifon Evleri mevcuttur. Oldukça çeşitli ve sanat değeri yüksek tarihi yapılar, turizm faaliyetleri için önemli bir potansiyel arz etmektedir. Bununla birlikte Merzifon, çeşitli nedenlerle turizm açısından tanıtilamamış veya dikkat çekici bir yer haline gelememiştir. Alanın zengin kültürel geçmişi, aynı zamanda çok daha yüksek bir turizm potansiyeli barındırdığının göstergesi durumundadır. Bu çalışmada Merzifon'un kültürel yapıları ve turizm ilişkisi analiz edilecek ve çeşitli çözüm önerileri getirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Miras, Merzifon Evleri, Merzifon Kenti, Turizm.

CULTURAL HERITAGE TOURISM IN MERZIFON CITY

ABSTRACT

The Merzifon city was established in the East Black Sea Section of the Black Sea Region, on a depression between the mountains. This city is located on an important transportation route. Moreover, this field environment has more favorable geographical conditions for human life. Merzifon and its immediate surroundings began to settle from the first age and became an important settlement center. Strabon, who is also an important geographer of antiquity, called the Merzifon Plain as Thousand Village Plain (Chilikomon) and drew attention to the density of settlement there. According to archaeological studies carried out in the vicinity of Merzifon

City, It can be taken back to 5500 BC. Due to destructive factors such as natural disasters, invasions and wars, historical structures have been destroyed and no important works have survived except for the period of the Ottoman Empire. These structures are usually scattered around the old neighborhoods of the city. In particular, the Ottoman Sultan Çelebi Mehmet and Vezir-i Azam Merzifonlu Kara Mustafa Pasha are among the important statesmen who have made great efforts in the field of construction. Sultan Çelebi Mehmet was born in Merzifon. Hence, he showed interest here, at that time he built a mosque with a medrese in a place dominant to the city. Kara Mustafa Pasha has furnished the city with classical Ottoman architecture by building the inn, bedesten, mosque, 44 fountains and 2 baths. There are also mosques, baths and Merzifon Houses built in different dates in the city. Highly diverse and highly artistic historical buildings offer an important potential for tourism activities. However, Merzifon has not been introduced or attracted attention in terms of tourism for various reasons. The rich cultural history of the area is also a sign that it has a much higher tourism potential. In this study, the cultural structures and tourism relation of Merzifon will be analyzed and various solution proposals will be brought.

Keywords: Cultural Heritage, Merzifon Houses, Merzifon City, Tourism.

VAN GÖLÜ VE YAKIN ÇEVRESİNİN TURİZM VE REKREASYON POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Arş. Gör. Pınar ZEĞEREK

Akdeniz Üniversitesi
zegerek.pinar@gmail.com

Prof. Dr. Veli ORTAÇEŞME

Akdeniz Üniversitesi
ortacesme@akdeniz.edu.tr

ÖZET

21. yüzyılın hızlı gelişme gösteren ve bu gelişmeyle birlikte ülkelerin ekonomik kalkınmasında önemli rolü olan sektörlerinden birisi de turizmdir. Turizm amaçlı gerçekleştirilen seyahatler ve alınan hizmetler birçok bölgeyi ekonomik olarak kalkındırmakta ve istihdam olanakları sağlamaktadır. Bireylerin gelir düzeyindeki artış, teknolojik gelişmelerle birlikte serbest zamanın çoğalması, kent ve çalışma hayatının getirdiği stresi atma arzusu gibi daha pek çok nedenden dolayı hem ulusal hem de uluslararası düzeyde turizme katılım belirgin bir artış göstermektedir. Uzun süre sadece deniz, kum ve güneş olarak algılanan turizme günümüzde farklı bakış açıları getirilmiştir. İnsanlar doğal alanlarda gerçekleştirilebilecek ve çeşitlilik sunan turizm tiplerine yönelmeye başlamıştır. Sezonluk kıyı turizminin yerine, yılın tümüne yayılan ve çeşitlilik sunan turizm tipleri gelişmektedir. Turizm ve rekreasyon kavramları, çeşitli araştırmalarda ayrı birer inceleme konusu olarak ele alınmalarına karşın pek çok ortak yönlerinin bulunması nedeniyle birbirlerini tamamlamaktadır. Rekreasyon aktiviteleri genel olarak insanların eğlenmek ve dinlenmek için yaptıkları faaliyetler olup, çoğunlukla kent yaşamından uzaklaşarak açık ve doğal alanlarda gerçekleştirilmeye yöneliktir. Turizm ise benzer amaçlarla kırsal ve kentsel alanlarda gerçekleştirilen bir eylem olup, yaşanılan yer dışında en az bir gece konaklamayı da içermektedir. Modern yaşamın getirdiği stresli yaşam koşulları nedeniyle insanların özgürce değerlendirebilecekleri serbest zamana olan gereksinimin artması, günümüzde turizm ve rekreasyon etkinlikleri bağlamında yeni yaşam biçimleri yaratmıştır. Doğada gerçekleştirilebilecek turizm ve rekreasyon etkinliklerinde suyun önemli bir yeri vardır. Tarih boyunca suyun varlığı, insanoğluna yaşam kaynağı olmuş ve yerleşimler çoğunlukla su kıyılarında kurulmuştur. Önceleri sadece tüketim ve kullanım amacıyla değerlendirilen su, 19. yüzyılda hız kazanan kentleşme hareketleriyle birlikte turizm ve rekreasyon amacıyla da değerlendirilen bir kaynak haline gelmiştir. Bir bölgede suyun varlığı estetik, ekolojik ve psikolojik yararlar sağlamanın yanı sıra o bölgenin turizm ve rekreasyon potansiyelini de artırmaktadır. Turizm ve su denilince akla öncelikle denizler ve deniz kıyıları gelmektedir. Ancak, denize kıyısı olmayan yerlerde nehirler ve özellikle de göller önemli birer turizm ve rekreasyon kaynağı olabilmektedirler. Son yıllarda doğal ve yapay göllerde yapılan su sporlarına ve rekreasyonel faaliyetleri olan ilgide önemli bir artış görülmektedir. Ülkemizde turizmin ihtiyaç duyduğu doğal nitelikli alanlar hemen hemen her bölgemizde mevcuttur. Özellikle Doğu Anadolu Bölgesi'nde var olan zengin doğal ve kültürel peyzajlar turizm ve rekreasyon açısından eşsiz fırsatlar sunmaktadır. Bölge her mevsime uygun farklı turizm fırsatlarını (rafting, trekking, kış sporu, göl sporları vb.) barındırmaktadır. Türkiye'nin en büyük gölü olma özelliğine sahip Van Gölü ve çevresi, suya bağlı turizm ve rekreasyon faaliyetleri açısından eşsiz fırsatlar sunmaktadır. Çok sayıda koyu bulunan Van Gölü tuzlu ve sodalı olması nedeniyle kışın donmamaktadır ve bu nedenle göl çevresi kuş çeşitliliği açısından zengindir. 430 km kıyı

uzunluğuna sahip olan gölün çevresinde çok sayıda tarihi yapı yer almaktadır. Sahip olduğu fauna çeşitliliği, tarihi dokusu ve sunduğu peyzaj değeri ile farklı rekreasyonel ve turistik beklentilere cevap verme potansiyeli yüksektir. Bu bildiride, Van Gölü'nün Van kenti kıyıları ve yakın çevresinde yer alan kesiminin sunduğu turizm ve rekreasyon fırsatlarının ortaya konulması amaçlanmıştır. Van kenti kıyılarında, Van ve Edremit sulak alanları gibi doğal peyzaj unsurlarının yanı sıra kıyıya yakın konumdaki Van Kalesi ve çevresindeki arkeolojik alanlar gibi kültürel peyzaj unsurları da yer almaktadır. Son yıllarda, özellikle İran'dan gelen turist sayısında önemli bir artış görülen Van'da, gerek Van halkı ve gerekse Van'ı ziyaret eden yerli ve yabancı turistler için suya bağlı rekreasyon ve turizmin geliştirilmesi ve sürdürülebilirliği çerçevesinde yapılması gerekenler tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Göl Turizmi, Turizm, Rekreasyon, Peyzaj, Sulak Alanlar, Van Gölü

EVALUATION OF TOURISM AND RECREATION POTENTIAL OF LAKE VAN AND ITS NEAR ENVIRONS

ABSTRACT

One of the sectors that have developed rapidly in the 21st century and played an important role in the economic development of the countries is tourism. Travels for tourism purposes and services received provide employment opportunities and support the economic development of many regions. Due to the increases in income levels and free times as well as to the desire to eliminate the stress of business life, tourism participation at both national and international levels shows a significant increase. Today, different perspectives have been brought to tourism, which has long been perceived as only sea, sand and sun. People have begun to focus on tourism types that can be realized in natural areas and offer diversity. Instead of seasonal coastal tourism, new tourism types that are spreading throughout the year and offering diversity are developing. Although they are considered as separate issues in scientific researches, the concepts of tourism and recreation are complement each other due to the existence of many common aspects. Recreational activities are those that people make for fun and relaxation, and they are mostly intended to be carried out in open and natural areas, away from urban life. Tourism, on the other hand, is an action carried out in both rural and urban areas for similar purposes. It also includes accommodation for at least one night outside the place of residence. Due to the stressful living conditions brought about by modern life, the increasing need for free time for people to freely enjoy has created new forms of life in the context of tourism and recreational activities. Water has an important place in the tourism and recreational activities that can be realized in the nature. Throughout history, the water has been a source of life for human beings, and the settlements are mostly located on water shores. The water that was only considered for consumption and use in the past has become a source for tourism and recreation with the accelerating urbanization movements from the 19th century onwards. In addition to providing aesthetic, ecological and psychological benefits, the presence of water in a region also increases the tourism and recreation potential of that region. Sea and seashores firstly come to mind when it comes to tourism and water. However, rivers and especially lakes can also be important sources for tourism and recreation in places without coastal seashores. In recent years, there has been a significant increase in interest in water sports and recreational activities in natural and artificial lakes. In Turkey, natural qualities that are needed for tourism are available in almost all regions. Especially the rich natural and cultural landscapes that exist in the Eastern Anatolia Region offer unique opportunities in terms of tourism and recreation. The region offers different tourism

opportunities (rafting, trekking, winter sports, lake sports, etc.) suitable for all seasons. As being Turkey's largest lake, Lake Van and its near environs offer unique opportunities for water-related tourism and recreation activities. The lake, which has quite many bays, is not frozen in winter due to its salty and sodic nature, and therefore the lake itself and the near environs are rich in bird diversity. There are many historical assets around the lake which has a coastal length of 430 km. Its fauna diversity, historical texture and landscape value give it the potential to respond to different recreational and touristic expectations. The purpose of this paper is to provide an overview of the opportunities for tourism and recreation offered by the Van city shores of the lake and the surrounding area. On the shores of the Van city, there are natural landscape elements such as Van and Edremit wetlands as well as cultural landscape elements such as Van Castle near the shore and archeological sites around it. In recent years, there is a significant increase in the number of foreign tourists, especially from Iran, visiting Van. So, the measures to be taken in the context of sustainable development of water-related tourism and recreation for both domestic and foreign tourists will be discussed.

Keywords: Lake Tourism, Tourism, Recreation, Landscape, Wetlands, Lake Van.

KENT TURİZMİ DESTİNASYON TERCİHLERİNDE YEŞİL ALANLARIN ROLÜ: YERLİ VE YABANCI ZİYARETÇİLERLE KARŞILAŞTIRMALI BİR ÇALIŞMA

Arş. Gör. Pınar ZEĞERK

Akdeniz Üniversitesi
zegerek.pinar@gmail.com

Prof. Dr. Veli ORTAÇEŞME

Akdeniz Üniversitesi
ortacesme@akdeniz.edu.tr

ÖZET

Turizm 21. yüzyılın hızlı gelişme gösteren hizmet sektörlerinden biridir. Gelir düzeylerindeki artış, ulaşım ve haberleşmede meydana gelen teknolojik gelişmeler ve serbest zamanları değerlendirme isteği, kent ve çalışma hayatının getirdiği stresten uzaklaşma arzusu gibi daha pek çok nedenden dolayı hem ulusal hem de uluslararası düzeyde turizme katılım önemli bir artış göstermektedir. Klasik deniz-güneş-kum üçlüsünün bel kemiğini oluşturduğu kıyı turizmi günümüzde de ön planda olup, yaşam süresinin ve harcanabilir gelirin artması; çalışma süresinin kısalması; sosyo-demografik değişiklikler, farklı yaş, dil ve sosyal gruplardan insanların değişen ilgi ve istekleri doğrultusunda turizmde yenilik ve çeşitlilik arayışları gün geçtikçe artmaktadır. Kıyılarda yoğunlaşan turizm, yeni turizm eğilimlerinin merak uyandırması sonucu iç kesimlere yönelerek, kırsalda ve kentlerde alternatif turizm mekânlarının oluşmasına neden olmuştur. Turizmde yaşanan bu davranışsal değişiklikler ve kitle turizminin doygunluğa ulaşması nedeniyle alternatif turizm olarak sosyal, kültürel ve sanatsal amaçlarla kentlere yapılan kısa süreli ziyaretleri içeren kent turizmi ön plana çıkmaya başlamıştır. Bugün kent turizminde öne çıkan kentler incelendiğinde destinasyon tercihlerini etkileyen öğeler arasında kentin sahip olduğu doğal kaynaklar, kültürel ve tarihi miras alanları veya simge yapılar gibi kültürel peyzaj unsurlarının olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra yeşil alanlar da kentler için bir diğer çekim unsurudur. Açık ve yeşil alanlar sağladığı fiziksel ve ekolojik faydaların yanında kentlere estetik değer katarak tanınırlık kazanmasında ve buna paralel olarak kent turizminin geliştirilmesinde önemli bir role sahiptir. Yapılan bazı çalışmalarda da turizm destinasyonu belirlerken turistlerin kentin sahip olduğu yeşil alan varlığını göz önünde bulundurduğu belirlenmiştir. Nitekim ABD’de en çok ziyaret edilen park olan Central Park’ın yıllık ortalama 42 milyon ziyaretçisi olduğu göz önünde bulundurulduğunda yeşil alanların kent turizmine katkısı olduğu sonucuna varmak kaçınılmazdır. Antalya, ülkenin en popüler turizm destinasyonu olup, farklı peyzaj alanları, eşsiz tarihi miras alanları ve kaliteli konaklama tesisleri ile Akdeniz havzasında en gözde yerlerden biridir. Antalya, Türkiye’nin yıllık uluslararası ziyaretlerinin yaklaşık üçte birini aldığı için “Türkiye’nin Turizm Başkenti” seçilmiş ve 2017 yılında, yaklaşık 10 milyon turist ağırlamıştır. Antalya peyzaj değerleri, doğal ve kültürel varlıkları ile çekici bir şehirdir. Ayrıca ülkenin diğer şehirlerine göre yeşil alan bakımından oldukça zengindir. Kentteki toplam yeşil alan sayısı 1167’dir; bu yeşil alanlarla temsil edilen toplam yüzey 5.717.831 m² olup, kişi başına yeşil alan miktarı 4.6 m²’dir. Belediyelerin oluşturduğu bu yeşil alanlara ek olarak, Orman ve Su İşleri Bakanlığı tarafından oluşturulan rekreasyon alanları ve doğa parkları gibi farklı yeşil alanlar, Antalya’nın kentsel dokusu içinde var olmakta ve şehrin yeşil altyapısına katkıda bulunmaktadır. Bu bildirinin amacı kentsel turistlerin destinasyon tercihinde yeşil alanların rolünü belirlemek ve yerli ve yabancı turistlerin tercihleri arasında herhangi bir fark olup olmadığını ortaya koymaktır. Bu amaçla Antalya kentini ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerle anket çalışması

yapılarak kentin yeşil alanlarının turistlerin destinasyon tercihlerine etkileri ölçülmeye çalışılmıştır. Bu araştırmanın sonuçları, yeşil alanların ziyaretçilerin destinasyon ve konaklama seçeneklerinde rol oynadığını ortaya koymuştur. Toplam ziyaretçi sayısının % 75,9'u varış tercihi ve toplam ziyaretçilerin % 75,6'sı yeşil alanların rolü ile ilgili olumlu cevaplar vermiştir. Dolayısıyla, yeşil alanlar toplam ziyaretçilerin üçte ikisini hem destinasyon hem de konaklama seçenekleri açısından olumlu yönde etkilemektedir. Ancak, yerli ve yabancı turistlerin cevapları arasında bazı farklılıklar vardır. Yerli ziyaretçilerin% 81,4'ü yeşil alanların destinasyon tercihleri açısından olumlu görüş bildirirken, yabancı ziyaretçilerin % 63.2'si bu konuda olumlu görüş bildirmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda Antalya kent turizminin geliştirilmesi, marka değerinin artırılması ve turizm gelirlerinin tüm yıla yayılabilmesi için yapılması gerekenler önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kent Turizmi, Açık ve Yeşil Alanlar, Kent Parkı, Antalya

THE ROLE OF GREEN SPACES IN THE DESTINATION CHOICE OF URBAN TOURISTS: A COMPARATIVE STUDY WITH DOMESTIC AND INTERNATIONAL VISITORS

ABSTRACT

One of the fastest growing service sectors of the 21st century is tourism. Due to the increase in income levels, technological developments in transportation and communication, and desire to get rid of the stress brought by urban and working life, tourism participation in both national and international levels shows a significant increase. The coastal tourism, which is the backbone of the classic sea-sun-sand trio, is now also the front-line, increasing the life span and disposable income; shorter working time; sociodemographic changes, different ages, languages and social groups, the search for innovation and diversity in tourism is increasing day by day in line with the changing interests and desires of the people. Tourism intensified in the coasts has led to the creation of alternative tourist destinations in the countryside and cities, as they have turned to the inner parts of the country, which have aroused curiosity about the new tourism trends. As a result of these behavioral changes in tourism and mass tourism reaching the saturation, urban tourism, which includes short-term visits to cities with social, cultural and artistic purposes as an alternative tourism, has begun to come to the forefront. When we look at the cities that are prominent in urban tourism today, it is seen that among the prizes that affect the preferences of the destinations, there are cultural landscapes such as natural resources, cultural and historical heritage sites or icon structures that the city possesses. In addition, green spaces are another attraction for cities. Together with its physical and ecological benefits provided by the open and green areas, it has an important role in acquiring recognition by adding aesthetic value to the cities and in parallel with the development of urban tourism. In some studies, it was determined that tourists considered the existence of the green area that the city had. In fact, considering that Central Park, the most visited park in USA, has an average of 42 million visitors per year, it is inevitable that green areas contribute to urban tourism. Antalya is the most popular tourism destination in the country, and one of the top destinations in the Mediterranean basin with its diverse landscapes, unique historical heritage sites and good quality accommodation facilities. Antalya is named the "Capital city of tourism in Turkey" as it receives almost one third of annual international arrivals to Turkey. In 2017, some 10 million tourists visited the city. Antalya is an attractive city with its landscape values, natural and cultural assets. The city is also rich in green spaces compared to other cities of the country. The total number of public green spaces in the city is 1167; the total surface represented by these green spaces is 5.717.831 m² and the amount of green space per capita

is 4.6 m². In addition to these green spaces created by municipalities, different green areas such as recreation areas and nature parks created by the Ministry of Forestry and Water Affairs exist within the urban texture of Antalya and contribute to the green infrastructure of the city. The aim of this paper is to determine the role of the green spaces in the destination preference of urban tourists and to reveal if there is any difference between the preferences of domestic and international tourists. The results of the present research have also revealed that green spaces have a role in destination and accommodation choices of visitors. 75.9% of total visitors in terms of destination preference and 75.6% of total visitors in terms of accommodation facilities gave positive answers regarding the role of green spaces. So, green spaces positively affect two thirds of the total visitors both in terms of destination and accommodation choices. However, there are certain differences between the answers of domestic and international tourists. 81.4% of domestic visitors reported favourable opinions about the role of green spaces in terms of destination preference while 63.2% of foreign visitors did so. According to these results, it has been suggested to develop Antalya city tourism, to increase the brand value and to make all the tourism revenues spread.

Keywords: Urban Tourism, Open and Green Spaces, Urban Parks, Antalya.

ALTERNATİF BİR TURİZM ROTASI: KURTALAN EKSPRESİ

Dr. Öğr. Ü. Adnan ALKAN

Siirt Üniversitesi
ad_alkan@hotmail.com

Prof. Dr. Kenan ARINÇ

Atatürk Üniversitesi
kenanarinc@hotmail.com

ÖZET

Son yıllarda turistlerin bozulmamış doğal ortamlara ve kültürel miras alanlarına olan ilgisi, turizm işletmelerinin daha fazla turist çekebilmek için ürün çeşitlendirmeye yönelik çalışmaları, ulusal turizm örgütleri ve kamu yerel yönetimlerinin alternatif turizm mekânları oluşturma yönünde planlamaları; “turizm rotaları/güzergâhları” kavramını gündeme getirmiştir. Turizm rotaları, bir ana tema kapsamında birbirinden farklı bir dizi çekiciliği bir araya getiren ve ziyaretçilerin bir yerden başka bir yere seyahat etmesi nedeniyle bölgesel turizmi harekete geçiren bir seyahat çeşididir. Turizm rotaları, mesafe ve kapsadığı alan açısından farklılık göstermekle birlikte, yerel, bölgesel ve uluslararası güzergâhlardan oluşabilir ve önemli turistik kaynaklara sahip olan az gelişmiş bölgelerin ekonomik kalkınması için iyi bir fırsat oluşturabilir. Rotalar, geri kalmış yörelerde, kırsal alanlarda çok az ziyaret edilen yerlerin pazarlanmasına, popüler alanlardaki yoğunluğun azalmasına ve bir bölgedeki tarihi değerlerin veya diğer tematik çekiciliklerin farkına varılmasına ve turistik amaçlı olarak değerlendirilmesine yardımcı olmaktadır. Turizm rotalarının temel amacı, bölgede ziyaretçilerin vakit geçirmesi ve harcama yapması için her biri tek başına yeterince çekici olmayan turistik değer ve aktiviteleri birbirine bağlamaktır. Ayrıca turizm potansiyeli yüksek ancak yeterli turizm hareketlerine sahne olmamış alanların turizme kazandırılması için oldukça önemli bir yöntemdir. Bir bölgeye ziyarete gelen turist, nerede ne gibi olanakların olduğu, bir yerden diğer bir yere en kısa ve en kolay yoldan ne şekilde ulaşılacağı, yörenin nerelerinin görülmeye değer olduğu vb. bilgilere hızlı ve kolay şekilde ulaşabilmektedir. Böylece sinerjik etki kullanılarak daha güçlü bir turistik çekicilik yaratılmakta, turizm merkezleri kolektif bir şekilde bir turizm destinasyonuna dönüşebilmektedir. Türkiye’de son zamanlarda turistlerin alternatif turizm rotalarına olan talepleri oldukça artmıştır. Bu rotaların başında ise Türkiye’nin batısından doğusuna doğru uzanan demiryolu ekspres seferleri gelmektedir. Bu ekspres seferler, ülkenin batısı ile doğusunu birbirine bağlarken, aynı zamanda turizm açısından son derece ilgi çekici doğal, kültürel ve tarihi bölgelerden de geçmektedir. Söz konusu demiryolu rotalarının önemli olanlarından birini Kurtalan Ekspresi oluşturmaktadır. Kurtalan Ekspresi, 1944 yılında ulaşım faaliyetlerine başlamış, başlangıçta İstanbul’dan Kurtalan’a yapılan seferler, son yıllarda ise Ankara-Kurtalan şeklinde gerçekleşmektedir. Şarkılara, filmlere konu olan Kurtalan Ekspresi, Türkiye’nin güneydoğusu ile batısı arasında önemli bir ulaşım aksı olup, aynı zamanda Mardin, Hasankeyf, Diyarbakır, Tillo, Veysel Karani gibi birçok turizm bölgesine ulaşımı sağlayan önemli bir hattır. Çalışmanın temel amacını uzun bir dönemden beri bir ulaşım rotası olan Kurtalan Ekspresi’nin turizme konu olabilecek şekilde tekrardan değerlendirilmesi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nin geri kalmışlığını turizm yoluyla ortadan kaldırmaya katkı sunması oluşturmaktadır. Son yıllarda turizm motivasyonlarının değişmesi, otantik ve farklı turizm rotalarına olan talebin artmasından dolayı Kurtalan Ekspresi’nin de önemli bir alternatif turizm rotası olabileceğini ve yeni turizm destinasyonları yaratacak bir potansiyel barındırdığını açıkça ortaya koymaktadır. Çalışmada elde edilen bulgulara göre Kurtalan Ekspresi güzergâhında yer alan birçok sahanın turizm

açısından oldukça ilgi çekici zenginlikler barındırdığı ve doğru turizm politikalarıyla bunların turizm merkezi olabileceği anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Alternatif Turizm, Rotalar, Kurtalan Ekspresi, Demiryolu

AN ALTERNATIVE TOURISM ROUTE: KURTALAN EXPRESS

ABSTRACT

In recent years, the interest of tourists in pristine natural environments and cultural heritage sites, the efforts of tourism enterprises to diversify products to attract more tourists, the plans of national tourism organizations and public local governments to create alternative tourism places has brought up the concept of "tourism roots / routes" to the agenda. Tourism routes are a type of travel that brings together a diverse array of attractions within a single central theme and moves regional tourism to travel from one place to another. Although tourism routes differ in terms of distance and coverage, they can be local, regional and international routes. And they may provide a good opportunity for economic development of underdeveloped regions with significant tourist resources. Rotas help to market less visited places in rural areas, to reduce the intensity of popular areas, and to recognize historical values or other thematic attractions in a region and to be considered tourist attractions. The main objective of the tourist routes is to connect the tourist attractions and activities, each of which is not attractive enough to spend time on the area. It is also a very important method to gain the tourism potential of areas that have not been enough for tourism movements. A tourist arriving at a zone can reach the information something like what kind of possibilities are available, how to get from one place to another in the shortest and easiest way, what places are worth seeing, and so on, quickly and easily. Thus, a stronger tourist attraction is created using the synergistic effect and tourism centres can be transformed into a tourism destination collectively. In recent years, the demands of tourists to alternative tourism routes have increased considerably in Turkey. One of the most popular of these routes is the railway express service lies from east to west of Turkey. These express train services connect the western part of the country with the eastern part and also pass through natural, cultural and historical regions which are very interesting in terms of tourism. One of the most important railroad of these routes is the Kurtalan Express. The Kurtalan Express started its transportation activities in 1944, initially from Istanbul to Kurtalan, and in recent years in the form of Ankara-Kurtalan. The Kurtalan Express, which is made as the subject of films and songs, is an important transportation link between the south and the west of Turkey and is also an important route access many tourist areas such as Mardin, Hasankeyf, Diyarbakir, Tillo and Veysel Karani. The main purpose of the study is to evaluate the Kurtalan Express which has been a transportation route for a long time in a way that could be subject to tourism and to contribute to the removal of the backwardness of the Southeastern Anatolia region through tourism. The change in tourism motivations in recent years has made it clear that the Kurtalan Express can also be an important alternative tourism route due to the increase in demand for authentic and different tourism routes and the potential to create new tourism destinations. According to the findings obtained in the study, it is understood that many of the areas on the Kurtalan Express route have very interesting attractions in terms of tourism and that they can be tourism center with the right tourism policies.

Keywords: Alternative tourism, Routes, Kurtalan Express, Railway

KONYA'NIN YÖRESEL YEMEKLERİNE TARİHİ BİR BAKIŞ

Vedat EKEN

Selçuk Üniversitesi
vedateken79@gmail.com

Dr. Öğr. Ü. Birsen BULUT SOLAK

Selçuk Üniversitesi
birsenbirsenbulut@gmail.com

ÖZET

Yemek, kültürlere özgü özellikleri, pişirme ve sunum teknikleri ile kültürel değerlere dayanak oluşturmuştur. Yemek yeme ise sadece beslenme amaçlı bir aktivite olmayıp, sosyalleşmeyi de sağlayan kültürel bir etkinliktir. Yemek ve yemek yeme kültürümüz tarih olarak ise binlerce yıl öncesine gitmekte ve insanoğlu için önemli bir yere sahip olmasına karşın, bilimsel olarak incelenmesi ve araştırılması daha yakın zamanda olmuştur. Anadolu yemek kültürünün en önemli merkezlerinden biri ise şüphesiz Konya mutfağıdır. Konya il sınırları içerisinde yer alan eski yerleşim yerlerinden Çatalhöyük'te (M.Ö 6000-5000), yapılan kazılar neticesinde mercimek ve bulgur tanesi kalıntılarına rastlanması, Konya yemek kültürünün çok eski dönemlerde var olduğunu göstermiştir. Ülkemizin tahıl ambarı olarak nitelendiren ve yemek yapımında kullanılan ürünlerin büyük bir bölümünün yetiştirildiği Konya'nın mutfak kültürü genel olarak değerlendirildiğinde, mutfak mimarisi, kullanılan araç-gereçler, malzeme, tertip ve düzen, yemek çeşitleri, pişirme teknikleri, servis usulleri ile geniş bir yelpazeye sahiptir. Yemek kültürü zengin bir mutfağa sahip olan Konya, yemek çeşidi ve bu yemeklere has lezzeti ile farklı damak tatlarına da hitap etmektedir. Yöresel yemeklerinin çeşitliliği ile geçmişten bugüne toplumun her kesiminde kendisinden söz ettiren Konya mutfağına özgü geleneksel yemekler, artık sofralarımızda çok az yer almaktadır. Toplumun büyük kesiminin yeme alışkanlıklarında meydana gelen değişimler, bireyleri dışarıda yemek yemeye yöneltmiştir. Ancak, Konya halkının belli bir kesimi yine de geleneksel ve yöresel yiyeceklerine sahip çıkmış ve bu geleneği sürdürme gayreti içerisinde olmuştur. Bu çalışmada, Konya mutfağının 11. yüzyıldan itibaren tarihsel gelişimi ile günümüze kadar gelmiş olan yemek çeşitleri hakkında elde edilen bilgilere kısaca yer verilecektir. ,

Anahtar Kelimeler: Konya, Yemek Kültürü, Yöresel Yemekler

A HISTORICAL OVERVIEW OF LOCAL FOOD OF KONYA

ABSTRACT

The food is based on culturally specific characteristics, cooking and presentation techniques and cultural values. Eating food is not only a nutritional activity, but also a social activity that provides socialization, too. Our food and eating culture dates back thousands of years ago, and although it has an important place for human beings, it has been scientifically examined and researched more recently. Konya cuisine is undoubtedly one of the most important centres of Anatolian food culture. One of the old settlements located within the borders of Konya city, in Çatalhöyük (6000-5000 BC), as a result of the excavations, the presence of lentils and wheat grain remains shows that Konya food culture existed in ancient times. When the culinary culture of Konya is evaluated in general, described as our country's cereal warehouse and a large part of our country's products used in the production of food is cultivated, it has a wide

range of the kitchen architecture, tools, materials, planning and order, food types, cooking techniques, service procedures. Konya, which has a rich cuisine of food culture, also addresses different tastes with its food variety and its special tastes. Traditional meals peculiar to Konya cuisine, which have been told itself in every part of society from past to present with the variety of local dishes, are now very few in our tables. Changes in eating habits of the majority of the society have led individuals to eat outdoors. However, a certain part of Konya people still have traditional and local food and this tradition has been in an effort to continue. In this study, the historical development of Konya cuisine from the 11th century onwards and the information on the variety of dishes that have come up to date are briefly mentioned.

Keywords: Food Culture, Konya, Local Food

THE STATUS OF HISTORICAL HOUSES AND EDIFICES IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM INDUSTRY IN ISFAHAN

Prof. Dr. Fereydoun ALLAHYARI

University Of Esfahan (Iran)
f.allahyari@ltr.ui.ac.ir

Prof. Dr. Khatabakhsh FARIBA

Director Of World Registration Site Of Naqsh-E-Jahan Square Head Of Preservation And
Restoration Of The Historical Monuments Of Isfahan (Iran)
khatabakhsh.fariba@yahoo.com

ABSTRACT

Isfahan City is one of the canons of Iranian art and architecture in the Islamic period, which has been known for its unique historical monuments over several centuries. The city's architecture and art peaked in the Safavid period, and after a relatively long period in the middle of the Qajar period, it came out of the monopoly of state and religious monuments and was manifested in the houses and edifices of the lords and elders. Malek Vineyard, Bekhradi's Historical House, Dehdashti Historical House, Kianpour Historical House, Tamizi Historical House, etc. are historic edifices in which traditional architecture and special decorative elements alongside European art and architecture have brought about beautiful and harmonious combination. The City of Isfahan is one of the most important tourism canons in Iran, and tourists visit many of the natural and historical attractions of the city every year. In order to preserve historical works and develop the tourism infrastructure of Isfahan, Administration of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Isfahan province has converted the use of houses into traditional hotels, residences, and dining rooms with a combination of amenities, cultural content, and hospitality. Historical houses of Isfahan, in addition to the special structure and space, show the Iranian lifestyle. As a result, many foreign tourists prefer to stay in these houses instead of modern hotels and feel themselves in the midst of the traditional and indigenous space of the people of Isfahan. This paper is to examine the experience of converting the three historical buildings of Isfahan to the tourism facilities and the status of historical houses and edifices in the development of tourism industry in Isfahan.

Keywords: Historical houses, Tourism Industry, Safavid Period, Qajar Period, Isfahan.

HISTORICAL BUILDINGS IN IRAN AND DEVELOPMENT OF TOURISM INDUSTRY

Naser TAHERI

Ma In Restoration Of Historical-Cultural Monuments (Iran)
7211.godfather@gmail.com

ABSTRACT

Paying attention to the restoration and presentation of land use of historical monuments have been accepted as the main programs for governments for reinforcement of the economic body and the contribution to attracting investors and creating jobs in terms of its important role in development of tourism industry, increase in the degree of productivity of old textures and buildings in urban and rural regions, and respect to national identity and genuine culture of the society during the recent decades at the global level and among civilized and sophisticated communities. Specific privileges of historical monuments such as their basic resilience of architectural elements, significant dimensional width compared to other urban elements, mostly appropriate spatial locations (at the heart of cities and villages or on the highways of Iran), beauty in their structure and architecture, configuration appropriate to environmental and climate conditions, etc. cause that they have high capability in accepting functional identity as a member of dynamic and effective urban or rural elements so that with the minimum intervention in their structure, their spaces and elements can be appropriately and economically used in each type of climate or region. With regard to the exiting conditions in the Iranian society, water crisis, and international sanctions, attempts to reconstruct and recreate historical buildings and textures as well as presenting land use appropriate to their structure can develop the productivity conditions, increase effectiveness of urban and rural old textures, increase the public interest in residence and consequently tendency to maintaining and protecting them in long term. In addition, these case will cause population concentration in these regions and prevention of the unbridled expansion of cities and villages towards suburbs, conurbation, and their infrastructures (which can impose high costs and deconstruct the environment and natural resources). In addition, by restoration of these old and less-dynamic parts of cities and villages, the grounds for development of tourism and of jobs can be provided. As a result, consistency with major goals of economic development, cost reduction, and increase in production with the available facilities can be provided.

Keywords: Historical Monuments, Tourism Industry, National Identity, International Sanctions, Iran.

IMPACT OF HALAL TOURISM ON CULTURE OF SUSTAINABLE TOURISM

Dr. M. Naeem MOHSIN

GC University, Faisalabad (Pakistan)
mnmohsin71@gmail.com

Dr. Humayun ABBAS

GC University, Faisalabad (Pakistan)

ABSTRACT

Halal Tourism is considered as an important new industry that provides a source of income to those countries who are offering the services of Halal Tourism. Almost 1.6 billion Muslims worldwide have emerged as influential marketable ground. The Global Muslim spending on Food items and drinks has reached (\$1,292 billion in 2013 and hope it is expected that, to a \$2,537 billion market by 2019. To cater to the need of growing community, there will be Halal restaurants, Halal Flights, Halal parks and halal restaurants and hotels.

Halal foods for Muslim tourists are very prevalent in France, Germany and the UK and some of their customers may be frequently non-Muslim. The main objective of this research paper is to how we can promote hall tourism so that tourism can positively impact on the environment, society and economy of any country. In this way the tourism will be increase. There is enough potential in halal tourism which attract not only Muslim tourists but also non muslim tourists.

The findings of this research indicate there is need to promote Halal tourism through trainings, best practices and modifying the foundation of tourism development of any country. It is necessary for all agencies to work together and play a vital role through an active involvement and participation to analytically coerce in the similar path.

Keywords: Halal Tourism, Sustainable, Tourists.

PERSONALITY: THE IMPORTANT FACTOR IN SELECT OF PERSONS FOR JOBS IN TOURISM

Sohrab Abdi ZARRIN

University of Qom , (Iran)

s.abdizarrin@qom.ac.ir

Abbas PANAHADEH

Islamic Azad University (Arak Branch), (Iran)

abas.panahande@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this study was to attention to profit of Personality with workplace for improve of job satisfaction in terms of increase of parsons ability with adjust between people and environments. Van is city in Turkey with high capacity for development in a lot of area. But its need to planning and choose able persons with attention to request of workplaces. Efforts by career counseling and vocational psychology to answer the question of how individual differences contribute to important vocational outcomes have resulted in the emergence of several integrative theories. Personality was central constructs in such theories. One of the most influential theories regarding personality is Holland theory. In this theory, Holland (1985, 1997) divides both people and environments into some combination of six interest domains. These six domains are hexagonally organized, and include Realistic (e.g., outdoors, mechanical), Investigative (e.g., science, math), Artistic (e.g., art, language), Social (e.g., helping, teaching), Enterprising (e.g., selling, business) and Conventional (e.g., details, clerical), collectively known as RIASEC. In Van with attention to most beautiful places, old culture, potential in industry and crafts to take a balance in jobs especially in tourism and to make most profit between personality of persons and workplace for development.

Keywords: Personality, Workplace, Tourism.

ENTREPRENEURSHIP: THE WAY OF DEVELOPMENT IN TOURISM

Abbas PANAHANDEH

Islamic Azad University (Arak Branch), (Iran)
abas.panahande@gmail.com

Sohrab Abdi ZARRIN

University of Qom , (Iran)
s.abdizarrin@qom.ac.ir

ABSTRACT

The aim of this study was to attention entrepreneurship as a way for development of Tourism. In the past and with attention of traditional view the change of cities were not fast and revolution was slow but now and in new situation the change is fast and often times is out of control. One the tools and the same time the goal beside of this change is entrepreneurship. Some area roles were important in entrepreneurship, for example, sociology, psychology, and administration and economic. The entrepreneurial function implies the discovery, assessment and exploitation of opportunities, in other words, new products, services or production processes; new strategies and organizational forms and new markets for products. The entrepreneurial factor is understood to be a new factor in production that is different to the classic ideas of work and capital, which must be explained via remuneration through in-come for the entrepreneur along with the shortage of people with entrepreneurial capabilities. It's necessary to new idea, new view and new way for expansion of Tourism especially in Van.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneur, Tourism.

KAPİTALİZMİN EKOLOJİK KRİZLERİ ÜZERİNE BİR OKUMA: TURİZM FAALİYETLERİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Nurettin ÖZGEN

Ankara Üniversitesi
nozgen@gmail.com

Süleyman Cengiz EGE

Ankara Üniversitesi
cengizege@yahoo.com

ÖZET

İnsan-doğa ilişkiselliği uzun bir tarihe sahiptir. Bu ilişkisellik, insanlık tarihi boyunca güç, bilinç ve çeşitli üretim formları üzerinden gelişim göstermiştir. Bu ilişkisellik, başlangıçta çevre merkezli (ecocentrik) bir yaşamsal form şeklinde süregelirken, özellikle coğrafi keşifler ve sanayi devrimiyle birlikte insan merkezli (antropocentrik) pratiklerin gelişmesiyle bu etkileşim formunun öznesi ve başat aktörü insan olmuştur. Özellikle teknik devrimlerle gücüne güç katan insan, çevreye yönelik uygulamalarda yeterli derecede duyarlı ve hassas davranmamış, daha fazla güç ve sermaye sahibi olmak adına sonu olmayan bir rekabeti üretmiştir. Bu rekabette, “güç ve yapının ürettiği tekelleşme, ciddi bir territorial hegemonyayı üretmiş” ve sermaye kazanımı, aynı zamanda ekolojik krizlerin ve dolayısıyla tükenişin de nedeni olmuştur. Mevcut siyasal sistemlerin uygulandığı Türkiye dahil pek çok ülkede güç, artı değer kazanımı ve sermaye artırımına yönelik çabalar, Bookchin’in ifadesiyle; “büyü ya da öl” veya “yok et ya da yok edilmeye hazır ol” tanımlamasını özetler niteliktedir. Özellikle kır yaşamına içkin duru ve seyri güzel alanların/yerlerin, gücün-sermayenin ve dolayısıyla kapitalizmin birer aygıtı olarak metalaştırılması ve artı değere dönüştürülmesi, günümüzde birçok ülkede karşılaşılan yaygın pratiklerdendir. Bu tür uygulamalar, aslında, doğanın-çevrenin ve dolayısıyla yer küredeki sayısız biyomun yaşam alanlarının tehdit edilmesi ve dolayısıyla yaşamsal krizlerin davetiyesi anlamına gelmektedir. Bu çalışmada da amaç, kapitalizmin bu tür uygulama alanlarından biri olan turizm faaliyetlerine içkin metalaştırma ve sermaye artırımına yönelik pratikleri analiz etmek ve örnek verilerle konunun önemine dikkat çekmektir. Az gelişmiş birçok dünya ülkesinde olduğu gibi, Türkiye’de de iktidarların ve özellikle sermaye gruplarının tek boyutlu ve insan merkezli yaklaşımlarla çevreyi; bitmeyecek-tükenmeyecek bir kaynak & meta olarak duyumsaması, günümüz toplumları için en önemli bilişsel yoksunluklardandır. Bu bağlamda, Ekolojik Devrim yaklaşımı üzerinden, Türkiye’de sürdürülen çeşitli turizm faaliyetlerinin ve doğa pratiklerinin, sermaye grupları tarafından nasıl çevresel krizlere evrildiği analiz edilmiş ve çözüm odaklı önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Ekolojik Devrim, Turizm, İnsan Merkezli, Çevre Merkezli, Ekolojik Kriz, Türkiye.

A READING ON CAPITALISM AND ECOLOGICAL CRISIS: SAMPLE OF TOURISM ACTIVITIES

ABSTRACT

The human-nature relationship has a long history. This relationship has evolved through the history of mankind through power, consciousness and various forms of production. This

relationship has initially been in the form of an ecocentric vital form, particularly as geographical discoveries and the development of anthropocentric practices along with the industrial revolution have become the subject and principal actor of this interaction form. In particular, people who have added power to their power through technological revolutions have produced an endless competition to be more powerful and capital-conscious, without being sensitive and sensitive enough in their peripheral practices. In this competition, "the monopoly produced by power and work produced a serious territorial hegemony" and capital gains, as well as ecological crises and consequently exhaustion. Power in many countries, including Turkey, the implementation of existing political system, plus the value of efforts to recovery and the capital increase, with Bookchin's statement; It summarizes the definition of "magic or death" or "ready to be destroyed or destroyed". It is a common practice in many countries today to be commoditized as surplus and especially worthy of the beautiful areas / places, power-capital and therefore capitalism as a device for rural life. Such practices, in fact, mean the threat of the nature-environment and therefore the numerous biomonitoring sites on the ground, thus inviting vital crises. The aim of this study is to analyze the practices of capitalization and capital increase in tourism activities which are one of the application areas of capitalism and to draw attention to the importance of being given as an example. As well as many less developed countries of the world, one-dimensional and the environment with human-centered approach of power and especially capital groups in Turkey; as a resource & commodity that will never end - is the most important cognitive deprivation for today's societies. In this context, through the Ecological Revolution approach, continuing the practice of various tourism activities in Turkey and nature, how it evolved was analyzed by environmental crises have been made in capital groups and solution-oriented proposals.

Keywords: Tourism Activities, People-Centered, Environmentally-Based, Ecological Crisis, Turkey.

LİSE ÖĞRENCİLERİNİN KÜLTÜREL MİRAS FARKINDALIKLARI: SİİRT ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Nurettin ÖZGEN

Ankara Üniversitesi
nozgen@gmail.com

Süleyman Cengiz EGE

Ankara Üniversitesi
cengizege@yahoo.com

ÖZET

Kültürel miras, toplumların yaşamsal formlarını ve buna içkin çeşitli örüntüleri içerimleyen beşeri ve sosyal eksenli zenginlikleri kapsar. Somut ve somut olmayan kültürel miraslar olmak üzere iki kategoride değerlendirilen kültürel miras kavramı, toplumsallığın çeşitli alanlardaki deneyimlerini içerir. Tarihi yapılar ve inançsal-dini mabetler, toplumsal aidiyet, töresel uygulamalar, yöresel giyim ve gıda/mutfak kültürünün yanı sıra, tarihsel deneyimlerle örülen ve gündelik uygulamalarla pekiştirilen sözlü gelenekler ve anlatımlar, el-dokuma ve gösteri sanatları, doğa ve evrenle ilgili uygulamalar gibi birçok deneyim ve örüntüler, toplumsal kültürün yaşamsal desenlerini içermektedir. Her toplumun yaşadığı doğal ve sosyal çevrede bir yaşam formu olarak deneyimledikleri pratikler, kültürel mirasın farkındalığı ve anlam dünyası/zenginliği açısından önemli ve değerli görüldüğü için korunur ve devam ettirilir. Bu tür kültürel miras ve değerlerin farkında olmak, korumak ve tanınırlığına katkıda bulunmak, başta coğrafya olmak üzere sosyal bilimlerin çeşitli alanlarında yer alan ilgili ders müfredatlarının da kapsamında yer almaktadır. Bu çalışmada Siirt il merkezindeki dört farklı tür okulda 9.10.11. ve 12. Sınıf lise düzeyinde öğrenim gören 200 öğrenci , örneklem grubu olarak alınmış ve yörenin kültürel mirasına yönelik farkındalıkları araştırılmıştır. Yapılandırılmamış görüşme formuyla dizayn edilen araştırmada, katılımcıların yaşadıkları şehrin- yörenin/çevrenin kültürel miras zenginlikleriyle ilgili farkındalıklarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında temin edilen veriler betimsel ve içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Analizlerde, öğrencilerin özellikle somut olmayan kültürel miras farkındalıklarının düşük düzeyde olduğu, coğrafya müfredatında yer alan turizm ve kültürel miras temalarıyla ilgili bilişsel edinimlerini yaşadıkları çevreyle ilişkilendirerek yeniden anlamlandıramadıkları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Miras, Farkındalık, Lise Öğrencileri, Eğitim Politikaları, Turizm, Siirt.

CULTURAL HERITAGE AWARENESS OF HIGH SCHOOL STUDENTS: CASE OF SİİRT

ABSTRACT

Cultural heritage encompasses human and social-oriented riches that embody the vital forms of societies and the various patterns involved. The concept of cultural heritage, assessed in two categories, tangible and intangible cultural heritage, includes experiences in various areas of sociality. In addition to historical buildings and religious-religious temples, social practice, local clothing and culinary culture, many experiences and patterns such as verbal traditions and narratives embroidered with historical experience and reinforced with everyday cultural practices, hand-weaving and performing arts, practices related to nature and the universe,

social cultures contain vital patterns. The practices they experience as a life form in the natural and social environment in which each community lives are protected and maintained as they are important and valuable in terms of the awareness of the cultural heritage and the sense of the world. Being aware of, preserving and contributing to the recognition of such cultural heritage and values is also part of the relevant curricula in various areas of social sciences, particularly in geography. In this study, four different kind of schools in the Siirt province center 9.10.11. and 12th grade high school students were taken as sample group and the awareness of the cultural heritage of the region was investigated. The survey, designed in unstructured interview form, aimed to identify participants' awareness of the richness of cultural heritage in the city they live in. The data provided within the scope of the research were evaluated by descriptive and content analysis. In the analyzes, it was determined that the students were not particularly aware of the low level of intangible cultural heritage awareness and could not re-understand the cognitive acquisitions of tourism and cultural heritage themes in the geography curriculum by relating them to the environment they live in.

Keywords: Cultural Heritage, Cultural Awareness, High School Students, Education Politics, Siirt.

VAN ÇEVİRİMİÇİ RESTORAN İMAJININ DEĞERLENDİRİLMESİ: TRIPADVISOR SEYAHAT VE YORUM SİTESİ ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. İsmail ERTOPCU

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
ismailertopcu@mu.edu.tr

Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN

Istanbul Arel Üniversitesi
dermankucukaltan@arel.edu.tr

ÖZET

Restoran imajı, özellikle yemek tutkunlarının restoran seçimlerini etkileyen en önemli unsurlardan bir tanesidir. Bu araştırma Van ilinin çevrimiçi restoran imajının seyahat eden tüketicilerce oluşturulan çevrimiçi yorumlar aracılığıyla incelemektedir. Seyahat edenlerin seyahatlerine ve gittikleri restoranlara ilişkin görüş ve deneyimlerini paylaştıkları seyahat yorum sitelerindeki metinler içerik analiz yöntemiyle araştırılmaktadır. Van ilinde yer alan restoranlara yönelik yazılan metinlerin analizlerinde farklı yabancı dillerin kullanıldığı göze çarpmaktadır. Bunlar Türkçe, İngilizce, Rusça, Japonca diye devam etmektedir. Nitekim araştırma için kullanılan seyahat yorum sitesinde 64 restoranın yer almasına rağmen 22 restorana hiç yorum yapılmadığı görülmektedir. Metinler içerisinde kullanılan kelimeler kullanım sıklıklarına göre sıralanmış ve ilişkilerine göre temalar altında toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Türkçe kelimeler için altı tema bulunmuştur bunlar sırasıyla, Yiyecek ve İçecek, Bilgi, Restoran İsimleri, Diğer, Alt Yapı ve Öğünler'dir. İngilizce kelimeler için ortaya çıkan beş tema ise Bilgi, Yiyecek ve İçecek, Öğünler, Diğer ve Halk'tır. Öte yandan en çok tekrar edilen 5 kelime dillerine göre ayrılmıştır. Bu kelimeler; Van, Kahvaltı, Yemek, Güzel, Mekân, Food, Good, Restaurant, Great ve Service'dir. Bu araştırmanın sonuçları Van ilinde yer alan restoranlara giden tüketicilerin yiyecek-içecekleri ve restoranlar hakkında bilgi vermeye ilişkin özelliklerini algıladığını göstermektedir. Ayrıca bu araştırmanın sonucunda restoran imajının yönetilmesine yönelik olarak gelecekteki araştırmacılara öneriler de sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Restoran İmajı, Çevrimiçi Restoran İmajı, Çevrimiçi Tüketici Değerlendirmeleri, İçerik Analizi.

EVALUATION OF VAN ONLINE RESTAURANT IMAGE: THE CASE OF TRIPADVISOR TRAVEL AND REVIEW WEBSITE

ABSTRACT

Restaurant image is one of the most important element affecting the decision of the people who are fond of eating. This study examines online restaurant image of Van province based on online reviews of travellers. The texts, opinions and experiences of travellers shared on the travel websites are analysed through content analysis. In the analyses, it took attention that different languages are used for the restaurants located in Van province. For instance, these are Turkish, English, Russian, and Japanese. Indeed, it can be observed from the website

analysed in this research that 22 restaurants have not received any comment, although there are 64 restaurants on the website. The words used on the texts are ordered based on the frequency of occurrence and grouped for their relationships. According to the results, for the Turkish words, six themes were found, which are food and beverage, information, restaurant names, other, infrastructure and meals. The five themes in English are: information, food and beverage, meals, other and people. The most repeated five words are grouped based on languages. These words are: Van, breakfast, food, good, place, food, good, restaurant, great, service. The results of this research show that the consumers go to restaurants in Van province understand giving information on food and beverages and restaurants. Besides, at the end of this study, some suggestions for the future researchers are presented.

Keywords: Restaurant Image, Online Restaurant Image, Online Reviews, Content Analysis.

KARAMAN'IN SAHİP OLDUĞU KÜLTÜREL MİRASIN TURİZM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Öğr. Gör. Pinar YEŞİLÇİMEN

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
pinaraydag@kmu.edu.tr

Öğr. Gör. Meral İŞ

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
meralbozdogan@kmu.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Serkan AYLAN

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
serkanaylan@kmu.edu.tr

ÖZET

Bölgelerin turistik hareketi teşvik etmek amaçlı kullanabilecekleri doğal ve kültürel enstrümanların bulunması ve bunların etkin ve verimli bir şekilde kullanımı bölge turizminin canlanmasında son derece etkili olabilmektedir. 8000 yıllık geçmişi olan, Türkçenin başkenti Karaman, sahip olduğu birçok kültürel tarihi ve turistik değeri ile bölgenin turizm potansiyeli için oldukça önem arz etmektedir. Bu araştırmanın amacı, Karaman ilinin kültürel turizm potansiyelinin incelenmesi ve bölgenin sahip olduğu turizm çekiciliklerinin turizm sektörüne nasıl kazandırabileceğini ortaya koymaktır. Araştırmada öncelikle literatür taraması yapılmış olup yerel halk ve yerel sanatçılarla özel röportajlar gerçekleştirilmiş, kaybolmaya yüz tutmuş veya henüz gün ışığına çıkmamış kültürel miras öğeleri araştırılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgularda Karaman'ın zengin bir potansiyele sahip olduğu gözlemlenmiş ancak turizm için verimli bir şekilde kullanılmadığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda bölgenin turizm potansiyelinin geliştirilmesinde fayda sağlayabilecek önerilerde bulunulmuştur. Bu araştırma; Karaman ilinin kültürel turizm potansiyelinin geliştirilmesi, kültürel kaynaklarının değerlendirilmesi ve bu kaynakların Karaman turizmine sağlayabileceği katkıların ortaya çıkarılması açısından önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Kültürel Miras, Karaman.

EVALUATION OF CULTURAL HERITAGE OF KARAMAN FOR TOURISM POTENTIAL ABSRACT

ABSTRACT

The availability of natural and cultural instruments of the regions which can be used to stimulate touristic movement and their effective and efficient use can be very effective in reviving the region's tourism. With a lot of cultural, historical and touristic values and 8000 years of history, Karaman where is the capital city of Turkish language, is very crucial for tourism potential of region. The aim of this research is to examine the cultural tourism potential of Karaman Province and to show how the tourism attractiveness of the region can

be brought to the tourism sector. In research, literature search was conducted firstly and special interviews with local residents and local artists were carried out and cultural heritage items which have been sinking into oblivion and undiscovered yet, were searched. The findings from the survey show that Karaman has a rich potential but it has not been used efficiently for tourism. In this direction, proposals have been made that could benefit the development of the region's tourism potential. This research is crucial for the development of the cultural tourism potential of Karaman province, for evaluating cultural resources and revealing the contributions of these resources can provide to Karaman tourism.

Keywords: Tourism, CulturalHeritage, Karaman.

İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ SENARYOLARINA GÖRE TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN GELECEĞİNE DAİR BAZI DEĞERLENDİRMELER

Prof. Dr. Süleyman TOY

Atatürk Üniversitesi

suleyman.toy@atauni.edu.tr

ÖZET

Başta sera gazları salımı ve doğal yüzey tahribatı olmak üzere çok sayıda nedene bağlı olarak değişen küresel iklim nedeniyle insanların uğraştığı bütün aktivitelerin de mevcut durumu ve geleceği tartışılmaya ve tedbirler alınmaya başlamıştır. Bu sektörlerin en önemlileri arasında yer alan turizmin de çok hassas bir sektör olması nedeniyle iklim değişikliği konusunda fazlaca etkileneceği beklenmektedir. Türkiye iklim değişikliği etkilerine karşı hassas bir bölge olan Akdeniz Havzasında yer almaktadır. İklim değişikliğine dair bilimsel çalışmalar sonucunda elde edilen değişiklik öngörü modellerinin sayısı ve incelediği özellikler yıllar geçtikçe değişmekte ve gelişmektedir. Bu çalışma son yıllarda geliştirilen ve küresel ölçekte kullanılan Representative Concentration Pathways (RCP) iklim değişikliği öngörü modelinin 4.5 ve 8.5 senaryolarında Türkiye için yapılan öngörülerden bahsederek turizm sektörünün etkilenebilecek muhtemel yönlerini ele almaktadır.

Anahtar Kelimeler: İklim değişikliği modelleri, Turizm, RCP 4.5, RCP 8.5

SOME EVALUATIONS FOR THE FUTURE OF THE TOURISM SECTOR IN TURKEY ACCORDING TO CLIMATE CHANGE SCENARIOS

ABSTRACT

The current situation and the future of all the activities humans perform due to the global climate change are being discussed and measures are being taken due to a large number of factors mainly greenhouse gas emissions and natural surface transformation. Tourism, one of the most important economic sectors, is expected to be highly affected by climate change as it is a very sensitive sector. Turkey is also vulnerable to climate change impacts and located in the Mediterranean Basin, where the impact of climate change is predicted to be seen apparently. The number of models set up to predict the extents of changes in climate which are obtained as a result of scientific studies on climate change and their characteristics have been changing and developing over the years. This study is dealt with the results of Representative Concentration Pathways (RCP) model and their projections for Turkey in climate change (4.5 and 8.5 scenarios) and possible impacts on tourism sector are discussed.

Keywords: Climate change models, Tourism, RCP 4.5, RCP 8.5

YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE ERİŞİLEBİLİR GASTRONOMİ

Dr. Öğr. Ü. Oğuz DİKER

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
oguzdiker@comu.edu.tr

Öğr. Gör. Adnan ÇETİNKAYA

Karabük Üniversitesi
acetinkaya@karabuk.edu.tr

Cenk ÇETİNKAYA

Karabük Üniversitesi
cenkcetinkaya78@hotmail.com

ÖZET

Turizmde erişilebilirlik, fiziksel veya zihinsel olarak engeli bulunan kişilerin de diğer bütün insanlar gibi hizmet alabilmesi ve turizm faaliyetlerine katılabilmesini ifade etmektedir. Bu bağlamda erişilebilir turizm; temel insan olma hakkı sebebiyle engelleri olsa dahi bütün insanların, hareket etme, görme, işitme gibi imkânlarının tesis ve temini ile seyahat hareketlerine katılmalarını sağlayan turizm çeşididir. Engelli bireylerin turizm faaliyetlerine katılımında yaşadıkları en temel sorunların hareket ve iletişim noktasında olduğu bilinmektedir. Bu nedenle erişilebilirlik ile ilgili yapılan çalışmalar ören yerleri ya da konaklama tesislerindeki fiziki alanların engelli bireylerin hareket ve iletişimlerine uygun hale getirilmesi üzerine odaklanmaktadır. Fakat bundan daha önemlisi temel ihtiyaçlardan beslenme konusunda engelli bireylerin yaşadığı sorunların çözümü ile bu konudaki engellerin kaldırılmasıdır. Beslenme konusundaki engellilik durumu sadece fiziksel ya da zihinsel değil aynı zaman da biyolojik olarak da ortaya çıkabilmektedir. Bu noktada ise karşımıza erişilebilir gastronomi kavramı çıkmaktadır. Erişilebilir gastronomi, fiziksel, zihinsel ya da biyolojik engeli olan bireylerin gastronomi faaliyetlerine katılabilmesini ifade etmektedir. Bu çalışmanın amacı erişilebilir gastronomi kavramının tanımlanması, mevcut durumunun ortaya konulması, sorunlar ve çözüm önerilerinin belirlenmesini amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yiyecek ve İçecek İşletmeleri, Erişilebilirlik, Erişilebilir Gastronomi

ACCESSIBLE GASTRONOMY IN FOOD AND BEVERAGE ORGANIZATIONS

ABSTRACT

Accessibility in tourism is about access of physically or mentally disabled people to tourism activities. Therefore, the term 'accessible tourism' become more important. Accessible tourism is a type of tourism which allows people to participate in tourism activities even if they have disabilities. Limitation of movement and communication ability are problems of disabled people about joining tourism activities. Therefore, most of researches about accessible tourism have focused on those problems. However gastronomical accessibility is more important problem for disabled. Gastronomical accessibility is about access of physically, mentally and biologically disabled people to gastronomical activities. Biological disabilities (celiac, multi-food protein allergy etc.) are also main topic of gastronomical accessibility. The objectives of this

study were to) identify and evaluate the accessible gastronomy by context, determine the situation of accessible gastronomy, problems and suggestions.

Keywords: Food and Beverage Organizations, Accessibility, Accessible Gastronomy

2018 SEÇİM BEYANNAMELERİNDE KENTLEŞME, ÇEVRE VE TURİZM POLİTİKALARI

Dr. Öğr. Ü. Tuna BATUHAN

Atatürk Üniversitesi

tunabatuhan@gmail.com

ÖZET

2017 anayasa değişikliği referandumu ile yönetim şeklinin başkanlık sistemi olarak belirlenmesinin ardından, normal şartlarda 3 Kasım 2019'da yapılması gereken seçimlerin erkene alınması ile ilgili tartışmalar karşılık bulmuş, 20 Nisan 2018'de erken seçim önerisi Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde kabul edilmiştir. 22 Nisan 2018'de Yüksek Seçim Kurulu'nun seçimlere on partinin katılabileceğini ilan etmesinin ardından, seçime katılamayacağı açıklanan Hür Dava Partisi'nin 25 Nisan 2018 tarihli itirazı kabul edilerek seçimlere katılabileceğine karar verildi. Yüksek Seçim Kurulu, Demokratik Sol Parti ve Anavatan Partisi'nin itirazlarını ise reddetti. Büyük Birlik Partisi seçime Adalet ve Kalkınma Partisi listelerinden, Demokrat Parti ise İyi Parti listelerinden gireceğini açıkladı. Bağımsız Türkiye Partisi'nin seçime katılmama kararı almasıyla birlikte oy pusulasında yer alan siyasi parti sayısı sekiz oldu. Türkiye Büyük Millet Meclisi üyelerinin seçimi dışında, Cumhurbaşkanlığı seçimi için de altı aday yarıştı. Görevdeki Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan cumhurbaşkanlığına bir kez daha aday olurken Muharrem İnce, Meral Akşener, Selahattin Demirtaş, Temel Karamollaoğlu ve Doğu Perinçek de seçimde cumhurbaşkanı adayı oldular. İki aylık aday belirleme ve seçim propagandası sürecinin ardından, 24 Haziran 2018'de Cumhurbaşkanlığı seçiminin ilk turu ve Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin 27. döneminin yeni üyelerinin belirlendiği seçimler tamamlanmış oldu. Bu çalışmada, Türkiye Büyük Millet Meclisi ve Cumhurbaşkanlığı seçimi kampanya döneminde seçime katılmaya hak kazanan siyasi partilerin ve Cumhurbaşkanı adaylarının seçim beyannameleri ile yazılı ve görsel medyaya yansıyan beyanları kent, çevre ve turizm politikaları ile ilgili vaatleri çerçevesinde değerlendirilmiştir. Kent, çevre ve turizm politikalarının bir arada değerlendirilmek istenmesinin sebebi, bu üç politika başlığının birbirini etkileyen, birbirini besleyen ve birbirinden beslenen politika başlıkları olmasıdır. Siyasi partilerin beyannamesi ile destekledikleri cumhurbaşkanı adaylarının vaatleri arasında önemli bir farklılaşma görülmediğinden, siyasi partilerin beyannameleri esas alınarak değerlendirmede bulunulmuştur. Bu çerçevede, partilerin oy oranı ve meclisteki sandalye sayısı dikkate alınarak seçim beyannameleri Adalet ve Kalkınma Partisi, Cumhuriyet Halk Partisi, Halkların Demokratik Partisi, Milliyetçi Hareket Partisi ve İyi Parti sıralamasıyla incelenmiştir. Seçim beyannamelerinin kent, çevre ve turizm politikaları bağlamında irdelenmesi, siyasi partilerin ve cumhurbaşkanı adaylarının gelecek vizyonunu ve uygulamak istedikleri politikaları anlamak açısından önemlidir. Bu çalışma kapsamında yapılan incelemeler ve değerlendirmeler sonucunda, siyasi partilerin seçim beyannamelerinde kent ve çevre politikalarında farklılaşmaların olduğu belirlenmiştir. Adalet ve Kalkınma Partisi 16 yıllık iktidar döneminde yapılan icraatları referans göstererek gelecek dönemde de çevrenin korunmasına, iklim değişikliğine önem verileceğini ve şehircilik alanında da yönetsel anlamda farklılaşmanın sağlanacağı ve kimlikli şehirlerin inşa edileceğini vaat etmektedir. Cumhuriyet Halk Partisi "Kent Hakkı" vurgusuyla kentleşme politikasında yasal ve kurumsal değişikliklerden bahsetmekte,

çevre politikaları başlığında ise yeşil ekonomi ve sürdürülebilirlik vurgusu yapılmaktadır. Halkların Demokratik Partisi ise kentlerin ve çevrenin bir rant aracı olmaktan çıkarılmasını gerektiğini, ekolojik ilkelere uygun insan ve doğa dostu kentlerin inşa edileceğini vurgulamaktadır. Seçim beyannamesinde kent ve çevre politikalarında görece daha kısa yer veren Milliyetçi Hareket Partisi, kentlilik kültürü, yaşanabilirlik, yerel kalkınma ve çevrenin korunması ilkelerini ön plana çıkarmaktadır. İyi kentler inşa etmeyi hedefleyen İyi Parti ise, seçim beyannamesinde ekolojik ilkelere uyumlu şekilde kentlerin planlanmasını ve doğaya uyumlu insan ve çevre ilişkilerini hedeflemekte; kentleşme ve çevre alanında yasal düzenlemelerin yapılması gerektiğini savunmaktadır. Siyasi partilerin seçim beyannamelerinde turizm politikaları ise, mevcut turizm potansiyelin en iyi şekilde değerlendirilerek turizm ekonomisinin büyümesi ile turizmde sürdürülebilirliğin ve çeşitliliğin sağlanması hedeflerine ulaşılması şeklinde ortaya çıkmaktadır. Halkların Demokratik Partisi seçim beyannamesinde turizm sektörü ile ilgili herhangi bir politika önerisi yer almazken, Adalet ve Kalkınma Partisi ve İyi Parti seçim beyannamelerinde turizm başlığı altında belirlenen hedefler benzerlik göstermektedir. Her iki parti de turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında yer almayı; ülke tanıtımı yerine, destinasyon tanıtımına ağırlık veren bir yaklaşımın benimsenmesini ve turizmde çeşitliliğin sağlanmasını hedeflemektedir. Adalet ve Kalkınma Partisi beyannamesinde farklılaşan unsur, turizm politikasında sürdürülebilir vurgusunun yapılmasıdır. İyi Parti beyannamesinde ise mevzuat düzenlemeleri ve yeni kurulların oluşturulması ile sağlık, gastronomi, kongre ve fuar turizminin de teşvik edilmesi ön plana çıkmaktadır. Cumhuriyet Halk Partisi seçim beyannamesinde turizm alanında öne çıkan vaatler arasında Turizm Bakanlığı'nın yeniden kurulması, köy turizmi altyapısının geliştirilmesi, turizmde çeşitliliğin artırılması, Turizm Trenleri Projesi'nin hayata geçirilmesi, turizmde kentlerin markalaşması ve turizm mekânları haritasının oluşturulması gibi başlıklar yer almaktadır. Milliyetçi Hareket Partisi seçim beyannamesinde ise mevzuat düzenlemelerine öncelik verilerek turizm çerçeve kanununun, Turizm Strateji Belgesi'nin ve Turizm Eylem Planı'nın hazırlanması gerektiği vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: 2018 Seçimleri, 2018 Seçim Beyannameleri, Kentleşme Politikaları, Çevre Politikaları, Turizm Politikaları.

URBANIZATION, ENVIRONMENTAL AND TOURISM POLICIES IN 2018 ELECTION DECLARATIONS

ABSTRACT

By 2017 constitutional amendment referendum following the determination of the administration form as presidential system, as a result of the discussions on the erroneous selection of the elections to be held on November 3, 2019 under normal conditions and the proposal was adopted in early elections on April 20, 2018 Turkey Grand National Assembly. On 22 April 2018, after the Supreme Election Board declared that ten political parties could participate in the elections, it was decided that the Free Dava Party, which was not elected, could accept the appeal dated 25 April 2018 and participate in the elections. The Supreme Election Board rejected the objections of the Democratic Left Party and the Motherland Party. The Grand Unity Party has announced that it will be listed on the Justice and Development Party lists, while the Democratic Party will be coming from the Good Party lists. Located number of political parties on the ballot along with the decision not to participate in the election of the Independent Turkey Party was eight. Apart from the election of members of the Grand National Assembly of Turkey, six candidates also competed for the presidential election. Incumbent President Recep Tayyip Erdogan once again nominated for the presidency

Muharrem İnce, Meral Akşener, Selahattin Demirtaş, Temel Karamollaoğlu and Doğu Perinçek were candidates for the presidential election. Two months after the nomination and election propaganda process, the first round of presidential elections and Grand National Assembly of Turkey's elections in which the new members of the 27th period were identified, was completed on June 24 2018. In this study, the election manifesto of political parties and presidential candidates who are eligible to participate in the elections during the presidential campaign along with their statements reflected in the written and visual media were evaluated within the framework of their commitment to the city, the environment and tourism policies. The reason why the city, the environment and tourism policies are wanted to be evaluated at the same time is that these three policy headings are mutually influential, mutually nourishing and intertwined policy headings. Since there was no significant difference between the promises of the candidates of the presidential candidates supported by the statements of the political parties, they were evaluated on the basis of the statements of political parties. In this framework, the election declarations were examined in the order of the Justice and Development Party, the Republican People's Party, the Democratic Party of Peoples, the Nationalist Movement Party and the Good Party, taking into account the party's vote rate and the number of seats in the parliament. The examination of election reports in the context of city, environment and tourism politics is important in terms of understanding the vision of the political parties and presidential candidates and the policies they want to implement. As a result of the studies and evaluations carried out within the scope of this study, it has been determined that the political parties' election notices differ in urban and environmental policies. The Justice and Development Party promises to protect the environment in the coming period, attach importance to climate change and to build administrative cities and urbanization in the urban area by referring to the actions taken during the 16-year ruling period. The Republican People's Party refers to legal and institutional changes in the urbanization policy with the emphasis on "The Right to the City", while the emphasis of green economy and sustainability is in the heading of environmental policies. The Democratic Party of Peoples emphasizes that cities and the environment should be excluded from being a means of getting unearned income, and that human and nature friendly cities should be constructed in accordance with ecological principles. The Nationalist Movement Party, which has a relatively short space in city and environmental policies in the election declarations, is predominant in the principles of urban culture, livability, local development and protection of the environment. The Good Party, which aims to build good cities, targets the planning of cities and harmonious human and environmental relations in accordance with ecological principles in election declarations; advocates that legal arrangements should be made in the field of urbanization and the environment. On the other hand, tourism politics in the political parties' election manifestations reveal that the current tourism potential is evaluated in the best way and the sustainability and diversity of the tourism economy is attained by the growth of the tourism economy. While there are no policy proposals on the tourism sector in the Democratic Party of Peoples election manifestations, the targets set under the heading of tourism in the the Justice and Development Party and Good Party election bellies are similar. Both parties aim to be among the top five countries in terms of number of tourists and tourism revenue; instead of country presentation, they are aimed to adopt an approach that emphasizes destination promotion and to ensure diversity in tourism. The differentiating factor in the Justice and Development Party declaration is the sustainable emphasis on tourism policy. In the case of good party declarations, legislative regulations and the creation of new committees are the main targets along with promoting health, gastronomy, congress and fair tourism. Among the promising promises in the field of tourism in the Republican People's Party election

declarations are the re-establishment of the Ministry of Tourism, the development of the village tourism infrastructure, the increase of diversity in tourism, the passing of the Tourism Trains Project, the branding of cities in tourism and the creation of a map of tourism locations. In the Nationalist Movement Party election declarations, it is emphasized that legislation regulations should be prioritized and tourism frame law, tourism strategy document and tourism action plan should be prepared.

Keywords: 2018 Elections, 2018 Election Declarations, Urbanization Policies, Environmental Policies, Tourism Policies.

3. TURİZM ŞÛRASI KARARLARININ TURİZM PLANLAMASI VE POLİTİKASI ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Öğr. Ü. Tuna BATUHAN

Atatürk Üniversitesi
tunabatuhan@gmail.com

ÖZET

Turizm alanında ortaya çıkan gelişmelerin, değişimlerin ve gelecek beklentilerinin tüm paydaşların katılımıyla ele alındığı; tutarlı, bütüncül ve etkin stratejilerin değerlendirildiği bir platform olan Turizm Şûrası, turizm sektörünün mevcut durumunun değerlendirilmesi ve geleceğe yönelik ulusal bir turizm politikasının oluşturulabilmesi hedefine ulaşmada önemli bir yol haritası niteliğindedir. İlki 20-22 Ekim 1998 tarihinde, ikinci ise 12-14 Nisan 2002 tarihinde gerçekleştirilen Turizm Şûrası'nın üçüncüsü 01-03 Kasım 2017 tarihleri arasında Ankara'da düzenlenmiştir. İkinci Turizm Şûrası'nın gerçekleştirildiği 2002'den bu yana yaşanan gelişmeler, turizm sektöründe yeni strateji ve vizyonların etkin ve tutarlı politikalarla hayata geçirilmesini gerekli kılmıştır. Bu amaçla, turizmle ilgili kamu kurum ve kuruluş temsilcileri ile turizm meslek örgütleri, sivil toplum kuruluşları ve araştırmacıların katıldığı 3. Turizm Şûrası kapsamında, toplam 333 üyeden oluşan 13 Komisyon oluşturulmuştur. Bu çalışmada, 3. Turizm Şûrası komisyon raporlarının bütünü ele alınarak, her bir komisyonun sorun tespitleri ve tavsiye kararları turizm planlaması ve politikası oluşturulması bağlamında analiz edilmiştir. Oluşturulan komisyonlardan turizm politikalarının belirlenmesi ve planlama faaliyetlerinde öncelikli öneme sahip olan "Çevre, Planlama ve Altyapı Komisyonu", "Turizm Politikaları Komisyonu" ve "Yerel Yönetimler ve Turizm Komisyonu" ayrıntılı olarak incelenmiştir. Bu çerçevede, komisyon raporlarında yasal ve idari politikalar bağlamında, turizm sektörünün tüm paydaşlarını kapsayan bir çatı örgütün oluşturulması, çerçeve nitelikte bir "Turizm Temel Yasasının" hazırlanması ve mevcut mevzuatın güncellenmesi kararları alınmıştır. Ayrıca, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yetki, görev ve teşkilat yapısının güçlendirilmesi ile bakanlık bünyesinde Araştırma ve Geliştirme biriminin kurulması, turizmde yeni teknolojilerin kullanılması, yeni pazarların geliştirilmesi ve mesleki eğitimin geliştirilmesi de gündeme gelen diğer konu başlıklarıdır. Çevre başlığı altında, turizm planlamada çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması için kurumlar arası koordinasyonun etkin hale gelmesi gerektiği, turizmle ilgili tüm paydaşların bilinç düzeyinin güçlendirilmesi, denetimlerin ve yaptırımların etkin şekilde uygulanması gerektiği tespitleri yapılmıştır. Planlama başlığı altında ise, Türkiye için rekabet avantajını barındıran turizm sektöründe stratejik planlamaya geçilmesi; kurumsal düzenlemelerle birlikte sürdürülebilir turizm anlayışının daha dinamik ve verimli şekilde mevcut sistemle bütünleştirilmesi ve turizm planlamasının bütüncül olarak ele alınması gerektiği vurgusu yapılmaktadır. Altyapı eksikliklerinin giderilmesinde merkez ve yerel yönetimler arasında işbirliği ve koordinasyonun artırılması ile "çevreye duyarlı ve yeterli" altyapı anlayışının egemen kılınması hedeflenmektedir. Yerel Yönetimler bağlamında ise, "Turizm Kurulu" oluşturulması ve mevzuatta görev ve yetki açısından ortaya çıkan çakışmaların giderilmesi gerektiği vurgulanarak, yerel yönetim bütçelerinin artırılması yoluyla turizm yatırımlarının da desteklenmesi gerektiği tespit edilmektedir. Şûra sonunda alınan kararlarla, Türkiye'nin sahip olduğu turizm potansiyelinin daha etkin şekilde kullanılabilmesi için yeni turizm politikalarının geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: 3. Turizm Şûrası, Turizm Planlaması, Turizm Politikası.

EVALUATION OF THE 3RD TOURISM COUNCIL DECISIONS WITHIN THE FRAMEWORK OF TOURISM PLANNING AND POLICY

ABSTRACT

The developments, changes and future expectations that emerged in the field of tourism are handled with the participation of all stakeholders; The Tourism Council, a platform for evaluating coherent, holistic and effective strategies, is an important road map for evaluating the current situation of the tourism sector and achieving the goal of creating a national tourism policy for the future. The first Tourism Council was held on 20-22 October 1998, the second one was held on 12-14 April 2002 and the third one was held in Ankara between 01-03 November 2017. The developments experienced since 2002, when the Second Tourism Council was implemented, necessitated that new strategies and visions in the tourism sector be passed on with effective and consistent policies. For this purpose, 13 commissions consisting of a total of 333 members were formed within the scope of the 3rd Tourism Department, which was attended by representatives of public institutions and organizations related to tourism, tourism professional organizations, non-governmental organizations and researchers. In this study, the whole of the 3rd Tourism Council reports were analyzed and the problem identifications and recommendations of each commission were analyzed in the context of tourism planning and policy formulation. The "Environment, Planning and Infrastructure Commission", "Tourism Policy Commission" and "Local Administrations and Tourism Commission", which have priorities in the determination of tourism policies and planning activities, have been examined in detail from the established commissions. In this framework, in the commission reports, in the context of legal and administrative policies, decisions were taken to establish a roofing framework covering all the stakeholders of the tourism sector, to prepare a framework "Tourism Basic Law" and to update existing legislation. In addition, the establishment of the Research and Development unit within the ministry, the use of new technologies in tourism, the development of new markets and the development of vocational education are other topics that are on the agenda. Under the environmental heading, in order to ensure environmental sustainability in tourism planning, inter-agency coordination should be effective, strengthening the consciousness level of all stakeholders related to tourism, inspections and sanctions should be implemented effectively. Under the planning heading, the adoption of strategic planning in the tourism sector, which is a competitive advantage for Turkey; it is emphasized that the institutional arrangements should integrate the sustainable tourism concept more dynamically and efficiently with the existing system and the tourism planning should be taken as a holistic approach. In eliminating infrastructure deficiencies, it is aimed to increase the cooperation and coordination between the central and local governments and to make the "environmentally sensitive and adequate" infrastructure understanding dominant. In the context of Local Administrations, it is determined that the establishment of "Tourism Board" and elimination of conflicts arising in terms of duties and authorities in the legislation should be emphasized and tourism investments should be supported through the increase of local government budgets. With the decisions taken at the end of the Council, Turkey's tourism potential is intended to be used more effectively to develop new tourism policy.

Keywords: 3rd Tourism Council, Tourism Planning, Tourism Policy.

SAĞLIK TURİZMİ, HEMŞİRELİK VE KÜLTÜREL YETERLİLİK

Dr. Öğr. Ü. Selver KARAASLAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
renginselver@hotmail.com

Dr. Öğr. Ü. Nizamettin GÜNBATAR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
nizam_gun@mynet.com

Doç. Dr. Ş. İlkay GÜNER

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ilkay.guner@hotmail.com

Öğr. Gör. Reyhan ORHUN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
reyhanorhun@hotmail.com

Beste Nisa ORHUN

Balıkesir Üniversitesi
besteorhun@gmail.com

ÖZET

Sağlık turizmi, sağlığın korunması, geliştirilmesi ve hastalıkların tedavi edilmesi amacıyla ikamet edilen yerden başka bir yere seyahat edilmesi ve gidilen yerde sağlık ve turizm olanaklarından yararlanılması olarak tanımlanabilir (Kördeve 2016: 51-61). Sağlık turizmi, ülkelere yabancı turistlerden kaynaklanan gelirlerin ülkelerin ekonomik refahına katkısı, ülkeler arasındaki bilgi paylaşımını artırması ve stratejik ortaklıkların gelişmesi, ülkeler arasında teknoloji ve bilgi transferine katkı sağlaması, yabancı hastalara uluslararası rekabet nedeniyle sunulan fırsatların kendi ülkelerindeki hastalara da daha iyi hizmet sunulmasına yol açması, hasta memnuniyetini artırması, sosyal ve kültürel deneyimlerin paylaşılması, uluslararası ilişkilerin gelişmesine katkı sağlaması, global pazarlama ve tıbbi ticaretin gelişmesi, sağlık alanında kamu ve özel ortaklığını güçlendirmesi gibi faydalar sağlar (Özsarı ve Karatana 2013:134-146). Türkiye sağlık turizmi açısından tercih edilen bir ülke konumundadır. Türkiye’de Joint commission International (JCI) ile akredite olmuş hastane sayısı 42 olup dünyada ikinci sıradadır. 2010 yılında 100 bini aşkın yabancı hastaya hizmet verilmiştir (Özsarı ve Karatana 2013:134-146; Çiçek ve Avderen 2013:25-35). Tüm bu veriler göstermektedir ki sağlık bakım hizmeti alanlar her geçen gün kültürel olarak çeşitlenmekte ve bu kültürel çeşitlilik sağlık turizminde önemli bir engel olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla artan kültürel çeşitlilik, hastalarla uzun süre iletişimde olan hemşireleri farklı kültürden gelen hastalara bakım vermek durumunda bırakmaktadır. Hemşirelerin, kültürel farklılıklardan doğan bakım gereksinimlerini dikkate alarak bütüncül bir yaklaşımla bakım vermeleri gerekmektedir. Kültürel gereksinimlere yönelik uygun bakım verebilmek, ancak kültürel yeterliliğe sahip olmakla mümkündür. Hemşirelerin kültürel yeterliliğe sahip olmaları ise, kültürel bilgi ve becerilere sahip olmalarına bağlıdır (Hotun Şahin ve ark. 2009:2-7; Tanrıverdi 2017a: 25-26; Tanrıverdi 2017b: 227-236). Bu bildiride sağlık turizmine yönelik bakım hizmeti veren hemşirelerin kültürel yeterliliğe sahip olmalarının önemini vurgulamak amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık turizmi, hemşirelik, kültürel yeterlilik.

MEDICAL TOURISM, NURSING PRACTICES, AND CULTURAL PROFICIENCY

ABSTRACT

Medical tourism can be defined as traveling to another location with the purpose of preservation or improvement of personal health conditions, treating diseases, and to utilizing the medical opportunities of the destination (Kördeve 2016: 51-61). It offers many benefits: it contributes to the economic welfare thanks to incoming foreign exchange from tourists, increases the know-how and information exchange between countries and help develop strategic partnerships, gives the chance to local patients to enjoy higher quality medical services due to international medical competition, increases the patient satisfaction, enables exchange of social and cultural experiences, contributes to international relationships, improves medical trade in global scale, and enhances partnership between public and private health organizations (Özsarı and Karatana 2013:134-146). Turkey is a favored country in terms of medical tourism. The country has 42 hospitals accredited by Joint Commission International (JCI), which places it to the second position in the world. More than 100 thousand foreigners were provided with medical services in 2010 (Özsarı and Karatana 2013:134-146; Çiçek and Avderen 2013:25-35). All these data suggests that people who receive medical services increase in cultural variety every day, which represents an important obstacle to medical tourism. Increased cultural diversity forces the nurses to serve to patients from various cultures. The nurses have to be able to serve in an all-encompassing manner while keeping in mind the care requirements that originate from different cultures. Being able to serve properly for a variety of cultures require cultural proficiency. In that regard, it is important for nurses to be culturally informed and skilled (Hotun Şahin et al., 2009:2-7; Tanrıverdi, 2017a:25-26; Tanrıverdi, 2017b: 227-236). This assertion aims to emphasize the significance of cultural proficiency for the nurses that serve in medical tourism sector.

Keywords: Medical Tourism, Nursing Practices, Cultural Proficiency.

TURİZMİN ÇEVRE SAĞLIĞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Beste Nisa ORHUN

Balıkesir Üniversitesi
besteorhun@gmail.com

Öğr. Gör. Reyhan ORHUN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
reyhanorhun@hotmail.com

Dr. Öğr. Ü. Selver KARAASLAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
renginselver@hotmail.com

Doç. Dr. Ş. İlkay GÜNER

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ilkay.guner@hotmail.com

Dr. Öğr. Ü. Nizamettin GÜNBATAR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
nizam_gun@mynet.com

ÖZET

Bu çalışmada turizmin çevre sağlığı üzerindeki olası etkileri araştırılıp, ortaya çıkartılmaya çalışılmıştır. Turizm, sürekli yaşanan yer dışında, ticari kazanç dışı nedenlerle yapılan ve yirmi dört saati aşan veya en az bir gece konaklama gibi geçici seyahat ile ortaya çıkan ekonomik ve sosyal nitelikli tüketim olay ve ilişkilerin bütünüdür (Kınay, 2012: 23). Turizm ve çevre ortak bir ilişkiyi simgeleyen kavramlardır. Çevre, bir turizm kaynağı olma özelliğini taşıırken, turizmin önemli etkileri de çevreye olmaktadır. Bu ilişkilerin yaşamsal nitelikte olduğu düşünüldüğünde, turizmin var olabilmesi için çevrenin de korunması gerektiği ifade edilmektedir (Demir, 2002: 93). Turizm; günümüzde pek çok ülke için önemli bir gelir kaynağı olmakla birlikte, bilinçli olarak kullanılmaması; doğal, tarihi ve kültürel varlıkların kirlenmesi ve yok olması, yaşanan çevrenin kalitesinin bozulması gibi sorunlara yol açmaktadır (Türküm, 1998: 171; Issı, 1989: 120). Yaşanılan çevrenin kalitesinin bozulması insan sağlığını da olumsuz etkilemektedir (Güler, 1994: 24). Bu bilgiler değerlendirildiğinde bilinçsiz turizm faaliyetleri çevre sağlığı ile beraber yöre insanı ve turist sağlığı üzerinde olumsuz bir etki yaratmaktadır (Demir, 2002: 94). Sonuç olarak bu sorunların önüne geçilebilmesi için çevre sorunlarının yaşamsal nitelikte bir sorun olduğunun kavranması ve turizm faaliyetlerinin daha iyi koordine edilmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, İnsan, Çevre Sağlığı.

THE EFFECTS OF TOURISM ON ENVIRONMENTAL HEALTH

ABSTRACT

This study aims to inspect and reveal the potential effects of tourism on the health of the environment itself. Tourism is the sum of all non-commercial consumption and relationship actions that are economic and social in nature, which are conducted in a place other than the usual living place of the individual and emerge from a temporary travel, like a night of accommodation, and last for at least 24 hours (Kınay, 2012:23) Tourism and environment are

notions that represent a common relationship. While the environment has the property of being a source for tourism, the tourism mainly influences the environment it is conducted in. Considering that these relationships are vital, it is a logical statement that preservation of the environment is mandatory for the sustenance of the tourism activities (Demir, 2002: 93). While tourism is a major income source today for many countries, it also causes problems like desolation or destruction of natural, historic, and cultural assets, and degradation of environmental quality (Türküm, 1998: 171; Issı, 1989: 120). The degradation of the quality of the living environment also affects the health of human population (Güler, 1994: 24). When all these are considered, it is clear that insensibly conducted tourism activities could have negative impacts on local population and tourist health, in addition to degrading the health of the environment itself (Demir, 2002: 94). In order to prevent these problems, environmental issues should be considered of vital importance, and tourism activities should be coordinated more appropriately.

Keywords: Tourism, Human, Environmental Health.

TURİZM KAYNAKLI KALKINMA, DOĞU ANADOLU BÖLGESİ: HAKKÂRİ ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Ali Yılmaz Gündüz

İnönü Üniversitesi
ali.gunduz@inonu.edu.tr

ÖZET

Dünyada son yıllarda ekonomik, teknolojik, siyasal, sosyal ve kültürel alanlarda yaşanan önemli gelişmeler ve değişimler turizm sektörünü önemli bir şekilde etkilemiştir. Zengin, kültürel, tarihi ve doğal değerleriyle önemli bir potansiyele sahip olan Türkiye'nin Turizm bakımından önemli bir avantajı olmasına rağmen bu avantajdan uzun yıllar faydalanamamıştır. Türkiye'de Turizm Sektörünün gelişimi 1980 sonrası döneme rastlamaktadır. Bu dönemde Turizm Teşvik Yasası, Döviz Kazandırıcı Hizmetlerin ve İşletmelerin Teşvik Edilmesine ilişkin kararların alınması, Yabancı Sermaye Yasasının çıkartılması, 31 sayılı Türk Parasının Kıymetini Koruma Kararının yumuşatılması konusunda alınan kararlar turizmin gelişmesinde önemli faktörler olmuştur. Bu alınan kararlar sonucunda 1980 yılında 326 milyon olan turizm gelirleri 2017 yılında 35 milyar dolara yükselmiştir. Aynı yıllar için turizmin GSMH içindeki payı %0,6'dan % 4'ler seviyesine yükselmiştir. Bölgesel dengesizliklerin azaltılmasında tarım ve sanayi sektörleri için yeterli kaynak ve imkâna sahip olmayan buna karşın zengin turizm potansiyeline sahip az gelişmiş bölgelerin kalkınmasında Turizm Sektörü büyük bir önem kazanmaktadır. Bu araştırmanın temel amacı, turizm açısından eşsiz bir güzelliğe sahip olan Doğu Anadolu Bölgesinin özellikle de Hakkâri Bölgesinin potansiyel kullana bilirliğini ölçmek ve bu bölgenin olumsuz imajını yıkarak tanına bilirliğini sağlamaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm. Kalkınma ve Doğu Anadolu Bölgesi.

TOURISM BASED DEVELOPMENT, EASTERN ANATOLIA REGION: HAKKARI EXAMPLE

ABSTRACT

Significant developments and changes happened in economic, technological, political, social and cultural fields in recent years crucially affected tourism sector/segment. Despite the fact that Turkey, which possesses a major potential with rich cultural, historical and natural values, has a remarkable advantage in terms of tourism, it couldn't enjoy this advantage for long years. Development of tourism sector/segment in Turkey is encountered in post 1980 era. In this era Tourism Incentive Law, taking decisions regarding Promotion of Foreign Exchange Earning Services and Businesses, enactment of Foreign Capital Law, decisions taken on the subject of bending law no. 31, Protection Order of Turkish Currency Value became crucial factors in development of tourism. As a result of these decisions taken, tourism income, which was 326 million USD in 1980, has risen up to 35 billion USD in 2017. Tourism's share in GDP has risen from %0.6 to the level of %4 for the same years. Tourism sector/segment is gaining greater importance in decreasing regional derangement/conflict, developing of underdeveloped regions which lack sufficient resources and opportunities for agriculture and industrial sector on the other hand have rich tourism potential. Main purpose of this research is measuring potential usability of Eastern Anatolia Region, which has a unique beauty in terms of tourism, so much the more Hakkari zone and providing recognisability by destroying negative image of this zone.

Keywords: Tourism, Development and Eastern Anatolia Region.

TRA1 BÖLGESİNDE SAĞLIK TURİZMİ VE KUZEYDOĞU ANADOLU KALKINMA AJANSININ BÖLGEDE SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİNE YÖNELİK ÇALIŞMALARI

Müzeyyen İNCİ

Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı
muzeyyen.inci@kudaka.org.tr

Emine BİLGEN EYMİRLİ

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

Prof. Dr. Süleyman TOY

Atatürk Üniversitesi
suleyman.toy@atauni.edu.tr

ÖZET

Sağlık turizmi yüksek gelir getiren bir turizm tipi olmasından dolayı son yıllarda pek çok ülke ve bölge bu turizm tipini geliştirmek ve gelirlerinden daha fazla pay almak için çalışmaktadır. TRA1 Bölgesi (Erzurum, Erzincan ve Bayburt) yurtiçi yakın çevresinde (250kmlik bir çember içinde; Doğu Anadolu Bölgesi) 3,5 milyon, yurtdışı yakın coğrafyada (500kmlik bir çember içinde; İran, Azerbaycan ve Gürcistan) ise 90 milyona yakın bir nüfusa merkez olabilecek potansiyeldedir. Bölgede başta Erzurum kent merkezi kamuya ait gelişen hastane altyapısı ile (1 üniversite hastanesi, 1 adet özel hastane ve 1 Kamu Sağlık Kampüsü) ve termal su kapasitesi ile yakın ve uzak coğrafyası için önemli bir imkan sunmaktadır. Bu potansiyelin ekonomik kalkınma amaçlı olarak kullanılması açısından Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA), özellikle 2011 yılında geliştirdiği stratejileri 2012 yılından itibaren yerel aktörlerle iş birliği içerisinde uygulamaya koyarak önemli çalışmalar yapmıştır.

Bu çalışma KUDAKA'nın sağlık turizmini geliştirme konusunda yaptığı çalışmalar ve sonuçlarında elde edilen somut ve kıyaslanabilir verilerden bahsederek önerilerde bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: KUDAKA, Sağlık turizmi, TRA1 Bölgesi.

RESULTS OF THE QUESTIONNAIRE APPLIED TO TARGET REGIONS OF TRA1 REGION ON THE HEALTH AND SPORT TOURISM

(FAM TRIP SURVEY)

ABSTRACT

Since health and medical tourism is a high – income providing tourism type over the last years several regions and countries try to increase their shares from this sector by developing it. TRA1 NUTS II Region (Erzurum, Erzincan and Bayburt) has the capacity of serving 3.5 million people in national close proximity (in a 250-km perimeter; East Anatolia Region) and nearly 90 million people international close proximity (cross border countries in a 500 – km perimeter; İran, Azerbaijan and Georgia). In the region, in especially Erzurum city center, medical infrastructure belonging to public institutions (1 university research hospital, 1 private hospital and 1 public health campus) and thermal water reserves can provide powerful potentials for

medical and health tourism. Northeast Anatolia Development Agency (KUDAKA) performed several good activities together with the collaboration of local actors to employ such potentials in the aim of economic development by developing strategies in 2011 and implementing them from 2012.

Present study is dealt with the works KUDAKA achieved to develop health and medical tourism in the region by mentioning the concrete and measurable results.

Keywords: KUDAKA, health and medical tourism, TRA1 NUTS II region.

TURİZM GİRİŞİMCİLİĞİNİN YERE ÖZGÜ DİNAMİKLERİ: TÜRKBÜKÜ (BODRUM) ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Kübra CİHANGİR ÇAMUR

Gazi Üniversitesi
ccamurster@gmail.com

ÖZET

Yerel turizm girişimcileri ve yerel halk, turizme sağladıkları hizmet ve kattıkları yerel değer ile ekonomiyi ve turizm döngüsünü çok boyutlu desteklemektedirler. Turizm gelirlerinde büyük ölçekli firmalar turizm gelirlerinde en büyük paya sahip olsalar ve turizmin görünen yüzünü oluştursalar da “coğrafi ve yerel koşullar ile ilişkilerin girişimciliği etkileyen önemli etmenler olduğu, turizm girişimciliğinin ölçek ve türlerinin yapısal değişiminde, turizm sektörünün büyümesinde önemli etkiler oluşturduğu” artan biçimde tartışılmaya başlayan konulardır (Öztürk, 2013; Filiz ve Yılmaz, 2017, Çamur ve Cihangir, 2017; vd.). İktisadi sosyal gömülülük kavramından hareket ederek, asıl yerele gömülü değerlerin ekonomiyi oluşturduğunu savunan görüşler de (Granovetter 2001 ve Jess 2007’den aktaran Kabaş 2013) bu tartışmayı desteklemektedir. Bu çalışmanın önermesini, turistik destinasyonların yerel ve özgün coğrafi koşullarının yanında, “yerel ekonomik aktörlerin özgün sosyo-ekonomik yapılarının ve bu aktörler arasındaki ilişkiler ve yerel bilgi birikimi ile yerel öğrenme süreçlerini oluşturan etkileşimin, yere özgü girişimcilik ortamı yaratarak, büyük-orta ölçekli turizm firmalarına ve turizm zincirlerine ek olarak turizm endüstrisinin yerel ve yenilikçi gelişiminde, büyümesinde etkili oldukları” oluşturmaktadır. Turizmin, yerel girişimcilik bileşenlerini uyandırarak ve tetikleyerek öngörülemeyen hızda gelişme ve dönüşümlere yol açtığı küçük bir kıyı yerleşimi olan Türkbükü, doğal güzelliklerine ek olarak turizme yatkın sosyo-kültürel bileşenleri de bünyesinde barındırmaktadır (Yılmaz ve Filiz, 2017: 1815). “Turizm temelli yerel girişimcilik yapısı ile bu girişimciliği tetikleyen sosyo-ekonomik, kültürel ve mekansal içeriğin çözümlemesinin” yapıldığı bu araştırma, yerel turizm girişimcileri, yerel halk ve büyük ölçekli turizm firmaları ile derinlemesine görüşmeler ve yarı yapılandırılmış anket yöntemine dayalı alan araştırması ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularından, geleceğe dönük yenilik içeren turizm politikaları ve mekansal gelişme önerilerinin oluşturulmasında yararlanılmıştır. *(İktisat sosyolojisinin yükselişini sağlayan kavram “gömülülük” olmuştur. Sosyal gömülülük kavramı, iktisadi davranışın yalnızca kar ve maliyet hesaplamasıyla yapılmadığını, gerçekte iktisadi davranışın insan ilişkileri ağı içinde gömülü olduğunu ifade etmektedir. İktisat sosyolojisine göre ekonomiler sınıf yapısı, güç, siyaset, kurumlar, kültür gibi faktörlerin içinde gömülüdür. Bu faktörler iş adamlarının, yöneticilerin, girişimcilerin, çalışanların piyasalarda nasıl davranacaklarını şekillendirmektedirler.) Kaynaklar /References: Çamur Cihangir, K., Cihangir, E., 2017, “Turizm-Temelli Girişimciliğin Gelişiminde Yerel Ve Mekansal Dinamiklerin Göreme (Nevşehir-Kapadokya) Örneğinde Analizi”, YYÜ, Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl:2017 Cilt: 1, Sayı: Özel Sayı 3. Granovetter, M., 2001, “Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness”, ed: Swedberg, R.; Granovetter, M., The Sociology of Economic Life, s. 51-76, Westview Press. Hass, J., 2007, Economic Sociology: An Introduction, Routledge. Kabaş, T., 2013, “İktisat Sosyolojisinin Doğuşu ve Yükselişi”, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 22, Sayı 1, s: 13-24 Koçer, K., Karakayacı, Ö., 2018, “Küçük Ölçekli Kentlerde Yenilikçi Süreçlerin Belirleyicisi Olarak Mekân: İznik Örneği”, ARTiUM, 2018 (2): 24-37. Öztürk, A.H., 2013, “Turizm Gelişiminin Girişimcilik Faktörleri Çerçevesinde Değerlendirilmesi: Beypazarı Ve Safranbolu

Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Çalışma”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniv. FBE. Yılmaz, Ö.D., Filiz, A., 2017, “Turizm Gelişim Yaklaşımları Kapsamında Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı Ve Tutumları: Mazi Köyü-Türkbükü Karşılaştırmalı Analizi”, Hitit Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 10, Sayı 2, s: 1799-1824.

Anahtar Kelimeler: Turizm Girişimciliği, Yerel Turizm Dinamikleri, Yere Gömülülük, Türkbükü-Bodrum-Türkiye, Yenilikçi Turizm Planlama Politikası.

LOCATION SPECIFIC DYNAMICS OF TOURISM ENTREPRENEURSHIP: THE CASE OF TÜRKBÜKÜ-BODRUM/TURKEY

ABSTRACT

Local tourism entrepreneurs and local people serve to the touristic firms and add value to tourism economics by supporting tourism cycle in various dimensions. Large-scaled touristic firms hold the biggest share in tourism revenues of countries; however, it has started to be discussed that local tourism entrepreneurship has also been very effective in stimulating the growth of tourism industry as a whole. The geographical and local environments together with the local relations are important factors in the structural transformation of scale, form, and growth of tourism entrepreneurs (Öztürk, 2013, Filiz and Yılmaz, 2017, Çamur and Cihangir, 2017, et al.). The concept of economic social embeddedness argues that this place embedded value is, in fact, the real economy (Kabaş 2013 quoted from Granovetter 2001 and Jess 2007). The thesis of this study is that "besides the local and specific geographical conditions of touristic destinations, the interaction between local socio-economic actors and their relations and local knowledge as well as the local learning processes create a unique entrepreneurial environment, and in addition to tourism chains, they are effective in the local and innovative development and growth of the tourism industry". Türkbükü is a small coastal settlement that tourism stimulates and triggers the mechanisms of local entrepreneurship and leads to unpredictable developments and transformation for nearly twenty years (Yılmaz and Filiz, 2017: 1815). Türkbükü also has an open socio-cultural structure that is prone to tourism. This research, based on the "analysis of tourism-based local entrepreneurship structure and the socio-economic, cultural and spatial content that triggers this entrepreneurship", was conducted through in-depth interviews with local tourism entrepreneurs, local people and large-scale tourism firms and a field research based on the semi-structured questionnaire method. The research findings were utilized in the formulation of new and innovative tourism policies and spatial development proposals for the future.

Keywords: Tourism Entrepreneurship, Local Dynamics of Tourism, Place Embeddedness, Türkbükü-Bodrum-Turkey, Innovative Tourism Planning Policy.

TÜRKİYENİN SAĞLIK TURİZMİ AÇISINDAN DÜNYA ÜLKELERİ ARASINDAKİ YERİ VE ÖNEMİ

Dr. Öğr. Ü. Yeşim KUBAR

Fırat Üniversitesi
ykubar@firat.edu.tr

Muhammed KÜÇÜKHAZAR

Fırat Üniversitesi
muhammedkucukhazar@gmail.com

ÖZET

Sağlık turizmi, gelişen teknoloji ve pazar arayışları ile birlikte; doğal, beşeri ve mali kaynaklara dayanan önemli turizm kolları arasında yer almaktadır. Sağlık turizmi alanındaki karlılığın farkına varan ülkeler uluslararası alanda boy göstermektedirler. Yurt dışından hasta getirme veya tatile gelen turistlere sağlık hizmeti sunma günümüzde özellikle tercih edilir duruma gelerek sağlık turizmi günümüzün yükselen değeri haline gelmiştir. Uluslararası gelişmeler ve rekabetle beraber sağlık turizmi alanında farklı alternatifler de kendini göstermektedir. Medikal turizm, ileri yaş ve engelli turizmi, termal turizm ve Spa –Wellness önemli örnekleri arasında yer almaktadır. Turizm, yarattığı katma değer, istihdam ve döviz geliri bakımından Türkiye ekonomisinde son yıllarda önemli katkı sağlayan sektörlerden biri olmaktadır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) dünyada en çok turist ağırlayan ve en çok turizm geliri elde eden ülkeleri açıklamış ve Türkiye en çok turist ağırlayan ülkeler sıralamasında 4 sıra gerileyerek 10'uncu sırada yer alırken, en çok turizm geliri elde eden ilk 10 ülke arasında ise kendine yer bulamamıştır. Ancak Turizmdeki bu gerileme sağlık turizminde yaşanmamış son 10 yılda en hızlı gelişen ve getirisi yüksek turizm kollarından birisi olmuştur. SPA-Wellness, termal turizmi, emekli turizmi, engelsiz turizm, sağlıklı beslenme ve ileri aktif yaşam sağlık turizminin segmentlerindedir. Kitlesele turizm her türlü olaydan hızla etkilenirken, sağlık turizmi Türkiye'nin zor dönemlerinden etkilenmeden 2015, 2016 ve 2017'de büyümeye devam etmiştir. Yapılan yatırımlarla devlet ve özel üniversite hastaneleri yabancı hasta kabul edebilecek altyapıya ulaştırılarak 2023 de 2 milyon sağlık turisti ve 20 milyar dolar gelir hedeflenmektedir. Yeni şehir hastaneleri hayata geçirilerek (kapasitenin 2-3 kat artırılarak) gelen talebi karşılayacak seviyeye ulaşılmaya çalışılırken, ekonomik anlamda da fiyat rekabeti konusunda da şehir hastanelerinin devreye girmesiyle gücün daha da artırılması istenmektedir. Sağlık turizmi çerçevesinde, seyahat eden bir turist, maliyet farklılığı, sağlık hizmetlerinin gelişmişliği, doğal kaynak ve tedavi şekilleri gibi faktörleri göz önünde bulundurarak savaş ve terör gibi psikolojik faktörleri de göz önüne alarak karar vermektedir. Bu anlamda sağlık hizmetinin ucuzluğunun ve sağlık alanındaki uzmanlaşmanın yanı sıra, sağlık kurumlarının konforu, sağlık hizmetlerinin kalitesi, ulaşımın rahatlığı ve karşılanabilir oluşu, teknolojiye yapılan yatırım miktarı sağlık turizmine olan talebi etkilemektedir. Bu çalışmada, Dünya ekonomisinde önemli bir paya sahip olan ve her geçen gün önemi artan sağlık turizminin, Türkiye de farkındalığın artmasına katkıda bulunmak ve sektörde ülke olarak zayıf ve güçlü yönlerimizi ele alarak nasıl daha ileriye gidebiliriz düşüncesini geliştirmek amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık, Sağlık Turizmi, Türkiye'de ve Dünyada Sağlık Turizmi.

THE PLACE OF TURKEY AMONG WORLD COUNTRIES IN TERMS OF HEALTH TOURISM

ABSTRACT

Health tourism, together with the developing technology and market searches, takes place among important tourism branches based on the natural, human, and financial resources. The countries becoming aware of the profitability in the area of health tourism put in an appearance in international area. Bringing patient from abroad or presenting health service to the tourists arriving for holiday has become preferable at the present day, and health tourism has become the rising value of today. Together with international developments and competition, the different alternatives in the area of health tourism also emerge. Medical tourism, elder and disabled tourism, thermal tourism, and Spa –Wellness take place among important samples. Tourism has become one of sectors making important contribution to the Turkish economy in the recent years in terms of added value it creates, employment, and foreign currency income. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) unveiled the countries hosting the most tourists and obtaining the most tourism income. While Turkey takes place in 10th rank, regressing by 4 ranks among the countries hosting the most tourists, it could not find any place for itself among the top 12 countries obtaining the most tourism income. However, this regression in tourism was not in health tourism and it has become one of tourism branches, which has rapidly developed in the last ten years and have a high return. SPA-Wellness, Thermal Tourism, Retirement Tourism, disabled tourism, healthy diet, and advanced active life are of segments of health tourism. While mass tourism is rapidly impacted from every kind of events, health tourism continued to grow in the years of 2015, 2016, and 2017 without impacting from the difficult periods. Through the investments made, forming an infrastructure that can admit foreign patients in the public and private university hospitals, 2 million of health tourists and income of \$ 20 billion are targeted in 2023. Implementing new urban hospitals (by increasing 2-3 folds their capacities), while trying to reach the level to meet the coming demand, also about price competition in economic sense, it is desired for the power to be much more increased, based on that urban hospitals come into action. In the framework of health tourism, a travelling tourist, considering the factors such as cost differences, developedness of health services, natural resource, and treatment ways; and psychological factors such as war and terror, makes a decision. In this meaning, beside cheapness of health services and specialization in health area, the comfort of health institutes, quality of health services, transportation easiness and that it is coverable, and amount of investment made on technology affect the demand to health tourism. In this study, in Turkey, it is aimed to contribute the increase of the awareness to health tourism, which has an important share in world economy and whose importance increases every passing day, and to develop the thought of “how can we advance in the sector” by dealing with our strengths and weaknesses as country.

Keywords: Health, Health Tourism, Health Tourism in Turkey and World

SERBEST ZAMAN FİZİKSEL AKTİVİTE KISITLAYICILARININ BİREYLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ

Yusuf BAYAR

Adıyaman Üniversitesi
ybayary@gmail.com

Arş. Gör. Cem YEŞİLYURT

Adıyaman Üniversitesi
cyesilyurt@adiyaman.edu.tr

Aykut Dündar

Adıyaman Üniversitesi
adundar@adiyaman.edu.tr

ÖZET

Sağlıklı bir yaşam için düzenli olarak yapılan fiziksel aktivitelerin önemi gün geçtikçe çok daha iyi bir biçimde anlaşılmaktadır. Bu sebeple bu alanla ilgili çalışmalarda, bireylerin fiziksel aktivitelere katılmama ya da sürdürmeme / sürdürememe nedenlerinin araştırılması üzerinde sıklıkla durulmaya başlanmıştır. Crafword ve Godbey (1987), geliştirdikleri modelde bireylerin serbest zaman aktivitelerine katılmama nedenlerini yapısal, toplumsal ve bireysel olmak üzere üç ana başlık altında toplamıştır. Bu kuramsal bakış açısından yola çıktığımız çalışmamızın temel amacı, serbest zaman fiziksel aktivitelerine katılmayı kısıtlayan nedenler ile bireylerin kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu amaç doğrultusunda katılımcılara demografik özelliklerine ilişkin soruların yanında Serbest Zaman Fiziksel Aktivite Kısıtlayıcıları Ölçeği (Öcal, 2012) ve Hızlı Büyük Beş Kişilik Ölçeği (Vermulst ve Gerris, 2005) uygulanmaktadır. Serbest Zaman Fiziksel Aktivite Kısıtlayıcıları Ölçeği; fiziksel algı, tesis, gelir, aile, yetenek algısı, zaman, irade ve sosyal çevre alt boyutlarından oluşmaktadır. Hızlı Büyük Beş Kişilik Ölçeği ise beş alt boyuttan oluşmaktadır: yumuşak başlılık, dışadönüklük, öz-denetim, duygusal denge ve deneyime açıklık.

Anahtar Kelimeler: Serbest Zaman Fiziksel Aktivite Kısıtlayıcıları, Kişilik Özellikleri, Büyük Beşli.

ANALYSIS OF LEISURE TIME PHYSICAL ACTIVITY CONSTRAINTS IN TERMS OF PERSONALITY CHARACTERISTICS OF INDIVIDUALS

ABSTRACT

The importance of physical activities conducted regularly for a healthy life is being understood more and more by each passing day. Therefore, the studies related to this topic are now concentrating more frequently on studying the reasons for individuals not taking part or continuing / being unable to continue physical activities. The model developed by Crafword and Godbey (1987) categorized the reasons for individuals not participating in leisure activities under three main headlines, namely structural, societal and individual. The main objective of this study, whose starting point is this theoretical perspective, is to study the relation between reasons restricting participation in leisure physical activities and the personal characteristics of individuals. With this purpose, participants have been presented with questions related to their demographical characteristics and they were also subjected to Leisure Time Physical Activity Constraints Scale (Öcal, 2012) and Rapid Big Five Personality Scale (Vermulst and Gerris, 2005).

Leisure Time Physical Activity Constraints Scale consists of physical perception, facility, income, family, perception of talent, time, will-power and social environment sub-dimensions. Rapid Big Five Personality Scale on the other hand consists of five sub-dimensions: tender mindedness, extroversion, self-control, emotional balance and being open to experience.

Keywords: Leisure Time Physical Activity Constraints, Personality Characteristics, Big Five.

INSTAGRAM'DA "DOĞU EKSPRESİ" ETİKETİYLE PAYLAŞILAN FOTOĞRAFLARIN İNCELENMESİ

Arş. Gör. Hülya YEŞİLYURT

Adıyaman Üniversitesi
hyesilyurt@adiyaman.edu.tr

Arş. Gör. Cem YEŞİLYURT

Adıyaman Üniversitesi
cyesilyurt@adiyaman.edu.tr

Öğr. Gör. Duygu BABAT

Mustafa Kemal Üniversitesi
duygubabat@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, doğu ekspresi ile seyahat eden kişilerin doğu ekspresi etiketi ile Instagram'da paylaşılan fotoğrafların içeriğini keşfetmektir. Araştırmanın çalışma evrenini Instagram'da "doğu ekspresi" etiketi ile 23-24 şubat tarihlerinde paylaşılan 200 fotoğraf oluşturmaktadır. Çalışmada kullanılan veriler, nitel veri toplama tekniklerinden doküman incelemesi yolu ile elde edilmiş olup, içerik analizi ile incelenmiştir. Analiz sonucunda fotoğraflarda yer alan görseller tarihi mekan, doğal manzara, kompartıman, tren pencere önü, tren, kapı önü, yol güzergah tabelası olarak yedi temaya ayrılmıştır. Ayrıca özçekim ve arkadaş-aile olarak iki ayrı tema belirlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre en fazla paylaşımlar tarihi mekan, doğal manzara ve kompartıman görsellerinden oluşan fotoğraflardır. Tren içinde çekilen fotoğrafların olduğu paylaşımlarda en fazla yer alan görsel ise kompartıman temasıdır. Sonuç olarak kişilerin Instagram'da daha önceden paylaşılmış olan fotoğraflardan etkilenerek gittiği yerlerde aynı poz vererek fotoğraf çekilmeye dikkat ettikleri ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Doğu Ekspresi, Instagram, Kars.

THE ANALYSIS OF PHOTOGRAPHS SHARED IN INSTAGRAM TAGGED AS "DOĞU EKSPRESİ"

ABSTRACT

The aim of this study is to explore the content of photographs that are taken by travelers with Eastern Express which are shared in Instagram tagged as "Doğu Ekspresi". Target population of the study consists of 200 photograph shared at Instagram tagged as "Doğu Ekspresi" between 23th-24th February. The data used in the study were obtained by the qualitative data collection techniques through document analysis and examined by content analysis. It was shown in the analysis that the photographs are divided into seven themes which are historical place, natural landscape, compartments, in front of the window, the train, in front of the door and road signs. And also selfie and friends-family are specified as another two themes. According to the findings, the most common photographs consist of historical place, natural landscape and compartment images. The compartment themes are the most shared photographs among others that are taken in the trains. As a result, it was found out that people were impressed by the previously shared photographs in Instagram and they paid attention to taking pictures by shooting the same poses in the places they visited.

Keywords: East Express, Instagram, Kars

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM FAALİYETLERİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE SANAL GERÇEKLIK TEKNOLOJİSİNİN POTANSİYEL ROLÜ

Arş. Gör. Nur KULAKOĞLU DİLEK

Batman Üniversitesi
nurkulakoglu@hotmail.com

Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER

Istanbul Üniversitesi
fusunid@gmail.com

ÖZET

Birleşmiş Milletler'in tahminine göre, dünya nüfusu 2050 yılına kadar 9.3 milyar kişiye ulaşacak ve bunların yaklaşık 6.3 milyarı kentsel alanlarda yaşayacaktır. Kentlerdeki hızlı büyüme neticesinde ortaya çıkan çeşitli çevresel sorunlar (hava kirliliği, doğal kaynakların zarar görmesi, bozulan altyapı vb.) ve kültürel kaynakların korunamaması özellikle uzun vadede destinasyonların turistik çekiciliklerini de yok etmektedir. Temel amacı ekonomik gelişmenin yanında çevresel kaynakların da korunması, bugünün ve yarının toplumlarının yaşam kalitesinin iyileştirilmesi ve koruma-kullanma dengesine özen gösterilmesi olan sürdürülebilirlik kavramı; insan etkisinden doğan tüm ekonomik, sosyal ve çevresel olumsuzlukların önüne geçmeyi amaçlayan yaklaşımlar bütünü olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda sürdürülebilir turizm ise, çevreye ve diğer kaynaklara zarar vermeden turist kapasitesini ve turistik ürünlerin kalitesini artırmayı amaçlayan bir turizm anlayışı olarak ifade edilmektedir. Destinasyonların çevresel, sosyal, ekonomik ve fiziksel alt sistemleri arasındaki karmaşık etkileşimleri ele alan sürdürülebilir bir turizm anlayışı için, yenilikçi politika ve stratejilerin geliştirilmesi, özellikle teknoloji - turizm birlikteliğinden faydalanılması gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı teknolojinin gelişmesiyle birlikte ön plana çıkan sanal gerçeklik teknolojisinin ve bu kapsamda çeşitli turizm faaliyetlerine yönelik geliştirilen uygulamaların sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi açısından potansiyel rolünü irdelemektir. Bu çerçevede öncelikle sanal gerçeklik teknolojisinin ortaya çıkış süreci, ilgili kavramlar ve turizmdeki temel kullanım alanları açıklanmaktadır. Kavramsal çerçevenin ardından sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin geliştirilebilmesi için öncelikle sanal gerçeklik uygulamalarının turizmde nasıl kullanıldığına ve gelecekte nasıl daha etkin şekilde kullanılabileceğine ilişkin bir değerlendirme yapılmaktadır. Yaşanan çevresel krizlerin günümüzde giderek arttığı göz önüne alındığında sanal gerçeklik teknolojisinin, çevrenin olabildiğince korunması ve çevresel felaketlerin önlenmesi konusunda sahip olunan en iyi çekim unsurlarından/ araçlarından biri olabileceği ve daha sürdürülebilir bir geleceğe olanak tanıyabileceği söylenebilir. Bununla birlikte, sanal gerçeklik teknolojisinin (SGT) sürdürülebilir turizmde oynayabileceği rol için birtakım sınırlamalar da bulunmaktadır. Çalışma, SGT'nin hem olumlu hem de olumsuz yönlerine odaklanarak karşılaştırmalı bir değerlendirme yapmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Sürdürülebilir Turizm, Sanal Gerçeklik.

POTENTIAL ROLE OF VIRTUAL REALITY TECHNOLOGY (VRT) IN DEVELOPING SUSTAINABLE TOURISM ACTIVITIES

ABSTRACT

According to the United Nations estimates, the world population will reach 9.3 billion by 2050, and about 6.3 billion of them will live in urban areas. The various environmental problems (air

pollution, damage to natural resources, degraded infrastructure, etc.) and the unprotected cultural resources that arise as a result of rapid growth in the cities destroy the tourist attractions of destinations, especially in the long term. The concept of sustainability, which is to protect the environmental resources as well as the basic objective economic development, to improve the quality of life of today's and tomorrow's societies and to care for the protection-use balance, is defined as a set of approaches aimed at avoiding all economic, social and environmental adversities arising from human influence. In this context, sustainable tourism is expressed as a tourism concept aiming to increase the tourist capacity and the quality of tourism products without harming the environment and other resources. The development of innovative policies and strategies, particularly technology and tourism, need to be exploited for a sustainable tourism approach that addresses the complex interactions between the environmental, social, economic and physical sub-systems of destinations. The purpose of this study is to explore the potential role of virtual reality technology, which is at the forefront of the development of technology, and the applications developed for various tourism activities in terms of the development of sustainable tourism activities. In this framework, firstly, the emergence process of virtual reality technology, related concepts and basic usage areas in tourism are explained. Then, in order to develop sustainable activities of tourism, an assessment is primarily made on how virtual reality applications are used in tourism and how they can be used more effectively in the future. Given that the current environmental crises are increasing day by day, it can be stated that virtual reality technology may be one of the best attraction elements/ tools available to protect the environment as much as possible and prevent environmental disasters, and to allow for a more sustainable future. However, there are some limitations on the role that virtual reality technology (VRT) can play in sustainable tourism. The study makes a comparative assessment focusing on both positive and negative aspects of VRT.

Keywords: Tourism, Sustainable Tourism, Virtual Reality.

KENTLERİN MARKALAŞ(AMA)MASINDA KARAR VERİCİLERİN BAKIŞI: VAN KENTİ ÖZELİNDE

Emre KARADUMAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ekaradumann@outlook.com

Dr. Öğr. Ü. Emine CİHANGİR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
eccihangir@gamil.com

Dr. Öğr. Ü. Mehmet ŞEREMET

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
mseremet@hotmail.co.uk

ÖZET

Dünya küçüldükçe ve “küresel bir köy” haline geldikçe kentlerin önemi ve dolayısıyla rekabet isteği daha da artmaktadır. Kentler, sahip oldukları tarihi, kültürel ve sosyal, jeo-politik değerlerini ulusal ve uluslararası bağlamda ekonomik değere dönüştürme noktasında şiddetli rekabet halindedirler. Ekonomik değer yaratma anlamında önemli sektörlerden biri haline gelen turizm sektörünün ise en önemli unsurlarından biri marka kentlerdir. Van kenti, hem tarihsel süreç içinde farklı medeniyetlere ve kültürlere ev sahipliği yapmış olması hem de jeopolitik olarak önemli bir bölgede sınır kenti olarak yer alması nedeniyle ulusal ve uluslararası marka kentler rekabetinde önemli bir yer edinmeyi hak etmektedir. Van kentinin ulusal ve uluslararası düzeyde marka değerinin yaratılması bağlamında yerel dinamiklerin çabalarının yadsınamayacak önemde olduğu markalaşmış kentlerin süreçleri incelendiğinde görülebilmektedir. Bu çalışma, Van kentinde kamusal kurumlar ve sivil toplum kuruluşlarında karar verici düzeyde görev yürüten yerel karar vericilerin kent markalaş(a)ma(ma)sında oynayabileceği rolü ele alarak değerlendirmeyi ve “aktör temelli marka kent yönetim modeli” önermeyi amaçlamıştır. Araştırma kapsamında aşağıdaki araştırma sorularına yanıt arayacaktır: Bir anahtar rolde yer alan bireyleri markalaşmadaki aktörlük rollerinin hangi kavramsal bağlamda ortaya çıkmaktadır?

Anahtar rolde yer alan bireyler “kent markasını” ve “markalaşmasını” nasıl kavramsallaştırmaktadır?

Anahtar roldeki bireyler arasındaki deneyim farklılığının Van’ın hangi özellikleriyle markalaşabileceğine ve Van’ın markalaş(a)ma(ma)sına nasıl yansıtmaktadır?

Anahtar rolde yer alan kişilerin deneyimlerine bağlı olarak Van’ın markalaş(a)ma(ma)sı ile ilgili çözüm önerilerinin neler olduğunu ortaya koymaktır?

Bu sorulara yanıt aramak amacıyla, Nitel araştırma dizaynı kapsamında fenomenolojik modeli temel alan çalışma süresince kentte karar verici veya karar verme sürecinde etkileyici konumda bulunan otuz kişi ile mülakat gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın ön bulgularına göre aktörler; “semboller”, “akılda kalan öğeler”, “kültürel izler” ve “kalite” kavramlarını markalaşmanın kavramsallaştırılmasında kullanmaktadırlar. Aktörler, kent markasının oluşmasında şehirleşme alt yapısının önemini vurgulayarak şehrin canlı bir varlık olduğuna; mekânsal boyutta ortak bir kültürün oluşmasının, birlikte düşünme ve birlikte hareket etmenin süreç içinde son derece önemli olduğuna değinmişlerdir. Ayrıca kentin markalaşması sürecinde kentin en önemli değerlerinden biri olan Van Gölü’nün yeterince değerlendirilemediğini ve aslında kentte buna ilişkin bir kültürün de oluşmadığını belirtmişlerdir. Aktörlerin önemli gördükleri bir diğer sorun ise kentin zengin kültürel-tarihsel

dokusunun gerek kentte çeşitli dönemlerde yaşanan tarihsel travmalar nedeni gerekse geçmişe ait bu değerlerin öneminin farkında olunmayışı nedeni ile yok edilmeleri veya yeterince korunamadıkları olmuştur.

Aktörler, Van'ın bugüne kadar markalaşamaması noktasından hareketle Van'ın marka bir kent olabilmesi için stratejik markalaşma çalışmaları yapılmasını, yönetim eylem planının hazırlanmasını, paydaşların markalaşma süreci içerisine dahil edilmesini, kentte yaşayanlar için her düzeyde bilinçlendirme çalışmalarının yapılmasını, kent anayasasının oluşturulmasını, kentte vizyoner lideri olan bir markalaşma çalışma grubunun oluşturulmasını önerileri olarak sıralamışlardır.

Anahtar Kelimeler: Marka, Kent Markalaşması, Markalaşamama, Turizm, Türkiye, Van.

DECISION MAKERS' ACCOUNTS ON CITY (NON) BRANDING: A CASE STUDY OF VAN CITY

ABSTRACT

As the world become smaller and as it now refers to the "Global Village", importance and competitiveness of cities are increasing even more. At the verge of turning the cities' socio-cultural and geo-politic values into financial gains, there is a big competition amongst them. In this manner, city branding is one of the important elements in the tourism sector which is vital sources of income in the national and international context. As a case study, Van deserves to be a branding city in the national and international competition of branding cities, not because it is a border city of hosting ancient civilizations and its cultures. Review of literature in branding cities showed that the efforts of local dynamics are relatively important in the branding process. This study includes a depth analysis of the views of local people and local actors, those who take part in the role of branding, by doing so it recommends the actor-based city brand management model for the city of Van. Some interesting questions might include such items as the following:

How do participants describe their roles in branding of the city?

In what context, the participants conceptualise both "city branding" and "branding"?

How does individual differences reflect the Van's branding strategies and non-branding issues?

What do the participants suggest on city branding model of Van city?

In order to address these kinds of questions, Qualitative research design based on Phenomologic model has been employed within the study. In the implementation process, thirty people who have potential of decision making or effective in decision making process have been interviewed. According to preliminary findings; the actors use such concepts as symbols, the remindful items, cultural symbols and the quality in the conceptualisation of city branding. In the process of creating a city brand, most actors believe that giving prominence to the development of urban infrastructure and that the city has a living culture that thinking and moving together should be part of the city culture. They put forward the lake of Van Lake as an important item that has not used in the real potential and not widely known. Another important issue on which the actors put emphasis is the cultural heritage of the city that has not protected well due to the historical trauma to which the town was subject.

The study has been finalised by the suggestions of the actors such as strategic branding work to be undertaken; preparation of management action plan; inclusion of stake-holders into the branding process; to undertake educational programmes for raising awareness for the local people; preparation of a city constitution; creation of a group with a visionary leader working on the city branding.

Keywords: Brand, Non-Branding, City Branding, Turkey, Van, City-Based Tourism.

TURİZMDE BİR VERİ MADENCİLİĞİ UYGULAMASI: TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN TURİZM ALGISININ APRIORİ ALGORİTMASI İLE İNCELENMESİ

Serpil SEVİMLİ DENİZ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
sdeniz65@hotmail.com

Prof. Dr. H. Eray ÇELİK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
heraycelik@gmail.com

ÖZET

Veri madenciliği, verilerin içerisindeki ilişkilerin, değişimlerin, düzensizliklerin, kuralların ve istatistiksel olarak önemli olan yapıların keşfedilmesidir. Birliklik kuralları, olayların birlikte gerçekleşme durumlarını inceleyen bir veri madenciliği yöntemidir. Teorik olarak kullanıcı tarafından belirlenen en küçük destek ve en küçük güven seviyelerinin üstünde destek ve güven seviyesine sahip kuralların belirlenmesidir. Apriori algoritması, sıklıkla gözlenen ürün kümelerini içinde gizli örüntüleri ortaya çıkarmak için kullanılan bir birliklik kuralı algoritmasıdır. Bu çalışmada Turizm eğitimi alan lisans ve ön lisans öğrencilerinin turizm algısı belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan anket sonucunda elde edilen veriler Waikato Environment for Knowledge Analysis (WEKA) programına uygun formata dönüştürülüp, Apriori algoritmasıyla öğrencilerin turizm sektörü algılarına dair kurallar çıkarılmıştır. Elde edilen bulgular; turizm sektörünü çok yorucu bulan ve turizmde bilgi ve becerilerini kullanabileceğini düşünen birlikliği 0,97; çalışanlar terfi ettirilirken tecrübeler dikkate alınır ve sektörde bilgi ve becerilerini kullanabilirim birlikliği 0,96; insanlara hizmet etmekten mutluluk duymayanlarla, turizm sektöründe iş bulmanın zor olduğunu düşünenlerin oranı 0,94; Sektörde çalışanlarda ekip ruhunun gelişmediğini düşünenlerle, işlerin yorucu olduğunu düşünenlerin birlikliği 0,90; Sektörü stresli ve yorucu bulanların birlikliği 0,91 bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Apriori Algoritması, Turizm Öğrencileri, Turizm Sektörü Algısı.

APPLICATION OF A DATA MINING IN TOURISM: TOURISM EDUCATION STUDY OF AREA STUDENTS WITH APRIORI ALGORITHM OF TOURISM PERCEPTION

ABSTRACT

Data mining is the discovery of relationships, exchanges, irregularities, rules and statistically significant structures in data. Association rules are a method of data mining that examines co-occurrences of events. Theoretically, it is the minimum support defined by the user and the determination of the rules with the level of support and confidence above the lowest confidence levels. The Apriori algorithm is a coexistence algorithm that is used to reveal hidden patterns in frequently observed product clusters. In this study, it was tried to determine the tourism perception of undergraduate students receiving tourism education. As a result of the survey, the data were transformed into a form suitable for the Waikato Environment for Knowledge Analysis (WEKA) program and the rules of the tourism sector perceptions of the students were drawn with the Apriori algorithm. Findings; the association that finds the tourism industry very exhausting and thinks that it can use its knowledge and skills in tourism 0,97; when employees are promoted, experiences are taken into consideration and I can use

knowledge and skills in the sector. the ratio of those who think that it is difficult to find a job in the tourism sector with those who are not happy to serve people 0,94; Those who think that team spirit does not develop in the sector and those who think it is exhausting are 0,90; The combination of those who find the stressful and exhausting sector is 0.91.

Keywords: Apriori Algorithm, Tourism Students, Tourism Sector Perception.

KUZEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ İNOVASYONA DAYALI TURİZM STRATEJİSİ VE EYLEM PLANININ TRA1 BÖLGESİNE GETİRDİĞİ YENİLİKLER

Emine BİLGEN EYMİRLİ

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

Prof. Dr. Süleyman TOY

Atatürk Üniversitesi
suleyman.toy@atauni.edu.tr

Müzeyyen İNCİ

Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı
muzeyyen.inci@kudaka.org.tr

ÖZET

Özellikle geri kalmış bölgeler için ekonomik, sosyal ve kültürel faydaları oldukça fazla olan turizm son dönemlerde ve en az gelecek 20 - 30 yılda en büyük ulusal ve küresel endüstri kolları arasındadır. Kuzeydoğu Anadolu (TRA1) Bölgesi, Erzurum-Erzincan-Bayburt illerini kapsamaktadır ve bölge 4000 yıla yakın geçmişi ile tarih ve kültür turizmine, su potansiyeli ve doğal zenginlikleri ile doğa ve macera turizmine; iklimi ve coğrafyası ile kış sporları turizmine, gelişen altyapısı ile sağlık ve kongre turizmi gibi turizm tiplerine potansiyel teşkil etmektedir. Bu potansiyeli bölgesel gelişmenin hizmetine sunmak için Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA), bir yol haritası niteliğinde olan ve bölgenin geleceğine yön verecek olan bir strateji hazırlamıştır. 2011 yılında TRA1 Düzey 2 Bölgesinde 9 aylık bir süreçte 2000 kişilik yerel katılımı ile hazırlanan İnovasyona Dayalı Bölgesel Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (2012 – 2023) 2012 ve 2013 yılları arasında uygulanmış ve bölgede öncü olan ve bugün de uygulaması devam eden yenilikleri bölgeye aşılamaı başarmıştır.

Bu çalışma bu strateji ve eylem planının TRA1 Bölgesine getirdiği yenilikleri ele almaktadır.

Anahtar Kelimeler; TRA1 Bölgesi, İnovasyona Dayalı Turizm Stratejisi, KUDAKA.

INNOVATIONS COMING TOGETHER WITH NORTHEAST ANATOLIA INNOVATION BASED TOURISM STRATEGY AND ACTION PLAN TO TRA1 NUTS II REGION

ABSTRACT

Tourism, which can provide numerous economic, social and cultural benefits to especially less developed regions, is and will be among the largest national and global sectors today and over the next two or three decades. Northeast Anatolia (TRA1) Region covers the Turkish provinces of Erzurum, Erzincan and Bayburt. The region may offer powerful potentials for history and culture tourism with its nearly 4000 – year history, nature and adventure tourism with its water reserves and natural richness; winter sports tourism with its climate and geography and health, wellness and convention tourism with its developing infrastructure. In order to take the advantages of such potentials and make them serve for tourism sector, Northeast Anatolia Development Agency (KUDAKA) prepared a tourism strategy with the coordination and participation of local actors which will serve as a road map to develop tourism sector in the region. This strategy, Innovation Based Regional Tourism Strategy and Action Plan (IBRTSAP)

was prepared in 2011 in the region and over a 9 – month process with the participation of 2000 locals targeting a ten – year period from 2012 to 2023. This strategy was implemented over three years in 2011 (with pilot actions), 2012 and 2013. In the implementation process of the strategy, several new applications and innovations were transferred or performed for the first time in the region. Such applications were pioneering and leading ones most of which have now been familiarized and still continuing.

Objective of the present study is to mention about the preparation and implementation process of the IBRTSAP and innovative applications in tourism in the region.

Keywords; TRA1 region, Innovation Based Regional Tourism Strategy and Action Plan, KUDAKA.

TURİZM İŞLETMELERİ İÇİN EĞİTİMİN ÖNEMİ: TURİZM GAZETESİNDEKİ İŞ İLANLARI ÜZERİNDEN BİR DEĞERLENDİRME

Dr. Öğr. Ü. Çağdaş ERTAŞ

Şırnak Üniversitesi

ertascagdas@hotmail.com

ÖZET

Hizmet sektöründe kaliteli hizmet sunmanın ilk adımı, hizmeti sunan personelin niteliğidir. Öyle ki, nitelikli personel hizmet sunumunda daha dikkatli olabilmektedir. Günümüzde Türkiye'nin turizm sektöründeki en ciddi sorunlardan biri ise, nitelikli personel eksikliğidir. Türkiye'de nerdeyse her üniversitede önlisans ya da lisans düzeyinde turizm eğitimi verilmektedir. Buna rağmen, turizm işletmelerinin nitelikli personel bulmaktaki sıkıntısı düşündürücüdür. Bu noktada akla birkaç soru gelmektedir: Turizm bölümünden mezun olan öğrenciler, mezuniyet sonrası başka sektörler mi yönelmektedir? Turizm bölümünden mezun olan öğrenciler, turizm sektöründe çalışmaya başladıktan sonra, koşullardan dolayı sektörü terk mi etmektedir? Yoksa turizm işletmeleri eğitilmiş personel istemiyor mu? Bu soruları artırmak, mümkündür. Ancak burada dikkat çekilmek istenen husus, turizm işletmelerinin eğitilmiş personele ne derece önem verdiğidir. Zira nitelikli personeli sektörde tutacak olan, yine sektörde faaliyet gösteren işletmelerin sorumluluğudur. Bu sorumluluk alanlarından biri ise, turizm işletmelerinin eğitilmiş personele verdiği önemdir. Bu araştırma da, bu noktadan hareketle planlanmıştır. Dolayısıyla bu araştırmanın temel amacı, Türkiye'deki turizm işletmelerinin üniversite eğitime ve özellikle turizm eğitime verdiği önemi inceleyerek, nitelikli personel sıkıntısı çektiklerini söyleyen işletmelerin bu sıkıntidaki payı hakkında bilgi sahibi olmak, böylece turizm işletmelerine ve turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarına birtakım öneride bulunmaktır. Turizm işletmelerinin eğitime verdiği önem, turizm��zetesi.com adlı internet sitesinde verilen iş alanları üzerinden incelenmiştir. Bu ilanlarda "asgari eğitim şartı" ve eğitimle ilgili bir açıklama yapılmışsa "açıklama" kısımlarına bakılmıştır. Bazı işletmelerin birçok pozisyona tek ilan altında çıktığı görülmüştür. Bu nedenle, bu ilanların her biri, ayrı birer ilan olarak değerlendirilmiştir. Bulaşıkçı, meydanıcı, güvenlik görevlisi gibi kadrolar için açılan ilanlar, değerlendirmeye alınmamıştır. Çünkü bu araştırmanın temel dayanağı, turizm ile ilgili bölümler başta olmak üzere, üniversite mezunlarının turizm işletmelerinin birçok kademesi için önemli bir unsur olduğu düşüncesidir. Dolayısıyla, değerlendirilmeye alınmayan kadroların, belirtildiği gibi, en azından turizm bölümü mezunu olmak gibi bir nitelik gerektirmediği düşünülmektedir. Değerlendirme sonucunda, 2018 yılı için ilk ilanın verildiği 17 Mart 2018 ile 31 Mayıs 2018 tarihleri arasında, turizm işletmelerinin 1716 adet ilana çıktığı görülmüştür. Bu ilanlar eğitim şartı açısından değerlendirildiğinde, 1212 ilanda eğitim düzeyinin fark etmediği, 347 ilanda lise mezunu, 27 ilanda ortaokul mezunu, 23 ilanda ise ilkököl mezunu istendiği belirtilmiştir. Verilen 1716 ilanın sadece 107'sinde (%6.2), üniversite mezunu istendiği tespit edilmiştir. Bu araştırmanın temel sonucu, Türkiye'deki turizm işletmelerinin üniversite ve turizm eğitime pek önem vermediğidir. Bu işletmelerin nitelikli personel sıkıntısı yaşadıklarını belirtmelerine rağmen, açtıkları kadroda niteliğe pek önem vermemeleri tezat bir durumdur. Nitelikli personelin en önemli belirleyicilerinden biri, alanında eğitim almış olmasıdır. Turizm işletmelerinin üniversitelerin turizm bölümlerinden mezun olmuş kişileri çalıştırması, personelin niteliğinin artmasına ciddi katkı sunacaktır. Öte yandan, turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının turizm işletmelerini bu yönde teşvik etmesi de, önem arz etmektedir. Nitelikli bir sektör, sektör-üniversite işbirliğiyle gerçekleşecektir. Bu işletmelerin birçoğunun sezonluk faaliyet gösterdiği varsayıldığında, tüm yıl faaliyet gösteren işletmeler üzerinde ampirik olarak

benzer bir araştırmanın yapılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Öte yandan, benzer çalışmaların başka ülkelerde de yapılması, genellenebilir yorumlar yapılmasına katkı sunacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Eğitimi, Üniversite Eğitimi, Turizm İşletmeleri, İş İlanları.

THE IMPORTANCE OF EDUCATION FOR TOURISM BUSINESSES: EVALUATION OF JOB ADVERTISEMENTS IN TOURISM GAZETESİ

ABSTRACT

Quality service in the service sector depends on the quality of the staff providing the service. Because qualified personnel are more cautious in service delivery. Nowadays one of the most serious problems in Turkey's tourism sector is the lack of qualified personnel. In Turkey, there is associate degree or undergraduate level tourism education in almost every university. Despite this, the difficulty in finding qualified personnel for tourism businesses is thought-provoking. There are a few questions to mind at this point: Are the graduates of the tourism heading to other sectors after graduation? Are the students graduated from the tourism leave the sector due to the conditions after they start working in the tourism sector? Or don't the tourism businesses want the educated staff? It is possible to increase these questions. However, what is worthy of note here is that whether the tourism enterprises attach important to the educated staff. It is the responsibility of the companies operating in the sector to keep qualified personnel in sector. One of these areas of responsibility is the importance that tourism businesses give to educated personel. This research is planned with this point. Therefore, the main objective of this research is to examine the attitude of tourism businesses in Turkey about university educationand in particular tourism education and give some suggestions to this businesses and higher education intitutions. The importance given by the tourism enterprises to education has been examined through the job advertisement given in the web site of turizm gazetesi.com. In these advertisements, "minimum education requirement" and "explanation" sections has been examined. It has been seen that some positions are under one advertisement. For this reason, each of these advertisements has been considered as a separate advertisement. Advertisements such as steward, fielder, security guard have not been taken into consideration. Because it is thought that these staffs do not require a qualification such as being tourism or university graduate. Ads between March 17, 2018 and May 31, 2018 were reviewed. As a result of the evaluation, 1716 advertisements have been identified. When these advertisements are evaluated in terms of educational condition, it is stated that the level of education in 1212 advertisements doesn't important, 347 high school graduates, 27 secondary school graduates and 23 primary school graduates are requested. It has been found that in only 107 advertisements (6.2%) a university graduate is requested. The main result of this research is that tourism businesses in Turkey paid little attention to tourism and university education. This result indicates one of the reasons for lack of qualified personnel. One of the most important determinants of qualified staff is that they are educated. The employment of who graduated from the tourism departments of the universities will contribute to the increase of the quality of the personnel. On the other hand, it is also important that higher education institutions that provide tourism education encourage tourism businesses in this direction. A qualified sector will be realized through sector-university cooperation. When assuming that a majority of these hotels operate seasonally, it is necessary to empirically conduct a similar empirical research on the hotels operating all year. On the other hand, similar studies in other countries will contribute to making generalized interpretations.

Keywords: Tourism Education, University Education, Tourism Businesses, Job Advertisements.

KARADENİZ BÖLGESİ'NDEKİ OTELLERİN İNTERNET SİTELERİNDE ÇALIŞANLARIN YERİ

Dr. Öğr. Ü. Çağdaş ERTAŞ

Şırnak Üniversitesi
ertascagdas@hotmail.com

Dr. Öğr. Ü. Bayram KANCA

Giresun Üniversitesi
b_kanca@hotmail.com

ÖZET

Çalışanlar, işletmelerin başarısındaki en önemli unsurdur. Bu durum konaklama işletmeleri açısından değerlendirildiğinde, daha önemli hale gelmektedir. Nitekim konaklama işletmelerinde hizmet kalitesini belirleyen en önemli hususlardan biri, hizmeti sunan çalışanlardır. Çalışanların hizmet kalitesini artırması için ise, kendisini değerli hissetmesi önem arz etmektedir. Öyle ki, kendisini değersiz hisseden bir çalışanın iyi bir performans göstermesini beklemek, yanlış olacaktır. Dolayısıyla konaklama işletmelerine bu konuda büyük görev düşmektedir. Konaklama işletmeleri, çalışanlarına verdiği değeri birçok şekilde gösterebilir. Bu yollardan biri ise, işletmenin internet siteleridir. Zira internet, günümüzün vazgeçilmez aracı konumundadır. İşletmelerin internet sitelerinde çalışanlara verdikleri değeri belirtme sayesinde, çalışanların motivasyonlarına da önemli bir katkı yapılabilecektir. Bu durumda akla birkaç soru gelmektedir: Konaklama işletmeleri, internet sitelerinde çalışanlarına yer vermekte midir? Çalışanlar, internet sitesinin hangi kısmında belirtilmektedir? Konaklama işletmelerinin internet sitelerinde, çalışanlarından nasıl bahsedilmektedir? Bu ve benzeri sorular, konunun incelenmesi ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Ancak konaklama işletmelerinin internet sitelerine dönük yapılmış araştırmalarda, çalışanların bilim insanları tarafından göz ardı edildiği dikkati çekmektedir. Dolayısıyla bu araştırma, yazındaki bu ihtiyaca katkıda bulunmak amacıyla tasarlanmıştır. Bu araştırma yazarlarından biri, bu konuyu Doğu Akdeniz Bölgesi'ndeki 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinin siteleri üzerinde çalışmıştır. Dolayısıyla, bu araştırma bahse konu çalışmanın devamı şeklindedir. Öncelikle, araştırma verisinin değerlendirme ve analiz sürecinin devam ettiğini belirtmekte fayda vardır. Araştırmada verilerin toplanmasında ve değerlendirilmesinde içerik analizi kullanılmaktadır. Araştırmanın nüfusu "Türkiye'de faaliyet gösteren turizm işletme belgeli 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmeleri"dir. 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinin nüfus olarak seçilmesinin temel sebebi, bu işletmelerin çalışanlara daha çok önem verebileceği varsayımdır. Zaman kısıtlaması sebebiyle, Türkiye'nin Karadeniz Bölgesi'ndeki ilgili işletmelerin incelenmesine karar verilmiştir. T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'nün resmi internet sitesindeki listeye göre, 01.06.2018 tarihi itibarıyla, Karadeniz Bölgesi'nde faaliyet gösteren 58 tane turizm işletme belgeli 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmesi bulunmaktadır. Dolayısıyla içerik analizi, 58 işletmenin internet sitesi üzerinden yapılmaktadır. Yapılan analizde, anasayfa başta olmak üzere, internet sitesindeki bütün kısımlar incelenmektedir. İlk olarak, "işletmenin internet sitesinde çalışanlarıyla ilgili bir ifadenin olup olmadığı"na bakılmaktadır. Daha sonra herhangi bir ifade varsa, bunun internet sitesinin hangi kısmında sunulduğu belirlenmektedir. Son olarak, "ifadelerde çalışanların nasıl ele alındığı" incelenmektedir. Veri analizinde, frekans analizi kullanılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Çalışanların Önemi, Turizm Çalışanları, Konaklama İşletmeleri, İnternet Siteleri

THE PLACE OF EMPLOYEES IN THE WEBSITES OF THE HOTELS IN BLACK SEA REGION

ABSTRACT

Employees are the most important factor of businesses' success. This situation becomes more important when it is evaluated in terms of hotels. As a matter of fact, one of the most important factors determining the quality of service in hotels is the employees who deliver the service. It is important for employees to feel himself valued in order to increase the quality of service. It is wrong to expect that an employee who feels oneself worthless will perform well. Therefore, it is important that the hotels address this issue. Hotels can show in many ways the value they give their employees. One of these ways is the website of the business. Because the internet is the indispensable tool of our day. Mentioning employees on internet sites can also make a significant contribution to employee motivation. In this case there are a few questions to ask: Do the hotels talk about their employees on internet sites? In which part of the website are mentioned from the employees? How are employees mentioned on the internet site? These and similar questions reveal the need to study the subject. However, it is noteworthy that in the researches conducted on the internet sites of the hotels, the employees were ignored by scientists. Therefore, this research has been designed to contribute to this need in the literature. One of the authors of this research has studied this issue on the websites of 4 and 5 star hotels operating in Eastern Mediterranean Region. Therefore, this research is the continuation of the subject mentioned research. It is worth mentioning that the evaluation and analysis process of the research data is continuing. Content analysis has been used in the collection and evaluation of data in the study. The population of the research is 4 and 5 star hotels operating in Turkey. The main reason for the selection of 4-star and 5-star hotels as a population is the assumption that these businesses can give more importance to employees. Due to time constraints, the relevant enterprises in the Eastern Mediterranean Region have been examined. According to the list on the official web site of Republic of Turkey Ministry of Culture and Tourism Investment and Enterprises General Directorate, as of 06/01/2018, there are 58 hotels in Black Sea Region. Content analysis has been conducted on the internet site of 58 hotels. In the analysis, all parts of the web site have been examined. First, "whether or not the hotel has a statement about employees on the website" has been evaluated. Then, if there is any statement, it has been determined in which part of the website it is presented. Finally, "how employees are treated in expressions" has been examined. In data analysis, frequency analysis will be used.

Keywords: Importance of Employees, Tourism Employees, Accommodation Businesses, Websites

KENTTE KIRSAL YAŞAMI DENEYİMLEMELİK: ANKARA ALTIN KÖY AÇIK HAVA MÜZESİ

Öğr. Gör. Dr. Sevinç Bahar YENİGÜL

Gazi Üniversitesi
yenigul@gazi.edu.tr

Doç. Dr. Muna SİLAV

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
muna@gazi.edu.tr

ÖZET

Yirminci yüzyılın son çeyreğiyle birlikte her alanda etkilerinin hissedildiği küreselleşme sürecinin ekonomik, sosyal, mekansal, yönetsel ve kültürel alanlarda birçok değişime ve dönüşüme neden olduğu görülmektedir. Bu sürecin etkileri yoğun olarak kentlerde hissedilirken; küreselleşme ve yerelleşme bağlamında kentlerin yerel değerlerle birlikte farklılaşan yeni yaşam biçimlerini ve mekanlarını sunması, bu değişim ve dönüşümün göstergesidir. Kentler modern yaşamın sunulduğu/sergilendiği yerler olarak kabul edilirken, yerel değerleri ön plana çıkaran yaklaşımlar kentlerde geleneksel ve yerel kültürel mekanları da cazip hale getirmeye başlamıştır. Kültür endüstrilerinin hızla yükseldiği bu dönemde kültürel ve yerel değerlerin sergilenme alanları olan müzelerin de öneminin arttığı; farklı biçimlerle, alışılmışın dışında hizmetler sunmaya ve sergilemeye başladığı da görülmektedir. Bu değerlerin sergilendiği müzeler, geçmiş ve gelecek kuşaklar arasında etkileşimi arttıran, toplumların ortak kültürel mirasını yansıtan ve koruyan mekanlardır. Süreklilik sağlayan, öğretilen ve geleceğe aktarılan, korunmaya değer görülen kültürel miras; somut kültürel miras (anıtlar, yapı ve yapı grupları, kültürel ve doğal sit alanları v.b.) ve somut olmayan kültürel miras (sözlü gelenekler, el sanatları v.b.) olarak bir bütünü oluşturur. Koruma kavramı ile müzelerde, geçmişten günümüze kadar gelen kültürel birikim ve değerlerin özgünlüklerini devam etmesi, farklılaşan değerler ile bütünleştirilerek uygun çevresel koşulların sağlanması gerekmektedir. Bu çalışmada, bugüne kadar geleneksel ve modernin temsilcileri olarak ele alınan kır ve kent karşıtlığında kırsal alanların küreselleşme süreciyle birlikte yerel değerleriyle yükseldiği, kırsal alan ve kırsal yaşam biçiminin öneminin arttığı tartışılmakta, kır ve kent ilişkilerinin güçlendiği bu dönemde kırsal yaşantıya öykünmenin nedenleri açıklanmaktadır. Kırsal yaşamın gerek yerinde ziyaretler ile ve gerekse de kentlerde müzelerde sergileme ve canlandırma faaliyetleriyle ziyaretçilere sunulması kültürel ve rekreatif aktivelerdeki değişimin de etkisiyle öneminin arttığına yönelik sonuçları doğurmaktadır. Metropoliten kentlerin yoğun yaşam koşulları içinde kentliyi kırsal yaşamla tanıştırmayı, buluşturmayı amaçlayan ve halkın toplumsal, kültürel tarihini anlatan 'köy müzeleri' bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Çalışma öncelikle uluslararası ve ulusal literatürde farklı müze yaklaşımlarına yönelik kavramsal bir tartışmadan yola çıkarak köy yaşamının sunulduğu bu mekanları açıklamaya çalışmakta, günümüzün değişen kültürel faaliyetleri arasında kentli kullanıcıların tercihleri arasında yer almaya başlayan bu mekanları Ankara Metropoliten Kenti 'Altınköy Açık Hava Müzesi' örneklemini üzerinden değerlendirmektedir. Çalışmada Ankara Altın Köy Açık Hava Müzesi örneklemini üzerinden bu mekanların kullanıcıları tarafından nasıl değerlendirildikleri ortaya konulmaktadır. Bu değerlendirmeler yerinde yapılan gözlem, incelemeler ile kullanıcılar ile yapılan yüz yüze görüşmelerden edilen veriler doğrultusunda yapılmaktadır. Çalışmanın sonucunda kırdan kente

ve kentten kıra doğru bir yaşam döngüsü içinde doğal yaşam alanları içinde yaşama isteğinin gün geçtikçe artmaya devam edeceği sonucuna varılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kır, Kent, Müze, Küreselleşme, Değişim.

EXPERIENCING RURAL LIFE IN THE CITY: ANKARA ALTINKÖY OPEN-AIR MUSEUM

ABSTRACT

By the last quarter of the twentieth century, it is observed that the globalization process, impacts of which are felt in every field, has led to many changes and transformations in economic, social, spatial, administrative and cultural fields. While the effects of the process are felt intensely in the cities, the cities offering new life styles and spaces changing together with local values within the context of globalization and localization are indications of this change and transformation. As the cities are considered as places where modern life is offered/exhibited, the approaches bringing local values to the fore have started to make the traditional and local cultural spaces attractive. In this period, in which cultural industries are on the rapid rise, it is also seen that the museums being the exhibition areas of cultural and local values gain increasing significance and provide and exhibit extraordinary services in various ways. The museums where these values are exhibited are spaces which enhance the interaction between past and future generations and reflect and preserve the common cultural heritage of societies. Cultural heritage that provides sustainability that is taught and transmitted to future and perceived as worth to conserve constitutes a unity with tangible cultural heritage (monuments, buildings, cultural and natural conservation areas, and the like) and intangible cultural heritage (oral traditions, handcrafts, and the like). With the concept of conservation, in the museums it is necessary that the cultural values transmitted from the past to the present day sustain their original characters and that appropriate environmental conditions are provided while merging them with the changing values. In this study, it is discussed that rural areas which are addressed within the framework of rural-urban dichotomy as representatives of the traditional and the modern are on the rise with the globalization process along with their local values, the importance of rural areas and rural way of life is increasing and the reasons of the emulations for the rural life in this period in which rural-urban relations are being consolidated are explained. Presentation of rural life to the visitors both through visits on-site and through exhibition and enactment activities in the museums in cities lead to conclusions towards its increasing importance also with the influence of the change in cultural and recreational activities. 'Village museums' which aim to introduce the rural life to the urban and get them together within the busy living conditions of the metropolitan cities and to recount the social and cultural history of the people constitute the subject of this study. By departing from a conceptual discussion on different museum approaches in international and national literature, the study firstly attempts to explain these spaces where rural life is presented, and evaluate the these spaces, which have started to be amongst the contemporary changing cultural activities within the preferences of the urban users, through the sample of Ankara Metropolitan City "Altinköy Open-Air Museum". In the study, how these spaces are evaluated by their users is presented with respect to the Ankara Altinköy Open-Air Museum example. These analyses are made on the basis of the data acquired from on-site observations, examinations and face-to-face interviews with the users. As a result of the study, it is concluded that within the life cycle from the countryside to the city

and from the city to the countryside, the desire for living in sites of natural life will continue to increase day by day.

Keywords: Countryside, City, Museum, Globalization, Transition.

GELENEKSEL GIDALARIN GASTRONOMİ TURİZMİNDEKİ ROLÜ

Dr. Öğr. Ü. Şenol KÖSE

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
senolkose28@gmail.com

Arş. Gör. Dr. Yağmur ERİM KÖSE

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
yagmurerim@gmail.com

ÖZET

Geleneksel gıdaların gastronomi turizmindeki rolü tüm dünyada gün geçtikçe artmaktadır. Bu nedenle, coğrafi işaretlemeyle geleneksel gıdaları taklitlerine karşı yasal olarak koruyarak yerel değerlerin sürdürülebilirliğini sağlamak ve haksız rekabetin önlenmesi istenmektedir. Gastronomik değer niteliğinde geleneksel gıdalar açısından zengin bir çeşitliliğe sahip olan ülkemizde, peynir, fındık, incir, sucuk, zeytinyağı ve kayısı gibi gıdaların ön plana çıkarılması gerekmektedir. Bu değerlerin gastronomi turizmi açısından kullanımının ülkemiz için önemli bir çekicilik unsuru oluşturacağı düşünülmektedir. Bundan dolayı çalışmada, coğrafi işaretler ve geleneksel gıdaların gastronomi turizmi açısından rolüne değinilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel gıdalar, Gastronomi turizmi, coğrafi işaretler

THE ROLE OF TRADITIONAL FOODS ON GASTRONOMY TOURISM

ABSTRACT

The role of traditional foods on gastronomy tourism gain more and more attention all over the world. Thus, countries protect traditional food legally with geographical indication against imitations, thereby to provide the sustainability of local values and prevention of unfair competition. In our country, which has rich in traditional foods such as cheese, hazelnut, fig, sausage, olive oil and apricot in terms of gastronomic value should be foregrounded. The use of these values in terms of gastronomic tourism is thought to be an important attraction for our country. For this reason, geographical indications and the role of traditional foods in terms of gastronomy tourism have been mentioned in this study.

Keywords: Traditional Foods, Gastronomy Tourism, Geographical Indications.

VAN'I ZİYARET EDEN İRANLI TURİSTLERİN VAN ESNAFI HAKKINDAKİ GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Doç. Dr. Mehmet Zeki DUMAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
zekiduman@yahoo.com

ÖZET

Günümüz dünyasında ülkelerin en önemli gelir kaynakları arasında gösterilen turizm ve turizmden kaynaklı faaliyetler, hem hizmet sektöründe yarattığı yüksek istihdam ve yatırım alanları, hem de toplumlar arasında sağladığı sosyal ve kültürel etkileşim açısından endüstriyel bir pazar haline dönüşmüş bulunmaktadır. Zira turizm, özellikle ekonomiye doğrudan katkısı yanında siyasal ve toplumsal alanda meydana getirdiği değişim ve dönüşümle de hizmet sektörünün dinamik bir gücü olmaya başlamıştır. Bu gücün farkında olan ve turist sayısını artırmak için alternatif destinasyonlar oluşturmaya çalışan ülkeler, başta etnik ve ekolojik olmak üzere tarihsel, kültürel ve çevresel adı altında yeni turizm alanlarını oluşturmaya çalışmışlardır. Söz konusu ülkeler arasında turizm potansiyeli açısından ilk sıralarda yer alan Türkiye, sadece Akdeniz ve Ege sahilleriyle değil, Kapadokya, Doğu ve Güneydoğu'da bulunan turistik mekânlarıyla da dikkatleri üzerine çekmeyi başarmıştır. Nitekim kültürel zenginlikleri yanında tarihi ve inanç turizmi alanındaki potansiyeliyle de her yıl binlerce turisti ağırlayan Van, özellikle son yıllarda Nevruz tatillerini geçirmek üzere İran'dan da yoğun bir turist kitlesine ev sahipliği yapıyor. Kentin ekonomisine önemli oranda katkı sunan İranlı turistler, hem Van'ın ekonomisini, hem de sosyal ve eğlence kültürünü canlı tutuyor. Bu makalede genelde İran pazarının Türkiye turizmi açısından önemi, özelde de Van'ın ticari yaşamını diri tutan İranlı turistlerin alışveriş yaptıkları esnaflar hakkındaki görüşleri üzerinde durulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turistik Faaliyetler, İranlı Turistler, Van'da Ticari Yaşam, Van Esnafı.

A RESEARCH ON VISIONS OF IRANIAN TOURISTS VISITING VAN ABOUT TRADESMEN IN VAN

ABSTRACT

Tourism and tourism-based activities, among the most important income sources of countries in today's world, have turned into an industrial market in terms of the high employment and investment fields created in service sector in addition to social and cultural interaction between societies. Tourism has become a dynamic force in the service sector, especially with the change and transformation brought about by political and social factors besides its direct contribution to the economy. Countries that are aware of this power and trying to create alternative destinations to increase the number of tourists spends efforts to create new tourism areas namely historical, cultural and environmental in addition to ethnical and ecological tourism fields. Taking the first place among such countries in terms of tourism potential; Turkey attracts attention not only with Mediterranean and Aegean coasts, Cappadocia but also with the tourist attractions in the Eastern and Southeastern Turkey. As a matter of fact, Van has hosted thousands of tourists every year because of its historical and religious tourism potential as well as its cultural varieties. Especially in recent years, Van has been hosting a busy tourist mass from Iran who visits Van to celebrate Newroz vacations. Iranian tourists, who make a significant contribution to the economy of the city, keep alive the

economy of Van as well as the social and entertainment culture in the city. In this article we will discuss generally the importance of market of Iran for Turkey's tourism and in particular visions of Iranian tourists keeping commercial life in Van alive about tradesmen in Van with whom tourists make shopping in Van

Keywords: Tourism, Touristic Activities, Iranian Tourists, Commercial Life in Van, Van Tradesmen.

İRANLI TURİSTLERİN VAN'I TERCİH ETME NEDENLERİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Doç. Dr. M. Zeki DUMAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

zekiduman@yahoo.com

ÖZET

Uzun yıllar milli gelirinin önemli bir kısmını turizm faaliyetlerinden karşılayan Türkiye, 2013 yılına kadar dünyada en fazla turist çeken ülkelerin başında gelmiştir. Ancak, 2010'da Arap Baharının, 2011'de Suriye iç savaşının başlaması, 2015'te hava sahasını ihlal eden Rusya uçağının düşürülmesi ardından iki ülke arasında yaşanan gerginlik, Avrupa Birliği ile müzakere görüşmelerinin kesilmesi, ekonomik resesyona ve en önemlisi bombalı kitlesel terör olaylarının artması, Türkiye'nin hem uluslararası arenada sahip olduğu güvenilir ve yaşanılabilir ülke imajının zedelenmesine, hem de bacasız sanayi olarak tabir edilen turizmin zarar görmesine neden oldu. Bu gelişmeler, Türkiye'ye en fazla turist gönderen Avrupa ülkeleri ve Rusya'yla yeni sorunların yaşanmasına da zemin hazırladı. Ancak, krizi fırsata dönüştürmeye çalışan Türkiye, İran'la yakın temas içine girmesi ve ikili ilişkilerini düzeltmesi sonucu bu ülkeden önemli oranda turist çekmeyi de başarmış oldu. İranlı turistler, bir haftadan daha fazla tatil yaptıkları Nevruz bayramında en çok Van'ı ziyaret etmeye başladılar. İranlı turistler, Van'ı mesken tuttıkları gibi hem kentin ekonomik, hem de sosyal ve kültürel yaşamını da dönüştürmeye başladılar. Bu dönüştürme sürecinin nasıl gerçekleştiği ve söz konusu İranlı turistlerin Van'ı tercih etme nedenlerinin irdelendiği bu makalede genel olarak Türkiye'de, özelden de Van'da turizmi nasıl bir gelecek beklediği sorusuna cevap aranmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turistik Etkinlikler, İranlı Turistler, Van, Van'ın Turizm Potansiyeli

A STUDY ON CAUSES FOR IRANIAN TOURISTS TO PREFER PROVINCE OF VAN

ABSTRACT

Turkey, earning a significant portion of the national income from tourism activities for many years, has become one of the most visited countries in the world until 2013. However, the start of Arab Spring in 2010, the Syrian civil war in 2011, the shutdown of Russian aircraft due to violation of Turkish airspace in 2015, escalation of tension between the two countries, discontinuity in negotiations with the European Union, the economic recession and the increase of bombed mass terrorist incidents caused detracting of Turkey's image in terms of both being a reliable and livable country in the international arena and also caused damage to the tourism industry which is known as smokeless industry. These developments also resulted in problems with Russian and European countries sending the most number of tourists to Turkey. However, Turkey seeking to convert crisis into opportunity succeeded in attracting tourists from these countries significantly with close contact and correction of bilateral relations with Iran. Iranian tourists have begun to visit Van mostly in one week Newroz holiday. Iranian tourists started located in Van and to transform economic and social and cultural life of Van. In this article we discuss how this conversion process occurred and reasons of Iranian tourists to prefer Van and try to answer the question about the future of tourism in general for Turkey and in particular for province of Van.

Keywords: Tourism, Tourist Activities, Iranian Tourists, Van, Tourism Potential of Van.

KIRSAL TURİZME KATILIM MOTİVASYONLARI: GEVAŞ ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Serhat BİNGÖL

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
serhat.bingol@bilecik.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Pembe Gül ÇAKIR

Anadolu Üniversitesi
pcakir@anadolu.edu.tr

ÖZET

Kırsal bölgeler, turistleri etkileyen ve onları bu bölgelere çeken kendilerine özgü doğal, kültürel, tarihi, coğrafi ve etnik kökenleri olan alanlardır. Kırsal turizm ise bu bölgelerdeki; doğa, kültür, tarih, mimari, geleneksel yaşam, kırsal aktiviteler ve rekreasyon faaliyetleri gibi turizm motivasyonlarına dayalıdır. Kırsal turizm; çiftlik turizmi, yeşil turizm ve yayla turizmi gibi doğa ile iç içe turizm türlerini içine alan, doğa gezileri, macera, spor, sağlık, sanat, tarih ve kültürel mirasa yönelik bir turizm türüdür. Ziyaretçilerin taleplerini karşılamak için ulusal ve uluslararası birçok örgüt kırsal turizm gelişimi için çeşitli uygulamalar gerçekleştirmektedir. Böylelikle hem ziyaretçilerin tatmin olması hem de yerel halkın kırsal turizm gelişimine katılması amaçlanmaktadır. Bu araştırmanın amacı, Türkiye’de kırsal turizmin daha iyi anlaşılmasını sağlamak için kırsal bölgeleri ziyaret eden ziyaretçilerin motivasyon faktörlerini belirlemek ve bu ziyaretçilerin seyahat alışkanlıkları ile profillerini belirlemektir. Bu amaçla, bu çalışmada nicel araştırma yönteminden faydalanmış olup, alan çalışması tekniklerinden olan anket tekniği kullanılmıştır. Çalışmanın amacına ve araştırma sahasına uygun olması nedeniyle veri toplama aracı olarak Almeida, Correia ve Pimpao (2013) tarafından geliştirilen ölçekten faydalanmıştır. Anket formu; ziyaretçilerin seyahat alışkanlıklarını, yöre hakkındaki izlenimlerini, kaynak bilgilerini, yaptıkları aktiviteleri, motivasyonlarını ve demografik bilgilerini ölçen dört bölümden oluşmuştur. Anket formu, ziyaretçilerin motivasyon faktörlerini belirlemeye yönelik 51 ifade, seyahat alışkanlıklarına yönelik beş ifade, yöre hakkındaki izlenimleri ve kaynak bilgileri ile ilgili 16 ifade ve demografik soruları içeren altı ifadeden oluşmuştur. Ziyaretçilerin motivasyon faktörlerini belirlemeye yönelik 51 ifadenin oluşturduğu ölçek ile beş faktör olan; doğada rahatlatma, kırsal yaşam, hizmet ve fiyat faktörü, öğrenme faktörü ve sosyalleşme faktörleri ile bu faktörlerin bünyesinde yer alan ifadelerin ortalama puanları ölçülmüştür. Bu bağlamda, Van ilinin Gevaş ilçesini ziyaret eden yerli turistlerden yüz yüze toplam 394 anket elde edilmiş ve bu anketlerden elde edilen bulgular sonucu beş motivasyon faktörü elde edilmiştir. Bu ölçümler sonucunda doğada rahatlatma (4.22) en büyük motivasyon olarak ortaya çıkmıştır. Diğer faktörlerin ortalama değerleri ise sırasıyla, kırsal yaşam (4,08), hizmet ve fiyat faktörü (3,93), öğrenme faktörü (3,70) ile sosyalleşme (3.42) olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kırsal Turizm, Van, Gevaş, Ziyaretçi Motivasyonları.

THE MOTIVATION OF RURAL VISITORS: THE CASE OF GEVAŞ

ABSTRACT

Rural areas are areas of natural, cultural, historical, geographical and ethnic origin that are unique to them that affect attract tourists to these regions. Rural tourism in these regions is based on tourism motives such as nature, culture, history, architecture, traditional life, rural activities and recreational activities. Rural tourism is different type of tourism which include

nature tourism and other tourism types such as farm tourism, green tourism and highland tourism. Many national and international organizations are implementing various applications for rural tourism development to meet the demands of visitors. Thus, it is aimed not only for the satisfaction of the visitor but also for the local people to participate in rural tourism development. The aim of this study is to determine the motivational factors of visitors to rural tourism in rural areas to provide a better understanding in Turkey and to determine the profile and travel habits of these visitors. For this purpose, a quantitative research method was used in this study and a questionnaire technique was used. Because it is appropriate for the purpose of the study and the research field, it has benefited from the scale developed by Almeida, Correia and Pimpao (2013) as data collection tools. Questionnaire form consists of four parts that measure travel habits, impressions about the region, source information, activities, visitor motivations and demographic information. The questionnaire consisted of 51 questions for identifying motivational factors, five questions for travel habits, 16 questions about the locality and source information, and six demographic questions. In order to determine the motivational factors of the visitors, the scale and the five factors which are relaxation in rural (4.22), rural life (4.08), service and price factor (3.93), learning factor (3.70) and socialization (3.42) factors and the mean scores of the expressions in the context of these factors were measured. In this context, a total of 394 face-to-face surveys were obtained from domestic tourists visiting Gevaş district, and the five final motivational factors obtained from these surveys were obtained. As a result of these measurements, relaxation in nature (4.22) emerged as the greatest motivation. The mean values of the other factors were rural life (4.08), service and price factor (3.93), learning factor (3.80) and socialization (3.62).

Keywords: Rural Tourism, Gevaş, Van, Visitors Motivation.

SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS VE TURİZM ETKİLEŞİMİNİN ZİGANA KÖYÜNDE YEREL EKONOMİYE KATKILARI

Savaş AYDIN

Zigana Doğa Okulu
2011yok@gmail.com

Tuna Arınç AYDIN

Zigana Doğa Okulu
tunarinc@gmail.com

ÖZET

Özet: Kültürlerin, Kervanların ve ekosistemlerin geçiş merkezi olan Zigana Coğrafyasında 2011 yılında başlayan kültürel mirasın ekonomiye kazandırılması konusunda dikkate değer bir gelişmeye şahit olunan Zigana Köyü bir başarı hikâyesi olarak değerlendirilebilir. Köyde görülen ekonomik kalkınmanın turizm ve kültürel mirasın etkileşimi ile bağlantılı olduğu anlaşılmaktadır. El sanatları ve geleneksel mutfak gibi somut olmayan kültürel miras (SOKÜM) unsurları Milattan öncesine kavimlere uzanan zarif bir tarihi mimari ve harika bir doğal güzelliklerle arka plan ile desteklenmektedir. Bir derin ve zengin kültürel bellek alanı olarak Zigana köyünün oluşturduğu Zigana doğa okulu örneğinden SOKÜM koruması adına çıkarılabilecek dersler bu çalışmanın temel amacıdır. Çalışma durumsal analiz yöntemini (örnek olay çalışması ya da vaka etüdü) izleyecektir. Konu uzmanlarıyla yapılan yarı-yapılandırılmış mülakatlardan elde edilen birincil verilerin sonuçlarından öneriler geliştirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Zigana Köyü, turizm, SOKÜM, ekonomik kalkınma, Zigana Doğa Okulu

THE CONTRIBUTIONS OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE AND TOURISM INTERACTIONS TO THE LOCAL ECONOMY IN ZIGANA VILLAGE

ABSTRACT

Abstract: Zigana Village, a transit center for cultures, caravans and ecosystems, can be considered as a success story, witnessing a remarkable development in bringing the cultural heritage, which started in 2011, into the economy. It is understood that economic development in the village is linked to the interaction of tourism and cultural heritage. The intangible cultural heritage (ICH) elements such as crafts and traditional cuisine are backed by a refined historical architecture and wonderful natural beauty that goes back to the tribes before Christ. The main purpose of this work is the lessons that can be drawn from the example of Zigana nature school, which Zigana village has as a deep and rich cultural memory area, in the name of ICH protection. The study will follow the situational analysis method (example event study or case etude). Suggestions will be developed from the results of primary data obtained from semi-structured interviews with subject experts.

Keywords: Zigana Village, Tourism, ICH, Economical Development, Zigana Nature School.

SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASIN BİR PARÇASI OLAN LAMES'İN TURİZM ÜRÜNÜNE DÖNÜŞTÜRÜLMESİ

Savaş AYDIN

Zigana Doğa Okulu
2011yok@gmail.com

ÖZET

Turizm işletmeleri sürekli rekabet ortamındadırlar. Rekabetin getirdiği koşullar yeni ürün piyasaya sunulması ihtiyacı doğurmaktadır. Turizm işletmelerin mevcut sundukları ürünler arasında somut olmayan kültürel miras varlıklarına yer vermeleri, işletmelerin yenilikçilik temelinde çeşitli kazanımlar elde etmesini sağlayabildiği gibi söz konusu somut olmayan kültürel mirasa dair bir farkındalık da oluşturabilir. Bu çalışmada geleneksel ürünlerin yenilikçi fikirler aracılığıyla turizm ürünlerine dönüştürülmesi ekseninde şekillenmiştir. Bu doğrultuda çalışmada nitel araştırma desenlerinden durum analizi (örnek olay) deseni kullanılmıştır. Çalışmada örnek olay olarak, Gümüşhane İli Zigana Köyü 'ünde yapılan Lames Şenliği kültürü ve geleneğinin turizm ürününe dönüştürüldüğü "Lames" seçilmiştir. Görüşme tekniği aracılığıyla türün ortaya çıkışı ve içeriğine ilişkin verilerle türün sağladığı kazanımlara dair veriler toplanmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgular, bu yenilikçi ürünün maddi kazanımlardan çok rekabet avantajı, imaj, motivasyon, sadık müşteri yaratma gibi alanlarda işletmeye kazanç sağlarken aynı zamanda Lames kültürü ve geleneğinin korunması ve sürdürülebilirliğine yönelik katkıları olduğunu da göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Somut Olmayan Kültürel Miras, Lames, Yenilikçi Turizm Ürünleri, Zigana Doğa Okulu.

CONVERSION OF TOURISM PROPERTIES TO LAMES WITH A PARTICLE OF NON-COMMERCIAL CULTURAL HERITAGE

ABSTRACT

Tourism enterprises are in a constantly competitive environment. The conditions brought by the competition leads to the need to market new products. This situation is also a prerequisite for staying in the sector. Otherwise, it is difficult for them to survive in a highly competitive environment. Tourism enterprises are turning to innovative products and services to be ahead and to raise awareness in this race in the sector. Placing tourism intangible cultural heritage assets among the products they are presenting can enable enterprises to achieve various benefits on the basis of innovation, as well as raising awareness to that intangible cultural heritage. Work in this context, is shaped by the transformation of traditional products on the UNESCO cultural heritage list into tourism products through innovative ideas. In the study, situation analysis (case study) design was used from qualitative research designs. As a case study, "Lames" was chosen as the tourism product of the culture and tradition of the Lames Festival held in Gümüşhane Province Zigana Village. Through the interview technique, the data we collected on the achievements of the türün and the contents of the data given about the content. Findings from the study shows that this innovative product is not only about financial gains but also for profitability in the areas of competitive advantage, image, motivation, creating loyal customers, while at the same time it is a hedge against the preservation and sustainability of Lames culture and tradition.

Keywords: Intangible Cultural Heritage, Lames, Innovative turism products, Zigana Nature School.

TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN GASTRONOMİ TURİZMİNE ETKİSİ

Arş. Gör. Dr. Yağmur ERİM KÖSE

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
yagmurerim@yyu.edu.tr

ÖZET

Gastronomi yeme ve içmenin bilime ve sanata dönüştürülmesi olarak ifade edilmektedir. Bu eylemde tabak tasarım tekniklerinin kullanılması veya yenilikçi sunum anlayışlarının benimsenmesinin çok ötesinde sadece teknolojik gelişmelerden yararlanarak gastronomi turizmine hareketlilik getirilmesi ülkemizde ve dünyada benimsenmeye başlamıştır. Teknolojinin gastronomi ile buluştuğu ilk kavram olan dijital gastronomi, zaman ve mekan kavramı olmaksızın her an her yerde yeni mekanlardan, lezzetlerden ve şeflerden haberdar olma imkanını beraberinde getirmektedir. Tüketicilerin yaşadıkları lezzet ve hizmet deneyimlerini yazdıkları online yorumlar, blog yazıları ve kurulan sosyal medya hesapları gün geçtikçe artmakta ve bu girişimler yerli ve yabancı turist tarafından referans olarak alınmaktadır. Ayrıca internet siteleri üzerinden satışa sunulan belli yöreye ait geleneksel ürünler tüketici üzerinde pozitif algı oluşturmakta ve bu geleneksel gıdaları yerinde, taze olarak tüketme eğilimini arttırmaktadır. Hızla ilerleyen teknolojinin beraberinde getirdiği cihaz tasarımları, yazılım programları sayesinde gıda laboratuvarlarında farklı gıdalara ait tat ve aroma bileşenleri analiz edilebilmekte ve belirli sayıda ortak tat bileşenine sahip olan oldukça farklı gıdalar (çikolata ve havyar gibi) birlikte sunulacak tabaklar çok farklı ve lezzetli hale getirilmektedir. Bir diğer teknolojik gelişme ise restoranlarda giderek yaygınlaşan dijital tablet menü sistemleridir. Garsona gerek duyulmaksızın masalarda yer alan dijital menüler sayesinde sipariş verilmesi ve hatta ödemenin gerçekleştirilmesi tüketicinin ilgisini çekmekte, işletmeye kalite ve farklılık getirmektedir. Bu çalışma teknolojik gelişmeler ile birlikte gastronomi turizmine yeni ve dinamik bir bakış açısı kazandırmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Teknolojik Gelişmeler.

THE IMPACT OF TECHNOLOGICAL DEVELOPMENTS ON GASTRONOMY TOURISM

ABSTRACT

Gastronomy is expressed as the conversion of eating and drinking into knowledge and art. The use of plate design techniques or innovative presentation approaches as well as the use of technological developments in gastronomic activities has become widespread in our country and in the world. Digital gastronomy, which the term is used for gastronomy and technology interaction, brings advantages to be aware of new places, tastes and chefs everywhere at any moment without of time and space. Online commentary, blog postings or social media posts by consumers about their taste and service experiences are becoming increasingly popular, and these initiatives are taken as references by local and foreign tourists. In addition, traditional foods of certain localities offered for sale through internet sites create a positive perception on the consumer, and this traditional food increases the tendency to consume fresh on the spot. On the other hand, thanks to the device designs brought by the rapidly advancing technology, the taste and aroma components of different foods can be analyzed in food laboratories and the dishes are made very different and delicious by offering quite different foods (like

chocolate and caviar) with a certain number of common taste components. Another technological advance is digital tablet menu systems which is increasingly popular in restaurants. Ordering and even paying thanks to the digital menus in the tables without the need of a waiter attract the attention of the consumer, bringing quality and difference to the restaurants. This study aims to give a new and dynamic perspective to gastronomy tourism with technological developments.

Keywords: Digital Gastronomy, Gastronomy Tourism, Technological Developments.

TÜRKİYE YÜZEN ADALARININ TANITIM VE KORUNMASINA YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME

Prof. Dr. İhsan BULUT

Akdeniz Üniversitesi
ihsanbulut@akdeniz.edu.tr

ÖZET

Yüzen adalar; ülkemizde yirmi yıla yakın bir süredir bilimsel kamuoyunun, son yıllarda da yerel ve mülki yönetimlerin gündemine taşınmıştır. Bu nedenle her kurum bu yeni araştırma konusu ve olguya farklı açılardan yaklaşmakta, potansiyel, tanıtım, çevresel etki değerlendirilmesi hususlarında farklılıklar sergilenmektedir.

Bu çalışmada yüzen adaların statüsü, tanıtımı ve korunmasına yönelik farklı tutum ve uygulamaların gündeme getirilmesi ve bilimsel açıdan eleştirel bir yaklaşımla değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Çalışmada tarafımızdan önceden araştırılan yüzen adalarla ilgili uygulanmaya çalışılan koruma, düzenleme çalışmaları, önceki ve sonraki durumları ile karşılaştırılarak somut sonuçlara ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu nedenle yüzen adaların farklı yıllardaki görünümü ve doğal yapısına yapılan olumlu ve olumsuz müdahaleler yerinde gözlemlenmiştir. Değişiklikler, olumlu ve olumsuz müdahaleler büyük bir dikkat kaydedilerek, yöneticiler ve yöre sakinleri ile yapılan derinlemesine görüşmelerle ortaya konulmuştur.

Sonuç olarak yüzen adaların hepsinde önemli değişikliklerin gözlemlendiği, kısa sürede, ekolojik, ekonomik ve kültürel açıdan taşıdığı öneme binaen her sektörden artan ilgiye paralel düzenleme ve değerlendirme çabalarının yoğunlaştığı anlaşılmıştır. Artan ilgi beraberinde bu hassas ekosistemlerde önemli tahribata ve yanlış peyzaj düzenlemelerine neden olmuştur. Bu nedenle yüzen adaların tanıtımı, korunması ve kullanımıyla ilgili her türlü eylemde mutlaka bilimsel yaklaşımların, ekolojik endişelerin ön planda tutulacağı geniş bir uzmanlar grubuna yer verilmesi gerektiği anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yüzen Ada, Tanıtım, Koruma, Düzenleme, Çevresel Etki.

AN EVALUATION TOWARDS THE PUBLICITY AND PROTECTION OF FLOATING ISLANDS IN TURKEY

ABSTRACT

Floating islands in our country that has been a topical issue of the academic community for nearly twenty years, has been moved to the agenda of local and civil administrations in recent years. Therefore, each institution approaches this new research subject and the phenomenon from different perspectives and exhibits differences in potential, publicity and environmental impact assessment.

In this study, it is aimed to discuss different attitudes and practices related to the status, promotion and protection of floating islands and to evaluate them within critical approach scientifically. In this study, the intention is to reach concrete outcomes by comparing the previous and latter cases of protection and regulation efforts for the floating islands which have been previously investigated by us. For this reason, the appearance of the floating islands in different years and the positive and negative interventions in their natural structure were

observed on site. Changes, positive and negative interventions have been revealed by using the data obtained from in-depth interviews made with managers and residents of the site.

As a result, it became evident that there has been significant changes in all of the floating islands, and in regard to the ecological, economic and cultural importance of the islands, regulation and evaluation efforts intensified in a short time concordant to the increasing interest from each sector. The increasing interest has led to significant destruction and false landscaping in these sensitive ecosystems. For this reason, it has been understood that in all actions related to the publicity, protection and use of the floating islands, a wide group of experts should be employed and their scientific approaches and ecological concerns should be prioritized.

Keywords: Floating Island, Publicity, Protection, Regulation, Environmental Impact.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN OTEL İŞLETMELERİ İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNE YANSIMALARI

Öğr. Gör. Derya DAVRAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
deryadavran@hotmail.com

ÖZET

İşletmelerde çeşitli faaliyetler yürütülürken ekonomik, sosyal ve çevresel tüm faktörler göz önünde bulundurularak hem bugünün hem de geleceğin planları yapılmaktadır. İşletmelerin bu planlamaları hayata geçirmeleri gibi bunların sürekliliğini de sağlamaları oldukça önemlidir. İşte tam da burada sürdürülebilirliğin önemi ortaya çıkmaktadır. Turizmde de sürdürülebilirlikle alakalı belirlenen ilkelerin uygulanması tüm işletmelerde olduğu gibi otel işletmelerinde de devamlılığı sağlamada, doğal kaynakları hızla tükenen dünyamızda alınabilecek en iyi önlemlerden olacaktır. Sürdürülebilirliği sağlamada en önemli faktör ise insandır. İşletmelerdeki çarkı döndüren insan kaynakları yönetiminin de bu sürdürülebilirliğe entegre edilmesi oldukça önemlidir. Sürdürülebilir insan kaynakları yönetimi, toplumun çıkarı gözetilerek ve ekonomik fayda sağlanması amaçlanarak çalışanın seçilmesi, işe alınması, geliştirilmesi ve gerektiğinde işten çıkarılmasını amaçlayan uzun vadeli kavramsal yaklaşımlar ve faaliyetler şeklinde tanımlanmaktadır. (Thom ve Zaugg, 2004, s. 217) Bu çalışmada sürdürülebilirliğin otel işletmelerinde uygulanabilmesi sonucunda insan kaynakları yönetimine nasıl etki ettiği ve yansımalarının ne şekilde olduğu literatür taraması yapılarak görülmeye çalışılmıştır. Bu çalışma ile özellikle yöneticilerin sıklıkla üzerinde durduğu sürdürülebilirlik kavramının otel işletmelerindeki öneminin ve sürdürülebilirliğin insan kaynakları yönetimi üzerine olan olumlu etkilerinin vurgulanması amaçlanmıştır. Sonuç olarak hizmet odaklı turizm sektöründeki otel işletmelerinde sürdürülebilirliğin etkili ve verimli bir şekilde uygulanmasının, değişen ve gelişen müşteri ihtiyaçlarına cevap vermesinde ve insan kaynakları yönetiminin amaçlarına ulaşmasında olumlu etkilerinin olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Otel İşletmeleri, İnsan Kaynakları Yönetimi.

REFLECTIONS OF SUSTAINABILITY ON HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN HOTEL BUSSINESSES

ABSTRACT

In companies, while various activities are being done, plans for both today and future are being made by taking all economic, social and environmental factors into consideration. Companies' maintaining plans' continuity is quite important like their making these plans real. And right here, importance of sustainability comes to exist. Also in tourism, implementation of the determined principles related to sustainability will be among the best precautions to be taken in the world, which consumes natural sources quickly, for maintaining continuity in hotel companies as is in all companies. The most significant factor in providing with continuity is human being. Being integrated of human resources management, which runs hotel, into this continuity is vital. Sustainable human resources management is defined as long-term activities and conceptual approaches which aim to choose workers, hire workers, improve workers and, if required, dismiss workers with the purpose of economic benefits and by looking after benefit of society.(Thom and Zaugg, 2004, p. 217) In this study, as a result of implementation of

sustainability in hotel companies, how it affects human resource management and what its reflections are like are tried to be seen by making a literature review. This study aims to emphasize importance of sustainability, on which especially directors lay stress, in hotel businesses and positive effects of sustainability on human resources management. Consequently, it has been seen that efficient and effective implementation of sustainability in hotel businesses in service focused tourism sector has positive effects on meeting customer needs which change and develop and on human resource management's reaching its purposes.

Keywords: Sustainability, Hotel Businesses, Human Resources Management.

SEYAHAT ACENTELERİNİN KURULUŞ SÜRECİNDE KARŞILAŞMIŞ OLDUĞU ÇEVRESEL SORUNLARIN TESPİTİ (GAZİANTEP ÖRNEĞİ)

Dr. Öğr. Ü. Aliye AKIN

Gaziantep Üniversitesi
aliyakin@gantep.edu.tr

Öğr. Gör. Adnan AKIN

Gaziantep Üniversitesi
aakin@gantep.edu.tr

ÖZET

Küçük ölçekli işletmeler, ülkelerin gelişiminde, büyümesinde, istihdam artışında büyük önem arz etmektedir. Özellikle hizmet sektörü içerisinde yer alan seyahat acenteleri öncelikle şehrin, sonrasında bölgenin ve ülkenin tanınmasında büyük bir role sahiptir. Seyahat acentelerinin kurulduğu şehirlerde sayısının artmasının, hem şehrin hem bölgenin hem de ülkenin ekonomik sosyal kültürel anlamda gelişiminde önemli bir paya sahip olduğu düşünülmektedir. Araştırmanın temel amacı; seyahat acentelerinin kuruluş sürecinde karşılaşılmış olduğu çevresel sorunları tespit etmektir. Buradan hareketle acentelerin kuruluş sürecinde oluşan sorunlarının tespiti ve bu sorunların çözümü için getirilen öneriler çalışmayı önemli kılmaktadır. Nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı çalışmada 8 A grubu seyahat acente sahipleri ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Örneklem sayısının 8 kişi ile sınırlandırılmasının temel sebebi sorulara verilen yanıtların birbirinin tekrarı niteliğinde olmasından kaynaklanmaktadır. 8 katılımcıdan elde edilen bilgiler Microsoft Excel programı kullanılarak kodlanmış, araştırmanın bulguları ve sonuçları oluşturulmuştur. Buna göre; en temel sorunun ekonomik sorun olduğu ve açılış için gerekli olan evrakların tamamlanıp, geri dönüş süresi ile ilgili sıkıntı yaşadıklarını belirten katılımcılar, hukuki olarak herhangi bir sorun yaşamadıklarını belirtmişlerdir. Bunun yanında çevreden en önemlisi aileden genel anlamda manevi destek almadığını belirten katılımcılar, açılış süreci ve açıldığı dönemlerde uzun süreler işletmelerde bulunmalarından dolayı ailevi sıkıntılarla karşı karşıya kaldığını ifade etmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Seyahat Acentesi, Çevresel Sorunlar, Kuruluş Süreci.

DETERMINING THE ENVIRONMENTAL PROBLEMS ENCOUNTERED BY TRAVEL AGENCIES DURING THE ESTABLISHMENT PROCESS (EXAMPLE OF GAZİANTEP)

ABSTRACT

Small-sized enterprises are of great importance in the development, growth and employment of countries. travel agencies in the service sector especially have a great role in the recognition of the city, the region and the country afterwards. It is thought that the increase of numbers in cities where travel agencies are established has an important share in the economic, social and cultural development of the city, the region and the country. The main purpose of the survey is to identify environmental problems encountered by travel agencies during the establishment process. From this point of view, it is important to determine the problems of the agencies in the establishment process and to work on the suggestions for solving these problems. Qualitative research methods were used in the study, face-to-face interviews were conducted with 8 Agroup travel agency owners. The main reason for limiting the number of samples to 8

persons is that the responses to the questions start to repeat each other. The information obtained from 8 participants was coded using Microsoft Excel program, the findings of the research and the results were created. Accordingly, participants indicated that the most fundamental problem was the economic resource problem, and that the documents required for the establishment of the enterprise were completed and had difficulties with the return period. participants stated that they did not have any legal problems. In addition, the participants expressed that they did not see any spiritual support from the environment and most importantly from the family in general. Therefore, they also stated that they faced family troubles due to their presence in the opening period and in the opening periods.

Keywords: Travel Agency, Environmental Problems, Establishment Process.

BİYOKLİMATİK KONFOR DEĞERLERİNİN TURİZM AKTİVİTELERİNİN ZAMANSAL VE MEKANSAL DAĞILIMINA ETKİSİ; DOĞU ANADOLU BÖLGESİ ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Süleyman TOY

Atatürk Üniversitesi
suleyman.toy@atauni.edu.tr

ÖZET

İnsanların içinde bulunduğu hava kütesinin özelliklerinden memnuniyet düzeyini ifade eden biyoklimatik konfor kavramı son 100 yıldır bilim dünyasının gündemindedir. Bu kavram madencilikten mimariye, eğitimden hizmetler sektörüne kadar çok sayıda sektörle ilişkilendirilerek ekonomik ve psikolojik sonuçlar değerlendirilmiştir. Turizm sektöründe de kendine yer bulan bu kavramla ilgili Türkiye’de yapılan çalışmaların da yeni olduğu bilinmektedir. Bu çalışma, Doğu Anadolu Bölgesinde 14 il özelinde biyoklimatik konfor verilerinin turizm aktivitelerinin zamansal ve mekânsal dağılımına etkilerini incelemektedir. Bu amaçla, 2000 – 2017 yılları (17 yıl) arasında ölçülen iklim verileri ve tüm dünyada yaygın olarak kullanılan PET (Physiological Equivalent Temperature) indeksi ve Rayman hesaplama modeli kullanılarak biyoklimatik konfor değerleri hesaplanmış ve zamansal ve mekânsal dağılımları belirlenmiştir. Çalışma sonunda bölgede turizmin yıla yayılması için yapılabilecek önerilerden bahsedilmiştir.

Anahtar Kelimeler; Doğu Anadolu Bölgesi, Biyoklimatik konfor, PET, Rayman.

EFFECTS OF BIOCLIMATIC COMFORT VALUES ON THE TEMPORAL AND SPATIAL DISTRIBUTION OF TOURISM ACTIVITIES IN EAST ANATOLIA REGION

ABSTRACT

The concept of bioclimatic comfort referring to the satisfaction level of people with the properties of air mass where they are present has been on the agenda of scientific researches for the last 100 years. This concept has been used in various sectors from mining to architecture, education to services sector and its economic and psychologic outcomes were evaluated in several studies. The studies in Turkey related to the mentioned concept which takes place related to tourism sector are known to be new. Present study evaluates the effects of bioclimatic comfort values in East Anatolia Region in the scope of 14 provinces on the temporal and spatial distribution of tourism activities. With this aim, climatic data between 2000 and 2017 (17 years) and PET (Physiological Equivalent Temperature) index and Rayman calculation model were used to calculate the values. As the result of the study, some proposals were suggested to extend tourism activities to whole year.

Keywords: East Anatolia Region, Bioclimatic comfort, PET, Rayman.

TURİZM İŞLETMELERİNDE ORGANİK GIDA KULLANIMI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Zafer BARIŞ

Adnan Menderes Üniversitesi
zaferbaris3549@gmail.com

ÖZET

Sanayinin gelişmesi, hızlı nüfus artışı, kadının çalışma yaşamına dâhil olması, kırsal nüfusun azalarak kentsel nüfusun giderek artması, gıda ürünlerinde çeşitli değişimleri beraberinde getirmiştir. Gıdalara eklenen çeşitli katkı maddeleri ve kimyasallar, insan sağlığını tehdit ederek bozmaya başlamıştır. İnsanların temel yaşam kaynağı olan gıdalarda yaşanan değişimler, günümüz insanların daha sık hastalanmasına ve hastalık çeşitlerinin artmasına neden olmuştur. 7'den 70'e tüm toplumda giderek artan hastalıklar tüketicilerin bilinçlenmesine ve gıda ürünlerinde seçici olmalarına neden olmuştur. Bilginin egemen olduğu günümüzde çeşitli iletişim araçlarıyla bilinçlenen tüketici özünde herhangi bir değişikliğe uğramamış gıdalara, organik gıdalara yönelmeye başlamıştır. Sağlığını ön planda tutan tüketici faydalı, katkısız, doğal gıda ürünlerini sadece yaşadığı yerde değil, ziyaret ettiği mekân ve lokasyonlarda, bilhassa turizm hareketlerine katıldığı yerlerde de aramaya başlamıştır. Turizm destinasyonlarının bir aynası durumunda olan turizm işletmelerinin tüketicilerin bu taleplerine cevap veremediğinin bilinmemesi, turizm işletmelerinin tüketicilerin bu taleplerinin ne kadarını dikkate aldığı merak konusudur. Turizm işletmelerinde organik gıda kullanımının mevcut halinin belirlenmeye çalışıldığı bu çalışmada, turizm işletmelerinde organik gıda kullanımı, organik gıda kullanım sıklığının belirlenmesi çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda, turizm işletmelerinin organik gıda kullanımı yerine, maliyeti organik gıdalara göre daha uygun olan ikame ürünlere yöneldikleri görülmektedir. İşletmelerin bu tercihlerinin nedeni, turizm işletmelerinin organik gıdaların fiyatlarını ikame ürünlere göre daha yüksek bulmaları, organik gıda ürünlerinin yeterli dağıtım ağına sahip olmaması oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Organik Gıda, Turizm İşletmeleri.

A RESEARCH ABOUT USAGE ORGANIC FOOD IN THE TOURISM COMPANIES

ABSTRACT

With the improvement of industry, rapid population growth, female participation in business life, increasing urbanization there have been many varieties in food products. Various additives and chemicals used in food have threatened human healths. Changes in food which is basic need of human cause more illnesses nowadays. In the whole of society rapidly increasing illnesses have caused awareness of consumer and to be more careful in food products. In knowledge era consumers have started to prefer organic food with the help of various communication tools. Consumer prefer his health primarily has started to search useful, non additives, natural products not only in his resident but also places where we visit and especially in the tourism companies. Whether tourism companies which have a significant role in tourism destinations meet demands of consumers and to what extent the tourism companies consider these needs has been a research topic. In this research aiming the usage of organic food in tourism companies, usage and frequency of organic food has been the main purpose of the research. In the conclusion of the research, tourism companies prefer using less expensive food

products instead of organic foods because of food product costs. The reason why tourism companies prefer using low cost products instead of organic products is the high cost of organic products and the lack of distribution network.

Keywords: Gastronomy, Organic Food, Tourism Companies.

VAN İLİ TURİZM DEĞERLERİNİN TANITILMASINDA İNTERNET TABANLI COĞRAFİ BİLGİ SİSTEMLERİ UYGULAMALARI

Dr. Öğr. Ü. Mehmet Fatih DÖKER

Sakarya Üniversitesi
fdoker@gmail.com

Ali Osman KAMUŞ

Sakarya Üniversitesi
g140218011@sakarya.edu.tr

ÖZET

İnsanların gezmek, görmek, eğlenmek ve dinlenmek için buldukları yerden farklı ortamlara seyahat ettikleri turizm faaliyetleri günümüzde en önemli ekonomik faaliyetlerden biri haline gelmiştir. Turizm, kalkınmakta olan ülkeler tarafından en çok döviz ve istihdam yaratan kaynak olarak görülmekte ve ülkelerin ekonomilerinde önemli bir sektör olarak değerlendirilmektedir. Günümüzde tüm sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe rekabet edebilmek için de güncel ekonomik ve teknolojik gelişmelere ayak uydurulması gerekmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler turizm değerlerinin tanıtılmasında daha güçlü tanıtım kanallarını ortaya çıkarmıştır. Bu kanallardan en önemlisi verinin konumsal olarak sunulduğu Coğrafi Bilgi Sistemleri teknolojileridir. CBS teknolojilerinin getirdiği kolaylıklar, amaca yönelik interaktif haritaların metin ve resimler ile zenginleştirilerek hazırlanmasını mümkün kılmaktadır. Tarihi ve kültürel zenginlikleri ile dikkat çeken Van turizmin sürekli olarak geliştiği bir coğrafyada yer almaktadır. Ancak Van'ın turizm değerlerine ait bilgilerin tanıtımı ve turizmin planlanması istenilen seviyede değildir. Bu çalışmada sürdürülebilir turizm yönetimi açısından turizm değerlerinin tanıtımı amacı ile coğrafi bilgi sistemleri tabanlı web uygulaması oluşturulmuştur. Oluşturulan web uygulaması bulut teknolojisinin getirdiği kolaylıklardan yararlanmak üzere web harita servisleri üzerinden çalışmaktadır. Web tabanlı uygulamalar sayesinde ekonomik, nitelikli, sürekli güncellenebilir ve izlenebilir haritalar üretilerek turizmin geliştirilmesine katkı sağlanabilir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, İnternet, Coğrafi Bilgi Sistemleri, Van.

USE OF WEB BASED GEOGRAPHIC INFORMATION TECHNOLOGIES TO INTRODUCE THE TOURISM ASSETS OF VAN PROVINCE

ABSTRACT

Tourism has become one of the most significant economic sectors around the world due to the hundreds of millions of people traveling to see new destinations, to entertain, to rest, etc. purposes. It is an invaluable market especially for developing countries in the meaning of additional employment and income opportunities. Today, each country develops special strategies to attract more tourists to get more income from the tourism industry. Therefore, we need to use the latest promotion methods and information technologies to compete with the other competitors. The new technologies offer high-level opportunities for the advertisement of touristic values. A Geographic Information System (GIS) is the most advantageous platform by its location based geospatial database structure and web based

services working on all platforms such as computer, notebook, tablet and mobile phone. This technology makes it possible to prepare specific interactive maps enriched by informative texts, images and videos. Van Province, the sample project area of this study, is one of the most important destinations in Eastern Anatolia Region of Turkey by its historical and cultural assets. Nevertheless, Van Province still needs to be promoted to attract much more people to the region. So, GIS based applications will be applied to set up a sustainable information center and to promote the tourism assets of the city to both domestic and foreign people. The web application benefits from the opportunities of Cloud Technology by using web based map services. In this way, it is possible to prepare an economic, fast, qualified, continuously updateable, secure and easily accessible maps that will be seen by millions of internet users.

Keywords: Tourism, Internet, Geographic Information Systems, Van.

OTEL ÇALIŞANLARININ PSİKOLOJİK SERMAYE DÜZEYLERİNİN YENİLİKÇİ DÜŞÜNCE YAPISINA ETKİSİ: VAN İLİ ÖRNEĞİ

Olcay OKUN

olcayokun@yahoo.com

Dr. Öğr. Ü. Belma SUNA

Gaziantep Üniversitesi

belma974@hotmail.com

ÖZET

Psikolojik sermaye, işletmelerin performansını ve rekabet gücünü artırmak için insan kaynaklarının güçlü yönleri ve pozitif psikolojik kapasiteleri ile ilgili çalışma ve uygulamalardır. Turizm endüstrisi emek yoğun bir yapıya sahiptir. Bu bağlamda pozitif psikolojik sermaye düzeyi yüksek iş gören ile çalışmak otel işletmeleri için bir farklılık yaratma potansiyeline sahiptir. Rakipler arasında farklılık yaratabilecek bir diğer unsur ise, iş görenlerin yenilikçi düşünce yapısıyla ve yenilikleri uygulayarak görevlerini yerine getirmeleridir. Bu araştırmanın amacı, Van ilinde hizmet veren otel işletmelerinde çalışan iş görenlerin psikolojik sermaye düzeylerinin yenilikçi düşünce yapısına olan etkisinin ölçülmesidir. Çalışmada veri toplama aracı olarak belirlenen anket Aralık 2017 ve Nisan 2018 arasında uygulanmış ve evrenin tamamına ulaşılmıştır. Toplanan 173 verinin 148 tanesi değerlendirmeye alınarak SPSS programıyla analiz ile edilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda, otel işletmelerinde çalışan iş görenlerin psikolojik sermaye düzeylerinin çalıştıkları otelin yıldız sayısına göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Otel işletmesi çalışanlarının psikolojik sermaye düzeyi ile bireysel yenilikçi düşünce yapısı arasında orta seviyede pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı bu araştırma kapsamında ortaya konulan diğer bir sonuç olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Otel İşletmeleri, Psikolojik Sermaye, Bireysel Yenilikçilik.

THE EFFECT OF PSYCHOLOGICAL CAPITAL LEVELS ON INNOVATIVE THINKING STRUCTURE OF THE EMPLOYEES WORKING IN HOTEL ENTERPRISES: AN EXAMPLE OF VAN PROVINCE

ABSTRACT

Psychological capital is applications related to practicing on the strengths and positive psychological capacities of human resources to improve the performance of businesses and competitive power. The tourism industry has a labor-intensive structure. In this context, working with labor force which has high level of positive psychological capital also has the potential to make a difference for hotel management. Another factor that can make a difference between the opponents is the workers performing tasks with innovative thinking and by applying innovations. The purpose of this research is to measure the effect of psychological capital levels on innovative thinking structure of the employees working in hotel enterprises of Van Province. The questionnaire has selected as the data collection tool in the study, was implemented between December 2017 and April 2018 and the entire sample was reached. 148 of the 173 collected data were evaluated and analyzed by SPSS program. As a result of the research, it has been determined that the psychological capital levels of the employees who work in the hotel enterprises differ according to the number of star hotels. In

addition to this, existence of a positive relationship between the psychological capital of the hotel management employees and the individual innovative thinking structure was present in a middle level.

Keywords: Hotel Enterprises, Psychological Capital, Individual Innovation.

GASTRONOMİ ŞEHİRİ “GAZİANTEP’TE” MENÜ PLANLAMA UYGULAMALARINA GÜNCEL BAKIŞ

Dr. Öğr. Ü. Aylin ALAN

Antalya Akev Üniversitesi
aylinaktas79@hotmail.com

Dr. Öğr. Ü. Belma SUNA

Gaziantep Üniversitesi
belma974@hotmail.com

ÖZET

Gastronomi turizmi, bölgeye özgü yemeklerin sunulmasıyla o bölgeye ait kültürel kimliği ve mirası yansıtmakta ve böylece yerel destinasyonlar için rekabet avantajı sağlamada etkili bir araç olmaktadır. Gaziantep; olağanüstü zenginlikteki çeşit ve mutfak kültürüyle 2015 yılında UNESCO'nun “Yaratıcı Şehirler Ağı” kapsamında “Gastronomi Şehri” ünvanını alan ilk ilimizdir. İli ziyaret eden yerli yabancı turist sayılarında 2017 yılı itibarıyla bir artış gözlenirse de yeterli düzeyde olmadığı düşünülmektedir. Bu durumun ortaya çıkmasında eksik veya yanlış pazarlama ve tanıtım stratejileri olmasının yanısıra turiste sunulan hizmetlerdeki eksiklikler olduğu düşünülmektedir. İyi bir menü planlama, tüketiciyi tatmin eder, çalışan motivasyonunu artırır, servisin düzenli yürümesini sağlar, maliyet kontrolünü kolaylaştırır ve yönetimi başarılı kılar. Gastronomi turizminde önemli bir destinasyon olan Gaziantep şehrinde hizmet veren restoran işletmelerinin menü planlama uygulamalarında neler yapıldığına ilişkin kavramsal bir yapı ortaya çıkarmak çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışma evrenini Gaziantep ilinde bulunan ve Tripadvisor mayıs ayı verilerine göre; (i) beş yıldızlı otel işletmesi, birinci sınıf restoran ve uluslararası restoran kategorisine giren (ii) en yüksek gezgin puanını alan işletmelerin menü planlayıcıları oluşturmaktadır. Her kategori için sıralamaya giren ilk 5 işletme seçilmiş olup toplamda 15 işletmede menü planlamasında söz sahibi olan kişiler (aşçıbaşı, otel müdürü, restoran müdürü/sahibi, kısım şefleri vb) içinden deneyimlerini paylaşmaya gönüllü olan katılımcılarla derinlemesine yarı yapılandırılmış mülakatlar yapılmıştır. Mülakat soruları iki bölümden oluşmaktadır. Araştırmaya dahil olan işletmenin genel özellikleri ve katılımcıların demografik özellikleri ilk bölümü oluştururken menü planlamasına ilişkin sorular ikinci bölümde yer almaktadır. Görüşme sonucunda elde edilen veriler içerik analizi ile çözümlenmiştir. Elde edilen bulgular ile örneklem içerisinde yer alan işletmelerin menü planlama çalışmaları kapsamında neler yaptıkları ve yenilikleri nasıl yönettiklerine ilişkin sonuçlara ulaşılmıştır. Bu sonuçlar ile işletmelerde sunulan hizmet kalitesinin ve standartlarının geliştirilerek müşteri talebi artışının sağlanabilmesi için uygulayıcılara yönelik yararlı bilgiler elde edilmiştir. Ayrıca menü planlaması konusunda yapılan çalışmaların sınırlı sayıda ve yayın yıllarının geçmiş tarihli olması nedeni ile alan yazına katkı sağladığı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Menü Planlama, Restoranlar, Nitel Araştırma.

CONTEMPORARY OUTLOOK ON MENU PLANNING APPLICATIONS IN THE CITY OF GASTRONOMY “GAZİANTEP”

ABSTRACT

Gastronomy tourism is an effective tool for local destinations because regional food representing the cultural identity and heritage of the area is served and so, it leads to an

advantage in competition. Gaziantep is the first city in Turkey that is awarded with the title of “City of Gastronomy” by the “Network of Creative Cities” program of UNESCO in 2015 thanks to its incredibly rich cuisine culture and variety of food. However, even though there is an increase in the number of domestic and international tourists that have visited the city in 2017, the rise is far from enough. A possible cause of such circumstance is providing lacking services other than deficient and erroneous strategies of marketing and publicity. A suitable menu planning satisfies the consumer, boosts the motivation of employers, regularizes the service, arranges the service to a more steady condition and generates a successful management. The purpose of the study is to build a conceptual structure of the menu planning activities of restaurants located in Gaziantep which is an important destination for gastronomy tourism. The sample of the study consisted of menu planners working in (i) 5-star hotels, 1st class restaurants in Gaziantep and international restaurants (ii) that have the biggest traveler score of Gaziantep according to the data of Tripadvisor. Semi-constructed interviews have been done with people who are willing to share his experiences and authorized for menu planning in their establishments (head cook, hotel manager, restaurant manager/owner, section managers) gathered from 15 establishments that are top 5 of their categories. Questionnaire constructed from two sections. First part comprised of general features of the establishment and demographic properties of participants, questions on menu planning asked in the second section. Dataset obtained during the interview have been resolved by content analysis. Findings of the research will lead to insights about activities of managements’ in the sample on the menu planning and administration of the innovations. Thanks to these results, beneficial understandings have been obtained towards the increasing the service quality and improving standards, hence, ability to raise the consumer demand is also attained. Moreover, it will fill a gap in literature since many of the researches have done on menu planning is outdated and limited.

Keywords: Gastronomy Tourism, Menu Planning, Restaurants, Qualitative Analysis.

KADINLARIN EKOTURİZM FAALİYETLERİ İÇERİSİNDEKİ YERİ: KAÇKARDAĞI MİLLİ PARKI YAYLALARI ÖRNEĞİ (RİZE)

Ezgi Bayram ÖZ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ezgibayram1@hotmail.com

Dr. Öğr. Ü. Mehmet ŞEREMET

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
mseremet@hotmail.co.uk

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
alaeddinoglu@yyu.edu.tr

ÖZET

Tanımının Uluslararası Ekoturizm Topluluğu tarafından “*çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını sürdüren, doğal alanlara doğru olan sorumlu seyahat*” şeklinde yapıldığı ekoturizm, 1980’lerde çevre koruma hareketinin içerisinde gelişmiştir. Ekoturizm, özellikle o çevreyi oluşturan ve içerisinde yaşayan halkın katılımları ile geliştirilen doğa turizminin bir çeşididir denilebilir. Yerel değerleri ön plana çıkaran, lokal kültürün yaşam pratiklerini deneyimlerken aynı zamanda korumaya yönelen bir arz oluşturması, ekoturizmin ortaya çıkış amacını vurgulamaktadır. Ekoturizm ile ilgili literatürde kültüre sıklıkla vurgu yapılırken, kültürün sürdürülebilmesi için önem taşıyan kadına yönelik yapılan araştırmalar bunun gerisinde kaldığı görülmektedir. Bu araştırmanın amacı, literatürdeki bu boşluğu kapatmanın yanında ekoturizmi etkileyen faktörler içinde kadının rolünü bir örnek olay çalışmasıyla ortaya çıkarmaktır. Bu noktadan hareketle ekoturizm bölgelerindeki kadınların mekânsal pratik ve ilişkilerini anlamak amacıyla gündelik hayatlarını yakından inceleme gereği duyulmuştur. Bu çerçevede aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranacaktır.

Ekoturizm hareketinde kadınların üstlendiği rol ve görevler nelerdir? Toplumsal cinsiyet rolleri, Karadeniz kadınlarının gündelik pratiklerinde nasıl şekillenmiştir?

Karadeniz kadınları kadın-erkek rolleri ile ilgili seçimlerini kendileri mi yapıyor, yoksa bu seçimler kadınlara dayatılıyor mu?

Ekoturizm, kadının katılımıyla nasıl bir yön kazanmaktadır?

Kadın, ekoturizm hareketinde kendini nasıl ifade etmektedir?

Ekoturizm, kadının ekonomik bağımsızlığını kazanmasına katkı sunmakta mıdır?

Araştırma nitel araştırma modelini kullanmaktadır. Bu anlamda, Türkiye’de ekoturizm potansiyeli yüksek bir bölge olan Doğu Karadeniz’in Kaçkar Dağı yaylalarındaki kadınlarla yüz yüze derinlemesine görüşmeler yaparak ve gözlemlerden faydalanarak derinlemesine nitel veri toplanmıştır.

Bu araştırma kadının, ekoturizm potansiyelini nasıl etkilediği ve ekoturizmden ne ölçüde etkilendiği üzerine kuramsal bir tartışmaya aracılık etmesi bakımından önemlidir. Bununla bağlantılı olarak kadının toplumsal yaşamdaki rolünün, ekoturizm ile ilgili nasıl açılımlar sağlayacağını tartışmaya açması ve kadının ekoturizme katkısına yönelik farkındalığı arttırması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ekoturizm, Toplumsal Cinsiyet, Kaçkar Dağı Milli Parkı Yaylaları.

THE PRESENCE OF WOMEN IN ECOTOURISM ACTIVITIES: A CASE STUDY OF KACKAR MOUNTAINS NATIONAL PARK (RIZE)

ABSTRACT

According to definition of TIES (International Ecotourism Society), ecotourism is “protects environment, sustains well-being of the local people, responsible travel to natural areas” that developed within the conservation movement in the 1980s. After saying that Ecotourism is a kind of nature tourism, especially developed with the participation of the people who are closely interacted with that environment and live in it. In the purpose of this movement, it aims to create a supply that prioritizes local values, and that protects local cultural practices of life while experiencing it. However, although there is vast array of studies on cultural aspects of ecotourism in the literature. The number of studies on women, which are particularly important for the sustainability of the cultures, lags behind the mainstream issues in the literature. The aim of this research is to fill this gap in the literature and to reveal the role of women in the relevant factors that affect ecotourism with a case study. In accordance with this purpose, the women’s daily lives in the ecotourism regions has been analysed in the context of spatial practices and relations. On the basis of the framework, the major questions will be answered as follows:

What are the roles and duties of women in the ecotourism movement?

How has gender roles shaped in the everyday practices of women in Black Sea region?

Do the Black Sea women themselves have to make choices about their male-female roles, or are these choices imposed on women?

What ways does ecotourism gain direction with women's participation?

How does woman express herself in the ecotourism movement?

Does ecotourism contribute to women's economic independence?

The research has employed the qualitative research model. The Case study is the high lands in the Kaçkar Mountains National Park of Turkey's Eastern Black Sea Region, which has a high potential for ecotourism, where the rich data was gathered by taking advantage of the observations and in-depth face to face interviews with the women in areas.

The result of this research is important as it mediates a theoretical debate on how women influence ecotourism potential and how much it impacts from ecotourism. In connection with this, the results of the research are that the role of women in social life will open to the discussion on ecotourism and also will increase awareness of women’ contribution to ecotourism.

Keywords: Ecotourism, Gender, Kackar Mountains National Park.

VAN GÖLÜ HAVZASINDA DOĞAL HAYATIN TURİZME ETKİSİ

Prof. Dr. Loğman ASLAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
logmanaslan@yyu.edu.tr

Prof. Dr. Özdemir ADİZEL

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
oadizel@hotmail.com

Dr. Öğr. Ü. Hasan BUĞRUL

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
hbugrul@yyu.edu.tr

ÖZET

Ülkemiz, coğrafi yapısı, konumu ve çeşitli ekolojik şartlarıyla önemli özellikler taşımaktadır. Bu özelliği açısından büyük bir kıtanın belirgin karakterini, küçük ölçekte de olsa, toprakları üzerinde bulundurmaktadır. Yurdumuzun sahip olduğu iklim, topografik özellikleri ve korunmuş alanlarıyla dünyada sadece ülkemizde bulunan binlerce canlı türünü barındırmakta, birçok canlı türü içinde hayatını sürdürebileceği son merkez olmaktadır. Ülkemiz yaklaşık 11 bin bitki, 132 memeli, 457 kus türü ile tür zengini bir ülkedir. Van Gölü Havzasında 41 Memeli Türü, 232 Kuş Türü, 16 iç Su Balık Türü ve 25 sürüngen türü yaşamaktadır. Van Gölü Havzası fazla tahrip olmamış bir doğaya ve Türkiye'deki sulak alanların 1/5'ine (418.560 hektar) sahiptir. En önemli 3 göç yolundan birisi olan Kuzeydoğu-Güney Göç Rotası üzerinde olması nedeniyle birçok kuş türüne ev sahipliği yapmaktadır. Göçmen ve yerleşik kuş popülasyonu yönünden çok zengindir. Van gölü havzası dağları, yaylaları, ovaları, dereleri, akarsuları ve nehirleri ile çok çeşitliliğe sahip bir bölgemizdir. Bu güzel ve ender coğrafik yapısının yanında bir yıl boyunca bölgede çeşitli yabancı hayvan görülmektedir. Sulak alanlar ormanlarla birlikte dünyanın en önemli genetik rezervuarlarıdır. Bu alanlar tüm canlı türlerinin türlerin % 40'ını, tüm hayvan türlerinin ise %12'sini barındırır. Van Gölü Havzası'nda ve yakın çevresinde Erçek Gölü, Van Sazlığı, Dönemeç (Engil) Deltası, Bendimahı Deltası, Karasu Deltası, Çelebi bağ Sazlıkları, Van Gölü Adaları, Turna (Keşiş) Gölü, Göründü Sazlığı, Akgöl, Kaz Gölü, Çakırbey Sazlığı, Bostaniçi Gölü, Yaylı yaka Sazlığı, Çaldıran Sazlıkları, Arin (Sodalı) Göl, Ahlat Sazlığı, Kavuştuk Yarımadası, Nemrut Krateri, Nazik Gölü, Aygır Gölü, Batmış (Cil) Gölü Heybeli (Norşin) Gölü gibi yabancı hayat için önemli alanlar bulunmaktadır. Son yıllarda eko turizm, yerel halkların ekonomik kalkınmasına destek olmasının yanı sıra yeryüzünün doğal kaynaklarının sürdürülebilirliğini güvence altına alan, sosyal ve kültürel bütünlüklerini koruyup gözetilen bir yaklaşım olarak benimsenmektedir. Turizme erken açılmış bazı kıyı bölgelerimiz hariç, henüz ülkemizin pek çok bölgesinde doğa bozulmamış ve bakirdir. Özellikle endemik türler, flora ve fauna konusunda dünya çapında eşine az rastlanır bir zenginliğe sahiptir. Buna sosyo-kültürel değerler de eklenince, Türkiye, eko turizm konusunda potansiyel bir cennettir. Ülkemizde de Van gölü havzası her yönüyle eko turizme en elverişli bölgemizdir. Van gölü havzası coğrafi yapısı, doğal hayatı, yabancı hayvanları ve endemik bitki ve hayvanları yeterince tanıtıldığı zaman hem bölgemize hem de ülkemize büyük katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Anahtar Kelimeler: Van gölü havzası, Yabancı hayat, Eko-turizm.

THE EFFECT OF NATURAL LIFE IN THE VAN LAKE BASIN ON TOURISM

ABSTRACT

Our country has important features with its geographical structure, its location and its various ecological conditions. In terms of this characteristic, even on a small scale, it carries a prominent character of a large continent. Our country, with its climate, topographical features and protected areas, hosts thousands of living species which can be found in our country in the worldwide and it is the ultimate centre where many species can survive. Our country, with about 11 thousand plants, 132 mammals and 457 species of birds, is rich in species. There are 41 Mammal species, 232 Bird species, 16 inland Water Fish Species, and 25 Reptile species in Van Lake Basin. Van Lake Basin has a nature which is not over-destroyed and one out of five of wetlands in Turkey (418,560 hectares). As it is on the Northeast-South Migration Route, one of the three most important migration routes, it hosts many bird species. It is very rich in terms of migratory and land-based bird population. Van lake basin is the region which has a wide variety of mountains, plateaus, plains, streams, tributaries and rivers. In this beautiful and rare geographical area, a variety of wild animals can be seen year-round. Wetlands, including forests, are the world's most important genetic reservoirs. These areas contain 40% of all living species and 12% of all animal species. In and around the Van Lake Basin, there are important areas for wildlife such as Erçek Lake, Van Reeds, Dönemeç (Engil) Delta, Bendimahi Delta, Karasu Delta, Çelebi bağ Reeds, Van Gölü Islands, Turna (Keşiş) Lake, Göründü Reeds, Akgöl, Kaz Lake, Çakırbey Reeds, Bostaniçi Lake, Yaylı yaka Reeds, Çaldıran Reeds, Arin (Sodalı) Lake, Ahlat Reeds, Kavuştuk Peninsula, Nemrut Crater, Nazik Lake, Aygır Lake, Batmış (Cil) Lake, Heybeli (Norşin) Lake. In recent years, eco-tourism, besides supporting the economic development of local people, it is adopted on ensuring the sustainability of the earth's natural resources and on an approach which protects and observes social and cultural integrity. With the exception of some coastal areas, where tourism started early, nature is still unspoiled and virgin in many parts of our country. Especially related to endemic species, flora and fauna, it has a rare wealth in the worldwide. When socio-cultural values are added to this, Turkey is a paradise on eco-tourism potential. In our country, Van lake basin is the most favourable region for ecotourism in every aspect. If the geographical structure, natural life, wild animals, endemic plants and animals in Van Lake Basin is sufficiently introduced, it will contribute both to our region and our country.

Keywords: **Keywords:** Van Lake Basin, Wildlife, Eco-tourism.

TRA1 BÖLGESİNDE SAĞLIK TURİZMİ VE KUZEYDOĞU ANADOLU KALKINMA AJANSININ BÖLGEDE SAĞLIK TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİNE DÖNÜK YAPTIĞI ÇALIŞMALAR

Emine Bilgen EYMİRLİ

Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA)
bilgen.eymirli@kudaka.org.tr

Müzeyyen İNCİ

Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA)
muzeyyen.inci@kudaka.org.tr

Prof. Dr. Süleyman TOY

Atatürk Üniversitesi
suleyman.toy@atauni.edu.tr

ÖZET

Sağlık turizmi yüksek gelir getiren bir turizm tipi olmasından dolayı son yıllarda pek çok ülke ve bölge bu turizm tipini geliştirmek ve gelirlerinden daha fazla pay almak için çalışmaktadır. TRA1 Bölgesi (Erzurum, Erzincan ve Bayburt) yurtiçi yakın çevresinde (250kmlik bir çember içinde; Doğu Anadolu Bölgesi) 3,5 milyon, yurtdışı yakın coğrafyada (500kmlik bir çember içinde; İran, Azerbaycan ve Gürcistan) ise 90 milyona yakın bir nüfusa merkez olabilecek potansiyeldedir. Bölgede başta Erzurum kent merkezi kamuya ait gelişen hastane altyapısı ile (1 üniversite hastanesi, 1 adet özel hastane ve 1 Kamu Sağlık Kampüsü) ve termal su kapasitesi ile yakın ve uzak coğrafyası için önemli bir imkan sunmaktadır. Bu potansiyelin ekonomik kalkınma amaçlı olarak kullanılması açısından Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA), özellikle 2011 yılında geliştirdiği stratejileri 2012 yılından itibaren yerel aktörlerle işbirliği içerisinde uygulamaya koyarak önemli çalışmalar yapmıştır.

Bu çalışma KUDAKA'nın sağlık turizmini geliştirme konusunda yaptığı çalışmalar ve sonuçlarında elde edilen somut ve kıyaslanabilir verilerden bahsederek önerilerde bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: KUDAKA, Sağlık turizmi, TRA1 Bölgesi.

HEALTH AND MEDICAL TOURISM IN TRA1 NUTS II REGION AND ACHIEVEMENTS OF NORTHEAST ANATOLIA DEVELOPMENT AGENCY TO DEVELOP THIS TOURISM TYPE IN THE REGION

ABSTRACT

Since health and medical tourism is a high – income providing tourism type over the last years several regions and countries try to increase their shares from this sector by developing it. TRA1 NUTS II Region (Erzurum, Erzincan and Bayburt) has the capacity of serving 3.5 million people in national close proximity (in a 250-km perimeter; East Anatolia Region) and nearly 90 million people international close proximity (cross border countries in a 500 – km perimeter; İran, Azerbaijan and Georgia). In the region, in especially Erzurum city centre, medical infrastructure belonging to public institutions (1 university research hospital, 1 private hospital and 1 public health campus) and thermal water reserves can provide powerful potentials for medical and health tourism. Northeast Anatolia Development Agency (KUDAKA) performed

several good activities together with the collaboration of local actors to employ such potentials in the aim of economic development by developing strategies in 2011 and implementing them from 2012. Present study is dealt with the works KUDAKA achieved to develop health and medical tourism in the region by mentioning the concrete and measurable results.

Keywords: KUDAKA, Health and Medical Tourism, TRA1 NUTS II Region.

VAN GÖLÜ ADALARININ ORNİTO-TURİZM POTANSİYELİ

Doç. Dr. Atilla DURMUŞ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

atilla@yyu.edu.tr

ÖZET

Ornitoloji açısından önemli sulak alan potansiyeline ve farklı habitat tipine sahip Van Gölü Havzası, Batı Palearktikte bulunan kuş göç rotalarından birisi üzerinde yer almaktadır. Yerli ve göçmen kuş türleri havzanın önemli biyolojik zenginlikleri arasında yer almaktadır. Havzada bu zenginliğe yaşamsal destek veren alanlar içerisinde en önemli olanları Van Gölü içinde bulunan adalardır. Van Gölü içinde biyolojik yaşamı destekleyen Akdamar, Adır, Çarpanak ve Kuzu adaları bulunmaktadır. Adalarda yapılan ornitolojik çalışmalarda; Adır adasında 67, Çarpanak adasında 61, Akdamar adasında 53 ve Kuzu adasında 24 kuş türü tespit edilmiştir. Adalarda ilkbahar mevsiminde oldukça yoğun üreme aktiviteleri görülmektedir. Dört adada düzenli olarak üreyen türlerin başında Van Gölü Martısı (*Larus armenicus*) gelmektedir. Van Gölü martısı, Uluslararası koruma birliği (IUCN) statüsüne göre hassas (VU) kategorisinde yer almaktadır. Ayrıca statüsü yakın tehdit (NT) altında olan Gökkuşgun (*Coracias garrulus*) da alanda üremektedir. Bu türler alanların uluslararası ornito-turizm potansiyelini artırmaktadır. Adaların farklı yükseltilere sahip bir topografyasının olması kuşların aktivitelerini gözlemlemeye olanak sağlamaktadır. Alana hakim noktalardan dürbün ve teleskop ile türün beslenme, kur ve üreme gibi sosyal aktiviteleri izlenebilmektedir. Optik aletler ile yapılan gözlemler belirli bir mesafeden yapıldığından dolayı türün aktivitesine engel olunmamaktadır. Adaların bu açıdan tanıtılması yerli ve yabancı doğaseverler açısından ilgi çekebilecek kapasitededir.

Anahtar Kelimeler: Ornito-turizm, Van Gölü, Akdamar Adası, Çarpanak Adası, Adır Adası.

ORNITHO-TOURISM POTENTIAL OF VAN LAKE ISLANDS

ABSTRACT

The Van Lake Basin, which important in terms of ornithology has a significant wetland potential and a different habitat type, is located on one of the bird migration routes in the West Palearctic. Native and migrant bird species are among the important biological richness of the basin. The most important areas which provide vital support to this biological diversity are the islands in Van Lake. In the Van Lake there are Akdamar, Adır, Çarpanak and Lamb islands that support biological life. In the ornithological studies carried out in the islands, 67 bird species in the Adır, 61 species in Çarpanak, 53 species in Akdamar and 24 species in Kuzu Island were identified. There are very intensive breeding activities in the spring season in the islands. Among the species regularly breeding in the four islands is the Van Lake gull (*Larus armenicus*). Van lake gull is located vulnerable (Vu) status according to The International Union for Conservation of Nature (IUCN). In addition European roller (*Coracias garrulus*) that breeding in islands is located Near Threatened (NT) status in IUCN. These species are increasing the international ornito-tourism potential of the areas. The presence of different elevations of the islands allows observing of the birds activities. With the binoculars and telescopes can be monitored social activities such as feeding, courtship and reproduction. The observations with optical instruments made at a certain distance don't prevent of bird's activities. The introduction of the islands in this regard is the capacity to attract attention from domestic and foreign nature observers.

Keywords: Ornitho-tourism, Van Lake, Akdamar Island, Çarpanak Island, Adır Island.

VAN GÖLÜ HAVZASI KÜLTÜR VE SANATINDA KUŞLAR

Dr. Öğr. Ü. Hasan BUĞRUL

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
hbugrul@yyu.edu.tr

Prof. Dr. Özdemir ADIZEL

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
oadizel@hotmail.com

Prof. Dr. Logman ASLAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
logmanaslan@yyu.edu.tr

ÖZET

Amaç: Bu çalışmanın amacı Van Gölü Havzası'nda bulunan kuşların yöre insanının kültürüne ve sanatına ne şekilde yansındıklarını irdelemek, yörenin kültür, sanatının tanıtılmasında katkı sağlamaktır. **Metod:** Konu ile bağlantılı literatür çalışmasının yanı sıra Van Gölü Havzası'ndaki farklı yerleşim alanlarındaki yöre halkı ile birebir görüşmeler yapıldı. Soru-cevap yöntemiyle bilgiler elde edilmeye çalışıldı. Diğer yandan, sanat alanındaki yansımaları görebilmek için, Van Gölü Havzası'nda bulunan tarihi eserler ile dokuma ve örgü işleri üzerindeki tezeyinat irdelendi. **Bulgular:** Van Gölü Havzası'nda bulunan kuşların yöre insanı kültüründe ve sanatında önemli bir yere sahip olduğu görülür. Kültürel yansımalara bakıldığında, "Kaya güvercini" ve "Akleylek" kutsal görülür. Fiziki görünümü güzel olan kadınlar "Kınalı keklik" ve "Kuğu" ile temizliği ve bakımı ile örnek gösterilen kadınlar ise "suna" ile bağdaştırılır. Sevgililer, Kumru çifti ile özdeşleşir. Kuşların sanat eserlerine ne şekilde yansıtıldığına bakıldığında; tarihi eser olarak Akdamar Kilisesi ve Yedikilise Manastırı bu yönüyle dikkat çeker. Figürlerine yer verilen kuşlar arasında Kaya güvercini, Akleylek, Kuğu, Bülbül, Yaban kazı ve Karga gibi türlere rastlanır. Ahlat'ta bulunan tarihi Selçuklu Mezarlığı'nda bulunan bazı sandukalar üzerindeki epigrafide kuş burnu şeklindeki bir tezeyinata yer verilmiş olunması ayrıca dikkate değerdir. Dokuma ve örgü işlerinde görülen kuşlar daha çok stilize biçimindedirler. Bu unsurlar üzerindeki figürler genellikle sözle ve yazıyla ifade edilemeyen mutluluk, sevinç, aşk, sevgi vb. duyguları karşı tarafa iletme işlevindedirler. Bunlara ek olarak, Van Miks (Bahçesaray) doğumlu Feqiye Teyran'ın kuşların diline aşına bir derviş ve şair olarak tanımlanır. Feqi, ileriye gören biri olarak "Kartala", yeni bir yaşam ve sürekli bir arayış içerisinde olmasıyla "Turnaya" ve tatlı, acı, orijinal, güzel sesi ile "Bülbüle" benzetilir. **Sonuç ve Tartışma:** Van Gölü Havzası'nda bulunan halkın kültür ve sanatında birçok farklı unsurun yanında "Kuşların" da önemli bir etkisinin olduğu görülür. Bu alanda yapılacak bir akademik çalışma ve bunun neticesinde elde edilecek daha farklı bilgilerle yörenin kültür, sanat ve turizmüne katkı sağlanması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Van Gölü Havzası, Kuşlar, Kültür, Sanat, Yansıma.

BIRDS IN CULTURE AND ART OF VAN LAKE BASIN

ABSTRACT

Aim: The purpose of this study is to examine how the birds in the Van Lake Basin have reflected the local people's culture and art and contribute to the promotion of culture and art of the

region. Method: In addition to the literature related to the subject, interviews were held directly with local people living in different settlement areas of the Van Lake Basin. We tried to get information by question-answer method. On the other hand, in order to see the reflections in the field of art, the ornaments on the historical artifacts, weaving and knitting works found in Van Lake Basin were examined. Findings: It seems that the birds found in the Van Lake Basin have an important place in local people's culture and art. Considering the cultural reflection, "Rock dove" and "Stork" are considered as sacred. On the other hand while women with good physical appearance are associated with "Red-headed partridge" and "Swan", clean and well-groomed woman are associated with "Drake". The lovers are identified with Dove couples. Considering the reflection of birds in works of art; as a historical monument, Akdamar Church and Yedikilise Monastery attract attention from this aspect. Among the sorts of the birds, the figures of the birds such as Rock pigeons, White-stork, Swan, Nightingale, Wild dug and Crow are encountered. It is also noteworthy to see inscriptions with bird nose-like ornaments on the sarcophagi in the historic Seljuk Cemetery located in Ahlat. Birds seen in weaving and knitting are generally in stylized form. The figures on these elements usually express feelings such as happiness, joy, love, love and so on that cannot be conveyed in verbal and written words to the other side. In addition to these, Feqiye Teyran, born in Misk (Bahçesaray), Van, is defined as a dervish and poet familiar to the language of birds. Feqi, is linked with an "Eagle" as he was farseeing, linked with a "Crane" as he was in search of a new life and a constant search and linked with a "Nightingale" as he had sweet, fluent, original and beautiful voice. Result and Discussion: It is seen that besides many different elements in culture and art of the people in the Van Lake Basin, there is an important influence of "birds", as well. Bu means of this academic study and different information obtained, it is aimed to contribute to the culture, arts and tourism of the region in this field.

Keywords: Keywords: Van Lake Basin, Birds, Culture, Art, Reflection.

ERÇEK GÖLÜ FLAMİNGO FESTİVALİNİN YÖREYE VE BİYOTURİZME KATKILARI

Prof. Dr. Özdemir ADIZEL

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
oadizel@hotmail.com

Arş. Gör. Erkan AZİZOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
e.azizoglu65@gmail.com

Prof. Dr. Logman ASLAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
logmanaslan@yyu.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Hasan BUĞRUL

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
hbugrul@yyu.edu.tr

ÖZET

Amaç: Bu çalışmanın amacı geleneksel hale gelmiş olan, Erçek Gölü Flamingo Festivalinin yöre insanına, yaban canlılarına ve turizme katkılarını ortaya koymaktır. **Metod:** Çalışma 2009 – 2017 yılları arasında gerçekleştirilen festival öncesi ve sonrası gözlem sonuçlarının değerlendirmesi temeline oturmaktadır. **Bulgular:** Erçek Gölü uluslararası çapta tanınan önemli bir sulak alandır. Gölde en az 232 kuş türünün yaşadığı bilimsel çalışmalarla ortaya kondu. Alanda düzenlenen ornito festivalden önce, başta avcılık olmak üzere ciddi bir tahribat mevcuttu. Öncelikle görselliğinden ötürü Flamingo bayrak türü olarak belirlendi. Yapılabilecek faaliyetler ve muhtemel sonuçları yetkililerle paylaşıldı. İlk festival aktivitesi ile birlikte alana ilgi artmaya başladı. Her yıl artan sayıda insan ile festival devam etmektedir. Festivalin yapıldığı Erçek ve Karagündüz köylerinde altyapı atılımı yapıldı. Kuş gözlem kuleleri yılın her sezonunda meraklılara hizmet vermektedir. Halk alanı sahiplendi. Kuş popülasyonları arttı. **Sonuç ve Tartışma:** Festival sonucunda yöre insanının çevre bilinci arttı. Yetkililerin ve siyasilere olaya bakışı olumlu yönde değişti. Turizm çeşitlendi. Alan tur programlarına girmeye başladı. Flamingolar ilin tanıtımına ciddi katkı sağladı. Olay başta sadece bir akademik çalışma iken, şimdi toplumun farklı kesimlerinin yararlandığı bir hal aldı. Yöre ve ülkeye katma değer kattı. Başka alanlarda da benzer faaliyetlerin başlamasına neden oldu. En önemlisi yaban canlılarının ve habitatlarının korunmasına çok önemli katkı sağladı.

Anahtar Kelimeler: Erçek Gölü, Flamingo Festivali, Ornito Festivali.

THE CONTRIBUTION OF ERÇEK LAKE FLAMINGO FESTIVAL TO THE LOCALITY AND BIO-TOURISM

ABSTRACT

Aim: The purpose of this study is to reveal the contribution of the Erçek Lake Flamingo Festival, which has become traditional, to the local people, wildlife and tourism. **Method:** The study is based on the evaluation of the results of the pre- and post-festival observations between 2009 – 2017. **Findings:** Erçek Lake is an important wetland known internationally. It has been

revealed by scientific studies that at least 232 bird species live in the lake. Prior to the ornithological festival organized in the area, mainly hunting, there was serious destruction. First of all, because of its visibility, the Flamingo has been identified as a flag species. Possible activities and possible outcomes were shared with the authorities. With the first festival activity, the interest in the area started to increase. The festival continues with an increasing number of people every year. In Erçek and Karagündüz villages, where the festival is held, infrastructure has been developed. Bird observing towers render the service to the curious every season of the year. The local people adopted the area. The number of the birds increased. **Result and Discussion:** As a result of the festival, local people's environmental awareness increased. The view point of the authorities and the politics changed positively. Tourism has been diversified. The area started entering tour programs. Flamingos have contributed significantly to the promotion of the province. While the event was primarily an academic work, it has now become available to different segments of society. It has added value to the locality and the country. It has also caused similar activities to start in other districts. Most importantly, it has contributed significantly to the conservation of wildlife and habitats.

Keywords: Erçek Lake, Flamingo Festival, Ornithological Festival.

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE ÇALIŞAN PERSONELİN MEMNUNİYETİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Yusuf BABUR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
yusuf_bbr@hotmail.com

Dr. Öğr. Ü. Sağbetullah MERİÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
smeric@yyu.edu.tr

ÖZET

Konaklama işletmelerinde personelin memnuniyeti; iş döngüsünün sağlanabilmesi, misafirin işletmeden mutlu ayrılması, işletme sürekliliğinin sağlanması, işletmenin büyümesi ve işletmenin karlılığı gibi konular ile doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle personel memnuniyeti işletmeler tarafından üzerinde dikkatle durulması gereken bir konudur. Bu araştırmada ilk olarak literatür taraması yapılmış personel memnuniyetinin otel işletmeleri açısından önemi ve personel memnuniyetine etki eden faktörler değerlendirilmiştir. Araştırmacının amacı, konaklama işletmelerinde çalışan personelin memnuniyetlerine etki eden faktörleri belirlemektir. Araştırmada kullanılan veriler Van'daki 3, 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde çalışan personelden anket tekniği ile elde edilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçek daha önce güvenilirliği ve geçerliliği ortaya konulmuş olan bir ölçektir. Araştırmada Salim İbiş ve Orhan Batman'ın İstanbul, Kocaeli ve Sakarya illerinde personel memnuniyetini belirlemek amacıyla hazırladıkları sekiz faktörden oluşan personel memnuniyeti ölçeği kullanılmıştır. Kullanılan ölçekte demografik özelliklerle ilgili 10 soru, personelin memnuniyetine etki eden faktörlerle ilgili 37 ifade yer almaktadır. SPSS programı kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi, T testi, ANOVA gibi istatistiksel analizler yapılarak veriler değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda ortalamalar ışığında personel memnuniyetine etki eden faktörlerin başında iş arkadaşları ve yönetim tarzı gelmektedir. Araştırmada personel memnuniyetinin turizm sektöründe çalışma süresi, alınan maaş ve eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Personel Memnuniyeti, Memnuniyet, Konaklama İşletmeleri, Van.

A RESEARCH ON THE FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION OF STAFF WORKING IN ACCOMMODATION OPERATIONS

ABSTRACT

Satisfaction of the staff in the accommodation enterprises; the availability of business continuity, the happy departure of the guest, the maintenance of business continuity, the growth of the business and the profitability of the business. For this reason, employee satisfaction is an issue that must be carefully considered by businesses. In this study, the factors that affect the satisfaction of staff and the importance of staff satisfaction in terms of hotel management were evaluated. The purpose of the survey is to determine the factors that affect the satisfaction of the staff working in the accommodation enterprises. The data used in the research were obtained from the personnel surveyed in 3, 4 and 5 star accommodation companies in Van. The scale used in the research is a measure that has been proven reliability

and validity before. In the survey, Salim İbiş and Orhan Batman used a staff satisfaction scale consisting of eight factors prepared in order to determine the satisfaction of staff in Istanbul, Kocaeli and Sakarya provinces. There are 10 questions about the demographic characteristics of the scale used and 37 statements about the factors affecting the satisfaction of the staff. Statistical analyzes such as confirmatory factor analysis, T test, ANOVA were used to assess the data using the SPSS program. As a result of the research, the factors affecting employee satisfaction in the average level are colleagues and management style. It was determined that the satisfaction of the staff in the survey showed statistically significant differences in the tourism sector according to the duration of the work, the salary and the educational status.

Keywords: Personnel Satisfaction, Satisfaction, Accommodation Operations, Van.

TENDÜREK VOLKANİZMASININ BİYOTURİZM POTANSİYELİ

Doç. Dr. Atilla DURMUŞ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

atilla@yyu.edu.tr

ÖZET

Tendürek Dağı gaz ve buhar çıkışının olmasından dolayı ülkemizde aktif olarak kabul edilen tek volkanik dağdır. Volkan ağızları bir tandıra benzetildiği için Tendürek (tandır) adı verilmiştir. Volkandan çıkan tüf ve lavlar Çaldıran, Doğubayazıt ve Diyadin ilçeleri sınırlarına kadar yayılmaktadır. Volkanik akıntı özel bir karasal habitat oluşturmuştur. Bu habitat yapısı karasal omurgalılar olan sürüngenler ve kuşlar için ideal beslenme üreme ve saklanma alanları teşkil etmiştir. Alanda yaşayan Bendimahi kertenkelesi (*Darevskia bendimahiensis*) endemik bir türdür. Bunun yanı sıra alanın en belirgin sürüngen türleri Agamidae familyasına ait türlerdir. Sürüngen popülasyonuna bağlı olarak yırtıcı kuş türleri de alanda oldukça yoğun gözlemlenmektedir. Alanda yapılan ornitolojik çalışmalarda 55 kuş türü tespit edilmiştir. Bu türlerden en dikkat çekenleri; Kaya Kartalı (*Aquila chrysaetos*), Kızıl Şahin (*Buteo rufinus*), Şahin (*Buteo buteo*) ve Küçük Akbaba (*Neophron percnopterus*) dir. Bu türler ulusal ve uluslararası doğa gözlemcilerinin ilgisini çekebilecek türlerdir. Tendürek volkan akıntısı Çaldıran-Doğubayazıt karayolu boyunca devam ettiğinden alana ulaşım problemi bulunmamaktadır. Bu güzergahlarda yapılacak gözlem noktaları ve gezi rotaları ile biyoturizm potansiyeli oldukça artacaktır.

Anahtar Kelimeler: Tendürek volkanı, Biyoturizm, Doğubayazıt, Çaldıran.

BIOTOURISM POTENTIAL OF TENDUREK VOLCANISM

ABSTRACT

Tendürek Mountain is the only volcanic mountain active in our country due to the presence of gas and steam. The volcanoes are called Tendürek (tandır) because they are appears to a tandir that the local people's bread-baked place. The tuffs and lavas of volcano are spreading to the boundaries of Dogubayazıt, Diyadin and Çaldıran districts. The volcanic stream was formed a special terrestrial habitat. This habitat structure is the ideal feeding, breeding and hiding area for terrestrial vertebrates such as reptiles and birds. The Bendimahi lizard (*Darevskia bendimahiensis*) living in the area is an endemic species. Besides, the most prominent reptile species in the area are species of Agamidae family. Depending on the reptile population, predatory bird species can be observed intensively in the field. 55 bird species were identified in the ornithological studies in area. The most notables species were The Golden eagle (*Aquila chrysaetos*), Long-legged Buzzard (*Buteo rufinus*), Eurasian Buzzard (*Buteo buteo*) and Egyptian Vulture (*Neophron percnopterus*). The species that can be attract the attention national and international nature observers. Tendurek volcano stream continues along Çaldıran-Doğubayazıt highway, therefore there is no transportation problem to the area. The potential for bio tourism will increase considerably with observation points and sightseeing routes to be made on these routes.

Keywords: Tendurek Volcano, Biotourism, Doğubayazıt, Çaldıran, Diyadin.

TURİZM GELİRLERİNİ ARTTIRMA KONUSUNDA TRA1 BÖLGESİ İNOVASYONA DAYALI TURİZM STRATEJİSİ KAPSAMINDA BİR ÖNERİ; ŞEHİR KEŞİF ROTALARI

Prof. Dr. Süleyman TOY

Atatürk Üniversitesi
suleyman.toy@atauni.edu.tr

Emine Bilgen EYMİRLİ

Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA)
bilgen.eymirli@kudaka.org.tr

Müzeyyen İNCİ

Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA)
muzeyyen.inci@kudaka.org.tr

ÖZET

Turizm sektörüne sağladığı faydalardan dolayı her geçen gün artan ilgi kentleri de günümüzde bu sektör için cazibe merkezleri haline gelmiştir. Başlangıçta kendi sakinlerinin yaşam standardını yükseltmek için yapılan fiziksel, sosyal ve kültürel altyapı yatırımları bu tür kent merkezlerinde var olan tarihi ve doğal değerlerle birleşince diğer ülkelerden de ziyaretçilerin gelmesine neden olmuştur. Bazı örneklerde ülke toplamından daha fazla sayıda turist ağırlayan bu kentler dünyanın en önemli turizm destinasyonları haline gelmişlerdir. Kuzeydoğu Anadolu (TRA1) Bölgesi, (Erzurum-Erzincan-Bayburt) tarih ve kültür, doğa ve macera, kış sporları ve sağlık ve kongre turizmi gibi turizm tiplerine dönük potansiyel barındırmaktadır. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA) 2011 yılında TRA1 Düzey 2 Bölgesinde 9 aylık bir süreçte 2000 kişilik yerel katılımı İnovasyona Dayalı Bölgesel Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (2012 – 2023) hazırlamıştır. Bu eylem planı içerisinde, bölgeye belirli temalarla gelen turistlerin kent merkezlerinde vakit geçirmeleri ve turizm gelirlerini artırarak tabana yaymaya yarayacak “şehir keşif” rotaları stratejisi ele alınmıştır. Bu çalışma bu strateji ele alınarak Erzurum, Erzincan ve Bayburt kent merkezleri için keşif rotaları önerisinde bulunmak için hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: TRA1 Bölgesi, İnovasyona Dayalı Turizm Stratejisi, KUDAKA.

THE CONCEPT OF “CITY EXPLORING ROUTES” A PROPOSAL TO INCREASE AND EXPAND TOURISM REVENUES TO THE BASE OF THE SOCIETY İN TRA1 REGION INNOVATION BASED TOURISM STRATEGY

ABSTRACT

Consistently increasing interest in tourism sector due to its benefits to several aspects has turned also cities out to be attraction centres today for this sector. Physical, social and cultural infrastructure investments made at the beginning in order to increase the prosperity and welfare of their dwellers caused visitors from remote cities and countries to come to such cities (centres) when such infrastructures are combined with the existing natural or historical values in the cities. In some examples, such cities host larger number of visitors than their whole countries do and have become among the most important tourism destinations in the world. Northeast Anatolia Region (Erzurum, Erzincan and Bayburt) has potentials and serves for history and culture tourism, nature and adventure tourism, winter sports tourism and health,

wellness and convention tourism types. For the employment of these potentials for tourism sector, Northeast Anatolia Development Agency (KUDAKA) prepared a tourism strategy, Innovation Based Regional Tourism Strategy and Action Plan (IBRTSAP) in 2011 over a 9 – month period with the participation of 2000 locals. In the scope of the IBRTSAP, a strategy, “City Exploring Routes” towards city centres in the region, which enables visitors coming to cities under different tourism themes to spend longer time in the city centres thus increasing and expanding tourism revenues to the base of the society. Present study proposes city exploring routes for the city centres of Erzurum, Erzincan and Bayburt by considering the strategy in the IBRTSAP.

Keywords: TRA1 region, City Exploring Routes, Innovation Based Regional Tourism Strategy and Action Plan, KUDAKA.

TÜRKİYE'DEKİ TURİZM ARAŞTIRMALARINDA YETERİNCE İLĞİ GÖRMEYEN NİTELİKSEL BİR ARAŞTIRMA YÖNTEMİ: KRİTİK OLAYLAR TEKNİĞİ (KOT)

Doç. Dr. İbrahim YILMAZ

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
iyilmaz@nevsehir.edu.tr

Öğr. Gör. Lutfullah Sadi TOPRAK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
lutfullahsaditoprak@yyu.edu.tr

ÖZET

Bir veri toplama ve bu verileri sınıflandırma yöntemi olan Kritik Olaylar Tekniği (KOT), esas itibarıyla insanların geçmişte yaşadıkları deneyimler hakkında anlattıkları hikâyelerin içerik analizini kullanmaktadır. Bu yönüyle KOT niteliksel araştırma yöntemleri arasındadır. Uluslararası literatür incelendiğinde, KOT'un doksanlı yıllardan günümüze kadar geçen süreçte turizm araştırmalarında sıkça kullanıldığı (örneğin; Bitner, Booms ve Tetrault, 1990; Keaveney, 1995; Callan ve Lefebvre, 1997; Wang, Hsieh ve Huan, 2000; Liu, Warden, Lee ve Huang, 2001; Petrick, Tonner ve Quinn, 2006; Lundberg ve Mossberg, 2008; Serenko ve Stach, 2009; Alegre ve Garau, 2010; Lundberg, 2011; Ro ve Wong, 2012; Hu, Lu, Tu ve Jen, 2013; Zainol ve Lockwood, 2014; Lee ve Shea, 2015; Sundling et al., 2016; Chang, 2017) görülmektedir. Ancak ulusal literatüre bakıldığında, KOT'un Türkiye'deki turizm araştırmalarında yeterli ilgiyi görmediği ve oldukça sınırlı sayıda araştırmaya (Yılmaz, 2003; Kavak ve Yılmaz, 2003; Ardiç Yetiş, 2017; Caber, 2017) konu olduğu anlaşılmaktadır. Oysa Teknik'in, yurt dışındaki benzer uygulamalardan yola çıkılarak Türkiye'de de turizmin çeşitli alt sektörlerinde (seyahat, konaklama, yeme-içme vb.) gerçekleştirilecek araştırmalarda önemli katkılar sağlayabileceği açıktır. Bu düşünce temelinde, çalışmada öncelikle KOT'un tanımı ve uygulanma süreci ele alınmaktadır. Sonra, turizm sektöründe KOT'un kullanıldığı söz konusu araştırmalar incelenmektedir. Sonuç kısmında ise, KOT'un Türkiye'deki turizm araştırmalarında faydalanılabilecek etkili tekniklerden biri olduğu vurgulanmaktadır. Dolayısıyla çalışma gelecekte yapılacak benzer araştırmalar için hem teorik açıdan hem de uygulama açısından yol göstericidir.

Anahtar Kelimeler: Anahtar Kelimeler: Turizm, Kritik Olaylar Tekniği (KOT), Türkiye.

A QUALITATIVE RESEARCH TECHNIQUE THAT DOES NOT ATTRACT ENOUGH ATTENTION IN TOURISM STUDIES IN TURKEY: CRITICAL INCIDENT TECHNIQUE (CIT)

ABSTRACT

Critical Incident Technique (CIT) which is a data collection and classification method, basically uses the content analysis of the stories people tell about their past experiences. Due to this characteristic, CIT can be considered among qualitative research methods. When the international literature is examined, it is seen that CIT has been extensively used in tourism research during the period from the nineties to present (i.e., Bitner, Booms and Tetrault, 1990; Keaveney, 1995; Callan and Lefebvre, 1997; Wang, Hsieh and Huan, 2000; Liu, Warden, Lee and Huang, 2001; Petrick, Tonner and Quinn, 2006; Lundberg and Mossberg, 2008; Serenko and

Stach, 2009; Alegre and Garau, 2010; Lundberg, 2011; Ro and Wong, 2012; Hu, Lu, Tu and Jen, 2013; Zainol and Lockwood, 2014; Lee and Shea, 2015; Sundling et al., 2016; Chang, 2017). Nevertheless, when the national literature is examined it is understood that CIT does not attract enough attention in the tourism studies in Turkey and it has been subjected to a very limited number of studies (Yılmaz, 2003; Kavak and Yılmaz, 2003; Ardiç Yetiş, 2017; Caber, 2017). Still, it is obvious that the technique can make significant contributions in studies to be conducted on various sub-sectors of tourism (travel, accommodation, catering, etc.) in Turkey moving from similar practices abroad. On the basis of this idea, firstly, the definition of CIT and the process of its implementation are addressed in the study. Then, the aforementioned studies that used CIT in the tourism sector are reviewed. In the conclusion section, CIT is emphasized among effective techniques that could be benefited from in tourism studies in Turkey. Therefore, the study is guiding both theoretically and practically for similar research to be conducted in future.

Keywords: Tourism, Critical Incident Technique (CIT), Turkey.

YERLİ VE YABANCI TURİSTLERİN TRABZON VE RİZE DESTİNASYONLARINA İLİŞKİN MEMNUNİYET DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ

Atinç OLCAY

Gaziantep Üniversitesi
atincolcay@gmail.com

Mehmet KASAP

Gaziantep Üniversitesi
m.kasap8461@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmada Trabzon ve Rize illerine gelen yerli ve yabancı turistlerin memnuniyet düzeyleri ortaya konularak bu destinasyonlardaki turizm paydaşlarının önlemler almaları konusunda fikir edinmeleri amaçlanmıştır. Çalışmanın evrenini Temmuz-Ekim 2017 tarihleri arasında Trabzon ve Rize illerine gelen yerli ve yabancı turistlerin oluşturduğu çalışma toplam 1281 kişi ile yapılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket kullanılan tanımlayıcı tipteki bu çalışmada kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik bilgileri ve tatil profilleri ile ilgili sorulardan oluşan toplam 10 soru bulunmaktadır. Anketin ikinci kısmında ise Destinasyon Hizmet Kalitesi Ölçeği (SERVQUAL) ile katılımcıların konaklama, yiyecek-içecek hizmetleri, ulaşım, genel hijyen ve temizlik, misafirperverlik, aktiviteler, hizmetler ve fiyatlardan memnuniyet durumları değerlendirilmiştir.

Çalışmada katılımcıların %60,3'ünün erkek, %39,7'sinin kadın olduğu, katılımcıların tatile ilişkin özelliklerine bakıldığında ise %51,7'sinin yurt içinden (662 kişi), % 48,3'ünün yurt dışından katıldığı, yurt dışından katılan turistlerin (619 kişi) %27,5'inin Suudi Arabistan'dan, %15,8'nin İran'dan, %9,2'sinin Birleşik Arap Emirlikleri'nden, %8,6'sının Almanya'dan, %8,6'sının Azerbaycan'dan, %7,6'sının Türkmenistan'dan, %4,7'sinin Kuveyt'den, %4,2'sinin Katar'dan, %4'ünün Bahreyn'den, %3,1'inin Umman'dan, %2,7'sinin Yemen'den, %2,6'sının Gürcistan'dan ve %1,5'inin Irak'tan katıldığı saptanmıştır. Yerli ve yabancı turistlerin memnuniyet ortalamaları karşılaştırıldığında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlenmiş ($p=0,000$), yerli turistlerin memnuniyet ortalaması $3,28\pm 0,56$ yabancı turistlerin memnuniyet ortalamaları ise $3,66\pm 0,61$ olarak saptanmıştır.

Sonuç olarak yerli ve yabancı turistler arasında önemli bir memnuniyet farkı gözleendiği ve yerli turistlerin memnuniyet düzeylerinin daha düşük olduğu, yerli ve yabancı turistlerin memnuniyet düzeylerinin konaklama yeri ve yiyecek-içecek hizmetleri, fiyat algısı, "misafirperverlik", "temizlik ve aktivite", "ulaşım" faktörlerinden önemli düzeyde etkilendiği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Turist Memnuniyeti, Hizmet Kalitesi, Destinasyon.

DETERMINATION OF THE SATISFACTION LEVELS OF LOCAL AND FOREIGN TOURISTS ON TRABZON AND RIZE DESTINATIONS

ABSTRACT

In this study, satisfaction levels of domestic and foreign tourists coming to Trabzon and Rize provinces were revealed and tourism stakeholders in these destinations were aimed to get an idea about taking measures. The work's population is composed of domestic and foreign

tourists coming to Trabzon and Rize provinces between July-October 2017. The study was conducted with a total of 1281 people. The questionnaire used in this study, which is the descriptive type using questionnaire as data collection method, consists of two parts. In the first part, there are a total of 10 questions about the participants' demographic information and vacation profiles. In the second part of the questionnaire, (SERVQUAL) Destination Service Quality was used to evaluate the participants' satisfaction with accommodation, food and beverage services, transportation, general hygiene and cleanliness, hospitality, activities, services and prices.

In the study, 60.3% of the participants were male and 39.7% of the participants were female. When the characteristics related to the tastes of the participants were examined, 51.7% were from within the country (662 persons), 48.3% from abroad, 27.5% of the participating tourists (619 people) are from Saudi Arabia, 15.8% are from Iran, 9.2% from United Arab Emirates, 8.6% from Germany, Of them are from Azerbaijan, 7.6% from Turkmenistan, 4.7% from Kuwait, 4.2% from Qatar, 4% from Bahrain, 3% Of them from Oman, 2.7% from Yemen, 2.6% from Georgia and 1.5% from Iraq. A statistically significant difference was observed between domestic and foreign tourists' satisfaction averages ($p = 0,000$). The average satisfaction rate of domestic tourists was $3,28 \pm 0,56$ and the average satisfaction level of foreign tourists was $3,66 \pm 0,61$.

As a result, it is observed that there is a significant satisfaction difference between domestic and foreign tourists and that the level of satisfaction of the domestic tourists is lower and that the level of satisfaction of domestic and foreign tourists is affected by the accommodation and catering services such as "price sense", "hospitality" transportation "factors.

Keywords: Tourist Satisfaction, Service Quality, Destination.

BUDAKLI (BİTLİS) KAPLICASININ FİZİKİ COĞRAFYA ÖZELLİKLERİ VE SAĞLIK TURİZMİ BAKIMINDAN POTANSİYELİ

Nurcan AVŞİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
nurcanavsın@yahoo.com

ÖZET

Doğu Anadolu Bölgesi'nde, Nemrut Krateri'nin batısında bulunan inceleme alanı, idari olarak Bitlis'in Güroymak ilçesi sınırlarında olup, morfolojik olarak Muş Ovası'nın doğu yakasında, Mazik Dağı eteklerinde yer almaktadır. Aynı zamanda önemli bir karasal sulak alan içerisinde bulunan bu alan, öneminin henüz anlaşılabilmesi ve bölgenin araştırma sınırlılıkları nedeniyle detaylı bir bilimsel çalışmaya konu olmamıştır. Oysaki saha, Nemrut Krateri'nin gerek volkanik özelliği, gerekse sıcak su gölü ile temsil ettiği, Doğu Anadolu Bölgesi'nin aktif tektonik-volkanik yapısını ifşa eden önemli bir kaplıca sahasıdır. Bu çalışmanın amacı, Budaklı sıcak su kaynağı ve çevresindeki su çıkışlarının jeolojisi, jeomorfolojisi, hidrografyası ve iklim özelliklerini değerlendirilerek coğrafi bir analiz yapmak ve söz konusu alanın, bölgenin sağlık turizmine olası katkısını ortaya koymaktır. Bu amaçla, araştırma alanına ait literatür incelenmiş, çeşitli tarihlerde arazi çalışmaları gerçekleştirilmiş, topografya ve jeoloji haritaları ile DSİ kuyu sondajları gibi kartografik kaynaklardan faydalanılarak alanın fiziksel şartları ile turizm potansiyeli değerlendirilmiştir. Söz konusu olan, uygun altyapı şartları sağlandığında bölgenin önemli sağlık turizmi alanlarından biri olabilecek potansiyele sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Bitlis, Budaklı, Sulak Alan, Kaplıca, Tektonik-Volkanik Yapı.

THE PHYSICAL GEOGRAPHICAL FEATURES OF THE BUDAKLI (BITLIS) SPA AND POTENTIAL FOR HEALTH TOURISM

ABSTRACT

The study area that is located west of the Nemrut Crater in the East Anatolia, is administratively in Bitlis/Güroymak settlement and morphologically in the hillside of Mazik Mountain in the the Muş Basin. At the same time this study area is in an important continental wetland and wasn't researched detaily because of the researching limitations of the region and not understanding of it's impartance. However, the area is an important hot spring area which reveals active tectonic-volcanic structure of the East Anatolian region such as the volcanic structure of the Nemrut Crater and the hot lake in it. The aim of this study is to analyze the geological, geomorphological, climatic and hydrographical features of the Budaklı hot sprin, and to state the contribution of the area to the medical tourism of the region. For this aim we investigated the relevant literature, had a few field studies at different times, and we assessed the tourism potential and the regional physical contitions, using the cartographical data such as topographic and geological maps together with DSİ well boring. Consequently when the substructure conditions are ensured, the study area has a potential which to be an important location for the medical tourism in the East Anatolia.

Keywords: Bitlis, Budaklı, Wetland, Hot Spring, Tectonic-Volcanic Structure.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMDE YENİ TREND GLAMPİNG TURİZMİ: ÇANAKKALE ÖRNEĞİ

Duygu Nedret TÜTER

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
duygunedret@comu.edu.tr

Doç. Dr. Erol DURAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
erolduran@comu.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Hacı Mehmet YILDIRIM

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
h.mehmet@comu.edu.tr

Özge ERYÜCEL

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
ozgeryucel@gmail.com

ÖZET

Glamping lüksün, doğanın ve kaliteli hizmet anlayışının bir arada bulunduğu, bilindik kamp faaliyetlerine bir alternatif sunmaktadır. Klasik turizm anlayışına karşı alternatif olarak ortaya çıkan glamping, yeni ve gelişmekte olan bir turizm çeşididir. Glamping turizmi, kitle turizmi ve geleneksel kamp turizminin olumsuzluklarından sıkılıp alternatif arayan turistler için doğada kaliteli hizmet sunarak konfor sağlamanın yanı sıra, sürdürülebilir turizm ürünleri kullanarak çevreyi korumayı amaçlamaktadır. Yapılan çalışmada Çanakkale turizminin, glamping ile turistik çekicilik faktörlerinin çeşitlendirilmesi amaçlanmaktadır. Glamping turizminin sürdürülebilirlik perspektifi ile turizme sunulması hem Çanakkale turizminin hem de Çanakkale'nin doğal yapısının sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından önem arz etmektedir. Bu kapsamda doğaya saygılı turizm gelişiminin sağlanmasının önemli bir unsuru olarak glamping turizminin Çanakkale'deki mevcut durumu, gelişim olanakları ve Çanakkale'nin sahip olduğu glamping turizmi potansiyelinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada, nitel araştırma yönteminden görüşme ve gözlem teknikleri bir arada kullanılmış ve araştırmada veri çeşitlemesine gidilerek derinlemesine bilgilere ulaşılması hedeflenmiştir. Elde edilecek veriler Çanakkale turizminde alternatiflerin sürdürülebilir perspektif ile gelişiminin sağlanması açısından önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Glamping, Glamping Turizmi, Sürdürülebilir Turizm.

NEW TREND GLAMPING TOURISM IN SUSTAINABLE TOURISM: CASE OF ÇANAKKALE

ABSTRACT

Glamping offers an alternative to the known camping activities that combine luxury, nature and quality service. Glamping, which has emerged as an alternative to classical tourism, is a new and developing type of tourism. Glamping aims to protect the environment by using sustainable tourism products besides providing comfort by providing high quality service in

the nature for tourists who are bored by the negativity of tourist tourism, mass tourism and traditional camping tourism. The purpose of the study is to diversify the tourism attractiveness factors of Çanakkale tourism with glamping. The presentation of the tourism of glamping tourism with sustainability perspective is very important in terms of ensuring the sustainability of the natural structure of Çanakkale tourism as well as Çanakkale. In this context, it is aimed to determine the present situation of glamping tourism in Çanakkale, development possibilities and the potential of glamping tourism that Çanakkale possesses as an important factor in providing nature-friendly tourism development. In the study, interviewing and observation techniques from qualitative research method have been used together and it is aimed to reach in-depth information by going to data diversification in research. The data obtained is important in terms of ensuring the development of alternatives in Çanakkale tourism with a sustainable perspective.

Keywords: Glamping, Glamping Tourism, Sustainable Tourism.

DENİZ KIYILARINDA İMAR UYGULAMALARI VE TURİZME ETKİLERİ

Doç. Dr. A. Menaf Turan

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
menafturan@hotmail.com

Emel Aksoy

Ankara Üniversitesi
emelaksoy0606@gmail.com

ÖZET

Türkiye akarsu, göl ve deniz kıyıları bakımından oldukça zengin bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyelin kullanımında son birkaç on yıldır turizm etkinliklerinin payı önemli oranda artmıştır ve artmaya devam etmektedir. Gerek yasal düzenlemeler esas alınarak gerekse de yasal düzenlemelerin dışında kıyı alanlarında gerçekleştirilen imar uygulamaları bu yazının konusunu teşkil etmektedir. Özellikle deniz kıyılarında yapılan ikinci konutlar, turistik tesisler, yat limanları, limanlar, depolar, otoyollar, deniz ürünleri için kurulan çiftlikler, enerji tesisleri, sanayi tesisleri gibi birçok faaliyet bulunmaktadır. Ancak bu çalışmada deniz kıyılarında turizm etkinliklerinin gerçekleştirilmesine yönelik imar uygulamalarına örnek olaylar kullanılarak yer verilecektir. Bundan dolayı akarsu ve göl kıyılarındaki imar uygulamaları ile deniz kıyılarındaki turizm dışı etkinliklere ilişkin imar uygulamalarına yer verilmeyecektir. Yine de çalışmanın ilk bölümünde genel olarak kıyı mevzuatına ve Türkiye’de kıyı politikasının tarihsel gelişim sürecine yer verilecektir. Çalışmanın ikinci bölümünde ise turizm mevzuatının kıyılarla ilgili düzenlemeleri değerlendirilecektir. Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise seçilmiş örnek olaylar yardımıyla deniz kıyılarındaki imar uygulamaları tartışılacaktır. Bu kapsamda ikinci konutlar, turistik tesisler, yat limanları başlıkları altında imar uygulamaları kıyı politikası ve mevzuatı ile turizm politikası ve mevzuatı esas alınarak çalışma tamamlanacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kıyı Turizmi, Kıyılarda İmar Uygulamaları, Kıyı Politikası, Kıyı Yönetimi.

ZONING PRACTICES ON THE SEA COASTS AND AFFECTING TO TOURISM ACTIVITIES

ABSTRACT

Turkey has a rich potential in terms of rivers, lakes and sea coast. The use of this potential has increased significantly in recent years and continues to increase because of the tourism activities.

This article is about zoning practices based on and not based on legal regulations in coastal areas. There are a number of activities in particular, such as second homes built on the seaside, tourist facilities, marinas, harbors, depots, motorways, farms for seafood, energy facilities, industrial facilities. However, in this study, zoning applications for the realization of tourism activities on sea coast will be given using case studies. Therefore, zoning applications on the river and lake shores and zoning practices related to offshore tourism activities will not be included. Nevertheless, in the first part of the study the legislation of the overall coastal and coastal policies in Turkey will be given to the historical development process. In the second part of the study, coastal regulations of tourism legislation will be

evaluated. In the third and last part of the study, the marine coastal development practices will be discussed with the help of selected case studies. In this context, the work will be completed based on coastal policy, legislation and tourism policy and legislation under the headings of second houses, tourist facilities, marinas.

Keywords: Coastal Tourism, Zoning Applications On The Coastal Areas, Coastal Policy, Coastal Management.

TURİZMDE YENİ BİR KAVRAM OLARAK GERİATRİ TURİZMİ: DÜZCE İLİNE YÖNELİK DEĞERLENDİRMELER

Doç. Dr. Öznur BOZKURT

Düzce Üniversitesi
oznurbozkurt@duzce.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Sağbetullah MERİÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
smeric@yyu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada sağlık turizminin bir alt dalı olarak değerlendirilen ve daha çok yaşlı ve engelli kişilerin bakımı ile ilgili faaliyetleri kapsayan geriatri turizmi kavramı üzerinde durulmuştur. Sağlık hizmetleri alanında değerlendirilen bu kavram son yıllarda turizm açısından da önemli bir unsur olarak görülmeye başlandı. Sadece yaşlı ve engelli bakımının yapıldığı hastanelerin dışına taşarak, doğa ile iç içe yaşama, yaşam kalitesini artırma ve daha sağlıklı bir ömür sürme gibi faaliyetler kapsamında turizm hareketini de beraberinde getirmiştir. Bu çalışma geriatri turizminin Türkiye ve dünyadaki yansımalarını araştırmanın yanı sıra bu alanda başarılı olma koşullarının da ortaya çıkarılmasını amaçlamaktadır. Son olarak ta Düzce ilinin geriatri turizmi açısından konumu değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Geriatri, Geriatri Turizmi, Sağlık Turizmi, Turizm, Düzce.

GERIATRIC TOURISM AS A NEW CONCEPT IN TOURISM: ASSESSMENT FOR DÜZCE PROVINCE

ABSTRACT

The aim of this study is to focus on the geriatrics tourism which includes activities related to care of elderly and disabled people and which is considered as a sub-branch of health tourism. This concept, evaluated in the field of health services, begun to be seen as an important element in terms of tourism in recent years. Outside of hospitals which make the care of only the elderly and disabled started tourism movement with activities like intertwined with nature living, improve quality of life and a healthier life. This study aims to explore the reflection of the geriatrics tourism in Turkey and in the world as well as uncover the conditions of being successful in this field. Finally, the location of Duzce province was evaluated in terms of geriatrics tourism.

Keywords: Geriatri, Geriatric Tourism, Medical Tourism, Tourism, Düzce.

FESTİVALERİN DÜZENLENDİĞİ BÖLGENİN YEREL HALKI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: DALYAN AŞK FESTİVALİ VE OVACIK TARIM VE SAKIZ KOYUNU ŞENLİĞİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Esin ÖZKAN

Ege Üniversitesi
esin.ozkan@ege.edu.tr

Arş. Gör. Samet Can CURKAN

Ege Üniversitesi
samet.can.curkan@ege.edu.tr

Arş. Gör. Mehmet Alper NİSARİ

Ege Üniversitesi
mehmet.alper.nisari@ege.edu.tr

ÖZET

İnsanların son yıllarda kitle turizmine seçenek olarak alternatif turizm türlerine yöneldiği görülmektedir. Önceden belirlenen tarihlerde yerel halk işbirliği ile düzenlenen festivaller de alternatif turizm türleri arasında oldukça yaygın bir şekilde tercih edilmektedir. Yurtdışında düzenlenen büyük çaplı festivallerin katılımcı sayıları ve ekonomik açıdan bölgeye olan etkileri göz önünde bulundurularak Türkiye'nin değişik bölgelerinde yapılan farklı festivallerin doğru bir şekilde planlanması, bölgeye ve ülkeye uluslararası anlamda imaj oluşturmak açısından önemlidir.

Festivallerin en önemli özelliklerinden bir tanesi yerel topluluklarla işbirliği içinde yapılmasıdır. Bu açıdan bakıldığında festivallerin yapıldığı bölgedeki yerel halkın organizasyon üzerindeki duygu ve düşüncelerinin belirlenmesi ve mevcut eksikliklerin giderilmesi önem kazanmaktadır.

Bu çalışmada İzmir'in Çeşme ilçesinde düzenlenen Aşk Festivali ve Ovacık Tarım ve Sakız Koyunu Şenliğinin yerel halk üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada anket tekniği kullanılarak toplanılan veriler SPSS 22.0 paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir.

Araştırmada öncelikle ölçeğin genel güvenilirliği test edilmiştir. Daha sonra festivallerin yerel halk üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amacıyla oluşturulan ifadelerin ortalama ve standart sapma değerleri tablo halinde verilmiştir.

Her iki festival için de genel memnuniyet düzeyinin olumlu olduğu görülmektedir. Yerel halkın büyük çoğunluğu festivallerin becerilerini sergilemek ve ekonomik kazanç elde etmek açısından fırsatlar sağladığını düşünmektedir. Aşk festivalinin yapıldığı bölgede otopark sorununun daha sık yaşandığı, her iki festivalde de çevre temizliğinin yeterli düzeyde olduğu araştırmadan çıkan diğer sonuçlardır.

Anahtar Kelimeler: Festival, Yerel Halk, Dalyan, Ovacık.

THE EFFECTS OF THE FESTIVALS ON THE LOCAL PEOPLE WHERE IT LAIDS: EXAMPLE OF DALYAN LOVE FESTIVAL AND OVACIK AGRICULTURE AND SAKIZ SHEEP FESTIVITY

ABSTRACT

In recent years people have turned to alternative tourism types as an alternative to mass tourism. Festivals organized in cooperation with local communities at pre-determined dates are also prevalent among alternative tourism types. Taking into consideration number of participants and economic impact on the region, it is important to planning Turkey's different festivals held in different regions correctly and create country's image in the international sense.

One of the most important features of the festivals is to cooperate with local communities. From this point of view, it is important to determine the feelings and thoughts of the local people in the region where the festivals are held about the organization to eliminate the existing deficiencies.

In this study, it is aimed to determine the effects of the Love, Ovacık Agriculture and Sheep Festivals organized in Çeşme district of İzmir. The data collected in the survey using the questionnaire technique and were analysed through the SPSS 22.0 package program.

The overall reliability of the scale was tested primarily in the study. The mean and standard deviation values of the expressions which formed to determine the effects of the festivals on the local people were given in the table.

For both festivals, the overall level of satisfaction seems to be positive. The vast majority of local people think that festivals provide opportunities to exhibit their skills and obtain economic benefits. According to the results of the research the parking lot problem in the region where the love festival held is more frequent, and the cleaning service is for both festivals adequate.

Keywords: Festival, Local People, Dalyan, Ovacık.

TÜRKİYE'DE ALTERNATİF TURİZMİN GELİŞMESİ AÇISINDAN DEVLET TEŞVİKLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Hafize MEDER ÇAKIR

Pamukkale Üniversitesi
hmeder@pau.edu.tr

ÖZET

Coğrafi yapısı, kültürel yapısı ve tarihsel zenginliği nedeniyle ülkemiz dünyada önemli bir turizm merkezi konumundadır. Her türlü alternatif turizm seçeneklerine sahip olan ülkemizde turizm sektörü ekonomik gelişme için de önemli bir lokomotif konumundadır. Ancak turizm denince akla hemen hemen sadece yaz (kıyı) turizmi gelmektedir. Bu nedenle, turizmin sektörü genellikle belli dönemlerde, belli bölgelere gelen turist açısından değerlendirilmektedir. Ancak bu bakış açısı, zaman zaman ülkemizin konjonktürel yapısı gereği, özellikle yabancı turistlerin ülkemize gelmekten kaçındığı dönemlerde, sektörün krize girmesine neden olmaktadır. Ülkemiz, turizm açısından sadece kıyı turizminin değil, diğer tüm alternatif turizm çeşitliliğinin geliştirilmesine müsait bir yapıdadır. Bunun için ülke genelinde tüm alternatif turizm çeşitliliğinin artırılarak, yıl boyunca ülkenin her tarafında turist çekebilecek duruma gelmesi sağlanmalıdır. Öncelikle alternatif turizm yapılabilecek bölgelerde halkın bilinçlendirilmesinden başlayarak, girişimcilerin bu sektöre yatırım yapmaları sağlanmalıdır. Bu bağlamda, sektörün daha hızlı gelişmesi ve ekonomik kalkınmada daha fazla yer alabilmesi için devlet destekleri de kaçınılmazdır. Bu kapsamda turizm sektörüne yönelik devlet teşvikleri ve sağlanan destekler incelenmiş ve alternatif turizm alanlarının gelişmesi açısından ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Alternatif Turizm, Turizm Yatırımı, Devlet Teşvikleri.

DEVELOPMENT ALTERNATIVES FOR THE PURPOSE OF TOURISM IN TURKEY EVALUATION OF GOVERNMENT INCENTIVES

ABSTRACT

Due to its geographical structure, cultural structure and historical richness, our country is an important tourism center in the world. In our country which has all kinds of alternative tourism options, tourism sector is also an important locomotive for economic development. However, as for tourism, almost summer (coastal) tourism comes to mind. For this reason, the tourism sector is generally evaluated in terms of tourists coming from certain regions. However, this point of view sometimes causes the sector to crumble due to the conjunctural nature of our country, especially when foreign tourists are reluctant to come to our country. Our country, in terms of tourism, is not only able to develop coastal tourism but also to develop all other alternative tourism diversity. For this, it is necessary to increase the diversity of all alternative tourism in the country and to be able to attract tourists all over the country throughout the year. First of all, starting from the awareness of the people in areas where alternative tourism can be done, entrepreneurs should be made to invest in this sector. In this context, government support is inevitable in order for the sector to grow faster and to take up more space in economic development. In this context, government incentives and support provided to the tourism sector have been examined and considered in terms of development of alternative tourism areas.

Keywords: Alternative Tourism, Tourism Investment, Government Incentives.

MEKÂNIN AĞSAL İLİŞKİLER ÜZERİNDEN TANIMLANMASINDA YAKINLIK İLİŞKİLERİ: ALANYA TURİZM SEKTÖRÜ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Fatma ERDOĞAN ARAS

Gazi Üniversitesi
fatmaerdoganaras1862@gmail.com

Melisa BIYIKLI

Orman Ve Su İşleri Bakanlığı
melisaozal@gmail.com

ÖZET

Uluslararasılaşma sürecinin hızlanması, küreselleşme, ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler dünyada turizm sektörünün boyutunu ve kapsamını önemli ölçüde değiştirmiştir. Bu çerçevede bir taraftan deniz-kum-güneş turizmine dayalı geleneksel kıyı turizm alanlarının rekabet gücü kaybetmeye başlaması; diğer taraftan yeni turizm destinasyonlarının sektörde daha fazla pay almaya başlaması turizm sektöründe yeniden yapılanma süreçlerinin tartışılmasına yol açmıştır. Bu çerçevede rekabet stratejisi olarak firmalar arasındaki yerel ağlar ve yakınlığın bu ağları güçlendirmedeki rolü büyük önem taşımaktadır. Son yıllarda ilgili yazında yakınlık kavramı; ölçek ekonomilerini, ekonomik aktörler arasında etkileşimi, işbirliğini, öğrenme sürecini sağlamanın yanı sıra bilginin yaratılmasında, dağılımında ve yeniliği sağlamadaki rolü, özellikle de ağ oluşumuna katkısından dolayı bölgesel ve yerel kalkınma literatüründe önemli yer tutmaktadır. İlgili yazınlarda “yakınlık” kavramı mekânsal, örgütsel, kurumsal, sosyal ve bilişsel olmak üzere beş farklı boyutta tartışılmaktadır. Bildiri kapsamında, öncelikle yakınlık kavramı ve farklı yakınlık türleri ele alınacaktır. Zaman içinde değişen piyasa koşulları yakınlık kavramının anlamının değişmesine neden olmuştur. Firmalar arası ilişkilerde başlangıçta mekânsal yakınlığın önemli olduğu vurgulanırken, daha sonra küreselleşme olgusu ile birlikte artık mesafenin önemini yitirmesiyle mekânsal yakınlık dışındaki diğer yakınlık türleri tanımlanmaya başlanmıştır. Firmalar arası yatay ilişkilerde, güven ortamının ve yüz yüze ilişkilerin önemli olduğu üretim ilişkilerinde mekânsal yakınlık önemli iken, düşey ilişkilerde mekânsal yakınlığın önemi azalmakta ilişkilerin kalıcılığıyla farklı yakınlık türleri daha avantajlı olabilmektedir. Kuramsal tartışmalarda ağ yapılarında yakınlık kavramına ilişkin sanayi sektörü üzerinden açıklamalar yer alırken, hızla gelişen turizm sektöründe benzer tartışmalar sınırlı bir şekilde ele alınmıştır. Bildiri kapsamında, yakınlık kavramının değişen anlamının ve öneminin turizm alanlarındaki ağ ilişkileri üzerinden incelenmesi hedeflenmektedir. Bu nedenle Türkiye’de turizm sektörünün geliştiği Alanya ilçesi örneklem olarak seçilmiştir. Çalışmada, Alanya’daki konaklama (otel ve pansiyon) işletmeleri arasındaki ağ ilişkileri üzerinden yakınlık kavramının sorgulanması hedeflenmektedir. Bu çerçevede, Alanya turizm sektöründe önde gelen kurum ve kuruluşlarla (sivil toplum örgütleri, yerel yönetim ve lider turizm işletmeleri ile ilgili oda ve birlikler (ALTSO, ALTİD, ALTAV, TÜROFED, TURSAD, SKAL) görüşmelerde elde edilecek verilere dayanarak kartopu yöntemiyle turizm işletmelerine anket verilecektir. 2016 yılı itibarıyla 594 adet olan Alanya’daki otel ve pansiyon işletmelerinin %10’una anket verilmesi öngörülmektedir. Bu çerçevede firma yapısı, farklı ağ yapılarıdaki (tedarik, müşteri, bilgi, hizmet, üretim(konaklama)) yakınlık ilişkileri ve firma başarısındaki belirleyiciliğini değerlendirmek üzere veriler toplanacaktır. Hem nitel hem nicel yöntemlerden faydalanılacak olup, betimsel

araştırma yöntemi kullanılacaktır. Araştırmadan elde edilecek veriler uygun analiz yöntemleri kullanılarak değerlendirilecektir. Alanya örneklemini üzerinden yapılacak çalışma sonuçları tam bildiri metninde ortaya konulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yakınlık, Aę İlişkileri, Yakınlık Türleri, Konaklama İşletmeleri.

'PROXIMITY' RELATIONS IN DEFINING THE PLACE THROUGH NETWORKS: TOURISM SECTOR IN CASE OF ALANYA

ABSTRACT

Acceleration of internationalization, globalization, developments in transportation and communication technologies have significantly changed the size and scope of tourism sector. In this context, both traditional coastal tourism areas based on sea-sand-sun tourism starting to lose their competitiveness, and beginning of new tourism destinations to take a greater share in the sector, have led to the discussion of restructuring process. In this context, as a competitive strategy, local networks among firms and role of proximity relations in strengthening these networks are of great importance. In recent years, proximity relationships ensuring economies of scale, the interaction between economic actors, cooperation, the creation of knowledge as well as providing the learning process, role in distribution and providing innovation, especially due to its contribution to the network formation occupies an important place in regional and local development literature. Related to the literature five different types of "proximity" concept is discussed : spatial, organizational, institutional, social and cognitive. In this study, firstly proximity concept and different types of proximities will be held. Changing market conditions have led to a change of meaning of proximity concept. At the beginning, the importance of geography and spatial closeness have been emphasized and with globalization the decreasing importance of distance led to begin defining of proximity by other types of proximities except spatial proximity. In the horizontal relationships among firms, spatial proximity is very important in the production relations in which confidence and face to face relations important. On the other hand, in vertical relationships with persistence of relationships, the importance of proximity decreases and the other proximity types become advantageous. In theoretical discussions, network structures and the concept of proximity has made remarks on discussing the industry. But in fast-growing tourist sector, tourism sector has been addressed in a limited way. This study aims to examine changing the meaning and importance of the proximity on the basis of network relations in tourism sector. Therefore, Alanya district where tourism sector has been developed in Turkey was selected as a case study area. It is planned to be questioned on the concept of proximity in network relationships among accomodations firms (hotels and guesthouses) in tourism sector of Alanya. In this context, based on the data obtained various interviews realized with leading institutions and organizations in the tourism sector of Alanya (non-governmental organizations, chambers and associations concerned with local government (ALÇED, ALTAV, ALTİD, KONTİD, TÜRKİD, ALTUYAB, İNTOD), a survey will be carried out with accommodation facilities including hotels and guesthouses and firms will be chosen by snowball method. As of 2016, 10% of 594 tourism firms in Alanya will be surveyed. In this context, firm structure, proximity relationships in different network types (supply, customer, information, service, production(accomodation)) and the data will be collected to assess the determinants of firm success. Both qualitative and quantitative methods will be used and descriptive research method will be used. The data obtained from the research

will be evaluated using appropriate analysis methods. The general evaluation on Alanya Case will be presented in the full report text.

Keywords: Proximity, Network Relationship, Proximity Types, Accomodation Firms.

TURİZME YÖNELİK REKREASYONEL PEYZAJ POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ: ADIYAMAN İLİ ÖRNEĞİ

Nurhan KOÇAN

Bartın Üniversitesi
nurhankocan@mynet.com

Hakan RÜZGAR

Bartın Üniversitesi
hakanruzgar@windowlive.com

ÖZET

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de son yıllarda turizm ve rekreasyon konusunda büyük bir değişim görülmektedir. Artık insanlar doğa ile iç içe, doğal ve kültürel kaynakları temel alan turizm türlerine eğilim göstermektedir. Özellikle kentleşme ile insan-doğa arasındaki ilişkinin sağlıklı bir şekilde kurulmasını sağlamak için rekreasyon alanlarının önemi artmıştır. Bu çalışma Adıyaman İli ve yakın çevresinde turizm ve rekreasyon potansiyelinin belirlenmesine yöneliktir. Mevcut turizm ve rekreasyon potansiyelinin ortaya konulabilmesi amacıyla turizm alanlarının altyapısı, bölge sorunları ve turizm olanakları irdelenmiştir. Çalışma kapsamında, Adıyaman İli'nde doğal ve kültürel verilerin analizi ile bölge halkının rekreasyonel eğilimleri ve gelen ziyaretçilerin turistik etkinliklerini tespit etmek amacıyla anket çalışmaları yapılmıştır. Çalışma sonunda belirlenen potansiyel doğrultusunda, alanın orta ve yüksek potansiyele sahip kesimlerine ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır. Alanın doğal ve kültürel kaynaklarının aktif kullanılmasını sağlamak amacı ile turizm planı elde edilmiş ve turizm rotası oluşturulmuş; alanın sorunlarına yönelik çözüm önerileri sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Rekreasyon, Peyzaj Potansiyeli, Adıyaman, Güneydoğu Anadolu.

DETERMINATION OF RECREATIONAL LANDSCAPE POTENTIAL FOR TOURISM: AN EXAMPLE OF ADIYAMAN PROVINCE

ABSTRACT

As in the rest of the world tourism and recreation in the country has also undergone a major change in recent years. People are now inclined to interact with nature and prefer tourism types based on natural and cultural resources. Especially, the importance of recreation areas has been increased in order to ensure the healthy establishment of the relationship between urbanization and man-nature. This study is aimed to determine tourism and recreation potential in Adıyaman Province and its vicinity. In order to present the current tourism and recreation potential, the infrastructure of tourism areas, regional problems and tourism opportunities were examined. Within the scope of the study, surveys were carried out in Adıyaman Province to analyze the natural and cultural data, the recreational tendencies of the people of the region and touristic activities. As a result of the study the determined potential was made on the medium and high potential areas of the area. In order to ensure the active use of natural and cultural resources of the area, tourism

plan was obtained and tourism route was established thus solutions for the problems of the area were proposed.

Keywords: Tourism, Recreation, Landscape Potential, Adiyaman, Southeastern Anatolia.

TURİZMDE İŞGÖREN SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİNE İLİŞKİN MEVZUAT

Öğr. Gör. Lutfullah Sadi TOPRAK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
lutfullahsadi@yyu.edu.tr

Doç. Dr. İbrahim YILMAZ

Neveşehir H. B. V. Üniversitesi
iyilmaz@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Turizmin ana unsurunu teşkil eden konaklama işletmeleri geniş istihdam olanakları ile yerel, bölgesel ve ulusal ekonomide önemli katma değer yaratmaktadır. Benzer şekilde seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü, havayolu ve yiyecek-içecek işletmeciliği gibi sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler de turizmin önemli istihdam kaynakları arasındadır. Emek-yoğun üretimin egemen olduğu bu işletmelerde işgören sağlığının korunmasına ve güvenliğinin sağlanmasına yönelik tedbirlerin alınması son derece önemlidir. Bu çalışmanın amacı, turizm sektöründeki mevcut işgören sağlığı ve güvenliğine ilişkin mevzuatı incelemek ve turizm sektöründe iş kazası ve meslek hastalıkları konusunda; güncel yaşanan sorunlara, çalışma şartlarına dikkat çekmek ve sorunlara çözümler ortaya koymaktır. Bu bağlamda nitel bir araştırma deseni üzerinden ve literatür taraması yöntemiyle araştırmanın amacına ulaşılması hedeflenmiştir. Şüphesiz sektör ya da faaliyet kolu ayrımı yapılmadan Türkiye’de genel olarak işgören sağlığı ve güvenliğine ilişkin mevzuatın uygulama alanlarından biri de turizmdir. Dolayısıyla söz konusu düzenlemeler turizmde işgören sağlığı ve güvenliği açısından da önem arz etmektedir. Yapılan inceleme neticesinde 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu’nun yayımlanmasının bu konuda önemli bir dönüm noktası olduğu belirlenmiştir. Bu Kanun’un maddelerine de dayanılarak çıkarılan İş Sağlığı ve Güvenliği Hizmetleri Yönetmeliği, söz konusu Kanun’un uygulanmasına ilişkin usul ve esaslar üzerinde durmaktadır. Dikkat çeken bir başka düzenleme ise İş Sağlığı ve Güvenliğine İlişkin İşyeri Tehlike Sınıfları Tebliği’dir. İşyerlerinde psikolojik tacizin (mobbing) önlenmesine yönelik olarak yayımlanan bir Başbakanlık Genelgesi de vardır. Öte yandan, Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik doğrudan turizmde işgören sağlığı ve güvenliği konusunda hükümler içermektedir. Turizm işletmelerinde işgören sağlığı ve güvenliğine ilişkin düzenlemeler iş kazalarının, meslek hastalıklarının ve buna bağlı ölümlerin önlenmesi bakımından önemlidir. İş Sağlığı ve Güvenliğine İlişkin İşyeri Tehlike Sınıfları Tebliği’nde yer alan listeye göre turizmin alt sektörlerinde faaliyet gösteren işletmeler (konaklama, seyahat, yeme-içme işletmeleri gibi) “az tehlikeli” kategorisinde yer almaktadır. Bunun bir uzantısı olarak, diğer pek çok işletmeye kıyasla turizm işletmelerinde iş kazaları ve meslek hastalıklarının görülme ve buna bağlı ölüm oranları düşüktür. Ancak ideal olan söz konusu olumsuzlukları tamamen ortadan kaldırmaktır. Bu noktada, ilgili mevzuatta yapılan düzenlemelerin hayata geçirilmesi ve gerekli denetimlerin yapılması üzerinde önemle durulması gereken konuların başında gelmektedir. Bu alana yönelik yapılan araştırmalar incelendiğinde; çalışma sürelerinin uzunluğu, ara dinlenmelerinin ihlali, hafta tatili izni ihlali, izinsiz yabancı uyruklu işçi çalıştırılması gibi sorunlar önemli konular olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, İşgören Sağlığı ve Güvenliği, Türkiye.

LEGISLATION ON THE WORKER HEALTH AND SAFETY IN TOURISM

ABSTRACT

Accommodation firms, which constitute the main element of tourism, generate significant added value in local, regional and national economy with the broad employment opportunities they present. Similarly, enterprises that conduct business in sectors such as tourism agency, tour operation, airline and catering sectors are among the most important sources of employment of tourism. In these enterprises where labor-intensive production is dominant, it is extremely important to take measures to protect occupational health and ensure safety of workers. The purpose of this study is to examine legislation related to current occupational health and safety in the tourism sector and to examine the legislation on occupational accidents and occupational diseases in the tourism sector; to draw attention to current living problems, working conditions and to present solutions to problems. In this context, it was aimed to reach the purpose of the research through a qualitative research design and literature review method. One of the areas of application of legislation related to worker health and safety without making any distinction between sectors or activity branches in Turkey is, no doubt, tourism. Therefore, the regulations in question are also important in terms of occupational health and safety of workers. As a result of the investigation conducted, it is identified that the enacting of the No. 6331 Occupational Health and Safety Law has been a cornerstone in this matter. The Occupational Health and Safety Services Regulation that was issued based on the articles of this Law addresses the methods and principles with respect to the application of the very Law. Another remarkable regulation is the Workplace Danger Directive related to Occupational Health and Safety. There is also a Prime Ministerial Instruction on the prevention of psychological harassment (mobbing) in workplaces. On the other hand, the Regulation on the Certification and Qualifications of Tourism Facilities involves provisions that are directly related to occupational health and safety of workers in tourism. Regulations on occupational health and safety of workers in tourism enterprises are important in terms of prevention of occupational accidents, occupational diseases and deaths related thereof. According to the list that takes place in the Directive of Danger Classes related to Occupational Health and Safety, enterprises that run activities in sub-sectors of tourism (such as accommodation, travel, catering firms) take part in the "less vulnerable" category. As a matter of fact, the number of occupational accidents, occupational diseases and deaths related to these factors is lower in tourism in comparison to many other sectors. But the ideal phenomenon is to totally eliminate these negativities in question. At this point, realization of the regulations introduced by the related legislation and the implementation of necessary audits is at the forefront of issues that should be emphasized. When the researches made on this area are examined; problems such as length of working hours, infringement of interim rests, violations of weekly holiday permits, and unauthorized foreign national employment issues have been identified as important issues.

Keywords: **Keywords:** Tourism, Worker Health and Safety, Turkey.

KALKINMA AJANSLARI ARACILIĞIYLA GERÇEKLEŞTİRİLEN KIRSAL KALKINMA VE KIRSAL TURİZM PROJELERİNİN TESPİT EDİLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Ü. Neslihan ÇETİNKAYA

Atatürk Üniversitesi
nserceoglu@atauni.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Salih YILDIZ

Atatürk Üniversitesi
salih.yildiz@atauni.edu.tr

Arş. Gör. Dr. Aykut ŞİMŞEK

Atatürk Üniversitesi
aykut.simsek@atauni.edu.tr

ÖZET

Kalkınma ajansları, mali destek programlarıyla birtakım projelere destek veren ve böylece bölgesel kalkınma farklılıklarının en aza indirgenmesinde aracı olan kuruluşlardır. Bölgelerin çeşitli açılardan çok daha güçlü olması için uğraş veren bu ajanslar Avrupa Birliği'nce ülkelere bölgesel kalkınma farklılıklarının ortadan kaldırılmasında zorunlu bir politika aracı olarak önerilen modelin sonuçları olarak görülmektedir. Türkiye'de Avrupa Birliği uyum süreci doğrultusunda Devlet Planlama Teşkilatı ve Türkiye İstatistik Enstitüsü üç ayrı düzeyde İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS) yapmıştır. Bu sınıflandırmadaki temel ölçütler ise nüfus, coğrafya, bölgesel kalkınma planları, temel istatistik göstergeler ve illerin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyleridir. Bu bağlamda bölgesel kalkınmanın ulusal kalkınmaya katkı sağlayacağı düşünüldüğünde kalkınma ajanslarının kırsal kalkınmaya önemli katkılarının olacağı düşünülmektedir. Türkiye'nin gelişmekte olan bir ülke olduğu düşünüldüğünde genel kalkınmanın ülkede kırsal alanın oldukça fazla olması nedeniyle kırsal kalkınmayla elde edilmesi mümkün olmaktadır. Çünkü kırsal kalkınma katma değer yaratmakta ve çarpan etkileriyle hem bölgesel hem genel kalkınmaya önemli katkılar sağlamaktadır. Son yıllarda kırsal alanların kalkındırılmasında ve bu alanlarda yaşayanların yaşam standartlarının yükseltilmesinde kırsal turizme ağırlık verilmektedir. Kırsal turizmin kırsal kalkınmaya etkisi genellikle kırsal alanlarda var olan tarihi, doğal ve kültürel kaynakların verimli bir şekilde kullanılmasına yöneliktir. Kırsal kalkınmayı artırmaya yönelik kalkınma ajansları aracılığıyla yapılan projelerle bu konuya verilen önem ispatlanmaktadır. Bu araştırmanın amacı da kalkınma ajansları tarafından yürütülmüş ve yürütülmekte olan kırsal kalkınma ve kırsal turizm ilişkisini ele alan projeleri ortaya koymaktır. Ayrıca projenin yapıma amaçları ve çıktıları üzerinde durularak kalkınma ajanslarının aracı rolünün önemini tespit etmek te amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda var olan 26 kalkınma ajanslarının konuya ilişkin projelerinin incelenmesi planlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kalkınma Ajansları, Kırsal Kalkınma, Kırsal Turizm.

A RESEARCH INTENDED FOR DETERMINATION OF RURAL DEVELOPMENT AND RURAL TOURISM PROJECTS CARRIED OUT THROUGH DEVELOPMENT AGENCIES

ABSTRACT

Development agencies are intermediary organizations, which support a number of projects with the monetary assistance programs and therefore help to minimize regional development differences. These development agencies trying to make the regions stronger in terms of various points of views are regarded as the outcomes of the model proposed by European Union to countries as a policy tool compulsorily in order to remove the regional development differences. In Turkey in line with European Union orientation process, State Planning Organization (SPO) and Turkey Statistical Institute (Turk Stat) made Nomenclature of Territorial Units for Statistics (NUTS) in three different levels. The basic criteria in this classification are; population, geography, regional development plans, basic statistical indicators and cities' socio-economic development levels. In this sense, when regional development is thought to contribute to national development, it might said that development agencies will contribute significantly to rural development. Turkey when considered a developing country, it might be possible to achieve overall development via rural development due to large number of rural areas in the country. Because, rural development creates added value and contributes to both regional and overall development through multiplier effects. In recent years, rural tourism has been emphasized and given importance in the development process of rural areas and in the improvement process of increasing living standards of the people living in these areas. The impact of rural tourism on rural development is usually intended for the effective use of historical, natural and cultural sources located in rural areas. The importance given to this subject is proven in the projects carried out through development agencies in order to increase rural development. In this vein, this research aims to reveal the projects, which were previously carried out/ are being carried out by development agencies and shedding light into relation between rural development and rural tourism. Besides, to identify the importance of development agencies' role by focusing on the projects' purposes and outputs constitutes another goal of this research. Therefore, the related projects of 26 development agencies are being planned to be examined.

Keywords: Development Agencies, Rural Development, Rural Tourism.

KENT TURİZMİNDE YENİLİĞİN ARTAN ÖNEMİ VE KÜLTÜR

Prof. Dr. Gözde EMEKLİ

Ege Üniversitesi

gozde.emekli@ege.edu.tr

ÖZET

Günümüzde kentlerin küresel ekonomideki rekabet gücünü artıran kent turizmi, turizmin en eski türlerinden biri olmakla birlikte son yıllarda yeniden şekillenmektedir. Kentsel kalkınmanın araçlarından biri olarak görülen kent turizmi bugün sahip olduğu geleneksel uygulamalardan uzaklaşarak yenilik peşinde koşmaktadır. Özellikle kentler sahip oldukları tarihsel-kültürel miraslarının yanı sıra yerel yaşam özellikleri, yaşayan kültürü, yaratıcılıkları ile değerlendirilmeye başlamış, bu nedenle kent turizmi kapsam- içerik ve uygulamalar açısından farklılaşmıştır. Öte yandan kentlerde; geleneksel kültür-yenilik ve yaratıcı endüstrinin artan derecelerde birbirinden etkilendiği ve doğal çevreyi de kapsayan yaratıcı, sanatsal, kültürel, teknolojik ve ekonomik yeni turizm formlarının ortaya çıktığı bilinmektedir. Araştırma konusu, amaç ve yöntem: Araştırma değişen kentler ve kent turizminde yeniliklere, yenilik arayışlarında kültürün rolüne odaklanmaktadır. Araştırmanın ilk ve temel soruları; dünyada kent turizmi nasıl bir gelişim gösteriyor? Kent turizminde öne çıkan kentler neler yapıyor? Türkiye’de kent turizmi var mı? İle başlamıştır. Kent turizminin hızla değiştiği gerçeğiyle araştırma kurgusu oluşturulmaya çalışılmıştır. Kentlerde turizmin evrimi tartışılan araştırmada çeşitli bilimsel veri ve yayınlar irdelenmiş, meta-analizden yararlanılmış, özellikle mevcut ulusal ve uluslararası turizm literatürü gözden geçirilmiş, kent-turizm-yenilik ilişkileri analitik yöntemle incelenmeye çalışılmıştır. Bu ilişkileri irdelerken tarihsel paradigmadan yararlanılmış, bu tüm araştırmalarda kullanılan eski bir yaklaşım olmakla birlikte gerekli ve kaçınılmaz bir yol olarak görülmüştür. Ancak kentlerin heterojen yapısı ve farklı gelişme dinamikleri, turizm ve yeniliğin dinamik, çok boyutlu yapısı, ekonomik, teknolojik, siyasal, bilimsel ve toplumsal değişimlerden etkilenmesi konunun kurgulanmasında bir takım sıkıntılara ve sınırlılıklara da neden olmuştur. Bulgular: Kent turizmi kentlerin küresel ekonomideki rekabet gücünü artıran önemli bir araçtır. Kentler arası büyüme yarışında; kentler yaratıcılığı ve yaratıcı endüstrileri kullanarak yeni stratejiler oluşturmaya çalışmaktadır. Modern turizm paradigmasının hakim olduğu dönemde; günümüze kadar gelmiş, çeşitli amaçlarla kullanılan kültür mirası ile belirli dönemleri anlatan kentsel mekanlar ve kentler; turizm endüstrisinin pazarlanan ürünlerini oluştururken küreselleşme ve postmodern dönemle birlikte coğrafi konum avantajının anlamını yitirmiş olması, doğal kaynaklara sahip olma, ulaşım yolları üzerinde bulunma gibi geleneksel görüşlerin yerini; “insan sermaye teorisi” almış, bölgesel büyümede insanların itici gücü oluşturduğu modellerin tartışıldığı dikkat çekmiştir. Bu dönemde mekan olgusu değişerek, farklı mimari yaklaşımlar ve mekanlar öne çıkmış, kentler turist taleplerine göre yönlendirilmeye başlamıştır. Kent turizminde cazibe merkezli (tek ürün yada mekan) yaklaşımdan, mekan merkezli (bütüncül yaklaşım) yaklaşıma geçilmiş, destinasyon yönetimi ve pazarlaması öne çıkmıştır. Başka bir anlatımla kentlerde arz kaynaklı değişimlerin yanı sıra turist tipolojilerinin değiştiği, teknolojiden en üst düzeyde faydalanıldığı, sanal deneyimlerin, otantik öğelerin ilgi gördüğü bilinmektedir. Bu kapsamda, postfordist üretim anlayışının da etkisiyle, turizm işletmeleri tarafından turistlerin bireysel görüş ve beklentilerini yansıtan, onların isteklerini ve duyarlılıklarını yanıtlayan turistik ürünlerin

üretildiği ve “yaratıcılık” şekillerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Buna bağlı olarak hem kent hem de kır dinamikleri değişmiş, kırdan ve kentte turizmde “entegresyon, inovasyon, yaratıcılık” anahtar **sözcükler** olarak kullanılmaya başlamıştır. Sonuç olarak kent turizmde; kültüre ve yeniliğe ilişkin ürün geliştirme, imaj oluşturma, pazarlama, sürdürülebilirliği sağlama gibi stratejik kararların alınması, ilgili aktörlerin rollerinin tanımlanması, yerel halkın katılımı, kaynakların verimli kullanımı gibi konular öne çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Postmodern Kent, Kent Turizmi, Turizmde Yenilik, Kültür.

THE IMPORTANCE OF INCREASING INNOVATION AND CULTURE IN CITY TOURISM

ABSTRACT

City tourism, increasing cities' competitive power in the global economy and being one of the oldest type of the tourism, has been reshaped in recent years. Considered as one of the tools of city development, today city tourism is seeking innovation by moving away from the traditional practices. In particular, cities have begun to be evaluated not only by their historical-cultural heritage but also by their local characteristics, living culture, creativity and therefore city tourism is differentiated in terms of scope, content and implementation. On the other hand, creative, artistic, cultural, technological and economical new forms of tourism have been emerging that involve traditional culture-innovation and the creative industry have increasingly affected by each other, including the natural environment in the cities. Research theme, purpose and method: This paper focuses on the role of culture in the search for innovation in changing cities and city tourism. The first and fundamental questions of the research are started with following examination: How does city tourism develop in the world? What do the cities, standing out in city tourism, do? Does Turkey have city tourism? Research editing has been tried to be established by the fact that the rapid change of city tourism. Various scientific data and publications have been studied and meta-analysis has been used. In particular, current national and international tourism literature have been examined and city-tourism-innovation relations have been analytically analyzed in this research. In exploring these relationships, the historical paradigm, old, necessary and inevitable approach to all research, has been used in this research. However, the heterogeneity of cities and the dynamics of different development have also caused some difficulties and limitations in the construction of the dynamic and multidimensional structure of tourism which has affected by economic, technological, political, scientific and social changes. Findings: City tourism is an important tool to increase the competitive power of cities in the global economy. In the city growth race; cities have been trying to create new strategies by using creativity and creative industries. In the period when the modern tourism paradigm dominates; cultural heritage, used in various purposes, city spaces and cities, described certain periods, have formed the marketing products of the tourism industry. The globalization and the postmodern era have replaced traditional views such as the loss of meaning of the geographical advantage, the possession of natural resources, located on transport routes etc. to “theory of human capital”. In this new period, the models in which the people in regional growth have been discussed. In this period, the phenomenon of space has changed and different architectural approaches and space have come to the forefront and the cities have started to be directed according to the tourist demands. In city tourism, attraction centered (single product or place) approach has

changed to space centered (holistic approach) approach and destination management and marketing have become important. In other words, it is known that supply-driven changes, differentiation of tourist typologies, the highest level of technology utilization, attention of virtual and authentic experiences have resulted in cities. In this context, with the influence of post-Fordist production approach, it is seen that the forms of 'creativity' in which tourist products, reflecting tourists' individual opinions and expectation and responding to their requests and sensitivities, has been come into prominence. Based on this, both city and rural dynamics have changed and 'integration, innovation and creativity' have started to be used as key words in the countryside and city tourism. As a result, taking strategic decisions such as product development, creating image, marketing and ensuring sustainability related to culture and innovation, defining roles of related actors, participation of local people, efficient use of resources have being essential in city tourism.

Keywords: Postmodern City, City Tourism, Innovation In Tourism, Culture.

KÜLTÜREL MİRASIN YARATICI TURİZM ARACILIĞI İLE DEĞERLENDİRİLMESİ: ÖDEMiŞ-BİRGİ ÖRNEĞİ

Seval DURMUŞ

Ege Üniversitesi
sevaldurmus.144@gmail.com

Prof. Dr. Gözde EMEKLİ

Ege Üniversitesi
gozde.emekli@ege.edu.tr

ÖZET

Kültürel miras kavramı; geçmiş kuşaklardan alınan veya kalan, toplum tarafından benimsenmiş olan, sıra dışı, otantik, varlığı ile gurur duyulan ve gelecek kuşaklara bırakılması için korunan her şeydir. “İçinde yaşadığı toplumun bakış açısıyla birlikte zaman ve mekân içinde şekillenmiş” (Kurtar ve Somuncu, 2013;36) olan kültürel miras, sanat eserlerinden dile, mimariden, insan belleğine, mitlere, efsanelere, müzik, dans ve ritüellere kadar bir toplumun kültürünü yansıtan somut ve soyut öğeleri içerir. Bu yönüyle kültürel miras somut ve somut olmayan kültürel miras olarak ikiye ayrılır. Somut kültürel miras anıt, ören yeri, tarihi yapı, obje veya sanat eserini ve benzerlerini içerir. Somut olmayan kültürel miras ise toplumun gelenek ve göreneklerini, el sanatları, mutfak, halk oyunları vb. gibi öğelerini içerir.

Kültürel miras 20. yy.'ın ikinci yarısından itibaren turizmde önemli bir çekicilik unsuru oluşmuş, özellikle 21.yy ile birlikte soyut kültürel mirasa olan ilgi artmıştır. Turistlerin değişen beklentileri bu değişimin önemli nedenlerinden birisidir. Gittikleri destinasyonda aktif olmak, oralmış gibi hissedebilmek ve orayı deneyimlemek, kendini geliştirmek isteyen postmodern turistlerin beklentileri doğrultusunda yeni turizm yaklaşımları gelişmiştir.

“Kültür turizminin ikinci kuşağı” olarak tanımlanan ve turizme; deneyim, parçası olma ve kendini geliştirme-gerçekleştirme gibi yeni yorumlar getiren yaratıcı turizm yeni turizm yaklaşımlarından biridir. Yaratıcı turizm temelde “yaratıcı potansiyellerini geliştirmek isteyen turistlere, buldukları tatil beldesinin özelliklerini aktif katılımı öğrenme ve geliştirme fırsatı sunan bir turizm çeşididir” (Richards and Raymond,2000: 18). Kültürel miras, yaratıcı turizm yaklaşımıyla turizme sunulurken, hem postmodern turistlerin deneyimleme, parçası olma, kendini gerçekleştirme-geliştirme gibi beklentilerinin karşılanmasını hem de destinasyonun çekiciliğini arttırmasını beraberinde getirmektedir. Ayrıca, bu bütünlük yapı, kültürel mirasın korunmasına, geleceğe aktarılmasına ve yöre halkının turizme doğrudan katılmasına olanak vererek turizmde yerinde kalkınma ve sürdürülebilirliği sağlar.

Bu çerçevede, araştırmada uluslararası turizm araştırmalarında günümüzün ve geleceğin turizm yaklaşımı olarak öne çıkan yaratıcı turizm yaklaşımının Türkiye’de de turizm coğrafyacıları, turizmciler ve diğer ilgili sektörlerce gündeme getirilmesi, literatürdeki eksikliğin giderilmesi ve yaratıcı turizm yaklaşımının Türkiye örneği üzerinden, açıklanması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda geleneksel mimarisini büyük oranda korumayı ve bu mirası turizme arz etmeyi başaran, bunun yanı sıra bu yöreye özgü mutfağı ve el sanatları ile de önemli bir çekiciliğe sahip olup bunu turizme arz edememiş bir destinasyon olan, İzmir’in Ödemiş ilçesi Birgi Köy’ü araştırma alanı olarak belirlenmiştir. Araştırma kapsamında, köyün

sahip olduğu kültürel mirasın, yaratıcı turizm yaklaşımıyla turizme arz edilmesi ve postmodern turizm eğilimleri arasındaki ilişki incelenmiştir.

Postmodern turizm eğilimleri ve yaratıcı turizmle yeniden yorumlanan kültürel miras arasındaki ilişkinin ortaya konulması için derinlemesine görüşme (nitel) **yöntemi** uygulanacak olup görüşmeler içerik analizi ile analiz edilecektir. Elde edilen veriler tablolarla somutlaştırılıp araştırma teorisinin kanıtlanmasında yorumlanarak sunulacaktır.

Birgi'de yaratıcı turizm uygulamaları ile zeybek kültürü, el sanatları, geleneksel ritüelleri ve mutfağı gibi çekiciliklerin turizme arz edilmesi ile kültür turizminin gerçekleştirildiği Birgi'yi ziyaret eden kültür turistleri bakış koleksiyoncusu olmanın ötesine geçerek Birgi'nin soyut kültürel miraslarını deneyimleme olanağına sahip olacaktır. Bu sayede Birgi'yi ziyaret edecek turistlerin kalış süreleri uzarken daha çok turistin ilgisini çekmeye başararak turizmdeki kazancı artarken soyut kültürel mirasın korunarak yaşatılmasını sağlayacak olması çalışmanın ilk bulgularındandır.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcı Turizm, Kültürel Miras, Kültür Turizmi, Turizmde Yeni Eğilimler.

EVALUATION OF CULTURAL HERITAGE BY CREATIVE TOURISM: EXMAPLE OF ÖDEMIS-BIRGI

ABSTRACT

The concept of cultural heritage; taken from past generations, or remained, adopted by society, are extraordinary, authentic, proud of their existence, and protected for future generations. The cultural heritage, which is shaped in time and space with the viewpoint of the society in which it lives, contains tangible and abstract elements that reflect the culture of a society from art works to architecture, to human memory, to myths, legends, music, dance and rituals. In this respect, cultural heritage is divided into two as concrete and non-tangible cultural heritage. Concrete cultural heritage includes monuments, ruins, historical buildings, objects or works of art, and the like. The intangible cultural heritage is the tradition and customs of the society, crafts, cuisine, folk dances, etc. .

Cultural heritage has been an important attraction in tourism since the second half of the 20th century, and especially with the 21st century, interest as an abstract cultural heritage has increased. The changing expectations of tourists are one of the important reasons for this change. New tourism approaches have been developed in the direction of the expectation of postmodern tourists who want to be active in the destination, to feel like proportion and to experience the place and to improve themselves.

The "second generation of cultural tourism" is defined; creative tourism is one of the new tourism approaches that bring new interpretations such as experience, fragmentation and self-improvement-realization. Creative tourism is fundamentally "a type of tourism that offers tourists the opportunity to learn and develop with the active participation of the attractions of their holiday destination" (Richards and Raymond, 2000: 18). Cultural heritage brings together the expectations of postmodern tourists, such as experiencing, becoming part of destination, self-realization and development, as well as attracting destinations, while presenting the tourism with a creative tourism approach. In addition, this integrated structure provides in-situ development and sustainability in tourism by allowing cultural heritage to be preserved, forwarded, and local people to participate directly in tourism.

It is aimed to explain a tourism approach of today and the future of international tourism Research, to make it a current issue by tourism geographers, tourism and other related

sectors in Turkey and to eliminate the gaps in Research in this study. In line with this aim, Birgi Village, Ödemiş District of İzmir, which is a destination that has preserved the traditional architecture in large scale and succeeded in offering this heritage to tourism, but also has an important attractiveness with this local specialty cuisine and handicrafts which could not be attractive in terms of tourism, has been determined as research area. Within the scope of the research, the relationship among the postmodern tourism tendencies and offering the cultural heritage that the village has with the approach of creative tourism are investigated.

An in-depth interview (qualitative) methodology will be applied to reveal the relationship between postmodern tourism trends and creative tourism and reinterpreted cultural heritage, and interviews will be analysed by content analysis. The obtained data will be presented in tables and interpreted in the proof of research theory.

Birgi will have the opportunity to experience Birgi's abstract cultural heritage beyond imaginative tourism practices, cultural tourists visiting Birgi, where zeybek culture, handicrafts, traditional rituals and cuisine are attracted to tourism and cultural tourism is carried out. It is the first findings of the study that the tourists who will visit Birgi on this occasion will be able to accommodate longer while the profit from tourism is increasing. At the same time, the cultural heritage is preserved.

Keywords: Creative Tourism, Cultural Heritage, Cultural Tourism, New Tendencies In Tourism.

POSTMODERN TURİZM HAREKETLERİ BAĞLAMINDA YALNIZ SEYAHAT EDEN KADIN GEZGİNLER: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Bahar KABA

Ege Üniversitesi
baharkaba@outlook.com

Prof. Dr. Gözde EMEKLİ

Ege Üniversitesi
gozde.emekli@ege.edu.tr

ÖZET

Tüm bilim dallarını etkileyen Postmodernite zaman-mekân-insan ilişkilerini irdeleyen coğrafyanın paradigmatal değişimini hızlandırmış, yeni araştırma konularının gelişmesine zemin hazırlamıştır. Coğrafya ve araştırma konularını farklılaştıran gelişmeler turizm-coğrafya ilişkilerinde de yeni açılımları beraberinde getirmiştir. Günümüz araştırmaları, postmodern turizm paradigması çerçevesinde, teknoloji-mekân-insan-turizm-kültür ilişkilerine yoğunlaşmıştır. Turizm paydaşlarının değişmesiyle, turizm-turist-ziyaretçi-gezgin-konaklama tesisi-ulaşım aracı kavramlarının tanımlamaları ve kullanımları da farklılaşmaya başlamıştır. Bunlara ek olarak kültürel coğrafyanın güncel teorik bakış açısıyla birlikte, toplumsal cinsiyet-boş zaman-mekânın sosyal analizi, mekânsal feminizm ve cinsiyetli mekân kavramsallaştırmaları turizm coğrafyasında yeni araştırma konularını oluşturmaya başlamıştır (Aitchison, 1999).

Yakın zamana kadar coğrafyanın turizm-boş zaman-dinlenme-eğlenme araştırmalarına katkısı kanıtlanmış olmasına rağmen, mekânsallık, toplumsal cinsiyet-mekân arasındaki ilişki, turizm ve boş zaman literatüründe göz ardı edilmiştir (Aitchison, 1999). Ancak son yıllarda uluslararası literatürde, toplumsal cinsiyet, mekân ve turizm arasındaki ilişkilere odaklanan çalışmaların sayısı artmaktadır. Bu bağlamda, araştırma, hem değişen sosyo-politik koşullarla ilişkili olarak, hem de meydan okuma arzusu, bağımsızlık, yeni insanlarla-kültürlerle tanışma gibi amaçlarla yalnız seyahat eden kadınlara ve onların deneyimlerine odaklanmakta ve ulusal literatüre “yalnız seyahat eden kadın gezginler” üzerinden katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Literatür kadınların, boş zaman ve turizm mekânlarına, aktivitelerine erişimde erkeklerden daha fazla sınırlandırıldığını göstermektedir (Valentine, 1989; Wilson ve Little, 2005; 2008). Erkek şiddeti ile ilişkili çeşitli çevresel bağlamlar birçok kadının mekânı kullanmasını etkilemekte, onların bu mekânlara karşı risk, korku, endişe duygusu geliştirmelerini ve zihin haritaları oluşturmalarını beraberinde getirmektedir. Bu çerçevede, araştırma yalnız seyahat eden kadın gezginlerin seyahate ilişkin risk algısını, destinasyon seçimlerini ve turist mekanlarında karşılaştıkları sınırlılıklarla mücadelelerinde ne tür stratejiler geliştirdiklerini anlamayı ve açıklamayı hedeflemektedir. Araştırmada, nitel bir araştırma süreci izlenmiş, bir görüşme formu aracılığıyla 15 katılımcı ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Örneklem seçiminde, amaçlı ve kartopu örnekleme yöntemleri kullanılmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulacak, analizinden elde edilen bulgular tablolar halinde sunulup, yorumlanacaktır.

Anahtar Kelimeler: Postmodern Turizm, Toplumsal Cinsiyet, Cinsiyetli mekânlar, Yalnız Kadın Gezginler.

SOLO WOMEN TRAVELERS IN THE CONTEXT OF POSTMODERN TOURISM MOVEMENT: THE CASE OF TURKEY

ABSTRACT

Postmodernity, which affects all branches of science, accelerates the paradigm shift of geography that examines time-space-human relations and provides a basis for the development of new research topics. The developments that differentiate geography and research topics have brought new initiatives in tourism-geography relations. Today's research has concentrated on technology-space-human-tourism-culture relations within the frame of postmodern tourism paradigm. With the change of tourism stakeholders, the definitions and uses of tourism-tourist-visitor-traveler-accommodation facility-transportation-vehicle concepts have also started to differentiate. In addition to this, with the current theoretical perspective of cultural geography, conceptualizations of gender-leisure-social analysis of space, spatial feminism and gendered space have begun to form new research topics in tourism geography.

Until recently, although the contribution of geography to tourism-leisure research has been proven the relationship between spatiality and gender-space has been ignored in the literature of tourism and leisure (Aitchison, 1999). However, in recent years, the number of studies that focus on the relationship between gender, space and tourism has increased in international literature. In this context, the research focuses on women, who travel solo both in relation to changing socio-political conditions and desire for challenge, independence, meeting new people-cultures and their experience, and aim to contribute the national literature through "solo women travelers".

The literature has revealed that women are more constrained than men in seeking access to leisure and tourism space and activity (Valentine, 1989; Wilson and Little, 2005; 2008). The associations of male violence with certain environmental contexts has effect on many women's use of space and have led them to develop risk, fear, anxiety and mental maps against these spaces. In this framework, the research aims to understand and explain the risk perceptions relating to travel and destination choices of solo women travelers and what kind of strategies they have developed in their struggles with constraints that they encounter in tourist spaces. A qualitative research process was followed and in-depth interview was conducted with 15 participants through an interview form in the research. The participants were selected by purposive and snowball sampling methods. The data obtained from the interviews will be subject to content analysis and the findings will be presented in tabular form and interpreted.

Keywords: Postmodern Tourism, Gender, Gendered Spaces, Solo Women Travelers.

İSTANBUL İLİ DIŞ TURİZM TALEBİNİN MODELLENMESİ VE TAHMİNİ: KARŞILAŞTIRMALI BİR ÇALIŞMA

Doç. Dr. Murat ÇUHADAR

Süleyman Demirel Üniversitesi
muratcuhadar@sdu.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. İsmail KERVANKIRAN

Süleyman Demirel Üniversitesi
ismailkervankiran@sdu.edu.tr

ÖZET

2010 yılında Avrupa Kültür Başkenti olan İstanbul, Türkiye'nin tarihi, kültürel ve doğal turizm değerleri açısından en zengin turizm merkezlerinden birisi durumundadır. Geçmişten günümüze farklı tarihi ve kültürel uygarlıkların izlerinin görülebildiği, İmparatorlukların başkenti İstanbul; Topkapı Sarayı, Sultanahmet Camii, Süleymaniye Camii, Yerebatan Sarnıcı, Çemberlitaş, Ayasofya, Boğaz ve Adalar gibi hem kültürel hem de doğal zenginlikleri ile her yıl çok sayıda turist çekmektedir. Turizm talebi tahminleri, turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin, ilgili kamu kuruluşlarının ve turizm merkezi yöneticilerinin ileriye yönelik yapacakları planlama çalışmalarına yol gösteren temel göstergelerden birisidir. Başta konaklama, ulaştırma ve seyahat olmak üzere, altyapı hizmetleri ve turistik yatırım projeleri gibi turizm sektörü ile ilgili bütün faaliyetlerin etkili bir şekilde planlanabilmesi için güvenilir ve doğru talep tahminlerine gereksinim duyulmaktadır. Bu çalışmada, Üstel Düzleştirme ve Box-Jenkins yöntemlerinden, verilerin yapısına uygun modeller oluşturulmuş, elde edilen modellerin tahmin başarıları karşılaştırılmış ve en yüksek doğruluğu sağlayan model yardımıyla 2018 ve 2019 yılları için İstanbul iline yönelik aylık dış turizm talebi tahminlerinin yapılması amaçlanmıştır. Çalışmada turizm talebinin ölçüsü olarak sınır kapılarından giriş yapan turist sayıları alınmış ve Ocak 2010 – Nisan 2018 döneminde Atatürk Havalimanı, Sabiha Gökçen Havalimanı, Haydarpaşa Limanı, Pendik Limanı, Tuzla Limanı, Zeytinburnu Limanı, Ambarlı Limanı ve Karaköy Limanı'ndan giriş yapan yabancı uyruklu ziyaretçi sayısı verilerden yararlanılmıştır. Uygun yöntemlerin belirlenebilmesi amacıyla verilerin zaman serisi özellikleri analiz edilerek seriyi etkileyen temel bileşenler incelenmiş ve Üstel Düzleştirme ve Box-Jenkins yöntemlerinden, verilerin yapısına uygun modeller ile geçmişe yönelik aylık turist sayısı tahminleri gerçekleştirilmiştir. Uygulanan yöntemlerden elde edilen tahmin sonuçlarının değerlendirilmesi neticesinde en yüksek tahmin doğruluğunu sağlayan model yardımıyla 2018 ve 2019 yılları için İstanbul iline yönelik aylık dış turizm talebi tahminleri yapılmıştır. Çalışmada, kullanılan modellerin tahmin doğrulukları, "Ortalama Mutlak Yüzde Hata (MAPE)" istatistiği ile değerlendirilmiştir. Üretilen tahminler ile özel sektör ve kamu kesimi tarafından hazırlanan turistik gelişme planları için bir zemin oluşturulması ve turizm sektörü ile ilgili yöneticilerin planlama çalışmaları ve ileriye yönelik karar almalarına destek sağlanması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İstanbul, Turizm Talebi, Tahmin, Modelleme.

MODELING AND ESTIMATION OF FOREIGN TOURISM DEMAND FOR ISTANBUL: A COMPARATIVE STUDY

ABSTRACT

The European Capital of Culture in 2010, Istanbul, is one of the richest tourist destinations in terms of historical, cultural and natural tourism values. Istanbul, the capital city of the empires, where traces of different historical and cultural civilizations can be seen from the past; Topkapi Palace, Sultanahmet Mosque, Süleymaniye Mosque, Yerebatan Cistern, Cemberlitas, Hagia Sophia, Bosphorus and Islands attract a large number of tourists every year with its cultural and natural riches. Tourism demand forecasts are one of the basic indicators that guide the planning activities of the tourism industry, the related public institutions and the tourism destination managers. Reliable and accurate demand forecasts are needed in order to efficiently plan all activities related to the tourism sector such as accommodation, transport and travel, infrastructure services and tourist investment projects. In this study, appropriate models were constructed for the structure of data from Exponential Smoothing and Box-Jenkins methods and prediction results of the models obtained were compared and it was aimed to make monthly foreign tourism demand estimates for Istanbul province for 2018 and 2019 with the help of the model providing the highest accuracy. The number of tourists entering the border gates was taken as a measure of tourism demand in the study and the number of foreign visitors entering from Atatürk Airport, Sabiha Gökçen Airport, Haydarpaşa Port, Pendik Port, Tuzla Port, Zeytinburnu Port, Ambarlı Port and Karaköy Port in the period of January 2010 - April 2018 has been utilized. In order to determine appropriate methods, the time series characteristics of the data were analysed and the basic components affecting the data were examined and the monthly ex-post number of the tourists were estimated from the Exponential Smoothing and Box-Jenkins methods and models appropriate for the structure of the data. Monthly inbound tourism demand forecasts for the provinces of Istanbul for the years of 2018 and 2019 were made with the aid of the model providing the highest estimation accuracy, as a result of evaluating the estimation results obtained from the applied methods. In the study, the forecasting accuracy of the used models was evaluated by the "Mean Absolute Percentage Error (MAPE)" statistic. By producing forecasts it is aimed to create a basis for tourism development plans prepared by the managers from private and public sector and to provide support for administrators' future planning decisions.

Keywords: İstanbul, Tourism Demand, Forecasting, Modeling.

TÜRKİYE'DE İÇ TURİZME YÖNELİK SEYAHATLERİ YENİDEN DÜŞÜNMEK: GELENEKSEL/MODERN İKİLEMİ

Dr. Öğr. Ü. İsmail KERVANKIRAN

Süleyman Demirel Üniversitesi
ikervankiran03@gmail.com

Doç. Dr. Murat ÇUHADAR

Süleyman Demirel Üniversitesi
muratcuhadar@sdu.edu.tr

ÖZET

Türkiye'de Cumhuriyet döneminde hızlanan modernleşme çabaları, 1980 sonrası dönemde yaşanan siyasi, ekonomik ve toplumsal değişimler ve kitle iletişim sistemleri, ulaşım, haberleşme ve teknoloji alanındaki gelişmelerden dolayı turizme yönelik bölgeler arası hareketlilik de artmıştır. Farklı ölçeklerde gerçekleşen bu hareketliliğin ve turizm faaliyetlerinin akışının mekânsal yayılımı, değişimi ve görünümü ile birlikte turist hareketlerinin mekânsal etkileşimi ve ilişkisi turizm coğrafyasının odaklandığı konuları oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı Türkiye'de bölgelerarası seyahat akışının mekânsal yönünü ve ağ örüntüsünü turizm coğrafyası yaklaşımıyla sosyal ağ analizi ile incelemektir. Bunun için çalışmada TÜİK'in 2015 yılına ait Düzey 1 İstatistiki Bölge Birimlerine göre yurt içinde seyahat edenlerin bölgelerden çıkış ve bölgelere varış verileri kullanılmıştır. Bu verilere bakıldığında, Türkiye'de bölgeler arası seyahatlerin amaçları arasında birinci sırada yakınları ziyaret olması ve seyahate çıkanların konaklama türüne göre ise arkadaş ve akraba evi ilk sırada yer alması, ülke içerisindeki turizme yönelik seyahatlerin sosyal ağlar üzerinden gerçekleştiğini göstermektedir. Türkiye'de ekonomik, sosyal, kültürel ve eğitim gibi alanlarda görüldüğü gibi bölgelerarası hareketliliğin ağ yapısında da mekânsal ayrışmanın olduğu görülmektedir. Bununla birlikte Türkiye'de geçmişten günümüze turizme yönelik seyahatlerde önemli bir değişimin yaşandığı, ancak gelişmiş ülkelerinden farklı olarak seyahatlerin motivasyonlarında geleneksel yapıların devam ettiği görülmektedir. Küresel turizm pazarına ve modern turizm sistemine eklenme çabaları içerisinde bulunan Türkiye'nin kendi sınırları içerisindeki seyahatlerde geleneksel formların hala etkisini devam ettirmesi önemli bir tartışma konusudur.

Anahtar Kelimeler: Turizm Coğrafyası, Türkiye, İç Turizm, Mobilite.

RETHINKING DOMESTIC TOURISM MOBILITY IN TURKEY: TRADITIONAL / MODERN DILEMMA

ABSTRACT

The accelerating modernization efforts which increased in the Republican era in Turkey, the political, economic and social changes which incurred in the post-1980 period as well as the developments in the area of mass communication systems, transportation, communication and technology have increased mobility in between tourism areas as well. This movement, which takes place at different scales and the spatial extension of the flow of tourism activities comprise the focal subjects of the changes and outlook together with the spatial interaction of tourist movements and the related tourism geography. The purpose of this

study is to examine the direction of the spatial orientation and network flow pattern of interregional travel in Turkey with a tourism geography approach and the social network analysis approach. Therefore, the departure by those who traveled in the country from the regions and the arrivals to the regions according to Level 1 Statistics Regional Unit of the TUIK for 2015 have been used. This data indicates that visiting relatives ranked first among the purposes of the journeys between regions in Turkey as well as accommodation in the homes of friends and relatives and therefore in country travel for tourism purposes is manifested through social networks. As observed in economic, social, cultural and educational areas in Turkey, spatial segregation is also observed in the inter-regional mobility of the network structure. However, from the past to the present, significant changes in travelling for tourism have incurred in Turkey however unlike developed countries, traditional structures prevail in terms of travel motivation. While Turkey endeavors to be included in the global tourism market and the modern tourism system, the impact of traditional forms prevail in travel within its boundaries which is a subject worthy of debate.

Keywords: Tourism Geography, Turkey, Domestic Tourism, Mobility.

VAN KENTİNİN TARİHİ VE ARKEOLOJİK DEĞERİ VAN KALESİ REKREASYONEL ALAN POTANSİYELİ

Feran AŞUR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
feranekasur@gmail.com

ÖZET

Geçmişin kültürel ve sosyal yapısını, alışkanlıkları ve yaşam tarzını günümüze yansıtan tarihi ve arkeolojik alanlar dikkat çekici alanlardır. Bu nedenle, tarihle ilişkili mekânlar ve yakın çevreleri dahil rekreasyonel alanlar kapsamında özel peyzaj potansiyeline sahiptir. Koruma ve kullanma ilkesiyle ziyarete açılan tarihi mekanlara niteliklerine göre bazen kendisine, bazen çevresine veya her ikisine rekreasyonel fonksiyonlar yüklenir. Bu durumlar ise rekreasyonel ve turizm potansiyelinin analizleri ile ortaya konulmaktadır.

Van Kalesi ve yakın çevresi her yıl birçok yerli ve yabancı turist tarafından ziyaret edilmektedir. Çalışma; Van'da bulunan Van Kalesi ve yakın çevresinin rekreasyonel potansiyelinin belirlenmesi amacı ile yapılmıştır. Van Kalesi, halen arkeolojik kazıları devam eden ve sit alanı statüsünde korunan bir alandır. Hem kazı alanı, hem de çevresindeki doğal ve kültürel özellikler nedeniyle önemli oranda peyzaj potansiyeline sahiptir. Çalışma için yerinde gözlemler gerçekleştirilmiştir ve alan çeşitli değerlendirme kriterleri açısından incelenmiştir. Bu çalışmada sürdürülebilir peyzaj açısından Van Kalesi ve yakın çevresinin rekreasyon değeri Gülez yöntemine dayanarak ön değerlendirmesi yapılmış, planlı yaklaşımlar ve koruma ile gelecekteki rekreasyon potansiyeli değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sit Alanı, Rekreasyon Potansiyeli, Peyzaj Mimarlığı.

THE HISTORICAL AND ARCHEOLOGICAL VALUE OF THE CITY OF VAN: THE POTENTIAL RECREATIONAL AREA OF VAN CITADEL

ABSTRACT

Archeological sites are remarkable locations which reflect the cultural and social structures, habits, and lifestyles of the past to the present day. This is why, together with their historical structures and nearby areas, they contain a special landscape potential in terms of recreational sites. These historical sites are usually opened to the public with the idea of preserving and utilizing them, and henceforth they -sometimes along with their surroundings- are given recreational functions.

These attempts are usually made after recreational and tourism potential analyzes, which this study forms an example of. The Citadel of Van and its surrounding elements are visited by a high number of national and international tourists. This study was conducted in order to determine the recreational potential of the Citadel of Van and its nearby elements. The Van Citadel is considered a preserved area in which the archeological studies are still underway. Both the dig site and the nearby natural and cultural properties give it a significant landscape potential. In-site observations were conducted for this study, and the field was inspected in terms of various evaluation criteria. This study has adopted the Gülez method to evaluate the recreational value of the Van Citadel and nearby elements, after which the future recreational potential of the site was evaluated in light of proposed approach plans.

Keywords: Site Area, Recreation Potential, Landscape Architecture.

KASTAMONU'DAKİ DİNİ MEKÂNLARI ZİYARET EDEN TURİSTLERİN SEYAHAT MOTİVASYONLARI

Doç. Dr. Nuray TÜRKER

Karabük Üniversitesi
nturker@karabuk.edu.tr

Emrullah AKÇA

Kastamonu İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü
akca37@hotmail.com

Öğr. Gör. Mehmet UÇAR

Karabük Üniversitesi
mehmed_ucar47@hotmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı camileri ve evliyaları ile ünlü bir kent olan Kastamonu'da bulunan dini mekanları ziyaret eden turistlerin seyahat motivasyonlarını belirlemektir. Bu amaçla, Şeyh Şaban-ı Veli türbesini ziyaret eden turistler üzerinde bir anket çalışması yürütülmüştür. Şeyh Şaban-ı Veli 16. yüzyılda Kastamonu'da yaşamış olan bir evliyadır. Yapısal bir anket formunun kullanıldığı araştırmada Şubat - Mayıs 2016 tarihleri arasında 441 ziyaretçi ile yüz yüze anket yapılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, Kastamonu'da bulunan dini mekanları ziyaret eden turistlerin en önemli motivasyonlarının Tanrıya yakın olmak, huzurlu olmak, dua etmek, kültürel mekanları ziyaret etmek ve günahlarının bağışlanmasını istemek olduğunu göstermektedir. Diğer yandan; ziyaretçilerin en önemsiz motivasyonunun ise adak adamak olduğu belirlenmiştir. Sonuçlar, ziyaretçilerin Kastamonu'da bulunan dini mekanları sadece dini önemleri nedeniyle değil aynı zamanda tarihi ve kültürel değerleri nedeniyle de ziyaret ettiklerini göstermektedir. Elde edilen sonuçlar Kastamonu'nun bir din turizmi destinasyonu olarak pazarlanması ve tutundurulması açısından önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Din Turizmi, Turist Motivasyonu, Turist Davranışı, Kastamonu, Türkiye.

MOTIVATIONS OF TOURISTS VISITING RELIGIOUS SITES OF KASTAMONU

ABSTRACT

This paper focuses on the tourists' motivations for visiting religious sites in Kastamonu, a religious destination which is famous for its saints and mosques for the Moslem community in Turkey. In order to determine the motivations and characteristics of tourists for religious site visitation, a survey was conducted in the shrine of Şeyh Şaban-ı Veli, where a mystic saint lived in 16th century, using a structured questionnaire between February-May 2016. The sample consisted of 441 visitors. Data analysis included descriptive analysis (Mean Scores). Findings revealed that the main reasons for visitation to religious sites (mosques, shrines of the saints) were making them feel close to the God, feel peaceful, praying, visiting cultural places, and forgivingness for their sins. On the other hand, the reasons with the lowest Mean Scores regarding visitation to religious sites was making a vow. Findings show that religious sites in Kastamonu were not only visited for its religious importance but

also for its historical and cultural values. The findings offer important practical implications for marketing and promotion of Kastamonu as a religious tourism destination.

Keywords: Religious Tourism, Tourist Motivation, Tourist Behaviour, Kastamonu, Turkey.

TURİZM BROŞÜRLERİNDE KADIN İMAJI: SEMİYOTİK BİR ANALİZ

Doç. Dr. Nuray TÜRKER

Karabük Üniversitesi
nturker@karabuk.edu.tr

Meltem TÜRKMEN

Karabük Üniversitesi
mltmturkmen@gmail.com

ÖZET

Turistik ürünlerin tanıtımını sağlayan ve satışını kolaylaştıran turizm broşürleri, turistlerin satın alma kararlarında oldukça etkilidir. Bu broşürlerde sıklıkla kadının imaj ve çekicilik unsuru olarak kullanıldığını görmek mümkündür. Özellikle deniz-kum-güneş turizmini tanıtan broşürlerde deniz, kumsal, havuz, kadın, çıplaklık, aile sıklıkla vurgulanmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı göstergebilimden yararlanılarak turizm broşürlerinde yer alan kadın figürünün Safranbolu'da yaşayan halkın gözünden görsel çözümlemesinin yapılmasıdır. Bu amaçla TUI seyahat acentesinin kataloglarında kullanılan 11 kadın temalı fotoğraf seçilmiştir. Safranbolu'da yaşayan ve kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak seçilen 25 kişiyle yüz yüze görüşme yapılmış ve bu fotoğrafları yorumlamaları istenmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlar, kadının turizm broşürlerinde kullanılmasının görsel olarak güzeli, estetiği, kaliteyi çağrıştırdığını göstermektedir. Bu broşürler, geleneksel cinsiyet rollerinin dışına çıkan, tatil yapan, özgürlüğünün ve bireyselliğinin tadını çıkaran kadını vurgulamaktadır. Broşürlerde yer alan çocuklu aile fotoğrafları kadının aile yaşantısında hem eş olarak hem de anne olarak tüm sorumluluklarını yerine getirdiği şeklinde yorumlanmaktadır. Bununla birlikte, toplum tarafından kadına yüklenen annelik, karılık rollerinin yanı sıra bu broşürler, kadının toplum tarafından cinsel bir simge olarak algılandığını da ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Göstergebilim, Cinsiyet, Kadın, Turizm Broşürleri, Pazarlama.

THE IMAGE OF WOMEN ON TOURISM BROCHURES: A SEMIOTIC ANALYSIS

ABSTRACT

Tourist brochures that promote and facilitate the sale of tourism products are highly influential in tourists' purchasing decisions. It is often seen on these brochures that women are used to attract people's attention. Especially on these brochures that promote sun- sea- sand tourism, sea, beaches, pools, women, nudity, and family are emphasized. The main aim of this study is to make a visual analysis of the female figures in tourism brochures using the semiology. For this purpose, 11 women-themed photographs used in the catalogs of the TUI travel agency were selected. 25 people living in Safranbolu were selected by using convenience sampling method for the interview. A face-to-face interview was made and respondents were asked to interpret the photographs. The results show that respondents perceive the tourism brochures where the image of women used as beauty, aesthetic, and quality. These brochures also show the women image as straying from traditional gender roles, going vacation, enjoying her freedom and individualistic life. The photographs of the families with children are interpreted as the fact that the woman fulfills

all her responsibilities both as a partner and as a mother in her family life. However, in addition to maternity and spouse roles that is imposed on women by society, these brochures also reveal that women are perceived as sexual symbols by the society.

Keywords: Semiology, Gender, Female, Tourism Brochures, Marketing.

ORTA TOROSLARDA YAŞAYAN YÖRÜKLERİN ETNİK TURİZM KAPSAMINDA İNCELENMESİ

Doç. Dr. Nuray TÜRKER

Karabük Üniversitesi - nturker@karabuk.edu.tr

Esra CAYMAZ

Karabük Üniversitesi - esracaymaz33@gmail.com

ÖZET

Farklı etnik kökenden insanların yaşadığı Türkiye çok zengin bir kültürel mozaığe sahiptir. Bu bağlamda bu zenginlikten turizm amaçlı olarak yararlanılması hem turizm türlerinin çeşitlenmesine hem de bölgesel kalkınmışlık farklılıklarının giderilmesine ve turizm pazarından alınan payın arttırılmasına katkı sağlayacaktır. Turistlerin kültürel ve doğal alanlara yönelik olarak değişen tatil tercihleri de dikkate alındığında daha çok şey öğrenmek, yerel kültürü deneyimlemek, turizm faaliyetlerine aktif olarak katılmak isteyen turistlerin etnik turizm yoluyla kendilerini zenginleştirebilecekleri görülmektedir. Etnik turizm, turistlerin kültürlerinden ve yaşam biçimlerinden farklı olan otantikliği bozulmamış küçük grupların kültürlerini deneyimlemek için yapmış oldukları seyahatlerdir. Bu çalışmanın amacı, Akdeniz Bölgesinde, Orta Toroslarda bozulmamış yaşam biçimleriyle varlıklarını halen sürdüren Yörüklerin ve Yörük kültürünün etnik turizm potansiyelini ortaya koymaktır. Çalışmada Yörük halkının, yaşam biçimi, mutfak kültürü, gelenek ve görenekleri ayrıntılı olarak incelenmiştir. Bu çalışmada ilgili yazından derlenen bilgilerin yanı sıra arazi çalışmasından elde edilen gözlemler ve Silifke civarında konargöçer olarak yaşamakta olan 12 Yörük ile yapılan yüz yüze görüşmelerden elde edilen bilgiler kullanılarak Yörük kültürü ortaya konmaya çalışılmış; bu etnik kültürden etnik turizm amacıyla yararlanılması ve Akdeniz Bölgesinde etnik turizmin geliştirilmesi ile ilgili öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Etnik turizm, Yörükler, Orta Toroslar, Kültür.

EXAMINATION OF YURUKS LIVING IN THE CENTRAL TAURUS MOUNTAINS IN THE CONTEXT OF ETHNIC TOURISM

ABSTRACT

Turkey, where people from different ethnic backgrounds live, is a country of rich cultural mosaic. In this context, benefiting from this rich culture for tourism industry will contribute to the diversification of tourism types as well as to the elimination of regional development differences and to increase the share of tourism market. Taking into consideration the changing travel preferences of tourists towards cultural and natural areas, it is seen that tourists who want to learn more, experience local culture, actively participate in tourism activities can enrich themselves through ethnic tourism. Ethnic tourism is a trip which is made to experience the cultures of indigenous communities, that are different from the cultures and lifestyles of tourists. The aim of this study is to examine the ethnic tourism potential of the Yuruk community living in the Central Taurus Mountains in Mediterranean Region and sustaining their pristine lifestyles. In the study, the lifestyle, culinary culture, and traditions of the Yuruk community were examined extensively. In order to discover the Yuruk culture, information gathered from the literature as well as the observations

obtained from the field study and the information collected from the face-to-face interviews made with 12 nomads living in the vicinity of Silifke were used. Besides, suggestions were made for the development of ethnic tourism in the Mediterranean region.

Keywords: Ethnic tourism, Yuruks, Central Taurus Mountains, Culture.

KOSGEB DESTEKLERİNİN VAN İLİNDEKİ KADIN GİRİŞİMCİLERİN TURİZM ALANINDAKİ FAALİYETLERİNE KATKILARI

Dr. Öğr. Ü. Ercan DEMİR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ercandemir@yyu.edu.tr

ÖZET

Bölgesel gelişmişlik farklarının giderilmesindeki rolleri, istihdama olan katkıları, büyük şirketlere nazaran ekonomik krizlerden az hasarla sıyrılabilme özellikleri nedenleriyle küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ) ülke ekonomilerinde önemli bir yere sahiptirler. Toplumsal cinsiyetin gölgesinde kendine yer edinmeyi öğrenen kadın, son zamanlarda ticari faaliyetlerde de başarıyı yakalamıştır. Son dönemlerde etkin şekilde ekonomide varlığını göstermeye başlayan kadın, girişimcilik alanında da kendinden söz ettirmeyi başarmıştır. Geçmişte evinde çocuk büyüten, yalnızca evinin kadını olan kadınlar, günümüzde istihdama olanak sağlayarak, ekonomiye katkı sağlar konuma gelmiştir. Nitel veri toplama yöntemlerinden internete dayalı doküman analizi tekniğinin kullanıldığı bu çalışmanın amacı, KOSGEB desteklerinin yıllar itibarıyla Van kadın girişimcilerin turizm alanındaki faaliyetlerine katkılarının detaylı bir şekilde incelenmesidir. Toplanan veriler içerik analizi tekniğiyle analiz edilecektir. Böylelikle Van ilindeki kadın girişimcilerin sağladıkları desteklerin turizm faaliyetlerine katkıları incelenmiş olunacak. 2013/2017 yılları baz alınarak yapılan araştırmalar sonucu KOSGEB den destek alan kadın girişimcilere bakıldığında 2013 yılında 15 kadın girişimci destek alırken 2017 yılında 128 kadın girişimcinin destekten faydalandığı görülmüştür. Aynı şekilde 2013 yılında 2 kadın girişimci konaklama işletmeciliği alanında destekten faydalanırken 2017 yılında 25 kadın girişimcinin konaklama işletmeciliği alanında KOSGEB desteğinden faydalandığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: KOSGEB, Girişimcilik, Kadın Girişimci, Turizmde Kadın, Konaklama İşletmeciliği.

CONTRIBUTIONS OF KOSGEB SUPPORT TO VAN COUNTRY, WOMEN ENTREPRENEURS OF VAN PROVINCE AND ACTIVITIES OF WOMEN ENTREPRENEURS IN TOURISM

ABSTRACT

Small and medium-sized enterprises (KOBİ) have an important place in the country's economy because of their role in eliminating regional development disparities, their contributions to employment, and their ability to survive with little damage from economic crises as compared to large corporations. The woman who learns to occupy itself in the shadow of gender has recently caught on with success in commercial activities. The woman, who has recently started to show the existence of the economy in an effective way, has also been making himself known in the field of entrepreneurship. In the past, women who are the only women in the household who raise children at home are now able to contribute to the economy by providing employment opportunities.

Keywords: KOSGEB, Entrepreneurship, Women Entrepreneur, Women in Tourism, Accommodation Management.

KIRSAL TURİZİMDE YÖRESEL ÜRÜNLERİN ROLÜ: BEYPAZARI ÖRNEĞİ

Arş. Gör. Dr. Aykut ŞİMŞEK

Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi - aykut.simsek@atauni.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Salih YILDIZ

Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi - salih.yildiz@atauni.edu.tr

ÖZET

Turizm, genelde istihdam yaratmak ve yaşam standartlarını yükseltmek için balıkçılık ve çiftçilik gibi geleneksel işlerin düşüşte olduğu yörelere katkı sağlamaktadır. Yörenin sahip olduğu kültürel, doğal, tarihi ve tarımsal kaynakların verimli bir şekilde kullanılmasıyla kırsal turizmin kırsal kalkınmaya etkisi daha fazla olacaktır. Bu kapsamda yörenin kültürüyle yakından ilgili olan yöresel ürünlerin kırsal turizm kapsamında kırsal kalkınmaya olan etkisini belirlemek bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Belirlenen amaç doğrultusunda konuyla ilgili literatür taraması yapılmış, sayısal verilere ulaşılmış ve ilgili kamu kurum ve kuruluşlarıyla iletişime geçilmiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda Beypazarı Kuru, Beypazarı Havucu, Beypazarı Havuçlu Lokumu, cevizli sucuk, Beypazarı Tarhanası, Beypazarı Baklavası, yaprak sarması, höşmelim tatlısı gibi yöresel ürünlerin bölgenin kalkınmasında önemli bir role sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yöredeki Ticarileştirme Değeri en yüksek ürünün Beypazarı Kuru olduğu görülmüştür. Un, süt, tereyağı ile yapılan kurunun en önemli özelliği dayanıklılığını bir yıl muhafaza etmesidir. Havuç ve 80 kat ince yufkadan yapılan baklavanın da kuruyu takip ettiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Beypazarı, Kırsal Kalkınma, Kırsal Turizm, Yöresel Ürün.

THE ROLE OF LOCAL PRODUCTS IN RURAL TOURISM: SAMPLE OF BEYPAZARI

ABSTRACT

Tourism generally contributes to the regions where traditional jobs such as fishing and farming are declining in order to create employment and raise living standards. With the efficient use of cultural, natural, historical and agricultural resources of the region, the impact of rural tourism on rural development will be greater. In this context, the aim of this study is to determine the effect of local products, which are closely related to culture in the region, to rural development in the context of rural tourism. In the direction of the determined purpose, the relevant literature was searched, the numerical data was obtained and communication with the related public institutions was made. As a result of the researches, it has been determined that local products such as Beypazarı Kuru, Beypazarı Carrot, Beypazarı Carrot Delight, walnut sausage, Beypazarı Tarhanası, Beypazarı Baklavası, stuffed vine-leaves and höşmelim have an important role in the development of the region. Moreover, it was seen that the Commercialization Value in the region was Beypazarı Kuru which is the highest product. The most important feature of kuru which made with flour, milk and butter is that it keeps its durability for one year.

Keywords: Beypazarı, Rural Development, Rural Tourism, Local Product.

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE MİSAFİRLERİN ALGILADIKLARI HİZMET KALİTESİNİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE FARKLILIKLARI

Dr. Öğr. Ü. İrfan MISIRLI

Kastamonu Üniversitesi - irfanmisirli@gmail.com

Mustafa Taylan DAĞISTAN

Kastamonu Üniversitesi - t.dagistan@windowslive.com

ÖZET

Küreselleşmeyle birlikte birçok sektörde yaşanan yoğun rekabet, turizm sektöründe de kendini göstermiştir. Yaşanan rekabet durumu turizm işletmelerinin verdiği hizmet kalitesini arttırmasına ve rakiplerinin bir adım önüne geçmeye teşvik etmiştir. Turizm sektörünün en önemli parçalarından birisi olan konaklama işletmelerinin, artan rekabet koşulları karşısında hayatta kalabilmelerinin yolu müşterilere sunduğu ürün ve hizmetlerin, müşterilerin istek ve beklentilerini karşılayabilmesine bağlıdır. Konuklara sunulan ürün ve hizmetlerin, konukların istek ve beklentilerini karşılayamaması durumunda oluşan tatminsizlik çoğu zaman konukların, konaklama işletmesini tekrar tercih etmemesiyle sonuçlanmaktadır. Bu noktada müşterilerin beklentilerini ve algıladıkları hizmet kalitesini belirli yöntemlerle ölçmek konaklama işletmeleri için önem arz etmektedir. Böylelikle doğru stratejiler geliştirilebilir ve işletmeye sadık müşteriler oluşturulabilir. Bu çalışmada Muğla ilinde var olan konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin algıladıkları hizmet kalitesinin demografik özelliklerine göre farklılıklarının saptanması amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında bir anket formu hazırlanacak ve 20 Haziran 2018- 20 Temmuz 2018 tarihleri arasında kolayda örnekleme yöntemiyle seçilecek otellerde, 400 kişiye yüz yüze anket uygulanacaktır. Elde edilecek veriler SPSS paket programı ile analiz edilerek, faktör analizi ve farklılık testleri uygulanacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Algılanan Hizmet Kalitesi, Konaklama İşletmeleri.

DIFFERENCES BETWEEN THE PERCEIVED QUALITY OF SERVICE IN HOSPITALITY ESTABLISMENTS ACCORDING TO DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF THE GUEST

ABSTRACT

The intense competition in many sectors with globalization has also influenced the tourism sector. Competition has encouraged tourism companies to improve the quality of their guest services and to take their competitors one step ahead. One of the most important parts of the tourism industry is that the hospitality businesses survive in the face of increasing competition conditions depend on the products and services offered by the hotel guests in the way of meeting the demands and expectations of the guests. If the products and services offered to the guests if not meet the guests' requests and expectations, the result of dissatisfaction may occur and the guest are not choosing that accommodation establishment again. Measuring customer expectations and perceived service quality at this point is important for customer relation management. In this way, the right strategies can be developed and loyalty customers can be created. In this study, it was aimed to determine the differences of the service quality of the residents staying in the

accommodation enterprises existing in the Muğla province according to the demographic characteristics. Within the scope of the study, a questionnaire form is prepared and a face-to-face survey of 400 persons will be conducted in the hotels that will be easy selected by sampling between 20 June 2018 and 20 July 2018. The obtained data will be analyzed with SPSS package program and factor analysis and difference tests will be applied.

Keywords: Tourism, Perceived Service Quality, Accommodation Operations.

ALTERNATİF TURİZM TÜRLERİ ÇEŞİTLENDİRME ÖRNEĞİ(GLAMPİNGTURİZM): KATRANCI KOYU KAMP VE KARAVAN TURİZMİ

Prof. Dr. Saliha KODAY

Atatürk Üniversitesi
skoday@atauni.edu.tr

Arş. Gör. Yusuf KIZILKAN

Atatürk Üniversitesi
yusuf.kizilkan@atauni.edu.tr

Oğuzhan GÜRGEN

Atatürk Üniversitesi
oguzhan.gurgen@ogr.atauni.edu.tr

Doç. Dr. Günay KAYA

Atatürk Üniversitesi
gkaya@atauni.edu.tr

ÖZET

Ülkemizde kitle turizm olanaklarının büyük ölçüde çekiciliğini yitirmesi ve çeşitli alternatif turizm arayışlarının yoğunlaşması ile birlikte, farklı turizm türleri ön plana çıkmaya başlamıştır. Türkiye’de alternatif turizm faaliyetleri içinde yeni tanımlanmaya başlanan glamping turizm, birçok bireysel turizm faaliyetini gerçekleştirmek isteyen turistlerin ilgisini çekmektedir. Muğla ili Fethiye ilçesinde yer alan Katrancı koyu da, bireysel turizm faaliyetlerin yoğunlaştığı, sosyal çevre, lüks yaşam ve doğal ortam ilişkisi kapsamında değerlendirilen 3s turizmi fırsatlarının yıl boyu faaliyette bulunduğu kıyı turizm alanlarından biridir. Alternatif turizm temeline dayanan ve alanda glamping faaliyetlerinin gelişmesine katkı sağlayan olanakları da içinde barındıran çalışma sahası, kamp ve karavan turizmi açısından son yıllarda ön plana çıkmaktadır. Araştırma sahasını oluşturan Katrancı koyu, 2001 yılında 208,68 dekar alanıyla tabiat parkı ilan edilmiş ve her geçen yıl artan misafir sayısı ile ulusal ölçekte önem kazanmaya başlamıştır. Özellikle glamping faaliyetlerine uygun bir alan olması nedeniyle dikkat çeken Katrancı koyunda farkındalığı artırmak için, yerli ve yabancı turistlerle yapılan mülakat ve anketlerle alandaki olanaklar ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda hâlihazırda kullanımına devam edilen alandaki sosyal tesislerin nitelikleri incelenmiş, alanda yer alan ve bir lüks yaşam karakteri barındıran kamp ve karavan turizmi gelişimi araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Glamping, Kamp ve Karavan Turizmi, Fethiye, Katrancı Koyu.

ALTERNATIVE TOURISM TYPES DIVERSIFICATION EXAMPLE (GLAMPING TOURISM): KATRANCI BAY CAMP AND TRAILER TOURISM

ABSTRACT

In our country, since mass tourism has lost its attraction to a large extent and various alternative tourism quests have intensified, different tourism types have begun to stand

above the others. Glamping tourism, which has recently been identified among alternative tourism activities, draws the attention of many tourists who tend to individual tourism activities. Katrancı Bay, located in Fethiye district in Muğla province, is one of the coastal tourism areas, where 3s tourism opportunities are available throughout the year, comprising the social environment, luxurious life, and natural settings. The research area, which is based on alternative tourism and which includes opportunities contributing to the development of glamping activities in the area, has stood above the others in recent years concerning camp and trailer tourism. The area of this research, Katrancı Bay, with its 208,68 decare land, was announced as a natural park in 2001 and since then, with its increasing number of guests, it has gained importance in national level. In order to increase the awareness for Katrancı, which draws attention since it is an available area for particularly glamping activities, the opportunities of the area are attempted to be revealed via interviews and surveys with domestic and foreign tourists. In this context, the qualifications of the recreational facilities were examined in the area, which is still in use, and the development of camp and trailer tourism was investigated, which incorporates the characteristics of a luxurious life in the area.

Keywords: Glamping, Camp and Trailer Tourism, Fethiye, Katrancı Bay.

KIRSAL TURİZMİN BİR TAMAMLAYICISI OLARAK GASTRONOMİK LEZZETLERİN YANSIMALARI: VAN İLİ ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Öznur YEKSAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
oznuryeksan@yyu.edu.tr

ÖZET

Doğal çevre, kırsal kültür, doğa ve tarımla bütünleşen ayrıca diğer turizm türleri ile kolaylıkla entegre olabilen kırsal turizm, doğal çevre ve kültürel mirasın da korunmasına destek olan ve her mevsim yapılabilen gündemdeki bir turizm çeşitidir. Öte yandan, ana teması özel bir yemeğin tadımını veya bir yemeğin üretim aşamalarını görmek amacıyla, yöresel veya kırsal alanları, yiyecek üreticilerini, restoranları, yemek festivallerini ve özel alanları ziyaret edilerek gerçekleşen gastronomi turizmi, kırsal alanlara düzenlenen turizm hareketinin tamamlayıcısı olarak ta karşımıza çıkabilmektedir. Bir bölge ve yörenin kültürünün oluşumuna katkı sağlayan önemli olgulardan birinin yemek olduğu vurgusundan yola çıktığında gastronomik değerlerin o bölge ve yöre için bir farkındalık, turistik çekicilik yaratabileceğini ve bazı turist profilleri için de tatil tercihlerinde önemli bir rol üstlenebileceğini söylemek mümkündür. Bu çalışmada gastronomi turizmi kırsal turizmin bir tamamlayıcısı kapsamında teorik açıdan ele alınmıştır. Kırsal turizm çerçevesinde incelenen gastronomi turizminin bölgesel ve yöresel unsurlarını oluşturan Ayranışı (Devin) ve Keledoş lezzetleri üzerinde bir değerlendirme yapılmıştır. Van Bölgesi için gastronomi turizminin kırsal turizme katkısının artırılarak turistik çekiciliğinin farkındalığı için önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kırsal Turizm, Gastronomik Lezzetler, Ayranışı, Keledoş.

THE REFLECTIONS OF GASTRONOMIC TASTES AS A COMPLETE RURAL TOURISM: AN EXAMPLE OF VAN PROVINCE

ABSTRACT

Rural tourism, which integrates with the natural environment, rural culture, nature and agriculture and can easily integrate with other tourism types, is a kind of tourism on the agenda that supports the preservation of the natural environment and cultural heritage and can be done every season. On the other hand, gastronomy tourism, which is a visit to local or rural areas, food producers, restaurants, food festivals and special areas, is complementary to the tourism movement in rural areas, with the main theme being to taste a special meal or to see the production stages of a meal. It is possible to say that gastronomic values can create an awareness, tourist attractions for that region and play an important role in holiday preferences for some tourist profiles when emphasizing that one of the important events contributing to the formation of a region is the food. In this study, gastronomy tourism is considered from the theoretical point of view as a complement of rural tourism. An evaluation was made on Ayranışı (Devin) and Keledoş tastes which constitute the regional and local elements of gastronomy tourism examined in the context of rural tourism. For Van province, the contribution of gastronomy tourism to rural tourism has been increased, and recommendations have been made for awareness of the tourist attractions.

Keywords: Rural Tourism, Gastronomic Tastes, Ayranışı, Keledoş.

POTANSİYEL YAMAÇ PARAŞÜTÜ SAHALARININ CBS TABANLI ANALİTİK HİYERARŞİ YÖNTEMİ İLE BELİRLENMESİ

Dr. Öğr. Ü. Çağdaş KUŞÇU ŞİMŞEK

Cumhuriyet Üniversitesi
cagdas.kuscu@gmail.com

Doç. Dr. Tarık TÜRK

Cumhuriyet Üniversitesi
tarikturk@gmail.com

Halime ÖDÜL

Cumhuriyet Üniversitesi
halimeodul2@gmail.com

ÖZET

Günümüzde, kentte yaşayan insanlar, mevcut yaşam koşulları ve etkilerine bağlı olarak, stresten uzak kalma fırsatı bulduklarında şehirden uzaklaşma ve doğa ile bütünleşme eğilimindedirler. Bu durum, doğa turizmi ve doğa sporlarına olan ilginin her geçen gün artmasına neden olmaktadır. Alternatif doğa sporlarından biri olan ve adrenalini tutkunlarına hitap eden yamaç paraşütü, riski nedeniyle, güvenli bir uçuş için “ne zaman ve nerede” sorularına doğru cevabı aramaktadır. Bu nedenle, meteorolojik koşulların önemi ile bağlantılı olarak, spor alanlarının yer seçimi de büyük önem taşımaktadır. Ancak, çok fazla ölçüt gerektiren yamaç paraşütü sahalarının belirlenmesi gözlemsel ve deneysel tekniklerle yapılmaktadır. Bu da, potansiyeli bulunan bir çok sahanın gözden kaçırılmasına neden olmaktadır. Bu çalışmada, en uygun yamaç paraşütü alanları seçiminde AHP (Analytic Hierarchy Process) yöntemi kullanılmıştır. Bu model, il sınırı gibi geniş bir alanda belirlenen kriterlere uygun olarak, potansiyel uçuş sahalarının kısa sürede, düşük maliyetle ve bilimsel olarak belirlenmesi için oluşturulmuştur. Model kriterleri, uluslararası teknik şartlar ve deneyimli pilotun uzman görüşü alınarak belirlenmiştir. Çalışmada, kolay ve orta seviye uçuş kriterlerinin tanımlanmasında uluslararası koşullar kullanılırken, zor seviye uçuş kriterleri deneyimli uçuş pilotunun rehberliğinde belirlenmiştir. Bu alanların uygunluğu deneyimli yamaç paraşütü pilotu tarafından yapılmış olan uçuş testleri ile kontrol edilmiş ve potansiyel yamaç paraşütü turizmi alanları olarak önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Analitik Hiyerarşi Yöntemi, CBS, Yamaç Paraşütü, Mekansal Analiz, Doğa Turizmi.

DETERMINATION OF POTENTIAL PARAGLIDING FIELDS WITH ANALYTIC HIERARCHY PROCESS BASED ON GIS TECHNIQUES

ABSTRACT

Nowadays, people living in the city tend to get away from the city and integrate with nature when they find the opportunity to keep away from stress depending on their current living conditions and their effects. This situation is increasing the interest in nature tourism and orientation to nature sports with each passing day. As one of the alternative nature sports is the paragliding which appeals to the adrenaline junkies; for a safe flight, it seeks to the

right answers of the "when and where" questions, due to the risk of this sport. So, in conjunction with the importance of meteorological conditions, the selection of locations of sports fields are also of great importance. However, the determination of the paragliding fields which requires a lot of criteria is made by observational and experimental techniques. So, this causes to escape the attention of most of the potential fields. In this study, the AHP (Analytic Hierarchy Process) based on GIS (Geographic Information System) method was used to select the most suitable paragliding fields' selection. This model has been created for a short-term, low-cost and scientific determination of potential flying fields in accordance with the criteria specified in a wide area such as the provincial border. Model criteria were decided by the help of international technical requirements for flying and the expert opinion of the experienced pilot. In this study, while international conditions were used for the definition of easy and moderate level flying criteria, the difficult level flying criteria were defined in the guidance of the experienced flight pilot. The suitability of these fields was checked with the flight tests performed in company with the experienced paragliding pilot, and they were proposed as potential paragliding tourism areas.

Keywords: Analytic Hierarchy Process, GIS, Paragliding, Spatial Analysis, Nature Tourism.

MÜŞTERİLERİN HAVAYOLU REZERVASYON SİTELERİNİ KULLANMA NİYETLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İNCELENMESİ

Öğr. Gör. Dr. Abdullah EREN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
abdullaheren@yyu.edu.tr

Prof. Dr. Muhammet Dursun KAYA

Atatürk Üniversitesi
dursun@atauni.edu.tr

ÖZET

Bilişim sistemleri ve internet teknolojilerinin kullanımı artık sosyal yaşamın vazgeçilmez parçaları haline gelmiştir. Özellikle internet siteleri ve mobil uygulamalar ile insanlar, birçok ihtiyaçlarını etkin bir şekilde elde etme imkanlarına kavuşmuşlardır. Turizm sektöründe ve özellikle seyahatlerin planlanması aşamasında online web siteleri günümüzde en çok tercih edilen internet teknolojileri arasındadır. Bu bağlamda havayolu online rezervasyon ve bilet alım işlemleri için kullanıcılar online web sitelerini tercih etmektedirler. Kullanıcıların bu web sitelerini kullanma niyetlerinin belirlenmesi ve bu siteleri kullanmayı etkileyen faktörlerin belirlenmesi adına ampirik bir çalışma yürütülmüştür. Bu çalışmada havayolu web siteleri üzerinden işlem yapan kullanıcılar üzerinde Teknoloji Kabul Modeli çerçevesinde bir anket çalışması yapılmıştır. Bu araştırmada kullanıcıların web sitelerini kullanma niyetlerini belirleme adına kullanım kolaylığı, kullanılabilirlik, sistem kalitesi, uygunluk, algılanan güven ve kişisel normlar faktörleri ele alınarak yapılar arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu araştırmanın analizinde yapısal eşitlik modeli tercih edilerek ilişkiler belirlenmiştir. Araştırma sonucunda kullanım kolaylığı ve kullanılabilirliğin web sitelerini kullanma niyetini etkilediği görülmüştür. Ayrıca sistem kalitesi ve uygunluğunda kullanım kolaylığı ve kullanılabilirlik üzerinde etkilerinin olduğu gözlenmiştir. Kişisel normların ise diğer yapılar üzerinde herhangi bir etkisine rastlanmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Web Siteleri, Online Rezervasyon.

DETERMINATION OF FACTORS AFFECTING CUSTOMERS' INTENTION TO USE THE AIRLINE BOOKING SITES

ABSTRACT

The use of information systems and internet technologies has now become indispensable parts of social life. Especially with internet sites and mobile applications, people have gotten the opportunity to get many needs efficiently. Online web sites are among the most preferred internet technologies in the tourism sector and especially in the planning stages of travel. In this context, users prefer online web sites for airline online bookings and ticket purchases. An empirical study has been conducted to determine the intentions of users to use these websites and to determine the factors that affect their use. In this study, a survey research was carried out in the framework of the Technology Acceptance Model on users who operate through airline websites. In this study, the relationships among the constructs were investigated in terms of ease of use, usefulness, system quality, compatibility, perceived trust and subjective norms factors in order to determine users intention to use

web sites. In the analysis of this research, structural equation model was preferred and relations were determined. As a result of the research, ease of use and usefulness have been found to influence the intention to use the web sites. It has also been observed that system quality and compatibility have an effect on ease of use and usefulness. It has been observed that subjective norms have not any effect on other structures.

Keywords: Tourism, Web Sites, Online Booking.

VAN GÖLÜ DALIŞ TURİZMİNDE MEVCUT DURUM, SORUNLAR VE GELİŞTİRİLMESİNE YÖNELİK ÖNERİLER

İkbal AVCI

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
avcikbal@gmail.com

Dr. Öğr. Ü. Emine CİHANGİR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
eccihangir@gamil.com

ÖZET

Günümüzde yaşam tarzları, beklentileri, anlayışları, tercihleri farklılaşmış ziyaretçilerin alternatif turizm faaliyetlerini deneyimleme istekleri bu faaliyetlerin çeşitlenmesine, özgünleşmesine olanak sağlamaktadır. Bu anlamda sualtı dalış turizmi dünyada olduğu gibi ülkemizde de yıllar içerisinde önemli bir alternatif turizm faaliyeti olarak yer edinmiştir. Üç tarafı denizlerle çevrili bir ada ülkesinin avantajı ile Türkiye bir uzun kıyı şeridinde sahip olmasının yanı sıra farklı özellik ve büyüklüklerde pek çok göle de sahiptir. Türkiye'nin kıyı şeridinde bulunan Kaş, Fethiye, Bodrum, Marmaris, Kuşadası ve Ayvalık, Kalkan, Tekirova, Saroz, Sivriada gibi pek çok kıyı destinasyonun bu anlamda önemli cazibe merkezi olduğu görülmektedir. Ancak görüleceği gibi bu destinasyonlar arasında göllerimiz yer almamaktadır. Bu çalışmada, ülkemizin en büyük gölü olan aynı zamanda dünyanın da en büyük sodalı gölü olan Van gölünün dalış turizmi açısından bugün bulunduğu durum ortaya konulmaya çalışılacaktır. Çalışmanın amacı, dünyanın en büyük mikrobiyalitlerine de sahip olduğu belirtilen Van Gölünün dalış turizmine kazandırılabilmesi ve gelecekte önemli destinasyonlardan biri olabilmesi için hâlihazırda var olan sorunlarının belirlenerek bu sorunlara yönelik çözüm önerilerini tartışmaktır. Çalışma, nitel araştırma dizaynı çerçevesinde, Van Gölünde ve Türkiye'nin farklı destinasyonlarda dalış yapan 20 kişi ile yapılandırılmış anket ile yüz yüze mülakat yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler kayıt altına alınarak elde edilen veriler çözümlenmiştir. Çalışmanın ön bulgularına göre; görüşmecilerin vurgu yaptıkları en önemli sorunlardan birisi yetersiz pazarlama faaliyetleridir. Yetersiz tanıtımın yanı sıra bölgeye özgü güvenlik sorunları konusunda yaratılan yanlış algı önemli bir sorun olarak görülmektedir. Ayrıca yetersiz altyapı, ulaşım ve kurumlararası bütünsel bakış eksikliği sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Çözüm önerileri noktasında ise bu eksikliklerin giderilmesi ve önemli görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sualtı Dalış Turizmi, Özel ilgi turizmi, Alternatif Turizm, Mikrobiyalitler, Türkiye-Van Gölü.

SCUBA DIVING TOURISM IN VAN LAKE: CURRENT STATUS, PROBLEMS AND RECOMMENDATIONS FOR THE FUTURE DEVELOPMENT

ABSTRACT

Today, the desire to experience alternative lifestyles, anticipations, insights, preferences and alternative tourism activities allows the diversification of these activities to be unique. In this sense, underwater diving tourism has become an important alternative tourism activity in our country as it is in the world. Three sides of Turkey as well as having a long

coastline with the advantage of an island nation surrounded by the sea on different features and sizes and also has many lakes. Turkey's coastline is located in Kas, Fethiye, Bodrum, Marmaris, Kuşadası and Ayvalık Shield, Tekirova, Saros that many coastal destinations such as Sivriada is seen as an important center of attraction in this sense. However, as we can see, there are no lakes among these destinations. In this study, Van Lake, which is the 3rd biggest lake in the world and being the one in the country, will try to put the present situation in terms of diving tourism. The aim of the study is to determine the current problems of Van Lake, which is said to have the largest microbialites of the world, and to be able to become one of the important destinations in the future and discuss the suggestions for solutions to these problems. Working within the framework of qualitative research design, 20 people having experience in diving different destinations of the country (including Van lake) were invited to the semi-structured interviews with face to face method. Conversations were recorded and the data obtained were transcribed. According to the findings of the study; one of the most important issues that interviewers emphasize is inadequate marketing activities. In addition to poor publicity, misperceptions about regional security issues are seen as a major problem. In addition, inadequate infrastructure, transportation and lack of a holistic view of the institutions arise as a problem. It is important to overcome these deficiencies at the point of solution proposal.

Keywords: Scuba diving tourism, special interest tourism, alternative tourism, microbialites Turkey-Van Lake.

DESTINATION BRAND PERSONALITY OF TURKEY AS A TRAVEL DESTINATION

Ali Selcuk CAN

University of Portsmouth (İngiltere)
ali.can@myport.ac.uk

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Yuzuncu Yil University
alaeddinoglu@yyu.edu.tr

Dr. Ewa FERENS

Warsaw University (Polonya)
ewa_ferens@sggw.pl

ABSTRACT

The aim of this paper is to explore tourists' perceptions of Turkey as a destination for travel. Tourists attribute brand personality characteristics to tourist destinations. Accordingly, applying destination personality traits that reflect current and potential tourists' perception about destinations is increasing in importance in the context of destination marketing. The questionnaire sample was chosen among international tourists, who visited Turkey in the period December 2015 to September 2016. In total, 346 participants completed the survey. The findings of the research indicate that the perceived destination personality of Turkey is two dimensional: sincerity and competence; as well as sophistication and ruggedness. Whilst destination personality traits do not differ according to gender, they do statistically differ in terms of age group and nationality. Theoretical and practical implications as well as future research perspectives are discussed at the end of the paper.

Keywords: Destination Image, Brand Personality, Destination Marketing, Turkey.

EFFECTS OF TOURISM EXPERIENCE ON CUSTOMER SATISFACTION IN A CULTURAL DESTINATION: EVIDENCE FROM DIYARBAKIR, TURKEY

Mahmut ÜSTÜNER

Batman Üniversitesi
mahmutustuner@gmail.com

Dr. Öğr. Ü. Feridun DUMAN

Batman Üniversitesi
feridun.duman@batman.edu.tr

ABSTRACT

This study aims to find out the service quality of cultural tourism experience perceived by culturally oriented tourists on their satisfaction. Given the importance of the aspect of service quality in cultural tourism, this study specifically addresses this gap in the literature by investigating tourists' satisfaction on cultural tourism. This study further examines the relationships between perceived value, appraisal emotion and customer satisfaction. A questionnaire technique is applied to collect data in Diyarbakir, Turkey. The data is analysed through regression and correlation analyses. The results are presented regarding the effects of the service quality on perceived value, appraisal emotion and customer satisfaction. This study summarizes the findings and offers some interesting implications for practitioners and researchers.

Keywords: Cultural Tourism Destination, Satisfaction, Service Quality.

THE ROLE OF TOURISM IN RURAL DEVELOPMENT

Dr. Öğr. Ü. Hassan AHMADZADEH

Islamic Azad University (Iran)
hahmadzadehgis@gmail.com

Elaleh NOURI

Tabriz University (Iran)
elnoori966@yahoo.com

ABSTRACT

One of the outcomes of the modern technology and management is producing extra time as well as leisure time. Filling leisure time leads to an economic activity and tourism is one of the important activities of today's human that can fill a great amount of leisure time. In spite of having improvable places and potentialities in different sorts of tourism such as recreational, health, geo-tourism, eco-tourism and ..., indeed rural region could not benefit from these features in order to improve its tourism-developing aims. Apart from the dominating policies in country's tourism, this event results from the weaknesses in physical spaces and the essential infrastructures. In addition to extending infrastructures and economical nourishment, tourism development can also create new jobs and cause reverse migration. This is an important step in social justice and sustainable development. Generally, supporting the original tourism areas and rural tourists can create different and appropriate job opportunities, increase national income, boost the level of social welfare and develop sustainable tourism in rural areas.

Keywords: Rural Tourism, Sustainable Tourism, Social Justice, Rural Development.

BRANDING CITIES IN THE UK: THE CASES OF CAMBRIDGE AND OXFORD

Dr. Shabnam Delfan Azari

Milton Keynes, Buckinghamshire (İngiltere)
shdelfan@gmail.com

Dr. Öğr. Ü. Mehmet ŞEREMET

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
mseremet@hotmail.co.uk

ABSTRACT

Branding of the cities is an important issues for increasing the flux of tourists who are particularly keen on seeing the cultural and social heritages. At some cases, a distinctive branding issue might be of interest for the tourists visiting the places. It is therefore important to discover such specific cases as Oxford and Cambridge which might be of interest for the tourism researchers. Not least because the towns have well known with their higher education institutions and colleges which dates back to 17th century. The study focuses, therefore, on the towns having reputations with universities as well as some complementary attractions. It is therefore interesting to see how their educational features turned into the touristic attractions for both national and international tourism market in addition to see main tourist attractions of these two towns have. This research aims to provide a detailed account of how these towns managed the process of branding and how they maintain their international reputation for the international tourism market. At the end of this study, while providing the details of branding strategies which the UK cities employed, the developing countries such as Turkey might learn some lessons for the future of its city branding strategies.

Keywords: City branding, Tourism, Oxford, Cambridge.

ASSESSMENT OF FACTORS AFFECTING FINANCIAL PERFORMANCE OF TOURISM COMPANIES IN BIST BY MEANS OF DATA MINING ALGORITHMS IN FINANCIAL RATIOS

Dr. Öğr. Ü. Duygu ARSLANTÜRK ÇÖLLÜ

Iğdır Üniversitesi
duygu_arslanturk@hotmail.com

Dr. Öğr. Ü. Emel ALTIN

Iğdır Üniversitesi
eme.altin@igdir.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Leyla AKGÜN

Iğdır Üniversitesi
leyla.akgun@igdir.edu.tr

Prof. Dr. Ecevit EYDURAN

Iğdır Üniversitesi
ecevit.eyduran@gmail.com

ABSTRACT

The present study was conducted on seven tourism companies in BIST Tourism Index in order to describe continuous financial factors which affect net profit margin (NPM) as a continuous response variable through CART (Classification and Regression Tree), CHAID (Chi-Square Automatic Interaction Detector), Exhaustive CHAID and MARS (Multivariate Adaptive Regression Splines) algorithms. In the present study, the data of these companies from the period 2011-2017 were evaluated. Predictive performances of CART, CHAID, Exhaustive CHAID and MARS in predicting NPM were measured based on model goodness of fit criteria, viz. r (Pearson correlation coefficient between actual and predicted values in NPM), coefficient of determination (R^2), adjusted coefficient of determination (Adj. R^2), standard deviation ratio (SDRATIO), root of mean square error (RMSE), global relative approximation error (RAE), mean absolute deviation (MAD), Akaike's information criterion (AIC) and the corrected Akaike's information criterion (AICc). In the study, financial factors used in the prediction of NPM were current ratio (CR), acid-test ratio (ACTR), asset turnover ratio (ASTR), accounts receivable turnover ratio (ACRTR), equity turnover ratio (EQTR), short term liabilities to total assets ratio (SHTLTAR), long term liabilities to total assets ratio (LOTLTAR), total assets to equity ratio (TOAER), long term liabilities to equity ratio (LOLER) and total debt to total assets ratio (TODTAR). In the prediction of the NPM and the description of the influential financial factors influencing the NPM, the highest predictive accuracy was obtained by MARS algorithm ($r=0.980$) and the statistically significant order was found as MARS ($r=0.980$) > Exhaustive CHAID ($r=0.915$) = CART ($r=0.873$) = CHAID ($r=0.868$) algorithms. In conclusion, the achieved results indicated that, i) the regression tree diagram constructed by Exhaustive CHAID algorithm displayed that tourism companies with LOTLTAR < 0.3715 and EQTR < 0.0311 had the highest average NPM of 2.778, ii) CART tree-based algorithm showed that the companies with EQTR > - 0.2125 and ASTR < 0.0246 had the highest average NPM of 4.226, iii) the diagram of CHAID tree-based algorithm revealed that the companies with TODTAR < 0.6145 and EQTR <

0.0311 had the highest NPM with the average of 2.778. It is recommendable that data mining algorithms capture optimal cut-off values of influential factors, which may ensure the highest NPM values.

Keywords: Tourism Companies, Financial Ratios, Data Mining Algorithms, MARS, BIST.

KENTSEL ALAN BİTKİLENDİRMELERİNİN EKOTURİZM KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Prof. Dr. Zerrin SÖĞÜT

Çukurova Üniversitesi
sogutzerrin@gmail.com

Dr. Deniz ÇOLAKKADIOĞLU

Çukurova Üniversitesi
dcolakkadioglu@gmail.com

ÖZET

Kentsel alanlarda yapılan bitkilendirme çalışmalarının çok sayıda fonksiyonu bulunmaktadır. Bunlardan ilki kentsel alanda estetik kalitenin artırılmasıdır. Ancak daha da önemlisi bu çalışmaların çok sayıda fonksiyonel yararı olmasıdır. Bunlar alanın kullanımı, ekolojik ve ekonomik yararlar başlıkları altında toplanabilir. Kentsel alanda yapılan bitkilendirme çalışmalarının önemli diğer bir yararı da psikolojiktir. Kentsel alanda yapılan bitkilendirmeler o kentte yaşayanların psikolojisini olumlu yönde etkileyerek yaşam zevinci verir. Bu arada kullanılan bitki türleri ile kullanıcılar arasında bir bağ oluşur. Halkın bu doğal türler hakkında bilgisi ve doğal alanlara karşı farkındalığı artar. Doğal türlerin kent içinde düzenli ve sistemli olarak kullanılması kuşlar gibi bazı fauna üyelerinin de burada yaşam alanı bulmasını sağlar. Dünya Koruma Birliği'nin ekoturizm tanımında da "doğayı anlayarak korumayı destekleyen" ve "bozulmamış doğal alanlara çevresel açıdan sorumlu seyahat ve ziyaret" ifadeleri yer almaktadır. Kentsel alanlar ise doğal yapısı bozulmuş alanlardır. Bitkilendirme çalışmalarında bozulmamış doğa örneklerinin olması, ekoturizm açısından da belirli bir fayda sağlayacaktır. Buna örnek olarak bitki tür çeşitliliği fazla olan Trabzon ve Antalya kentleri verilebilir. Karadeniz yaylaları için Trabzon kentinde, Beydağları için Antalya'da konaklayan turistlerin kentsel dokuda palmyeleri ve yabancı yurtlu çok sayıda bitki türünü görmesinin ekoturizm anlayışı yönünden yaratacağı olumsuz etki çok açıktır. Bu alanlarda kentsel dokuda da doğal bitkisel dokunun oluşması, özellikle "koruma olgusunun pazarlanmasında" olumlu katkı yapacaktır. Bu çalışmada Türkiye'de kentsel alanlarda yapılan bitkilendirme çalışmaları bu kapsamda değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ekoturizm, Bitki Tür Çeşitliliği, Yerel Türlerin Kullanımı, Kentsel Bitkilendirme.

EVALUATION OF URBAN AREA PLANTING IN ECOTOURISM

ABSTRACT

The planting work carried out in urban areas has many functions. These are the increase in the aesthetic qualities of the urban area. But even more important is that these studies are a multitude of functional benefits. These can be grouped under the headings of use of the site, ecological and economic benefits. Another important benefit of planting work done in the urban area is psychological. Plants in the urban area give life joy by affecting the psychology of citizens positively. In the meantime, there is a link between the plant species used and the users. People are informed about these natural species and their awareness of natural areas increases. The regular and systematic use of natural species within the city

allows some fauna members such as birds to find a living space here. In the definition of ecotourism by the World Conservation Union, there are expressions of "supporting conservation by understanding nature" and "environmentally responsible travel and visit to intact natural areas". Urban areas are deteriorated natural structures. The presence of intact nature examples in planting studies will also provide a certain benefit in terms of ecotourism. For example, Trabzon and Antalya cities with a lot of plant species diversity can be given. For the Black Sea plateau, the negative effect of tourists staying in Trabzon city, Beydaglari for Antalya is very obvious in view of the ecotourism understanding of seeing palm trees in urban and many foreign plants. In these areas, the formation of natural plants in urban tissue will especially make a positive contribution to the "marketing of protection". In this study, carried out planting work in urban areas in Turkey were evaluated in this context.

Keywords: Ecotourism, Plant Species Diversity, Use Of Local Species, Urban Planting.

TURİZM POLİTİKALARININ GELİŞİMİ İÇİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM GÖSTERGELERİ

Dr. Öğr. Ü. Aysu UĞURLAR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
aysuugurlar@yyu.edu.tr

Arş. Gör. Ayça ÇELİKBİLEK

İstanbul Medeniyet Üniversitesi
ayca.celibilek@medeniyet.edu.tr

ÖZET

1980'lerden itibaren "sürdürmek, sağlamak, devam ettirmek, desteklemek, var olmak" anlamlarında kullanılan sürdürülebilirlik kavramı geniş alanlarda kullanılmaya başlamıştır. Kavram temelde gelecek nesillerin ihtiyaçlarına zarar vermeksizin bugünkü nesillerin ihtiyacını karşılamaktır. Dünya genelinde 1987 Bruntland Raporu ile iyice tanınır hale gelen "sürdürülebilir kalkınma kavramı" günümüzde evrensel ve ulusal ölçekteki çevre koruma politikalarının genel kabul görmüş ana kavramıdır. Sürdürülebilirlik kavramı, yerelden küresele politika ve turizmle ilgili bütün faaliyetleri içine almaktadır. Turizmde de sürdürülebilirlik, çevreye daha fazla önem veren yeni bir turizm yaklaşımı yaratmaktadır. Turizm potansiyeli olan destinasyon ya da bölgelerde UNEP, WTO gibi uluslararası kuruluşların sürdürülebilir turizm gelişimi için öngördüğü temel hedefler ekonomik, çevresel ve sosyal boyutları içine alan ve ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde birbirleri ile uyumlu, ilişkili, ilgili yereli öne çıkaran, tüm paydaşların katılımını öngören bir yaklaşıma da sahiptir. Sürdürülebilir kalkınma çerçevesinde bu bildirinin odağı sürdürülebilir turizmin ölçüm araçlarının temelini oluşturan göstergeler olup, çalışmada sürdürülebilir turizm göstergeleri ve önemi tartışılmaktadır. Göstergeler turizm faaliyetlerinin etkin olduğu ya da etkinleştirilmek istendiği destinasyon ya da bölgelerde turizmin gelişiminde görev alan yöneticiler, planıcılar gibi aktörlere rehber bir araç olarak çevresel, ekonomik, sosyal etkenlerin ölçülebilirliğinde önemli bir araç olarak görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Politikaları, Turizm Gelişiminde Yerel Katılım, Sürdürülebilir Turizm Göstergeler.

SUSTAINABLE TOURISM INDICATORS FOR TOURISM POLICY DEVELOPMENT

ABSTRACT

Since the 1980s, the concept of sustainability in the sense of "continuing, enabling, maintaining, supporting, and to exist" has begun to be used in a variety of areas. The overall meaning of the concept is meeting the needs of the present generations without damaging the resources that will meet the needs of future generations. The concept of "sustainable development" which became well known around the world with the 1987 Brundtland Report, has turned out to be a generally accepted major concept of universal and national scale environmental protection policies. The concept of sustainability covers all the local to global activities related to politics and tourism. The main objectives regarding development of sustainable tourism envisaged by international organizations such as the UNEP and WTO

for destinations or regions with tourism potential also have an approach that contains the economic, environmental, and social dimensions that are in harmony with each other, that are relevant, and that highlight the local in the national, regional, and local levels and that foresees the participation of all stakeholders. The focus of this article is the indicators that constitute the basis for the tools for measuring sustainable tourism and indicators of sustainable tourism and their importance are discussed in the study. The indicators are considered a guiding tool for actors such as managers and planners, who assume responsibilities in tourism development in destinations or regions where tourism activities are intense or desired to be developed, in the measurability of environmental, economic, and social factors.

Keywords: Tourism Policy, Local Participation in Tourism Development, Sustainable Tourism Indicators.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM AÇISINDAN DİYARBAKIR'IN ÖNEMLİ KÜLTÜREL MİRASLARINDAN VE REKREASYON NOKTALARINDAN BİRİ OLAN ANZELE PARKI'NIN İNCELENMESİ

Dr. Öğr. Ü. Yaşar SUBAŞI DİREK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
yasarsu2000@gmail.com

ÖZET

Kent kültüründe ve hafızasında bazı mekanlar vardır ki, insanlar o mekanları ve hikayelerini önemserler, hatta bazı kentler bu hikayeyi turizm açısından da kullanır ve pazarlar. Çünkü artık globalleşen dünyada insanları sadece mekan değil mekanın ruhu, hikayesi ve yaşanmışlığı daha özgün kılmaktadır. Bu konuma uygun olan mekanlardan biri günümüzdeki Diyarbakır Anzele Parkıdır. Diyarbakır halkının belleğinde yer tutan günümüzdeki bu park, eskiden Diyarbakır'a gelen üç önemli su kaynağından birini oluşturmaktaydı. Geçmişte içinde balıkların yüzdüğü, insanların çamaşır yıkadığı, banyo yaptığı ve o dönemde sosyalleşme alanı olarak kullandığı bu mekan, günümüzde tekrar yenilenerek, restore edilerek hem halkın, hem de turizmin hizmetine açıldı. Parka adını veren ve değerli kılan, içindeki Anzele suyu olup, bu su Evliya Çelebi'nin seyahatnamesinde "Bu balıklı abı-ı hayat bir sudur, bir dolu insan bu suda yıkanıp humma ve cüzzam gibi hastalıklardan yıkanıp ölümden kurtulmuşlardır." şeklinde yer almıştır. Pek çok efsanelere, türkülere konu olan Anzele Suyu ve Balıklı havuzu, günümüzde bir park olarak düzenlenmiştir. Çarpık kentleşme sonucu 1978 yılından beri üzerine itfaiye binası yapılarak kullanılan Anzele suyu, park yapımı sonrası tekrar gün yüzüne çıkarıldı. Asıl adı Ayn-ı Zelal, yani berrak kaynak olan bu yere kısaca Anzele denmektedir. 1950'lere kadar Anzele, şehrin önemli su kaynaklarından birini oluştururken, daha eski tarihlerde ise Diyarbakır'ın Mardin kapı semtinde, hayvan derilerinin işlendiği (Dabakhaneye) mekanın içinden geçerek "Haram Su" adını alıyordu. Buradan akan Anzele suyunun görevleri arasında, su değirmenlerini çalıştırmak, ardından tarihi Hevsel bahçelerini de sulamak vardı. Anzele'nin yolculuğu Dicle Nehri'ne dökülmesiyle son buluyordu. Geçtiği her yere farklı anlam ve özellik yükleyen bu su, günümüzde sadece tarihi bir kültürel miras olarak, bulunduğu alanda konumlanarak, tarihi özelliklerini ve görevlerini kısmen tamamlamış durumdadır. Bu çalışmada, Diyarbakır kültürel miraslarından biri konumunda olan Anzele parkı, kent ve sürdürülebilir turizm açısından incelenecek ve bugünkü önemi ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Miras, Diyarbakır Anzele Parkı, Balıklı Havuzu, Diyarbakır Tarihi Yapıları, Sürdürülebilir Turizm.

INVESTIGATION OF ANZELE PARK'S FOR SUSTAINABLE TOURISM IN DİYARBAKIR'S IMPORTANT CULTURAL HERITAGE AND WHICH IS ONE OF THE RANGE OF RECREATION

ABSTRACT

There are some places in urban culture and memory that people are interested in those places and their stories, and even some cities use and market this story in terms of tourism. Because in the globalizing world, people are making not only the space but the spirit, the

story and the experience of the place more authentic. One of the suitable places for this position is Diyarbakır Anzele Park. This park today, which occupies the memory of the people of Diyarbakır, was one of the three important water sources that came to Diyarbakır in the past. In the past, the place where the fish swim, people wash clothes, baths and used as a social area at that time, has been renewed and restored to serve both people and tourism. It is said that Evliya Çelebi's journey, which gives the name of the park, is the Anzele water in it, and that this water is a sudden, a full human being is washed in this water and washed away from diseases like fever and leprosy. For many legends, the Anzele Suyu and Balıklı pond, which is the subject of turkeys, is now a park. Disturbed Urbanization Result Since 1978, the fire brigade has been used to build a fire brigade. The real name is Ayn-i Zelal, which is called the Anzele, which is the clear source. Until the 1950s, Anzele was one of the important water sources of the city, while in the old days it was named "Haram Su" by passing through the place where Dardanelles were processed (Dabakhaneye) in the Mardin gate of Diyarbakır. Among the duties of the Anzele water flowing from here was to run water mills, and then to water the historical Hevsel gardens. Anzele's journey ended with the spill on the Dicle River. This water, which has different meanings and features everywhere, is now only a historical cultural heritage and has partially completed its historical features and duties by being located on the field. In this study, the Anzele Park, which is one of the cultural heritages of Diyarbakır, will be examined in terms of urban and sustainable tourism and the present day will be discussed.

Keywords: Cultural Heritage, Diyarbakır Anzele Park, Balıklı Havuzu, Diyarbakır Historical Background, Sustainable Tourism.

VAN TARİHİ PEYNİRCİLER ÇARŞISININ SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Öğr. Ü. Yaşar SUBAŞI DİREK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
yasarsu2000@gmail.com

ÖZET

Birçok ülke için turizm gelirlerinin kalkınma açısından önemi göz önüne alındığında, bu gelirlerin sürekliliğinin ve sürdürülebilirliğinin sağlanması büyük önem arz etmektedir. Sürdürülebilir turizm, turizme kaynak olan bölgesel ve yerel çekiciliklerin korunup geliştirilerek devamlılığını sağlamak olarak ifade edilebilir Turizm için kentlerin gezilecek noktaları kadar, yaşam kültürünün olmazlarından olan yerel gıdalar da önemli yer tutar. Bu açıdan bakıldığında yerel gıdaların üretildiği ve pazarlandığı mekânlar da sürdürülebilir turizm için önem arz eder. Van kahvaltılık kültürünün olmazsa olmazı ve Van denilince akla gelen ilk önemli unsurlardan biri olan Van otlu peynirinin, pazarlandığı yer olan peynirciler çarşısının dünü ve bugünü bu çalışmanın konusudur. Van yöresindeki dağlarda yetişen pek çok çeşit otun kullanılarak üretilen ve yaklaşık bir yıl küpler içinde toprak altında bekletilerek tüketilen Van Otlu Peynirinin sofralara ulaşması için pazarlandığı yapı olan tarihi Peynirciler çarşısı Van çarşısı merkezinde Bahçıvan Mahallesi Cumhuriyet 4. sokak ta yer almaktadır. Peynirciler çarşısında çevre köylerden toplanan otlu peynirler ve beraberinde kaymak, bal vb gibi kahvaltılık ürünleri toptan ya da perakende satılmaktadır. Önceleri Van'da yaşayan Ermeni vatandaşların ticaret merkezi olarak kullandığı tarihi çarşı, yaklaşık 50 yıldır Peynirciler Çarşısı olarak kullanılmaktadır. Çarşı T planlı bir yapıya sahip olup karşılıklı simetrik olarak sıralanmış toplamda 33 adet dükkândan oluşmaktadır. Çarşının 3 girişi mevcuttur. Son dönemlerde yenileme ve restorasyonu yapılan çarşı, yerel gıdalar ve mekânların sürdürülebilir turizm kapsamındaki önemine bir örnek olarak ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Van, Van Peynirciler Çarşısı, Yerel Gıdalar ve Pazarlar.

VAN HISTORIC CHEESE BAZAAR WITHIN EVALUATION SUSTAINABLE TOURISM

ABSTRACT

When the importance of tourism income for development is taken into consideration for many countries, it is very important to ensure the continuity and sustainability of these incomes. Sustainable tourism can be described as maintaining and sustaining the regional and local charms that are the source of tourism. For tourism, local foods are important as well as the points of sight of cities, as they are not living cultures. From this point of view, the places where local foods are produced and marketed are also important for sustainable tourism. Van is a must for breakfast culture and Van is one of the first important elements that comes to mind, and this is the subject of this work and today is the bazaar of cheeses market. The historical Cheese market, which is produced by using various kinds of herbs grown in the mountains of Van, and marketed for reaching to the table in Van Horn Cheese which is consumed for about one year under the soil in the cubes, is located in the center of Van bazaar. Herbal cheeses collected from the surrounding villages along with cheese

products along with cheese products such as cream, honey etc. are sold wholesale or retail. The historical bazaar that the Armenian citizens living in Van used as a commercial center has been used as the Marketplace for Cheese in the past 50 years. Bazaar has a T planned structure and consists of 33 shops in total, arranged symmetrically. There are 3 entrances to the bazaar. The bazaar that has been recently renovated and restored will be considered as an example of the importance of local food and space within sustainable tourism.

Keywords: Sustainable Tourism, Van City, Van Cheese Bazaar, Local Foods and Markets.

VAN/EDREMIT KIYI ÖRNEĞİNDE KENT KÜLTÜRÜNÜN KIYISAL PEYZAJ VE REKREASYONA ETKİLERİ

Feran AŞUR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
feranekasur@gmail.com

ÖZET

Yüzyıllar boyunca birçok medeniyetin ve kültürün etkisinde biçimlenmiş Edremit ilçesi, Van ilinde ve içinde bulunduğu bölgede, yaklaşık son 40 yıldır etkili olan nüfus artışı, doğal afetler, iç-dış göç ve güvenlik gibi süreçlerin etkisinde kalmıştır. Bu çalışmada, rekreasyon açısından yoğun kullanıma maruz kalan Van/Edremit kent kıyısında yapılacak peyzaj düzenlemesinde; kentin kültürel ve tarihi değerlerine bağlı kalınması, bu değerlerin koruma altına alınması vurgulanmıştır. Kentte yer alan kültürel değerlere ilişkin veriler materyal olarak kullanılmıştır. Çalışma alanına ait yerinde yapılan etüt ve gözlemler, ilgili kişi ve kuruluşlarla yapılan görüşmeler, eski ve yeni haritalar ve fotoğraflar, konu ile ilgili yerli ve yabancı literatürler çalışmada yardımcı materyal olarak kullanılmıştır.

Çalışmada yerinde inceleme ve araştırma yöntemi kullanılmıştır. Konu ile ilgili yayınlardan yararlanılmış, alan araştırması yapılmış, ilgili kişi ve kurumlarla sözlü görüşmeler yapılmıştır. İlçenin kıyı şeridinde günümüzde yapılan peyzaj düzenleme çalışmalarında kentin tarihi ve kültürel değerlerinin özelliklerini kaybetmeden sürdürülebilirliğini sağlayarak gelecek kuşaklara aktarılması, kıyı sürekliliği ve kültürel sürdürülebilirlik temeline dayanması incelenmiş ve bu yönde öneriler getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kent Kıyısı, Kent Kültürü, Kıyısız Peyzaj, Van/Edremit.

THE EFFECTS OF CITY CULTURE ON COASTAL LANDSCAPING AND RECREATION FOR THE SAMPLE CASE OF VAN/EDREMIT

ABSTRACT

The district of Edremit was shaped under the influence of numerous civilizations and cultures in its centuries-long history. For the last 40 years, though, it has been influenced by rapid population increase, natural disasters, migrations, and safety problems that took place in the city of Van, of which it is a part of. In this study, the importance of adherence to the cultural and historical values of the district during the landscaping works for the Edremit coasts was emphasized, as it has been receiving intense recreational utilization lately. Data on the cultural assets of the town were used as study materials. Personal observations and inspections in the study area, meetings with relevant authorities and individuals, old and new maps and pictures, and national and international studies in the literature were used as support materials.

“On-field survey & research” method was employed for the study: literature studies, field surveys, and face to face meetings with authority organizations and individuals were conducted in a systematical manner. The best methods to employ in the landscaping works to forward the historical and cultural values of the district to future generations -by preserving them in a sustainable manner- were investigated, and suggestions to the authorities were developed in that perspective.

Keywords: City Culture, Coastal Landscaping, Van/Edremit.

TURİZM İŞLETMELERİNDE ULUSLARARASI MUHASEBE STANDARTLARI KAPSAMINDA TEŞVİKLERİN MUHASEBELEŞTİRİLMESİ

Doç. Dr. Hafize MEDER ÇAKIR

Pamukkale Üniversitesi
hmeder@pau.edu.tr

ÖZET

Ekonomik kalkınmanın sağlanması açısından devletin uyguladığı teşvik politikası işletme özellikleri, faaliyet alanı, bölgesel faktörlere göre zaman içinde değişiklik göstermektedir. Devletin uyguladığı teşvik politikasında ortaya çıkan bu değişikliklere rağmen teşvikten faydalanan işletmeler açısından teşviklerin muhasebe sistemi içinde takip edilmesi gerekmektedir. Genel olarak kullanılan teşvikler ve devlet destekleri karlılığı etkilediğinden, Tek düzen muhasebe sisteminde gelir tablosu hesapları kullanılarak muhasebeleştirilmektedir. Ancak ülkemiz muhasebe sisteminin uluslararası muhasebe standartlarına uyum çalışmaları sonucunda hazırlanan Türkiye Finansal Raporlama Standartları (TFRS) kapsamında devlet teşvikleri ile ilgili olarak UMS/TMS-20 Devlet Teşviklerinin Muhasebeleştirilmesi ve Devlet Yardımlarının Açıklanması" standardı düzenlemiştir. Bu standart kapsamında teşvikler ele alındığında iki farklı yöntem olduğu göze çarpmaktadır. Bunlardan biri gelir esaslı olup (gelir yaklaşımı), teşvikle ilgili işlemler gelir tablosu hesaplarıyla kaydedilmektedir. Bir diğer yöntem ise, sermaye esaslı yöntem (sermaye yaklaşımı) olup teşvikle ilgili işlemler bilanço hesapları ile takip edilmektedir. Yani gelir yaklaşımına göre teşvikler gelir tablosunda, sermaye yaklaşımına göre ise teşvikler finansal durum tablosunda (bilanço) izlenecektir. İşletmelerin bu farklı yöntemlerden birini kabul edip, teşvik ve devlet desteklerini muhasebeleştirilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada, turizm işletmelerinin kullanabileceği farklı teşvik ve desteklerin yeni muhasebe sistemi olan TFRS kapsamında hangi yönetime göre muhasebeleştirilmesi gerektiği uygulama örnekleri ile ortaya konacaktır.

Anahtar Kelimeler: Teşvik, Devlet Desteği, Turizm Teşviki, Teşviklerin Muhasebeleştirilmesi

ACCOUNTING FOR GOVERNMENT INCENTIVES IN TOURISM COMPANIES ACCORDING TO INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS

ABSTRACT

In terms of ensuring economic development, the incentive policy applied by the government varies over time according to the characteristics of the enterprise, its field of activity and regional factors. Despite these changes in the incentive policy implemented by the state, incentives must be followed in the accounting system in terms of the enterprises benefiting from the incentive. Since incentives and government grants in general affect profitability, they are accounted for using the income statement accounts in the single entity accounting system.

But our country is prepared as a result of harmonization with international accounting standards accounting system Turkey Financial Reporting preliminary standards (IFRS) scope in relation to government grants IAS / Accounting for TAS-20 Government Grants and Disclosure of Government Assistance "was organized standard. Two different methods that Considering the incentives under this standard (income approach), the incentive-related transactions are recorded in the income statement accounts, the other method is the capital-based method (capital approach) and the transactions related to the incentive are followed up with the balance sheet accounts. , incentives according to the capital approach will be followed in the statement of financial position (balance sheet) Businesses need to accept one of these different methods and recognize incentives and government grants.

In this study, it will be demonstrated by examples how different incentives and supports that can be used by tourism enterprises should be accounted in accordance with TFRS, the new accounting system.

Keywords: Incentive, State Support, Tourism Incentives, Accounting Of Incentives

TURİSTLERİN COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜN ALGISININ TURİZM GELİRLERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Alper Veli ÇAM

Gümüşhane Üniversitesi
alpercam@gumushane.edu.tr

Doç. Dr. Hasan AYAYDIN

Gümüşhane Üniversitesi
hayaydin61@gumushane.edu.tr

Öğr. Gör. Fahrettin PALA

Gümüşhane Üniversitesi
fahrettinpala@gumushane.edu.tr

Öğr. Gör. Abdulkadir BARUT

Harran Üniversitesi
kadirbarut@harran.edu.tr

ÖZET

Coğrafi işaretler, yöresel ürünlerin pazarlanması ve turizm gelirlerinin artırılması açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyelin ve turizm gelirlerinin artırılabilmesi için coğrafi işaretlerin tanıtımı ve pazarlamasının bilinçli yapılması gerekmektedir. Coğrafi işaretli ürünlerin avantajları literatürde genel olarak ekonomik destek, kalite ve güvenilirlik kültür ve gelenek olmak üzere üç başlık halinde incelenmektedir. Özellikle sürdürülebilir turizm açısından bu başlıkların turistler ve yöre halkı tarafından algısı önemlidir. Bu bağlamda çalışmanın iki temel amacı bulunmaktadır. Birinci amaç; coğrafi işaretleri ürünlerin turizm gelirleri açısından değerlendirmektir. İkinci amaç ise turistlerin coğrafi ürün algısını ve coğrafi işaretli ürünlere daha fazla ödeme eğilimlerini ölçmektir. Bu doğrultuda çalışmada ortaya koyulan modelin verileri kolayda örnekleme yöntemiyle Gümüşhane iline gelen yerli turistlerden elde edilmiştir. Yüz yüze anket çalışması sonucunda toplamda 180 adet anket değerlendirme kapsamına alınmıştır. Elde edilen veriler PLS (En Küçük Kısmi Kareler) yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda ekonomik destek, kalite ve güvenilirlik, kültür ve gelenek değişkenlerinin coğrafi işaretli ürün algısını etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca bu algının turistlerin coğrafi işaretleri ürünlere daha fazla ödeme isteğini arttırdığı tespit edilmiştir. Çalışmada ortaya çıkan sonuçlar özellikle yerel dinamikler açısından önemli bilgiler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaretler, Turizm Gelirleri, Turist Algıları, PLS Analizi.

EVALUATION OF TOURISTS' GEOGRAPHICAL INDICATION PERCEPTION IN TERMS OF TOURISM INCOMES

ABSTRACT

Geographical indications have an important potential in terms of marketing of local products and increasing tourism incomes. In order to increase this potential and tourism incomes, it is necessary to make awareness and marketing of geographical indication consciously. The advantages of products with geographical indications are examined in

three chapters in the literature: economic support, quality and reliability, culture and tradition. Especially for sustainable tourism, the perception of these titles are important by tourists and businesses. In this context, there are two main objectives of this study. The first purpose is to evaluate geographical indication products in terms of tourism income. The second purpose is to measure tourists' geographic indication products and their tendency to pay more for these types of products. In this direction, the data presented in the study were obtained from local tourists coming to Gümüşhane with convenience sampling method. As a result of the face-to-face survey, a total of 180 questionnaires were included in the evaluation. The obtained data were analyzed by PLS (Smallest Partial Squares) method. In the results of study, it has been determined that economic support, quality and reliability, culture and tradition variables affect the geographic indication products perception. It has also been determined that this perception has increased the request to pay more for geographic indication products by tourists. The results of the study provide important information especially in terms of local dynamics.

Keywords: Geographical Indication Products, Tourism Incomes, Tourist Perceptions, PLS Analysis.

TURİZM, EKONOMİK KÜRESELLEŞME VE DIŞ BORÇLANMA ARASINDAKİ İLİŞKİ: HETEROJEN PANEL ANALİZİ YÖNTEMİ

Doç. Dr. Nuri BALTACI

Gümüşhane Üniversitesi
nbaltaci@gmail.com

Doç. Dr. Alper Veli ÇAM

Gümüşhane Üniversitesi
alpercam@gumushane.edu.tr

Hikmet AKYOL

Atatürk Üniversitesi
hikmetakyol76@gmail.com

ÖZET

Gelişmekte olan ülkelerde yurtiçi tasarruf oranlarının yetersiz kalması gibi nedenlerden dolayı bu ülkelerde kalkınmanın gerçekleşmesi için ihtiyaç duyulan finansmanın temin edilmesinde dış borçlanmaya olan bağımlılık artmıştır. Bu durum ilerleyen yıllarda çoğu gelişmekte olan ülke için dış borçların sürdürülebilir olmaktan çıkmasına ve ciddi bir ekonomik soruna dönüşmesine yol açmıştır. Bununla birlikte ekonomik küreselleşme olgusunun artması uluslararası sermaye akımlarının dolaşım hızının artırmış ve bu ülkelere dönük yoğun sermaye girişlerine neden olmuştur. Aynı zamanda turizmin küresel ölçekte ivme kazanması gelişmekte olan ülkelere ciddi ekonomik gelir sağlamıştır. Bu araştırmada turizm ve ekonomik küreselleşmenin dış borçlanma ile olan ilişkisinin ne olduğu ölçülmeye çalışılmıştır. Yani araştırma kapsamında turizm gelirlerinin ve ekonomik küreselleşmeye bağlı olarak gerçekleşen mal, hizmet ve sermaye hareketlerinin gelişmekte olan ülkelerin yüksek oranlardaki dış borçlarını iyileştirmelerinde etkili olup olmadığı saptanmak istenmiştir. Bu amaç doğrultusunda seçili yirmi gelişmekte olan ülkenin 1990-2015 arası dönemi Gengenbach, Urbain ve Westerlund (2016) panel eşbütünleşme testi ve Genişletilmiş Ortalama Grup (AMG) ile Dinamik Ortak Korelasyonlu Etkiler (DCCE) Tahminçileri kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz bulgularına göre hem turizmin hem de ekonomik küreselleşmenin dış borçlanma ile uzun dönemde eşbütünleşme ilişkisi vardır. Buna göre gelişmekte olan ülkelerde turizm gelirleri ve ekonomik küreselleşmede görülen artış dış borçlanmayı olumlu etkilemektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Ekonomik Küreselleşme, Dış Borçlanma.

RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM, ECONOMIC GLOBALIZATION AND EXTERNAL DEBT: HETEROGENEOUS PANEL ANALYSIS TECHNIQUES

ABSTRACT

Due to reasons such as insufficient domestic savings rates in developing countries, the dependency on external debt has been increased so as to provide funding for the purpose of developing of these countries. This has led to the external debts to be unsustainable and a serious economic problem for many developing countries in the following years. However, the rise of economic globalization has increased the speed of international capital

flows and caused intensive capital inflows towards these countries. At the same time, the acceleration of tourism on a global scale has provided significant income to developing countries. This research aims to measure the relationship between tourism and economic globalization and external debt. In other words, the purpose of this work is to determine whether the tourism revenues and the goods, services and capital movements depending on economic globalization are influential in recovering for the high external debt of the developing countries. The period between 1990 and 2015 of twenty developing countries, selected to achieve the research objective was analyzed by using panel cointegration test of Gengenbach, Urbain and Westerlund (2016) and Dynamic Common Correlated Effects (DCCE) Estimates with the Extended Average Group (AMG). The findings of the analysis suggest that both tourism and economic globalization have a long term cointegration relationship with external debt. Consequently, the increase in tourism revenues and economic globalization in developing countries affect external debt in a favourable way.

Keywords: Tourism, Economic Globalization, External Debt.

GASTRONOMİDE TAT VE AROMA ETKİLEŞİMLERİ

Öğr. Gör. Dr. Şeyda KARAGÖZ

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
seyda.karagoz@gop.edu.tr

ÖZET

Yemek, insan için sadece beslenme ihtiyacını karşılayan bir olgu değil, aynı zamanda insana verdiği farklı tatlarla mutluluk kaynağı olmuştur. Bu nedenle insan yeni tatlar arayışına girmiş, yemek çeşitliliğini artırmış ve yeni gıdalar geliştirmiştir. Günümüzde ise bu yeni tatları keşfetme arzusu devam etmekte ve gastronomide ürün çeşitliliğinin artırılması üzerine araştırmalar yapılmaktadır. Bu araştırmaların birçoğu duyu analizi ile değerlendirilmektedir. Bu çalışmada; tat ve aroma algısının ürünün tüketilmesi sırasında nasıl meydana geldiği, etkileşimlerin ve lezzet olgusunun nasıl oluştuğu hakkında bilgi verilmesi ve literatüre katkı sağlaması amaçlanmıştır.

Bilim insanları tat duyusunun nasıl oluştuğu ve hangi tatları algılayabildiğimiz üzerine çalışmalar yürütmektedir. Uzun yıllardan beri bilinen tatlı, tuzlu, acı ve ekşi tatlardan çok daha fazlasının olduğu ve dilin bölümlere ayrılmasının yanlış olduğu görüşü üzerinde durulmaktadır. Bu dört temel tadın yanında metalik, umami, hatta yağimsi, buruk, nişastalı ifadeleri de kullanılmaktadır. Bununla birlikte tat algısı, uyarıcının sıcaklık, soğukluk, sertlik ve acı verme gibi özellikleri ile de değişebilmektedir. Lezzet ise tat algısının yanında koku algısı ve ağız hissiyatı ile oluşmaktadır.

Turistlerin destinasyon seçimlerinde lezzet unsurlarının önemi, göz ardı edilmeyecek düzeye gelmiştir. Dolayısıyla turist çekme potansiyeline sahip bölgelerde tercih edilme oranını arttırmak veya potansiyeli düşük bölgelerin turist çekmesini sağlamak amacıyla gastronominin önemine yönelik çalışmalar artmıştır. Ayrıca turistlerin lezzet anlayışını iyi bilmek ve beklentilerini ön görebilmek ürün geliştirilmesine daha fazla olanak sağlamaktadır.

Sonuç olarak duyu açıdan bir ürünün geliştirilmesinde lezzet algısının iyi anlaşılması gerekmektedir. Ancak lezzet algısını oluşturan bileşenlerin henüz olarak tam çözülemediği görülmektedir. Bu nedenle tat ve koku algısı yeni çalışmalarla desteklenmelidir.

Anahtar Kelimeler: Aroma, Gastronomi, Koku, Lezzet, Tat.

TASTE AND AROMA INTERACTIONS IN GASTRONOMY

ABSTRACT

Food is not only a phenomenon that meets the nutritional needs of a human being but also a source of happiness with different tastes that humans have experienced. For this reason, people have started to search for new tastes, have increased the variety of food and have developed new foods. Today, the desire to discover these new tastes continues and researches are being done to increase the variety of gastronomic products. Many of these researches are evaluated by sensory analysis. In this study; it is aimed to give information about how taste and aroma perception occurs during the consumption of the product, how interactions and taste occur, and to contribute to the literature.

Scientists are working on how taste sensation occur and which tastes can be perceived. It is emphasized that there is much more than sweet, salty, bitter and sour tastes that have

been known for many years, and that it is wrong to divide the tongue into chunks. Besides these four basic tastes; metallic, umami even oily, sour, starchy expressions are also used. However, the taste sensation can also be altered by features such as temperature, coldness, hardness and painfulness of the stimulant. Taste is formed by smell sensation and mouth feelings as well as taste sensation.

The importance of the flavor elements in the tourists' selection of destinations has reached a unignorable level. So, studies on the importance of gastronomy have been increased in order to increase the preference rate in areas with tourist attraction potential or to attract tourists to potentially low regions. Also; to know the taste concept of tourists well and able to predict their expectations gives more possibilities for product development.

As a result, it is necessary to have a good understanding of taste perception when a sensory product is developed. However, it is seen that the components forming the taste perception are not yet fully solvable. For this reason, the sense of taste and odor should be supported by new studies.

Keywords: Aroma, Gastronomy, Taste, Smell, Taste.

GELENEKSEL GASTRONOMİK ÜRÜN GELİŞTİRİLMESİ: MEYVELİ, SEBZELİ VE OTLU ERIŞTE

Dr. Öğr. Ü. Mehmet GÜLLÜ

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
mehmet.gullu@gop.edu.tr

Öğr. Gör. Dr. Şeyda KARAGÖZ

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
seyda.karagoz@gop.edu.tr

ÖZET

Tahıl ürünlerinin çeşitli gıdalarla birlikte hazırlanarak içeriklerinin zenginleştirildiği bilinmektedir. Son yıllarda marketlerde ya da restoranlarda sebzeli makarna çeşitleri (İspanaklı, sarımsaklı vb.) görülmektedir. Özellikle meyve ve sebze tüketmeyen insanlar için bir alternatif olan bu ürünler vitamin ve mineral kaynağıdır. Ancak her ne kadar çeşitli sebzelerden makarna yapılıyor olsa da, meyve ve ot katılan erişte çeşitlerine literatürde rastlanılmamıştır. Bu çalışmada meyve, sebze ve ot çeşitlerinden seçilen ürünler ile geleneksel bir ürün olan erişte geliştirilerek, tüketicinin bu ürünlere bakış açısı ve ürünün piyasada tercih edilme potansiyeli analiz edilmiştir. Çalışmada meyveli erişte üretimi için elma, çilek, nar ve salatalık; sebzeli erişte üretimi için patates, havuç, kırmızıbiber ve karalahana; otlulu erişte üretimi için nane ve dereotu ayrıca kalıntıların değerlendirilmesi bakımından da portakal kabuğu püreleri kullanılmıştır. Erişterler taze olarak pişirildikten sonra görünüş, doku, aroma ve lezzet bakımından panelistler tarafından değerlendirilmiştir. Panelistler “görünüş” değerlendirmesinde en çok kırmızıbiber ilave edilen erişteyi beğendiklerini, karalahana ilave edilen eriştenin ise çok kötü olduğunu ifade etmişlerdir. Bununla birlikte renkli erişterlerin çok güzel görüldüğünü ve satın alınabilme potansiyelinin olduğunu ancak bazı meyve ve sebzelerin renginin erişterlerde istenen tonda görülmediğini belirtmişlerdir. “Doku” verilerinde portakal kabuğu, kontrol, kırmızıbiber ve havuç içeren grupların iyi olduğu ancak karalahana içeren erişte grubunun kötü bir dokuya sahip olduğu belirtilmiştir. “Aroma” bakımından portakal kabuğu ve dereotu aromasının belirgin olduğu; elma, patates, karalahana ve nane içerenlerin ise düşük aroma değerleri gösterdiği ifade edilmiştir. Panelistler, aroma tadının olumlu yönde lezzete katkıda bulunduğunu, aromalı erişterlerin farklı yemeklerde ya da tatlılarda kullanılabileceğini belirtmişlerdir. “Lezzet” açısından ise en lezzetli erişte grupları olarak kontrol, portakal kabuğu, kırmızıbiber ve dereotu seçilmiştir. Sonuç olarak portakal kabuğu, kırmızıbiber, havuç, dereotu ve çilek püresi içeren erişterlerin panelistler tarafından beğenildiği ve piyasalarda tüketilebilme potansiyelinin olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Duyusal Analiz, Erişte, Makarna, Meyve ve Sebze, Ot.

DEVELOPMENT OF TRADITIONAL GASTRONOMIC PRODUCT: FRUITY, VEGETABLE AND HERBY NOODLE

ABSTRACT

It is known that cereal crops are prepared together with various foods to enrich their contents.

In recent years, vegetable pasta varieties (spinach, garlic, etc.) can be seen in grocery stores or restaurants. These products, which are an alternative for people who do not particularly consume fruits and vegetables, are a source of vitamins and minerals. However, even though pasta is made from various vegetables, the types of noodles in which fruit and herb are added have not been found in the literature. In this study, a selection of fruit, vegetable and herb varieties and noodles, a traditional product, were developed and the consumer's point of view on these products and the possibility of being preferred on the product market were analyzed. In the study; apples, strawberries, pomegranate and cucumber were used for production fruity noodles; potatoes, carrots, red pepperoni and savoy cabbage for the production of vegetable noodles; also mint and dill for the production of herby noodles and orange peel pulp for the evaluation of remains. After noodles were cooked freshly, they were evaluated by the panelists for appearance, texture, aroma and flavor. The panelists stated that for the "appearance" evaluation the red pepperoni added noodles were the most liked, and the savoy cabbage added noodles was very bad. However, they pointed out that the colored accesses are very beautiful and have potential to be bought, but that the color of some fruits and vegetables cannot be seen at the desired tone. "Texture" data indicate that groups including orange peel, control, red pepperoni and carrots are good but the noodle group with savoy cabbage have a bad texture. In terms of "aroma", orange peel and dill flavor is significant; apples, potatoes, savoy cabbage and mint have low aroma values. Panelists noted that aroma taste contribute positively to flavor, and that aromatic noodles can be used in different foods or desserts. In terms of "flavor", the most delicious noodles were selected as control, orange peel, red pepperoni and dill. As a result, it has been determined that the noodles including orange peel, red pepperoni, carrot, dill and strawberry pulp have found desirable by the panelists and have the potential of being consumed at the markets.

Keywords: Fruit and Vegetable, Herb, Noodle, Pasta, Sensory Analysis.

COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERİN TURİSTLERİN SATIN ALMA DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN MODELLENMESİ

Prof. Dr. Halil İbrahim ZEYBEK

Ondokuz Mayıs Üniversitesi
hizeybek@gumushane.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Handan ÇAM

Gümüşhane Üniversitesi
handancam@gmail.com

ÖZET

Coğrafi işaretler bir ürünün, belirli bir ülke, yöre ya da bölge ile bağlantısını ifade eden sembollerdir. Coğrafi ortam özelliklerinin ortaya çıkardığı ürün zenginliğinin coğrafi işaret yoluyla korunması, dünya ticaretinde yaşanan gelişmelere ve tüketicilerin satın alma davranışlarına etkilerine bağlı olarak giderek önem kazanan bir konudur. Coğrafi işaretler her türlü ekonomik yapı için önem arz etmesine karşılık, gelişmekte olan ülkeler ile ekonomisi daha ziyade ülkemiz gibi tarımsal üretime de dayanan ülkelerde ayrı bir yere sahiptir. Bu çalışmanın amacı; coğrafi işaretli ürünlerin turist tüketici satın alma davranışları üzerindeki etkilerini modelleyerek ortaya koymaktır. Çalışmada Türkiye’de tescil sağlanan coğrafi işaretler, AB coğrafi işaretlerinin temel ürün grupları ve türlerine göre dağılımı, Türkiye’de coğrafi işaret tesciline sahip ürünlerin ürün sınıflandırmasına göre dağılımları gibi birçok dağılım ele alınarak değerlendirilmiştir. Çalışmanın kapsamını TR90 bölgesi oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında 388 turistten oluşan örneklem, yüz yüze ve online anket yöntemi ile oluşturulmuştur. Elde edilen verilere tanımsal ve yapısal analizler uygulanmıştır. Çalışmanın veri seti AMOS 20.0 paket programı yardımıyla analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda; coğrafi işaretli ürünlerin şehri ziyaret eden turistlerin satın alma davranışı üzerinde olumlu etki gösterdiği tespit edilmiştir. Faktörlerden endişe faktörü ile motivasyon faktörünün şehri ziyaret eden turistlerin satın alma davranışı üzerinde etkili olmadığı görülmüştür. Çalışmada ayrıca, ürünlerin kaliteli ve güvenilir olmasının turistlerin satın alma davranışı üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaretler, Turist Davranışları, Yapısal Eşitlik Modeli.

MODELING OF THE EFFECTS OF GEOGRAPHICAL INDICATION PRODUCTS ON TOURISTS' PURCHASE BEHAVIORS

ABSTRACT

Geographical indications are symbols that express the connection of a product, a specific country, region or district. Protection of the product richness of geographical environment features through geographical indications is an increasingly important issue, depending on the developments experienced in the world trade and the purchasing behavior of consumers. While geographical indications are important for all kinds of economic structures, developing countries and the economy have a separate place in the countries based on agricultural production more like our country. The purpose of this study is to reveal the effects of geographical indication products on tourist consumer purchasing behavior by modeling. In the study, provided the geographical indications registered in

Turkey, according to the main product groups and species distribution of EU geographical indications, according to the classification of the products of geographical indication products registered in Turkey were evaluated by considering several distribution. The scope of the study is the TR90 region. The sample consisted of 388 tourists in the scope of the study which was created by face-to-face and online survey method. Descriptive and structural analyzes were applied to the obtained data. The data set of the study was analyzed using the AMOS 20.0 package program. At the end of the study; it has been found that geographical indication products have a positive effect on the purchasing behavior of tourists visiting the city. It has been determined that the anxiety factor and the motivation factor are not effective on the purchasing behavior of tourists visiting the city. In the study, it was also found that the quality and reliability of the products had a positive effect on the purchasing behavior of the tourists.

Keywords: Geographical Indications, Tourist Behavior, Structural Equation Model.

GELENEKSEL PEYNİRLER VE GASTRONOMİ TURİZMİ

Dr. Öğr. Ü. Şenol KÖSE

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

senolkose@yyu.edu.tr

ÖZET

Geleneksel gıdalar içerisinde her ülkenin kendisine özgü geleneksel peynirlerinin ayrı bir önemi olduğu bilinen bir gerçektir. Bu nedenle gastronomi turizmi sayesinde turizm geliri yüksek olan ülkeler incelendiğinde turistik ürün olarak geleneksel peynirlerin ön plana çıktığı gözlenmektedir. Son yıllarda Türkiye’de de peynir turistik bir ürün olarak ele alınmaya başlanmıştır. Gastronomi turizminin sürdürülebilirliğinde coğrafi işaretli ürünlerin de büyük önemi bulunmaktadır. Coğrafi işaret bilindiği üzere geleneksel üretim, kültürel yapı, yöresel yemekler, tarımsal faaliyetlerin tanıtılması ve bunu yaparken bölge turizmini destekleyerek turist çekmede etkili olan bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Bundan dolayı çalışmada, coğrafi işaretleme hakkında bilgi verilerek ülkemizdeki geleneksel peynirlerin gastronomi turizmi açısından önemine değinilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel Peynirler, Gastronomi Turizmi, Coğrafi İşaretleme.

TRADITIONAL CHEESES AND GASTRONOMY TOURISM

ABSTRACT

It is a fact that every country has its own characteristic of traditional cheeses in traditional foods. For this reason, when the countries that earn high tourism income thanks to gastronomy tourism are examined, it is observed that traditional cheeses as touristic products have been put on the foreground. In recent years, cheese in Turkey has also begun to be considered as a touristic product. Geographically marked products also have great significance in the sustainability of gastronomic tourism. As the geographical indication is known, it is emerging as an effective factor in attracting tourists by traditional production, cultural structure, local dishes, promoting agricultural activities and doing so while supporting tourism in the region. For this reason, the importance of traditional cheeses in our country in terms of gastronomy tourism have been discussed by giving information about geographical indications.

Keywords: Traditional Cheeses, Gastronomy Tourism, Geographical Indication.

KÜLTÜR ROTALARININ BELİRLENMESİNDE TARİHİ MİRAS BİLEŞENİ: KASTAMONU KENT MERKEZİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Sevgi ÖZTÜRK

Kastamonu Üniversitesi - sozturk@kastamonu.edu.tr

Arş. Gör. Öznur İŞINKARALAR

Kastamonu Üniversitesi - obulan@kastamonu.edu.tr

ÖZET

Geleneksel kent dokularının yoğun olduğu ve özgün kimlikleriyle öne çıkan tarihi çevrelerde turizm potansiyeli yüksektir. Bu bağlamda yerel kültür değerlerini canlandırmak, yerel ekonomik ve kültürel kalkınmayı desteklemek amacıyla tarihi mirası koruma kullanma dengesiyle öne çıkaran kültür turizmi güncel tartışmalarda sıklıkla yer almaktadır. Kültür turizmi kapsamında ziyaretçilere bir rehber oluşturabilmek için kültür rotaları yaygın olarak kullanılmaktadır. Kültür rotaları ziyaretçilerin önceden belirlenen güzergahlar boyunca pek çok aktiviteyi planlı ve kapsamlı bir şekilde yapmalarına olanak sağlamaktadır. Bu çalışma ülkemizin tarihi miras açısından zengin olan ve kentsel sit alanı statüsündeki Kastamonu Merkez İlçede gerçekleştirilmiştir. Kentin önemli nirengi noktalarından olan Cumhuriyet Meydanı, Kastamonu Kalesi ve Saat Kulesini kapsayacak kültür rotaları önerilmiştir. Belirlenen rotalar kale, meydan, konak, külliye, dini tesis, çarşı, konaklama birimi ve hamam gibi kent imgelerini kapsamaktadır. Çalışma sonucunda belirlenen rotaların alınacak planlama kararlarında yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kültür Turizmi, Kültür Rotaları, Kastamonu.

HISTORICAL HERITAGE COMPONENT IN DETERMINATION OF CULTURAL ROUTES: THE CASE OF KASTAMONU CITY CENTER

ABSTRACT

There is a high potential for tourism in historical circles, which are characterized by traditional city structures and their unique identities. In this context, cultural tourism, which emphasizes the use of historical heritage conservation, is often found in contemporary debates to revitalize local cultural values, to support local economic and cultural development. Cultural routes are widely used in order to create a guide for visitors within the scope of cultural tourism. The cultural roots enable the plan to carry out many activities in a planned and comprehensive manner along predetermined routes. This work was carried out in Kastamonu Central District, which is rich in historical heritage of our country and has the status of urban protected area. These cultural routes covering the Republic Square, Kastamonu Castle and the Clock Tower, which are important points of the city, were proposed. The specified routes include city images such as fortress, square, mansion, complex, religious facility, bazaar, accommodation unit and bathhouse. As a result of the study, it is thought that the determined routes will guide the planning decisions to be taken.

Keywords: Cultural Tourism, Cultural Tours, Kastamonu.

KASTAMONU KENTİNİN KÜLTÜR TURİZM POTANSİYELİ VE TURİST MEMNUNİYETİ

Doç. Dr. Sevgi ÖZTÜRK

Kastamonu Üniversitesi
sozturk@kastamonu.edu.tr

Arş. Gör. Öznur İŞINKARALAR

Kastamonu Üniversitesi
obulan@kastamonu.edu.tr

ÖZET

Küreselleşmenin geliştirdiği en önemli sektörlerden birisi turizm sektörü olmaktadır. Ülkelerin önemli ekonomik girdilerini oluşturan turizm sektörü yoğun bir çekişmenin de yaşanmasını beraberinde getirmektedir. Ülkelerin, bölgelerin ve hatta kentlerin birbiri ile çekiştiği bu sektörde farklı kaynak değerlerin ön plana çıkma durumları görülmektedir. Kitle turizminin yanı sıra özellikle Avrupa ülkelerinin ön plana çıktığı daha çok doğal ve tarihsel kültür varlıkları, kültürel etkinlikleri, çeşitli sosyo-ekonomik olguları bir ürün olarak sunan kültürel turizmi Türkiye için de önemli bir potansiyel kaynak oluşturmaktadır. Çalışmada Kastamonu kentinin kültür turizm potansiyelini ortaya koymak için kültür öğeleri ve günümüzdeki kullanım biçimleri ele alınmıştır. Yine kente gelen turistlerin memnuniyetlerini belirleyebilmek adına 2 ayrı bölümden oluşan bir anket formu düzenlenmiştir. Birinci bölümde turistlere; kentte bulunan turizm öğelerinden ve turist alt yapısı ile ilgili birimlerden beklentileri, ikinci bölümde ise aynı öğeler ve alt yapısal birimler için memnuniyet dereceleri sorgulanmıştır. Anket sonuçlarında; kente gelen turistlerin kültürel öğeler ve diğer birimler için beklentilerinin yüksek, dini mekanlardan, hediyelik eşyalardan, tarihi binalardan memnun ve çok memnun düzeyinde oldukları ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültür Turizmi, Turizm Potansiyeli, Turist Memnuniyeti, Kastamonu.

CULTURAL TOURISM POTENTIAL AND TOURIST SATISFACTION OF KASTAMONU CITY

ABSTRACT

One of the most important sectors developed by globalization is the tourism sector. The tourism sector, which constitutes important economic inputs of the countries, brings with it intense competition. In this sector, where countries, regions and even cities coexist, different resource values are at the forefront. Besides mass tourism more natural and historical cultural assets that come to the forefront of European countries, cultural events, cultural tourism, offering a variety of socio-economic phenomena of a product constitutes an important potential source for Turkey. In the study cultural elements and the usage patterns of today are discussed in order to reveal the cultural tourism potential of the city of Kastamonu. A survey form consisting of 2 separate sections was organized in order to determine the satisfaction of the tourists coming to the city. In the first part for tourists, the tourism items in the city and the tourist infrastructure units, and the satisfaction level for the same items and sub-structural units in the second section. In the survey results, it has been found that tourists coming to the city are satisfied and very satisfied with the historical buildings, from the high religious places, from the gift items, to the cultural items and other units.

Keywords: Culture Tourism, Tourism Potential, Tourist Satisfaction, Kastamonu.

YENİ SOSYAL BİLGİLER PROGRAMI VE DERS KİTAPLARINDA TURİZM KAVRAMININ YERİ

Dr. Öğr. Ü. Kemal KAYA

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
kemalkaya@yyu.edu.tr

ÖZET

Turizm, insanların politik ve ticari amaç gözetmeksizin daimi ikametlerinin bulunduğu yer dışında dinlenme, eğlence, öğrenim, sağlık, zevk, merak, spor, din, kültürel vb. sebeplerle yaptıkları seyahat ve gittikleri yerlerde geçici konaklamalarından doğan ihtiyaçlarının karşılanması ile ilgili faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Tarihsel olarak bakıldığında seyahat olgusu insanlığın tarihiyle ortaya çıkmıştır. Tarihi süreçte medeniyetlerin gelişmesi, toplumların zenginleşmesi, yoğun iş temposunun neden olduğu insanların tatil yapma gereksinimi, ulaşım araçlarının çeşitlenmesi, çoğalması ve sistemlerinin gelişmesi, insanların boş zamanlarının gün geçtikçe artış göstermesi, teknolojik gelişme ile dünyanın çeşitli coğrafyalardaki doğal ve tarihi değerlerin, güzelliklerin tanıtılması sonucu turizm sektörü hızla gelişme göstermiştir. Günümüzde çok yönlü bir görünüm arz eden turizm, özellikle 1950'ler sonrasında iktisadi ve sosyokültürel yönden ülkelerin gelişmesine en büyük katkısı sağladığı gibi ülke ekonomilerinin karşılaştığı ekonomik sorunların çözümünde ve darboğazların aşılmasında önemli bir kaynak haline gelmiştir. Turizm faaliyetleri sosyo-ekonomik ve kültürel gelişmeyi hızlandırma, hizmet sektörünün yan kollarında üretim ile ülke genelinde istihdamı artırma, yabancı sermaye girişi ve döviz girdisi sağlama nedeniyle iktisadi kalkınmada önemli bir yer tutmaktadır. Din, dil, ırk ayrımı olmaksızın insanlar arası ilişkileri barış ve dostluk duygularını geliştirerek evrensel barışın tesis edilmesinde önem arz etmektedir. Turistik anlamdaki insan hareketliliği sadece başka ülkelerden gelen insanlarla sınırlı değildir. Turizm sektörünü geliştirmeye matuf yatırımlar hem başka ülkelerden gelecek insanlara hem de kendi vatandaşlarının ihtiyaçlarını karşılamaya dönüktür. Turizmin evrensel anlamdaki olumlu etkilerinin ülke içinde de yansıma imkânı bu konuda insanların bilinçlendirilmesi ve insan hareketliliğinin sağlanması ile mümkün olabilecektir. Şüphesiz eğitim bir ülkenin vatandaşlarına turizm kavramının önemini kavratmanın ve bilincini vermenin en etkili yoludur. Bunu gerçekleştirmenin yolu ise eğitim ortamının önemli araçlarından olan müfredat ve buna bağlı olarak hazırlanmış ders kitaplarıdır. Turizm olgusu ve buna ilişkin kavramlar ders kitapları materyalinin içeriğinde doğru ve etkili biçimde kullanıldığında sektöre karşı daha duyarlı ve bilinçli bir bakış açısı kazandırılabilir. Bu çalışmada, Talim ve Terbiye kurulu tarafından 2017-2018 eğitim öğretim yılında yenilenmiş Sosyal Bilgiler Programı ile okutulmakta olan Sosyal Bilgiler ders kitaplarında yer alan turizm olgusunun hem görsel hem de metinsel olarak ne kadar işlendiğini ve kullanıldığını belirlemek amaçlanmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi tekniğinden faydalanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Bilgiler Programı, Sosyal Bilgiler Ders Kitapları, Turizm Kavramı

EXAMINATION OF TOURISM CONCEPT IN THE NEW SOCIAL STUDIES PROGRAM AND SOCIAL STUDIES TEXTBOOKS

ABSTRACT

Tourism, apart from permanent residence without regard to political and commercial purpose, is a place where people can enjoy rest, entertainment, education, health, pleasure, curiosity, sports, religion, is defined as activities related to the necessity of temporary accommodation in places where they are traveling and where they are traveling. Historically, travel has emerged in the history of mankind. The tourism sector has developed rapidly in the past, with the development of civilizations in the past, the enrichment of the societies, the necessity of vacation for the people who have caused intense work, the development of transportation systems, the increasing of leisure time of people, technological development and the introduction of natural and historical values and beauties of various geographies. Tourism, which has a multi-faceted appearance today, has become the most important contribution to the development of economically and socio-cultural countries in the post-1950s, as well as in solving the economic problems and overcoming the bottlenecks faced by the country's economies. Tourism activities play an important role in economic development due to acceleration of socio-economic and cultural development, production in the side branches of the service sector, employment increase in the whole country, foreign capital inflow and foreign exchange inflow. Tourism is important in the establishment of universal peace by improving the relations between people without the discrimination of religion, language, race, peace and friendship. Human mobility in tourism is not limited only to people from other countries. Investments aimed at developing the tourism sector are going to meet both the people coming from other countries and the needs of their own citizens. The possibility of reflection of the positive effects of tourism in the universal sense in the country will be possible with the awareness of people and the provision of human mobility. Undoubtedly, education is the most effective way of comprehending and recognizing the importance of the concept of tourism to the citizens of an country. The way to achieve this is through education, curriculum and textbooks prepared accordingly. When the concept of tourism and its related concepts are used in the content of the textbook material in a correct and effective way, a more sensitive and conscious perspective can be gained for the sector. In this study, it was aimed to determine how much the tourism phenomenon in social studies textbooks, which are being taught with the Social Studies Program renewed in the academic year of 2017-2018, is processed both visually and textually. Document analysis method, which is a kind of qualitative research methods, was utilized.

Keywords: Social Studies Curriculum, Social Studies Textbook, Tourism Concept.

ÖĞRETMENLERİN TURİZM ALGISI: IĞDIR İLİ ÖRNEĞİ

Gülşen BAYAT

Iğdır Üniversitesi
gulsen.bayat@igdir.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı öğretmenler tarafından turizmin olumlu etkilerinin algılanma durumunu belirleyebilmek ve öğretmenlerin turizm konusundaki düşüncelerini değerlendirmektir. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan anket, 2018 yılı Haziran ayı içerisinde Iğdır ilinde görev yapan 400 öğretmene uygulanmıştır. Anket sonuçları SPSS 20.0 istatistiksel paket programıyla analiz edilmiştir. Araştırmaya katılan öğretmenlerin demografik özelliklerine yönelik sorular frekans dağılımı ile test edilmiştir. Öğretmenler arasında turizmin olumlu etkilerini algılanması ile ilgili faktör analizi gerçekleştirilmiş ve ölçeğin alt boyutları ile deneklerin özellikleri arasında ilişkilerin belirlenmesinde t-testi, tek yönlü varyans analizi (Anova) testlerinden faydalanılarak hipotezler test edilmiştir. Araştırma sonucunda ölçekten alınan toplam ortalama puan öğretmenlerin turizmin olumlu etkilerinin algılamasının yüksek seviyede gerçekleştirdiğini ortaya koymuştur. Araştırmada turizmin olumlu etkilerini açıklayan 12 değişkenden oluşan 3 boyutlu yapı ortaya çıkmıştır. Bu boyutlarla öğretmenlerin bazı özellikleri arasında anlamlı ilişki bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Öğretmenlerin Turizm Algısı, Turizmin Etkileri.

TEACHERS' PERCEPTION OF TOURISM: EXAMPLE OF IĞDIR PROVINCE

ABSTRACT

This study has been prepared to determine positive effects of tourism on teachers of Iğdır and to evaluate thoughts of teachers on tourism. The questionnaire arranged in this purpose has been carried out on 400 teachers in Iğdır city centre in June 2018. The questionnaire results have been analysed in SPSS 20.0 statistical program in computer programming. Percentage and descriptive periodicity statistics have been used in determining demographical characteristics of teachers accompanying this study. T-test and Anova tests have been employed in determining the relationship between descriptive characteristics of teachers, their thoughts relating to tourism potential of Iğdır and determining the relationship between inferior dimensions of scales. As a result of the search, it has been realized that; Iğdır is a reasonably convenient place in terms of tourism potential. Teachers are positive and conscious about tourism. In addition, in this study, three dimensional structures consisting of 12 factors explaining positive effects of tourism have come out. In this respect, there is a significant relationship between teachers and their characteristics.

Keywords: Tourism, Viewpoint Tourism of Teachers, The Effects of Tourism.

KIBRIS MUTFAK KÜLTÜRÜ VE SANAL GASTRONOMİ MÜZE PROJESİ

Dr. Öğr. Ü. Mehmet ÇAVUŞOĞLU

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
mcavusoglu@comu.edu.tr

Olena ÇAVUŞOĞLU

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
lunnacik@gmail.com

ÖZET

Bu çalışma, Kıbrıs adasının sahip olduğu zengin mutfak kültürüne ait yazılı ve görsel bilgileri sanal bir müze projesi ile kayıt altına almayı, bu bilgileri gelecek nesillere aktarmayı ve Kıbrıs adasının sahip olduğu mutfak kültürünü alternatif turizm kapsamında dünyaya tanıtmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın, dünyada hızla gelişmekte olan alternatif turizm çeşitlerinden gastronomi turizmi konusunda Kıbrıs adasının önemli bir destinasyon merkezi olmasına katkı sağlayacağı düşüncesindeyiz. Çalışmanın ilk bölümünde Gastronomi Turizmi Kavramı, Elektronik Tanıtım ve Sanal Müzecilik hakkında bilgiler yer almaktadır. İkinci bölümde, yapmış olduğumuz araştırmadan elde edilmiş; Kıbrıs mutfak kültürüne ait bulgular ve sanal müze aracılığı ile tanıtılacak mutfak aletleri hakkında bilgiler yer almaktadır. Sonuç bölümünde ise Sanal Gastronomi Müze Projesinin detayları ile bu projenin gastronomi turizmi amaçlı kullanımı konusunda yapılması gerekenler hakkında öneriler yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kıbrıs, Sanal, Müze, Gastronomi, Turizm.

CYPRUS CULINARY CULTURE AND VIRTUAL GASTRONOMY MUSEUM PROJECT

ABSTRACT

The purpose of this study is to record the written and visual information of the rich culinary culture of Cyprus island with a virtual museum project, to transfer this information to future generations and to introduce the culinary culture of Cyprus island to the world within the scope of alternative tourism. We believe that the work will contribute to making Cyprus island an important destination center for gastronomic tourism from the rapidly developing alternative tourism varieties in the world. The first part of the work includes information on Gastronomy Tourism Concept, Electronic Promotion and Virtual Museum. In the second part, we did what we did without research; Findings of Cypriot culinary art and information about kitchen utensils to be introduced through virtual museums. In the conclusion section, details of the Virtual Gastronomy Museum Project and suggestions on what to do about using this project for gastronomic tourism purposes are given.

Keywords: Cyprus, Virtual, Museum, Gastronomy, Tourism.

SÜRDÜRÜLEBİLİR KÜLTÜR TURİZMİ: SİVAS İLİ ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Ü. Dilek ŞAHİN

Cumhuriyet Üniversitesi
dilek58sahin@hotmail.com

Yusuf Alper BAŞTÜRK

Cumhuriyet Üniversitesi
yusufalper@hotmail.com

ÖZET

Turizm, Dünyada en hızlı gelişen hizmet sektörünün başında gelmektedir. Ulaşım, iletişim ve teknolojiadaki gelişmeler, turizm sektörünün gelişimini hızlandırarak turizmin çeşitlenmesine yardımcı olmaktadır. Bu turizm çeşitlerinden birisi de kültür turizmidir. Kültür turizmi, insanların kendi kültürlerini veya başka kültürleri, kültürel değerlerini, kültürel miraslarını ve tarihsel değerlerini ziyaret etmeye başlamasıyla ortaya çıkmıştır. Kültür turizmi beraberinde kültürel değerlerin ve tarihi yapıların, yapılan ziyaretlerin sonucunda kültürel tahribatını da beraberinde getirmektedir. Bu turizm faaliyetleri sonucunda ortaya çıkabilecek olumsuz etkileri en aza indirmek bütün ülkelerin en temel isteğidir. Bu değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması, sürdürülebilirlik anlayışının oluşturulması ile mümkündür. Bu bağlamda; bu çalışmada Sivas'ın kültür turizmi kapsamında yer alan kültürel değerleri hakkında bilgi verilerek, bu değerlerin gelecek nesillere ulaştırılmasını sağlayacak sürdürülebilir ilkelere uygun bir şekilde kullanımına ve kültür turizmi faaliyetleri çerçevesinde değerlendirilmesine olanak sağlayacak önerilerden oluşmaktadır. Yapılan değerlendirme sonucunda, Sivas ilinin sahip olduğu kültürel değerlerin turizm hizmeti kapasitesi açısından öneminin az olduğu ve kültürel değerlerin Sivas turizmine kazandırılması gerektiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Kültür Turizmi, Sivas İli.

SUSTAINABLE CULTURE TOURISM: THE CASE OF SIVAS PROVINCE

ABSTRACT

Tourism is the fastest growing service industry in the world. Improvements in transportation, communication and technology are helping to diversify tourism by accelerating the development of the tourism industry. Cultural tourism is the one of varieties. Cultural tourism has emerged when people begin to visit their own cultures or other cultures, cultural values, cultural heritage and historical values. Visits to cultural assets and historical buildings can bring about destructions. It is the most basic desire of all countries of the world is to reduce these negative effects. Protecting these values and transferring them to future generations is possible through the creation of an understanding of sustainability. Protecting these values and transferring them to next generations is possible through the creation of an understanding of sustainability. In this context; this study consists of proposals that will provide information about the cultural values of Sivas in the context of cultural tourism and enable them to be used in accordance with sustainable principles that will provide these values to next generations and to be evaluated within the context of cultural tourism activities. As a result of the evaluation, it has been seen that the cultural values of Sivas province are less important in terms of tourism and cultural values should be brought to Sivas province tourism.

Keywords: Sustainability, Cultural Tourism, Sivas Province.

ANTALYA-ALANYA DEVLET KARAYOLU'NUN BİTKİ MATERYALİ VE BİTKİSEL TASARIM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Öğr. Ü. Selma KÖSA

Akdeniz Üniversitesi
selmakosa@akdeniz.edu.tr

Prof. Dr. Sibel MANSUROĞLU

Akdeniz Üniversitesi
smansur@akdeniz.edu.tr

ÖZET

Turizm kentlerindeki karayolları turizm yerleşim yerlerini bağlama görevleri yanında ziyaretçilere bölgenin çevresel özellikleri hakkında ilk izlenimleri vermeleri açısından oldukça önemlidirler. Turizm yerleşim yerlerini birbirine bağlayan yollar, kenar ve orta refüjlerinde fonksiyonel işlevler üstlenen bitkilere sahip olmakla birlikte, yol boyunca ziyaretçilere bölge koşullarında yetişen bitki türlerini sergileme ve yol peyzajlarının görsel kalitesine katkı sunma görevleri de üstlenmektedir. Bu kapsamlarda turizm kentlerinde karayollarında bitkisel tasarım çalışmalarına gün geçtikçe daha çok önem verilmektedir. Bu çalışmada Antalya-Alanya Devlet karayolu, bitkisel tasarımında kullanılan bitki türleri ve tasarım ilkelerinden tekrar, çeşitlilik ve vurgu açısından incelenmiştir. Çalışmada, Antalya-Alanya devlet karayolu yolun geçtiği üç ilçeye göre Antalya-Serik, Serik-Manavgat, ve Manavgat-Alanya olmak üzere üç parçaya bölünerek ve yol boyunca gözlemler yapılarak değerlendirilmiştir. Toplamda karayolu boyunca 54 ağaç, 35 çalı ve 6 sarılıcı bitki türü tespit edilmiş olup en fazla bitki türü sayısı ise 39 ağaç, 33 çalı ve 5 sarılı tür ile Manavgat-Alanya karayolu kısmında belirlenmiştir. Karayolu boyunca bitkisel tasarımda tekrarın yol kenarlarında çoğunlukla ağaçlarla, orta refüjde ise ağaç ve çalının birlikte kullanımı ile yapıldığı belirlenmiştir. Vurgu ve çeşitlilik ise daha çok kavşaklarda veya kavşaklara yakın mesafelerde bazen yalnızca ağaç, bazense ağaç ve çalının birlikte kullanımı ile sağlanmaktadır. Çalışmanın son aşamasında Antalya-Alanya Devlet karayolunda yapılan gözlemlerden elde edilen sonuçlar değerlendirilmiş ve karayolunda bitkisel tasarımdan kaynaklanan çeşitli olumsuzluklar ortaya konulmuştur. Ayrıca, karayolunun geçtiği alanın ekolojik koşulları temel alınarak, bu sorunların ortadan kaldırılması ve sürdürülebilir bitkisel tasarımlar oluşturulması yönünde bazı öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Kenti, Karayolu, Bitkisel Tasarım.

EVALUATION OF ANTALYA-ALANYA STATE HIGHWAY IN TERMS OF PLANT MATERIAL AND PLANTING DESIGN

ABSTRACT

The highways in the tourist cities are very important in terms of giving the first impressions about the environmental characteristics of the region to the visitors as well as the tasks of connecting the tourist settlements. The roads linking the tourism settlements together with having the plants functionally function in the marginal and central refuges are also responsible for exhibiting plant species that grow in the region's conditions and contributing to the visual quality of road landscapes for visitors along the way. In this context, more and more importance is attached to planting design studies on highways in tourism cities. In this study,

the Antalya-Alanya state highway has been examined in terms of repetition, diversity and emphasis from design principles and plants species used in planting design. Antalya-Serik, Manavgat-Alanya and Antalya-Serik were divided into three parts according to the three provinces where the road between Antalya and Alanya state road passed and the observations were made by observing along the road. In total, 54 trees, 35 shrubs and 6 climbing plant species were identified along the highway and the maximum number of plant species was determined on the Manavgat-Alanya road section with 39 trees, 33 bushes and 5 climbing species. It has been determined that the repetition in planting design along the highway is mostly done with trees on the roadsides, and with trees and bushes in the central refuges. Emphasis and diversity are more often provided at junctions or near junctions, sometimes with the use of only trees, sometimes trees and bushes. The results obtained from the observations made on the Antalya-Alanya State Highway at the last stage of the work were evaluated and various negativities arising from planting design in the highway were revealed. In addition, based on the ecological conditions of the area where the road passes, some suggestions have been made to eliminate these problems and create sustainable planting designs.

Keywords: Tourism Town, Highway, Planting Design.

KENT TURİZMİ AÇISINDAN KENT PARKLARINDA DOĞAL BİTKİ TÜRLERİ VE BİTKİSEL TASARIMIN ÖNEMİ; ANTALYA ATATÜRK KÜLTÜR PARKI ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Ü. Selma KÖSA

Akdeniz Üniversitesi
selmakosa@akdeniz.edu.tr

Prof. Dr. Sibel MANSUROĞLU

Akdeniz Üniversitesi
smansur@akdeniz.edu.tr

ÖZET

Kent turizmde büyük kent parkları turistler tarafından en çok ziyaret edilen yerlerdendir. Kent parklarındaki bitkisel tasarımlarda kullanılan doğal bitki türleri, kenti ziyaret eden turistlere bölgenin bitki örtüsü konusunda fikir sahibi olmasına yardım ederken aynı zamanda kentin kimlik kazanmasında da önemli rol oynar. Antalya ili özellikle doğal ve tarihi özellikleri bakımından Türkiye'deki önemli turizm kentlerinden biridir. Bu çalışmada, Antalya kent merkezinde bulunan ve kentin en büyük parkı olan Atatürk Kültür Parkı'nda farklı kullanım alanlarında yoğun olarak kullanılan egzotik bitki türleri yerine benzer bitkisel özelliklere ve kullanıma hizmet edebilecek doğal bitki türlerinin önerilmesi yolu ile kentin en büyük parkının bölgenin doğal özelliklerinin tanıtılmasında kullanımı amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışmanın ilk aşamasında bölgenin doğal bitki örtüsünde bulunan ve fidanlıkta yetiştirilen bitki türleri araştırılmış ve listelenmiştir. İkinci aşamada parkta yapılan gözlemler sonucunda bu çalışma kapsamına alınmış 6 farklı kullanım alanında (park girişi, yürüme yolu, su kenarı, oturma alanı, yapı çevresi ve plastik eleman çevresi) yoğun olarak kullanılan egzotik bitki türleri ve özellikleri saptanmıştır. Çalışmanın üçüncü aşamasında egzotik türlerin kullanım yeri ve özellikleri doğrultusunda, örnek alanlarda doğal türlerin kullanıldığı bitkisel tasarım önerileri geliştirilmiştir. Önerilerin oluşturulmasında daha çok form ve renk etkisiyle dikkat çeken bitki türlerinin seçilmesine önem verilerek mevcuttaki bitkisel tasarımda vurgu, tekrar ve denge ilkesi ön plana çıkarılmıştır. Çalışma son aşamasında turizm kentlerinde bölgenin doğal türleri ile yapılan bitkisel tasarımların faydaları üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kent Turizmi, Doğal Bitki Türleri, Bitkisel Tasarım.

IMPORTANCE OF NATURAL PLANT SPECIES AND PLANTING DESIGN IN URBAN PARKS IN TERMS OF URBAN TOURISM; ANTALYA ATATÜRK CULTURE PARK EXAMPLE

ABSTRACT

In urban tourism, big city parks are the places visited by tourists the most. Natural plant species used in planting designs in city parks play an important role in helping the tourists visiting the city to have an idea about the vegetation of the region and at the same time gain the identity of the city. Antalya province, especially in terms of natural and historical specification is one of the major tourist cities in Turkey. In this study, in Atatürk Culture Park which is the biggest park in city center of Antalya it is aimed to use the largest park in the city to introduce the natural features of the region by suggesting similar plant characteristics and natural plant species that can serve as a substitute for exotic plant species which are used extensively in

different usage areas. For this purpose, during the first phase of the study, the plant species found in the natural plant cover and grown in the nursery were researched and listed. As a result of the observations made in the park in the second stage, exotic plant species and their characteristics which are used intensively in 6 different usage areas (park entry, walking way, water edge, sitting area, building environment and plastic element periphery) were determined. In the third phase of the study, planting design proposals have been developed in which natural species are used in sample areas in terms of location and characteristics of exotic species. In making suggestions with importance the selection of plant species which are more attracted by form and color effect, in the existing planting design the principle of emphasis, repetition and balance has been put forward. The last phase of the study focused on the benefits of planting designs made with natural species of the region in tourism cities.

Keywords: Urban Tourism, Natural Plant Species, Planting Design.

TARHANA ÜRETİMİ ve ÇEŞİTLERİ

Duygu YÖNEL

Gaziosmanpaşa Üniversitesi
duygu.yonell@gmail.com

Öğr. Gör. Dr. Şeyda KARAGÖZ

Gaziosmanpaşa Üniversitesi
seyda.karagoz@gop.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Mehmet GÜLLÜ

Gaziosmanpaşa Üniversitesi
mehmet.gullu@gop.edu.tr

ÖZET

Toplumların kültürlerini oluşturan en önemli unsurlar arasında yeme içme alışkanlıkları, üretilen ve tüketilen gıdalar gelmektedir. Yemek kültürü veya mutfak kültürü olarak adlandırabileceğimiz bu alışkanlıklar, kimi zaman kış hazırlıkları kapsamında hazırlanan ürünler, kimi zaman da farklı karışımlarla ortaya çıkan ve genellikle toplumların kendilerine özgü nitelikler taşıyan ürünler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu açıdan geniş imkânlarla sahip Anadolu coğrafyasında tarihten beri tarım ve hayvancılığın temel üretim ve geçim kaynağı olması, ortaya çıkan ürünlerin şekillenmesinde ana etken olmaktadır. "Tarhana" bu ürünler arasında çok önemli bir yere sahiptir. Türklerin beslenmesinde çok eski ve önemli bir yere sahip olan Tarhana geleneksel ve yöresel bir yiyecek haline gelmiştir. Geleneksel Türk mutfağına önemli bir katkısı olan tarhana un, yoğurt, maya, çeşitli sebze ve baharatların karıştırılması, fermantasyona bırakılması, kurutulması ve öğütülmesiyle elde edilen fermente bir tahıl ürünüdür. Bu çalışmada; Türk halkının kış hazırlıklarında büyük bir yere sahip tarhananın geçmişten günümüze uzanan tarihinden, üretimde bazı benzerlik ve farklılıklardan dolayı bölgesel tarhana çeşitlerinden ve tarhananın sağlık açısından öneminden bahsedilmektedir. Tarama modeli ile oluşturulan çalışmada, ülkemizde üretilen veya üretimi unutulmaya yüz tutan tarhana türlerinin özet bir atlası çıkarılmaktadır. Ayrıca çalışma, tarhananın insan sağlığı açısından yaygın kullanımını, tarhana çeşitleri hakkında insanları bilgilendirmeyi ve bu konuda yazılacak literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Türk kültürü, Kış hazırlıkları, Tarhana.

PRODUCTION AND VARIETIES OF TARHANA

ABSTRACT

Among the most important elements that constitute the cultures of the societies are; eating habits, produced and consumed food. These habits, which we can call food culture or culinary culture, are confronted as products that are produced in the context of winter preparations or as products that are produced with different mixtures and which generally have their own specific qualities. Since Anatolia has wide possibilities in this respect, the fact that agriculture and livestock are the main sources of production and subsistence has been the main factor in shaping the emerging products. "Tarhana" has a very important place among these products. Having a very old and important place in the nutrition of Turkish society, Tarhana has become a

traditional and local food. Tarhana, an important contribution to the traditional Turkish cuisine, is a fermented grain product obtained by mixing yogurt, yeast, various vegetables and spices, leaving to fermentation, drying and grinding. In this study; the history of the tarhana, which has a great place in the winter preparations of the Turkish people, the regional tarhana varieties due to some similarities and differences in production and the importance of the tarhana in terms of health is mentioned. The study is formed survey model and a summary of the varieties of tarhana produced or forgotten in our country is extracted. The study also aims to inform the individuals about the widespread use of tarhana in terms of human health, the types of tarhana, and to contribute to the literature to be written in this respect.

Keywords: Turkish culture, Winter preparations, Tarhana.

PAMUKKALE-HİERAPOLİS DÜNYA MİRAS ALANI'NDA SOSYAL TAŞIMA KAPASİTESİ

Arş. Gör. Veysel DAĞ

Akdeniz Üniversitesi
veseldag@akdeniz.edu.tr

Prof. Dr. Sibel MANSUROĞLU

Akdeniz Üniversitesi
smansur@akdeniz.edu.tr

ÖZET

Dünyada son yıllarda ekonomik, teknolojik, siyasal, sosyal ve kültürel alanlarda yaşanan önemli gelişme ve değişimler turizm sektörünü ve tüketicilerin taleplerini önemli ölçüde etkilemiştir. Özellikle endüstri devrimi ile başlayan ve teknolojik gelişmelere paralel olarak artan serbest zaman ve gelir düzeyi, insanların yaşam şekillerini değiştirmiştir. Buna bağlı olarak insanlar serbest zamanlarını değerlendirmek üzere turizm faaliyetlerine yönelmiş ve artan talepler nedeniyle gelişen turizm sektöründe ekonomik unsurlar ön plana çıkmıştır. Turizm, son yıllarda dünyanın en hızlı gelişen ve istihdam sağlayan endüstrilerinden biri konumundadır. Dünyadaki turist sayısı da turizm faaliyetleri ve olanaklarının artmasına bağlı olarak her geçen gün artmaktadır. Mevcut turizm alanlarının yoğun kullanımdan dolayı zarar görmesi, korunan alanların değişen turizm ve rekreasyon anlayışına uygun bir potansiyele sahip olması nedeniyle, korunan alanlar önemli turizm destinasyonları haline gelmiştir. Ülkemizde de turizm bölgelerimizde yer alan farklı statülere sahip korunan alanlar yerli ve yabancı turistler tarafından ilgi gördükçe, bu alanların turizm ve rekreasyon amacı ile kullanımı artmaktadır. Korunan alanlarda sürdürülebilirliğin sağlanması için turizm ve rekreasyon faaliyetlerinin dikkatli bir şekilde planlanması, yönetilmesi ve izlenmesi gerekmektedir. Çünkü korunan alanlarda turizm doğal ve kültürel kaynakların kalitesine bağlı olarak gelişmektedir. Bu nedenle kaynaklar üzerindeki ziyaretçi etkileri çok dikkatli bir şekilde yönetilmeli, mümkünse doğrudan etkilerin azaltılmasına yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Aksi durumda turizm ve rekreasyona bağlı olarak korunan alanlar üzerinde ortaya çıkabilecek olumsuz etkiler, alanın özgün değerlerinin yok olmasına ve kullanılamaz duruma gelmesine yol açabilir. Çalışma alanı olan Pamukkale-Hierapolis Dünya Miras Alanı, içerisinde bulundurduğu tarihi, doğal ve kültürel değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması amacı ile ulusal ve uluslararası düzeyde korunmaya çalışılmaktadır. Alanda yürütülen çalışma dört aşamalı olup, araştırmanın ilk aşamasında çalışma alanı ve konusu ile ilgili literatür taraması yapılmıştır. İkinci aşamada alanın sosyal taşıma kapasitesinin belirlenmesi amacıyla hazırlanan anket formu ile ziyaretçiler tarafından en fazla tercih edilen traverten girişinde bir anket çalışması uygulanmıştır. Anket uygulanan kişiler, alanı yıl boyunca farklı dönemlerde ziyaret eden yerli ziyaretçiler içerisinde, rastlantısal seçim ile oluşturulmuştur. Örneklem büyüklüğünün saptanmasında Arkin ve Colton'un %5 (0,05) hata payına göre 100.000'nin üzerindeki nüfus için öngördüğü en az 400 kişi sayısı temel alınmıştır. Üçüncü aşamada anket formlarından elde edilen veriler kodlanarak bilgisayar ortamına aktarılmış olup, IBM SPSS 20 programında değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar ile IUCN (1997) tarafından önerilen ve ülkemizde de Sayan ve ark. (2005), Cengiz ve Kaptan (2008), Göktuğ (2011) ve Yıldırım (2012) tarafından da kullanılan korunan alanlarda ziyaretçi memnuniyetini temel alan sosyal taşıma kapasitesi hesaplamaları yapılmıştır. Yapılan hesaplamalar sonucunda alanın sosyal taşıma kapasitesinin kış dönemi için 1.451 ziyaret/gün,

yaz dönemi için ise 2.091 ziyaret/gün olduğu belirlenmiştir. Çalışmanın son aşamasında elde edilen veriler ışığında ve çalışma süresince farklı zaman dilimlerinde alanda yapılan gözlemler de dikkate alınarak alanın sosyal taşıma kapasitesinin önlenmesi ve alanın daha etkin bir şekilde kullanılması yönünde bir takım öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Taşıma Kapasitesi, Ziyaretçi Memnuniyeti, Dünya Miras Alanı, Pamukkale, Denizli.

SOCIAL CARRYING CAPACITY OF PAMUKKALE-HIERAPOLIS WORLD HERITAGE SITE

ABSTRACT

Major developments and changes in economic, technological, political, social and cultural fields in the world in recent years have significantly affected the tourism industry and the demands of consumers. Especially the free time and income level increased in parallel with technological developments and changed the way people live. Accordingly, people have turned to tourism activities in order to evaluate their leisure time and economic factors have come to the forefront in the developing tourism sector. Tourism has been one of the fastest growing and employment-providing industries in the world in recent years. The number of tourists in the world is increasing due to the development of opportunities on tourism activities. Protected areas have become important tourism destinations due to the damage caused by intensive use of existing tourism areas and the potential of protected areas to match the changing tourism and recreation demands. As the protected areas with different statues located in tourism centres in Turkey are attracted by domestic and foreign tourists, the use of these areas with tourism and recreation purpose is increasing. Tourism and recreational activities need to be carefully planned, managed and monitored to ensure sustainability in protected areas. Because in protected areas tourism develops due to the quality of natural and cultural resources. For this reason, visitor effects on resources should be managed with great care and efforts should be made to reduce direct effects if possible. Otherwise, adverse effects on protected areas due to tourism and recreation may lead to the disappearance of the original values of the area and its becoming unusable. The study area of Pamukkale-Hierapolis World Heritage Site is being preserved at the national and international dimension with the aim of preserving the historical, natural and cultural values it contains and lead to future generations. In the first stage of the four-staged of the research is the literature survey on the study field and the subject. In the second stage, a questionnaire prepared to determine the social carrying capacity of the area and the survey was applied to the visitors at the entrance of the travertine which was most preferred. Panel were created by random selection from the local visitors and the survey applied at different times during the year. In determining the sampling size, Arkin and Colton used a minimum of 400 people for a population of over 100,000 according to a 5% (0.05) error margin. In the third stage, the data obtained from the questionnaire forms were coded and transferred to the computer environment and evaluated in the IBM SPSS 20 program. With the results obtained, social carrying capacity of the area has been evaluated with the method proposed by IUCN (1997) and used in Turkey in some studies (Sayan et al. (2005), Cengiz and Kaptan (2008), Göktuğ (2011), Yildirim (2012) etc.) for the protected areas. As a result of the evaluation, it was determined that the social carrying capacity of the area is 1,451 visits/day for the winter season and 2,091 visits/day for the summer season. It is understood that the social carrying capacity evaluations made in the Considering the observations made in the field at different times during the study period and the data obtained during the last phase of the

study, some suggestions have been developed to prevent the social carrying capacity of the area and to use the area more effectively.

Keywords: Social Carrying Capacity, Visitor Perceptions, World Heritage Site, Pamukkale, Denizli.

TURİZM KENTLERİNDE BİSİKLET YOLLARININ ÖNEMİ: ANTALYA ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Sibel MANSUROĞLU

Akdeniz Üniversitesi
smansur@akdeniz.edu.tr

Arş. Gör. Veysel DAĞ

Akdeniz Üniversitesi
veyseldag@akdeniz.edu.tr

ÖZET

Bisiklet, yüz yılı aşkın bir süre önce ulaşım aracı olarak önem kazanmış ve otomobil icat olana kadar önemini korumuştur. Otomobillerin yaygınlaşması ile otomobiller bisikletlerin yerini almış ve yollara egemen olmuştur. Bazı ülkelerde bisikletler neredeyse yok olma noktasına gelirken, bazı ülkelerde ise otomobiller ile aynı anda var olabilmişlerdir. Dünyada son yıllarda motorsuz taşıt kullanımına bağlı ulaşım olanakları gelişmektedir. Bisiklet toplum ve bireyler için diğer ulaşım araçlarına göre ekonomik ve ekolojik açıdan birçok yarar sağlamakta, kısa mesafelerde motorlu taşıtlara oranla daha sağlıklı, ekonomik ve güvenli olması bisiklet kullanımını olumlu yönde etkilemektedir. Bisiklet ekonomik olması, doğrudan çevre kirliliğine yol açmaması ve az enerji gerektirmesi yanında belirli trafik koşullarında diğer ulaşım araçlarına göre daha hızlı olması açısından günümüzde şehirlerde ulaşımı sağlamanın en uygun yollarından biri olarak görülmektedir. Ancak buna rağmen birçok ülkede yeterli altyapı olanaklarının olmaması bisiklet kullanımını sınırlandıran bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmanın amacı Antalya kent merkezinde bisiklet ulaşımının geliştirilmesi için yapılan çalışmaların incelenmesi ve değerlendirilmesi, bisiklet kullanımının turizm kenti açısından sorgulanması, bisiklet kullanımının özendirilmesi ve geliştirilmesi yönünde bazı önerilerin ortaya konulmasıdır. Dört aşamalı yürütülen çalışmanın ilk aşamasında bisiklet yollarının ülkemizdeki uygulamaları, bisiklet kullanımına etki eden mekansal gelişim ile bisiklet ulaşımının yaygınlaştırılması ve bisiklet kullanıcı özelliklerinin belirlenmesine yönelik çalışmalar incelenmiştir. İkinci aşamada Antalya kent merkezindeki mevcut bisiklet yolları güzergah özellikleri ve kentin doğal özellikleri ile bisiklet kullanımı arasındaki ilişkiler, kentleşme ve turizm yerleşmeleri bağlamında değerlendirilmiştir. Üçüncü aşamada ise Antalya kent merkezindeki bisiklet yolları çevresinde işyeri bulunan esnaflarla bisiklet yollarının kullanımı konusunda karşılıklı görüşme yolu ile bilgi toplanmıştır. Son aşamada ise elde edilen veriler ışığında bir turizm kentinde kent içi ulaşımında bisikletin önemi değerlendirilmiş ve bisikletli ulaşımın geliştirilmesi açısından bazı öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Antalya, Bisiklet Yolları, Turizm Kentleri.

IMPORTANCE OF BICYCLE ROADS IN THE TOURISM CITIES: CASE STUDY OF ANTALYA

ABSTRACT

Bicycle has an important as a transport vehicle since more than one hundred years and has maintained its importance until automobile developed. Within automobile become popular, cars supersede to the bicycle and get dominate on the roads. Even bicycle almost extinct in the some countries, in contrast coexist with cars in the some countries. In recent years, transportation facilities related to the use of non-motorized vehicles are developing in the

world. Bicycle has a lot of economical and ecological importance for the population and individuals on the contrary of motorized vehicles. Also, bicycles are healthier, economic and safe compared to motor-vehicles in short distances affects positively the use of bicycles. Bicycling is considered to be one of the most convenient ways to provide transportation in cities today in terms of being economical, not causing direct environmental pollution and requiring less energy and being faster than other transportation means in certain traffic conditions. Nonetheless, the lack of adequate infrastructure in many countries presents a challenge as a factor limiting bicycle use. Aim of this study, to examine and evaluate the studies carried out for the development of bicycle transportation in the city centre of Antalya. And questioning the use of bicycles in terms of tourism, suggesting some proposes for promoting and developing the use of bicycles. In the first stage of four-staged of the study, the applications of bicycle roads in Turkey, the dissemination of bicycle access and determination of bicycle user characteristics have been examined. In the second stage, the current bicycle lines features and relationships between the natural context of urbanization and tourism settlements. In the third stage, information was gathered through mutual interviews about the use of bicycle lines with shopkeepers in the vicinity of bicycle in the city centre of Antalya. At the last stage, in tourism city has been evaluated and some suggestions have been developed for the pickup of bicycle transportation system.

Keywords: Antalya, Bicycle Roads, Tourism Cities.

KAPADOKYA BÖLGESİNİ ZİYARET EDEN TURİSTLERİN MİSAFİRPERVERLİK ALGISINI ÖLÇMEYE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA

Arş. Gör. Dr. Fazıl KAYA
Gümüşhane Üniversitesi
fkaya@gumushane.edu.tr

Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK
İstanbul Üniversitesi
ikizilirmak@istanbul.edu.tr

Doç. Dr. Gürel ÇETİN
İstanbul Üniversitesi
gurelc@istanbul.edu.tr

ÖZET

Toplumsal kültürün temel öğelerinden birini oluşturan misafirperverlik davranışı; yerel halk ile yabancılar arasındaki gelişen ilişkilere dayanmaktadır. Turizmde misafirperverlik olgusu ise yerel halk ile destinasyona yabancı olan turistler arasında gerçekleşen iletişim ve etkileşimi oluşturmaktadır. Uzun yıllardan beri misafirperverlik olgusu, turistlerin seyahat etme motivasyonları içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Çalışmanın örneklemini oluşturan Kapadokya bölgesi, 1950'li yıllarda dış turizme açılan ilk turizm destinasyonlardan birisidir. Kapadokya bölgesine yönelik ilk turizm hareketleri, Türk misafirperverliğinin de ilk örneklerini içermektedir. Bu çalışmanın amacı da misafirperverlik gelenekleriyle turizmde söylem geliştiren Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlerin yerel toplumun misafirperverlik davranışlarına ilişkin algılarını ortaya koymaktır. Bu çalışmada Balık ve Çetin (2014) tarafından geliştirilen misafirperverlik ölçeği kullanılmıştır. Kolayda örneklem yöntemiyle kullanılabilir 389 ankete ulaşılmıştır. Yapılan analizlerde misafirperverlik alt boyutları yeniden belirlenmiş ve çeşitli demografik özelliklere ilişkin fark testleri yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Misafirperverlik, Turist, Kapadokya Bölgesi.

A RESEARCH ON MEASURING THE HOSPITALITY PERCEPTION OF TOURISTS VISITING THE CAPPADOCIA REGION

ABSTRACT

Hospitality behavior, which is one of the basic elements of social culture; based on the growing relationship between local people and foreigners. Hospitality in tourism is an interaction between local people and tourists who are foreign to the local area. For many years, hospitality has become an important part of tourists' motivation to travel. The Cappadocia region is one of the first tourist destinations to open to foreign tourism in the 1950s. The first tourism movements to the Cappadocia region include the first examples of Turkish hospitality. The purpose of this study is to reveal the perceptions of the tourists visiting the Cappadocia region, which develops discourse in tourism with the traditions of hospitality, about the hospitality behaviors of the local community. In this study, the hospitality scale developed by Balık and Çetin (2014) was used. In this study, data were collected by convenience sampling method. A total of 389 available surveys were included in the analysis. In the analyzes, the hospitality sub-dimensions were redefined and different demographic characteristics were tested.

Keywords: Hospitality, Tourist, Cappadocia Region.

LİBYA EKONOMİSİ İÇİN TURİZM KAYNAKLARININ ROLÜ VE ÖNEMİ

Nora I. Abdalhamed ALKHAİZAWANI

Kastamonu Üniversitesi
elshari11@gmail.com

Dr. Mine HALİS

Kocaeli Üniversitesi
minehalis@gmail.com

Dr. Muhsin HALİS

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
muhsinhalis@gmail.com

ÖZET

Turizm ve güçlü bir ekonomi arasında önemli bir ilişki vardır. Her ikisi birbirine bağlı olup, turizmin, milli ekonominin desteklenmesinde önemli bir kaynak olduğu düşünülmektedir. Güçlü bir ekonomi, turizmi de güçlü bir şekilde desteklemektedir. Bu çalışmada, turizmin etkisi, turizm kaynakları ve turizmi desteklemede kullanılan yöntemler ele alınmıştır. Sektörler arasında rekabet yaratma ve petrolden elde edilen gelire bir alternatif kaynak oluşturma gayretinin yanı sıra, Libya hükümetinin hem kamu hem de özel turizm sektörünün desteklenmesindeki rolüne dikkat çekmek de bunlar arasında yer almaktadır. Çalışma, Libya'nın doğusundaki Yeşil Dağ bölgesinde ve özellikle de Suse ve Cyrene'de turizmin ekonomi üzerindeki rolü ve devletin, turizm sektörünü desteklemedeki rolü ile Libya'da turizmin geleceği ve mevcut iç alt-yapının çok sayıda turisti çekmeye yeterli olup olmadığı hakkında turizm yetkililerine ve sokaktaki insanlara yöneltilen sorulara odaklanmıştır. Bununla birlikte, devrim sonrası ortaya çıkan kargaşadan ve birçok veri tabanının kaybolmasından ötürü, son istatistiksel verilere ulaşmakta zorlandığımı belirtmeliyim. Ülkedeki güvenlik sorunundan ve hali hazırda devam etmekte olan güvenlik durumundan ötürü bir yerden başka bir yere gitme konusunda yaşadığım güçlük, durumu daha da zorlaştırmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Ekonomi, Gelir, Kaynak, Alt Yapı.

THE ROLE AND IMPORTANCE OF TOURISM RESOURCES FOR LIBYAN ECONOMY

ABSTRACT

There is pertinent relationship between tourism and the existence of a strong economy. Each one of them depends on the other because tourism is considered as an important resource to support the national economy. Moreover, a strong economy contributes to the strengthening of the tourism. The study includes the effect of tourism, its resources and the methods used to support it. In addition to creating competition between sectors and try to provide an alternative source of income from oil, the study also aims at highlighting the role of government in Libya to support the tourism sector, whether public or private. The study focusing on the Green Mountain area in eastern Libya, specifically Suse and Cyrene, attempts to obtain information from the tourism officials and the people on the street about the role of tourism in the economy and the state's role in supporting the tourism sector and the future outlook for tourism in Libya and whether intra-existing infrastructure is sufficient to attract the

largest number of tourists through questionnaires. But it should be noted that the recent data statistics are difficult to get due to the chaos that occurred after the revolution and owing to the disappearance of many databases. Moreover, it was difficult to move from one place to another because of the security situation in the country and current events in the country.

Keywords: Tourism, Economy, Income, Resource, Infrastructure.

YÖRESEL YEMEKLERİN CİTTASLOW ŞEHİRLERİNDEKİ RESTORANLARDA KULLANIM DÜZEYLERİ: PERŞEMBE ÖRNEĞİ

Arş. Gör. Dr. Aykut ŞİMŞEK

Atatürk Üniversitesi
aykut.simsek@atauni.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Neslihan ÇETİNKAYA

Atatürk Üniversitesi
nserceoglu@atauni.edu.tr

Selçuk AYDIN

Atatürk Üniversitesi
selcuk.aydin12@ogr.atauni.edu.tr

ÖZET

Yerel kalkınma, kırsal alanlarda yörenin sahip olduğu değerler aracılığıyla yöre halkının yaşam kalitesinin artmasını amaçlarken aynı zamanda da kültürel ve çevresel değerlerin korunmasını sağlar. Cittaslow (Sakin Şehir) hareketi şehirlerin yaşam kalitesini arttırmayı ve yerel dinamiklerini harekete geçirmeyi hedeflemektedir. Kırsal turizmde de ziyaret edilen destinasyonun sahip olduğu kültürel değerlerin pazarlanması oldukça önemlidir. Dolayısıyla söz konusu destinasyonun kültürüyle oluşmuş yöresel yemeklerin turistlere sunulması gerekmektedir. Yöresel yemeklerin Cittaslow şehirlerindeki restoranlarda kullanım düzeylerini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada, Ordu ilinin Cittaslow statüsüne sahip Perşembe ilçesindeki restoran işletmelerinin menü kartları incelenmiştir. Ayrıca işletme sahipleri/yöneticileri ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına ve yapılan görüşmelere göre fındık çorbası, balık çorbası, karalahana çorbası, kabak kayganası, fasulye turşusu kavurması, melücan kavurma, hamsi turşusu gibi yöresel yemeklerin kullandığı görülmüştür. Ayrıca özellikle yöreye ait otlardan yapılan çok sayıda turşu çeşitlerinin satışa sunulduğu sonucuna varılmıştır. Restoran menülerinde en çok tercih edilen tatlı çeşidinin ise laz böreği olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Cittaslow, Kırsal Turizm, Yerel Kalkınma, Yöresel Yemek.

USAGE LEVELS OF LOCAL FOODS IN RESTAURANTS IN CITTASLOW CITIES: SAMPLE OF PERSEMBE

ABSTRACT

The local development aims to increase the quality of life of the local people through the values that rural areas have, and at the same time it provides to protect the cultural and environmental values. The cittaslow movement aims to increase the quality of life of cities and to mobilize their local dynamics. In rural tourism it is very important to market the cultural values that the visited destination has. Thus, it is necessary to offer the local foods made with culture of the destination to the tourists. This study was conducted to determine the levels of use of local foods in restaurants in cittaslow cities the menu cards of the restaurant business was examined in Perşembe, which has cittaslow status in Ordu. In addition, face-to-face interviews were also conducted using semi-structured interview techniques with business

owners / managers. According to the results of the research and interviews, nut soup, fish soup, black bean soup, squash kayganası, bean pickle braised, melücan and anchovy pickle etc. are using at restaurants. In addition, a large number of pickled varieties which especially made from locally grown grasses, have been sold as a result. It is seen that the most preferred sweet variety in the restaurant menus is the laz böreği.

Keywords: Cittaslow, Rural Tourism, Local Development, Local Food.

TURİZM VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA: SHAHAT ÖRNEĞİ

Abdelgadir F.A.Ali

Kastamonu Üniversitesi

Dr.Öğr. Ü. Mine HALİS

Kocaeli Üniversitesi

minehalis@gmail.com

Prof. Dr. Muhsin HALİS

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

muhsinhalis@gmail.com

ÖZET

Turizm, dünya ülkelerinin ekonomilerini canlandırmak için en önemli kaynak haline gelmiştir. Turizm altyapıda yatırımı teşvik etmekte, devletlerin ödemeler dengesini geliştirmelerine yardımcı olmakta ve ekonomik fırsat eşitliği sağlayarak iş fırsatlarının yaratılmasına ve yerel halkın yaşam koşullarının iyileştirilmesine yardımcı olmaktadır. Ancak bunun sağlanması için bu faaliyetlerin uzun vadeli olması gerekir. Çalışmanın amacı, Shahat'ta (Libya'da bir bölge) turizm gelişimine yönelik tutumlarının araştırılmasına göre, turizmde kilit paydaşların sağlayabileceği desteğin derecesini tanımak suretiyle gelecekte Şerif'te sürdürülebilir turizm gelişimi yaratma olasılığını araştırmaktır. Shahat, çalışma için bir vaka olarak seçilmiştir. Çünkü Shahat, birçok ekonomik, sosyal ve çevresel sorunlara çözüm bulmak için acil kalkınma projelerine ihtiyaç duyan Libya'daki diğer şehirleri temsil ediyor. Bu çalışma için araştırmacı, gerçeği ikincil bir kaynak olarak yakından izleme de dâhil olmak üzere bazı turistik yerlere saha ziyaretleri ile birlikte yayınlanan raporları, çalışmaları, kitapları, tabloları, görüntüleri ve haritaları kullanmıştır.

Anahtar Kelimeler :Sürdürülebilir Kalkınma, Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi, Shahat

TOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT: CASE OF SHAHAT

ABSTRACT

Tourism has become the most important source for stimulating the economies of countries of the world. Tourism stimulates investment in infrastructure and helps states to improve their balance of payments, and help to create job opportunities and improve the living conditions of local people by helping to equalize economic opportunities. But tourism development in order to be useful in the long term must be sustainable. The aim of the study is to explore the possibility of creating sustainable tourism development in the Shahat (in Libya) in the future, by recognizing the extent of support that can be provided by key stakeholders for tourism, according to the study of their attitudes toward tourism development in Shahat . The Shahat was selected as a case for the study. Because Shahat is representative of other cities in Libya which are in urgent need of development projects in order to find solutions to many economic, social and environmental problems. For this study, the researcher used reports, studies, books, tables, images and maps published together with field visits to some tourist sites including close monitoring of the reality as a secondary source.

Keywords: Sustainable Development, Sustainable Tourism Development, Shahat.

DOĞRU YÖNETİLMİŞ MUHASEBE'NİN BÖLGESEL TURİZM VE EKONOMİYE KATKILARI

Öğr. Gör. Gülnihal TORAMANLI

Istanbul Medipol Üniversitesi
gtoramanli@medipol.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Dilek ŞAHİN

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
dilek58sahin@hotmail.com

ÖZET

Özet: Bu çalışmada ki amaç; muhasebenin yasalar ve turizm sektörüne uygun, en doğru şekilde yönetilip, turizme dolayısıyla bölge ekonomisine yönetsel anlamda nasıl katkılar sağlanabileceğinin yollarının ortaya konması, dolayısıyla da turizm sektörünün gelecek planlarını daha iyi yapıp, bütçelerini doğru oluşturmalarının sektöre getireceği faydaların belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda çalışmada; Şirketlerin yönetim kadrosu ile muhasebe departmanının neden uyumlu bir şekilde çalışmalarının gerekli olduğu. Muhasebenin neden şirketin en önemli organlarından biri olduğu. Dolayısıyla, yasal olarak hangi mali konularda hangi değerlendirme ölçülerinin kullanılabileceği, bunların hangileri kullanılırsa şirketin daha çok kar, hangileri kullanıldığında zarar gösterebileceği, yöneticilerin de bu konuları neden bilmeleri gerektiği, muhasebenin bölgesel turizm ve ekonomiye katkı sunabilmesi için, turizm sektöründe ki her yöneticinin, şirketlerindeki ekonomik ve vergisel konularda muhasebeyi, yasal anlamda belli bir düzeyde biliyor olmasının gerekliliğinin boyutları, önemi ve sonuç olarak; Muhasebe uygulamalarının, turizm sektörünü nasıl etkileyeceği, bölgenin ekonomik kalkınmasına nasıl katkılarda bulunacağı konuları, gerek yasalardan örnekler, gerek kayıtlar ve mali tablolar kullanılarak, muhasebe bilmeyenlerinde anlayabileceği şekilde, örnek çalışmalarla kısaca sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Ekonomi, Muhasebe, Yönetim.

REGIONAL TOURISM AND ECONOMIC CONTRIBUTIONS OF CORRECT ADMINISTRATIVE ACCOUNTING

ABSTRACT

Abstract: The purpose of this study is; The purpose of this study is to determine the ways in which the accountant can be managed in the most appropriate way and in accordance with the laws and tourism sector and thus contribute to the regional economy in a managerial way by means of tourism and therefore to make the future plans of the tourism sector better and to create the budget appropriately. In working towards this aim; Why is it necessary for the management staff of the companies and the accounting department to work in harmony? Why accounting is one of the most important organs of the company. Therefore, it is necessary for every manager in the tourism sector to be able to make economic contributions to their companies in order to enable them to contribute to the regional tourism and economy, which financial measures can be legally used, which ones are used, which profits the company can profit more, and the dimensions of the need to know accounting at a certain level of legal sense, as a precaution and as a result; How the accounting practices will affect the tourism sector will be briefly presented with examples of how the contributions to the economic development of the region will be found, using examples from the legislature, records and financial statements, as they would be understood by non-accountants.

Keywords: Tourism, Economics, Accounting, Management.

TÜRKİYE'DE DÜZENLENEN GASTRONOMİ TURLARININ İÇERİK ANALİZİ

Dr. Öğr. Ü. Salih YILDIZ

Atatürk Üniversitesi
salih.yildiz@atauni.edu.tr

Öğr. Gör. Dr. Neslihan ÇETİNKAYA

Atatürk Üniversitesi
neslihanserceoglu@gmail.com

ÖZET

Anadolu toprakları üzerinde bulunan Türkiye; binlerce yıllık tarihi, birçok uygarlığa ev sahipliği yapması ve zengin coğrafyası ile eşsiz bir ülkedir. Bu coğrafyayı önemli kılan bir diğer özelliği de sahip olduğu zengin gastronomi değerleridir. Ancak yapılan çalışmalar ülkemizin bu turizm türünden yeterince yararlanmadığını ortaya koymaktadır. Gastronomi turizmi, ülke ekonomilerine yaptığı katkıyla önemli bir alternatif turizm türü olmuştur. Birçok ülke, kendi kültür ve kimliklerini alternatif bir turizm türü olarak yansıtan farklı tatları ve otantik yemekleri ortaya çıkarmak için birbirleriyle rekabet etmekte ve tanıtım faaliyetlerini belirli turizm ürünleriyle planlamaktadır. Bu çalışmadaki temel amaç Türkiye'de düzenlenen gastronomi turlarının içeriklerini incelemektir. Buna göre internet üzerinden gastronomi teması ile satışa sunulan turlar incelenmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre gastronomi turlarının sayıca az olduğu ve bu turların özellikle Türkiye'nin güneyindeki bazı illerde gerçekleştirildiği görülmüştür. Bununla birlikte Türkiye genelinde düzenlenen gastronomi turlarının yiyecek-içecek odaklı olmaktan uzak olduğu söylenebilir. Sonuç olarak gastronomi teması ile sunulan bu turların daha çok tarihi ve turistik mekânların ziyaret edilmesine yönelik olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turları, İçerik Analizi, Yiyecek-İçecek.

CONTENT ANALYSIS OF GASTRONOMY TOURS IN TURKEY

ABSTRACT

Turkey, located on the Anatolian territory, is a unique country with thousand years of history, home to many civilizations and rich geography. Another feature that makes important this region is its rich gastronomic culture. However, studies show that our country is not making enough benefit of this type of tourism. Gastronomic tourism has become central part of the alternative form of tourism recently with a substantial contribution to the economy; thus, countries are competing with each other to bring out different flavors and otantic dishes that reflect their culture and identity as an alternative tourism type and plan their promotional activities with specific tourism products. The main objective of this study is to examine the contents of gastronomy tours which organized in Turkey. For this reason, gastronomic tours which offered to sale on internet have been examined. According to the research results, there are few gastronomic tours and these tours are made in the south east of Turkey. In addition to this, it can be said that gastronomic tours which are hold in Turkey is far from being focused on food and beverage. As a result, it is seen that these tours, which are presented with gastronomic themes, are mainly aimed at visiting historical and touristic places.

Keywords: Gastronomy Tours, Content Analysis, Food and Beverage.

TURİZMDE STRATEJİ BELİRLEMEDE, PAYDAŞ GÖRÜŞLERİ: VAN İLİ ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
falaeddinoğlu@hotmail.com

Dr. Öğr. Ü. Burcu TURAN TORUN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
burcuturan@yyu.edu.tr

Veysel DAĞDEMİR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
vbdagdemir@gmail.com

ÖZET

Turizm kentlerin ve daha büyük ölçüde ülkelerin kalkınmasında önemli bir yere sahiptir. Gelişmekte olan bütün ülkeler özellikle turizmin yarattığı ekonomik değişkenler (istihdam, dış ticaret açığı, ekonomik büyüme gibi) üzerinden turizmi tanımlamaya ve çoğaltmaya çalışırlar. Ancak turizmin sürdürülebilirliği için sosyal, kültürel ve çevresel etkiler ekonomiden çok daha önemlidir. Dolayısıyla sosyal, kültürel ve çevresel değişkenler kendi kaderine bırakılmayacak kadar önemli ve yönetilmesi gereken konulardır. Şüphesiz bu konuda ülkenin yada turizme konu olacak kentin karar vericileri turizmin nasıl geliştirileceği konusunu planlamalı ve daha da önemlisi bir strateji kapsamında bu süreci yönetmelidirler. Ancak yönetilmesi bir hayli zor ve zaman isteyen bu süreçlerde birlikte hareket etmek ve ortak akla müracaat etmek turizm yönetiminin en önemli ve en temel konularıdır. Bu bağlamda Kültür ve Turizm Bakanlığınca belirlenen turizm gelişim bölgelerinde bölgesel stratejiler ve planlamaların yapılması, turizmin yerel kalkınmada kullanılması adına atılmış en önemli adımlardan biridir. Ancak bu strateji ve planların belirlenen zaman dilimleri içerisinde uygulamaya geçirilmesi ve başarılı olması işi sadece bir ya da iki kurumun görevi değil aksine o bölgede bulunan bütün turizm paydaşlarının görevidir. Bu çalışmanın amacı Türkiye'deki mevcut turizm stratejileri çerçevesinde, Van İlinde hayata geçirilecek muhtemel stratejilerin neler olacağı konusunu ele almak ve karar vericilere katkı sunmaktır. Bu bağlamda Van ilinde bütün tarafları temsil eden turizm paydaşları ile yüz yüze yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş ve yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen bulgular amaca uygun olarak analiz edilmiştir. Ayrıca literatürde incelenen mevcut stratejiler ile Van İlinde elde edilen bulgular ele alınmış ve Van İli için uygun turizm yapılanmasının ne olduğu sorusuna paydaşların gözüyle cevaplar aranmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Van İli, Turizm Stratejisi, Paydaş.

IDENTIFYING STRATEGY IN TURISM, STAKEHOLDERS' OPINIONS: A CASE STUDY OF VAN

ABSTRACT

Tourism has an important place in the development of cities, especially to a much greater extent, countries. All developing countries try to identify and replicate tourism, especially through economic variables (such as employment, foreign trade deficit, economic growth) that have created tourism. However, social, cultural and environmental impacts for tourism sustainability are much more important than the economy. Therefore, social, cultural and

environmental variables are so important that they shouldn't be left to their own fate and that they should be managed. Undoubtedly, the process should be governed by a more important strategy, which is to plan how the decision-makers of the country or the city that will be the subject of tourism will be developed. But it is a very difficult and time-consuming process to manage and it is the most important and fundamental issues of tourism management to act together and to apply joint reason. In this context, regional strategies and planning in tourism development areas determined by the Ministry of Culture and Tourism are among the most important steps taken in order to use tourism in local development. However, the implementation and success of these strategies and plans within the specified time frame is not the task of only one or two institutions, but all tourism stakeholders in that region. The aim of this work within the framework of existing tourism strategy in Turkey, Van addresses the issue of what would be the probable strategy will be implemented in the province and is to contribute to decision-makers. In this context, semi-structured interviews with tourism stakeholders representing all parties in Van province were carried out and the findings obtained in the interviews were analyzed in accordance with the purpose of the interviews. In addition to the existing strategies examined in the literature, the findings which were obtained in Van province were handled and the answers of the stakeholders were searched in order to ask what the proper tourism structure is for Van.

Keywords: The city of Van, Strategy for Tourism, Stakeholders.

HAZAR GÖLÜ ÇEVRESİNDE YAZLIK KONUTLARIN KURULUŞ YERLERİ AÇISINDAN COĞRAFİ ANALİZİ

Doç. Dr. Ayşe ÇAĞLIYAN

Fırat Üniversitesi
acaglayan@firat.edu.tr

Gülşen AYHAN

Fırat Üniversitesi
gulsen.4401@gmail.com

ÖZET

Türkiye son 20 yılda turizm alanında hızlı bir şekilde gelişmiş, turist sayısı ve turizm gelirleri bakımından dünyada dış turizm alanında önemli bir yerde olmayı başarmıştır. Benzer şekilde iç turizmde de büyük bir canlanma görülmüş deniz kıyıları başta olmak üzere iç bölgelerdeki göl kıyılarında da çok sayıda ikincil konut inşa edilmiştir. İkincil konutların kuruluş yerleri açısından turizme katkı sağlaması ve uygun yerlere konutların inşa edilmesi gerekir. Bir vadide ya da göl kıyısına zarar verecek şekilde inşa edilen konutlar göl kıyısındaki turizm faaliyetlerine katkı sağlamak yerine birçok sıkıntılara sebep olabilir. Olumsuz durumla karşılaşmamak için yazlık konutlar yani ikincil konutlar yapılırken en uygun yerler seçilmelidir. Hem görüntü olarak turizme uygun hem de turizme katkı sağlayacak şekilde konutların inşa edilmesi gerekir. Elazığ ili sınırların içerisinde yer alan Hazar Gölü çevresinde özellikle de gölün kuzey kıyılarında son yıllarda çok sayıda yazlık konutların yer aldığı siteler ve tek konutlar inşa edilmiştir. Çalışmanın amacı, Hazar Gölü çevresinde hem rekraasyonel hem de dinlenme amaçlı yapılan ikincil konutların, sitelerin inşa edilirken kuruluş yerlerinin coğrafi açıdan uygunluğunun analiz edilmesidir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, İkincil Konut, Hazar Gölü, Elazığ.

GEOGRAPHICAL ANALYSIS OF SUMMER HOMES AROUND LAKE HAZAR BASED ON CONSTRUCTION SITE

ABSTRACT

Turkish tourism industry developed rapidly in the last 20 years and became a significant country in number of visitors and tourism revenues in international tourism. Similarly, there was a significant vitality in domestic tourism and secondary homes were built in coastal areas near both seas and inland lakes. For the secondary residences to contribute to tourism based on the construction sites, they need to be built in adequate locations. Homes built in a valley or in a manner to harm the lake coastline could cause several problems instead of contributing to the tourism activities in the lake coast. In order to avoid adverse consequences, the most adequate sites should be selected for the construction of summer homes, i.e. the secondary residences. Homes should be built both to suit touristic objectives and to contribute to the tourism. In the vicinity of Lake Hazar, which is located within the borders of Elazığ province, and especially on the northern lake coast, several detached houses and several condos that include summer homes were built in recent years. The objective of the present study was to analyze the geographical adequacy of the construction sites of secondary recreational and vacation homes built around Lake Hazar.

Keywords: Tourism, secondary home, Lake Hazar, Elazığ.

ESNAF VE SANATKÂRLARIN YEREL AKTÖRLER İLE İLGİLİ SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ: DENİZLİ KALE İLÇE ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Dilek ŞENEL

Pamukkale Üniversitesi
dsenel@pau.edu.tr

Öğr. Gör. Mehmet Levent KOCAALAN

Pamukkale Üniversitesi
mlkocaalan@pau.edu.tr

ÖZET

Yerelde, ilçe ekonomisine; ulusal manada ülke ekonomisine katkı sağlayan esnaf ve sanatkârlar, faaliyet gösterdikleri bölgelerin yerel aktörleri ile sürekli temas halindedir. Bu bağlamda esnaf ve sanatkârlar, mensubu oldukları meslek odaları, belediyeler, kaymakamlık, valilikler, üniversiteler ve çeşitli sivil toplum kuruluşları ile etkileşim içindedir. Bu etkileşim, bir takım sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu çalışmanın amacı, esnaf ve sanatkârların faaliyetlerini gerçekleştirirken, faaliyet gösterdikleri bölgelerin yerel aktörleri ile ilgili olan sorunlarını ortaya koymaktır. Bu bağlamda araştırma 2018 yılında Denizli'nin Kale ilçesinde gerçekleştirilmiştir. Kale ilçesi, Denizli ile Muğla illerinin hemen hemen tam orta noktasında yer alan, iki turizm şehrini birbirine bağlayan bir kavşak görevini üstlenmektedir. Bu stratejik noktada yer alan ilçenin esnaf ve sanatkârlarının sorunlarını tespit etmek, hem ilçe turizmin hem de esnaf ve sanatkârların gelişime katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda, Denizli Kale ilçesinden faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlara anket uygulanmak suretiyle 89 kişiye ulaşılmış ve veriler SPSS kullanılarak analiz edilmiştir. Bu çalışmada esnaf ve sanatkârların sorunları ele alınmış ve çözüm önerileri sunulmuştur. Çalışmanın bulgularına göre; ilçede faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların nitelikli eleman bulmada sorun yaşadıkları tespit edilmiştir. Eleman tercihi yaparken, tecrübeye dikkat ettikleri ve kendi memleketlerinden biri ile çalışmayı arzu ettiklerini belirtmişlerdir. Yerelde en çok Belediye ile dirsek temasları olduğunu, daha sonra Meslek Odaları ile bağlantıları olduklarını ifade etmişlerdir. Esnafın, Meslek Odaları ile ilgili karşılaştıkları en önemli sorun ise, Odaların çağın gerisinde kaldığı ve esnafın haklarını yeterince koruyamamasıdır. Ayrıca yerel basının, esnafın sorunlarına eğilmedikleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Esnaf ve Sanatkârlar, Esnaf Sorunları, Sivil Toplum Kuruluşları, Yerel Aktörler, Kale.

PROBLEMS AND SOLUTION PROPOSALS ON LOCAL ACTORS OF FOUNDATIONS AND ARTICLES: SAMPLE OF DENİZLİ KALE DISTRICT

ABSTRACT

Locally, the district economy; tradesmen and craftsmen contributing to the national economy in the national context are in constant contact with the local actors of the regions in which they operate. In this context, tradesmen and craftsmen interact with professional chambers, municipalities, district governorships, governorships, universities and various non-governmental organizations. This interaction also brings with it a number of problems. The aim of this study is to reveal the problems of the local actors of the regions in which they operate when performing the activities of tradesmen and craftsmen. In this context, the research was

carried out in the province of Kale in Denizli in 2018. Kale district is a crossroads connecting the two tourism cities, which are located almost at the mid-point of Denizli and Muğla provinces. Determining the problems of tradesmen and craftsmen in this strategic point will contribute to the development of both district tourism as well as tradesmen and craftsmen. In this context, a questionnaire was applied to tradesmen and artisans operating in the Denizli Kale district and 89 people were reached and the data were analyzed using SPSS. In this study, the problems of tradesmen and craftsmen were discussed and solution proposals were presented. According to the findings of the study; it has been determined that tradesmen and craftsmen operating in the district have problems in finding qualified personnel. When choosing a staff member, they noted that they were interested in experience and they wanted to work with one of their own countries. They stated that they had the elbow contacts with the municipality in most of the provinces and later they were connected with the Occupation Chambers. The most important problem encountered by the craftsmen regarding the Occupation Chambers is that the Chambers are behind the times and can not adequately protect the rights of the craftsmen. In addition, it was determined that the local press did not pay attention to the problems of the tradesmen.

Keywords: Tradesmen and Craftsmen, Tradesman Problems, NGOs, Local Actors, Kale.

FÜZYON MUTFAĞIN TÜRK, SURIYE VE FARS MUTFAKLARINA ETKİSİ İLE İLGİLİ VAKA ÇALIŞMASI

Öğr. Gör. Mehmet Levent KOCAALAN

Pamukkale Üniversitesi
mlkocaalan@pau.edu.tr

ÖZET

Tarih öncesi çağlarda yaşanan kültürel evriminde izlerini taşıyan Mezopotamya, ilkçağ uygarlıklarının beşiğidir. Yaklaşık tarihlerle M.Ö. 4000 yılından başlayarak Sümer, Hitit, Urartu, Frigya, Lidya, Yunan, Roma, Bizans ve Türk kültürlerinin günümüze ulaşan mirasıyla Kuzey Mezopotamya, kültürlerin birbirlerine etkisi olmuştur. Özellikle Türk, Suriye ve İran medeniyetlerin kesişim noktası olmasından dolayı bu bölge Türk, Çerkez, Ermeni, İran, Arap ve Akdeniz kültür etkilerini içinde barındırmaktadır. Tarih boyunca dünya mutfaklarına yön veren bu bölgenin, gastronomi yönünden en zengin mutfakları incelendiği zaman, Gaziantep, Halep ve Tebriz yörelerinin mutfakları ön plana çıktığı görülmektedir. Füzyon mutfak deyimi, dünya mutfaklarından detayların bir araya getirilip 'kaynaştırılarak' ortaya yeni ve nispeten farklı lezzetler çıkarılması olarak tanımlanmaktadır. Ülke halklarının birbiri ile kaynaşmasında füzyon mutfağın önemi büyüktür. Bu çalışmada, Kuzey Mezopotamya'yı oluşturan birbirine yakın ve dünya mutfaklarında söz sahibi olan ülkelerin, füzyon mutfak kültürü ile birbirlerine yakınlaşması incelenecektir. Bu amaçla Türkiye, Suriye ve İran mutfakları incelenecek ve füzyon mutfak vasıtası ile ortak kültür yaratılmaya çalışılacaktır. Oluşturulacak füzyon mutfak vasıtası ile kurulacak füzyon restoranlarda, her üç kültürün esintilerini taşıyan "Kültürlerarası Füzyon Restoran Projesi" model olarak sunulacaktır. Bu projede her ülke, ülkesinin kültürünü tanımlayan ve SWOT analizi ile üstün oldukları konular belirlenecektir. Aynı zamanda, üç ülkenin tarihi mirasları ve özellikleri baz alınarak, füzyon mimari model yaratılacaktır. Bu konseptte, üç ülkeden seçilecek yemekler ve özel içecekler, diğer kültürel öğeler olan folklor, geleneksel giysiler ve misafirperverlikler gösterilerek, tüm ülkelerin kendinden bir parça bulacağı "füzyon restoranlar" oluşturulacaktır. Bu modelde, bu işletmelerin kar merkezi olarak franchising sistemi ile çalıştırılması öngörülmektedir. Bu işletmeler için, ülkelerin kültür bakanlığına bağlı çalışacak, konsept olarak da oluşturulacak komisyon ile konsept restoranların denetim sistematığı oluşturulacaktır. Bu işletmeler belli proje ile kurulacak ve işletmesi kar merkezi olarak belli ücret karşılığında ihale ile belli süreli çalıştırma hakkı verilecektir. Bu işletmenin denetimleri, ilgili ülkelerin kültür bakanlığı yetkilileri tarafından atanmış denetçiler tarafından yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Mezopotamya, Füzyon Mutfak, Kültür, Entegrasyon, Konsept.

CASE STUDY ON THE EFFECT OF FUSION CUISINE ON THE TURKISH, SYRIAN AND PERSIAN CUISINE

ABSTRACT

Mesopotamia, with its traces of cultural evolution in prehistoric times, is one of the ancient civilizations. Approximate dates BC Starting from 4000 BC, cultures became an influence on each other in Northern Mesopotamia with the heritage of Sumer, Hittite, Urartu, Phrygia, Lydia, Greek, Roman, Byzantine and Turkish cultures. Especially Turks, Syria and Iran are the intersection points of the civilizations, and this region contains the influences of Turkish,

Circassian, Armenian, Iranian, Arab and Mediterranean cultures. It is seen that the kitchens of Gaziantep, Halep and Tabriz districts are at the forefront when this region, which guides the world cuisines throughout history, examines the richest kitchens in terms of gastronomy. The fusion kitchen is defined as bringing together the details of the world cuisines and 'fusing' them into new and relatively different tastes. The fusion cuisine is vitally important in merging the people of countries. In this study, the closeness of the countries that have a say in the closest and world cuisines of Northern Mesopotamia will be examined with the fusion cuisine culture. To this end, Turkey, Syria and Iran will be examined and fusion cuisines will attempt to create a common culture through its cuisine. In the fusion restaurants that will be established through the fusion kitchen, the "Intercultural Fusion Restaurant Project", which has the features of these three cultures, will be presented as a model. In this project, each country will define its culture and by the SWOT analysis the superior features will be determined. At the same time, based on the historical heritages and characteristics of the three countries, a fusion architectural model will be created. In this concept, "fusion restaurants", in which all countries will find a piece by themselves, will be created by showing dishes and special drinks from three countries, folklore, traditional clothing and hospitality. In this model, it is envisaged to operate these enterprises with franchising system as profit center. For these enterprises, an audit system will be created with a commission which will work under the Ministry of Culture of these countries. These enterprises will be established with a specific project and will be entitled to a certain period of operation with the tender for a certain fee as a profit center. The inspections of this operator shall be carried out by the inspectors appointed by the competent authorities of the Ministry of Culture of the respective countries. The inspections of this operator shall be carried out by the inspectors appointed by the competent authorities of the cultural ministries of the respective countries.

Keywords: Mesopotamia, Fusion Cuisine, Culture, Integration, Concept.

ÇALIŞANLARDA İŞ-AİLE ÇATIŞMASININ KARIYER TATMİNİNE ETKİSİ: YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA

Dr. Öğr. Ü. Mehmet GÜLLÜ

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
mehmet.gullu@gop.edu.tr

Öğr. Gör. Eftal SALMAN

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
eftal.salman@gop.edu.tr

ÖZET

Sanayi devrimiyle beraber ekonomik, sosyal ve kültürel alanda yaşanan köklü değişimler, çalışma yaşamı ve aile yaşamı açısından yeni yaklaşımları da beraberinde getirmiştir. İş ve aile hayatının konuları arasında önceleri fark yokken, daha sonra değişime uğrayarak farklı alanlara yerini bırakmıştır. Bu durum beraberinde çeşitli sorunlar meydana getirmiştir. Söz konusu sorunların başında ise genellikle rol çatışması ile birlikte kendini gösteren iş-aile çatışması gelmektedir. Rol çatışması, işin gerektirdiği rol davranışın farklı alanlarda da kullanılmaya çalışması olarak ifade edilebilir. Buradan hareketle, çalışmada bireylerin yaşadığı iş-aile çatışmasının kariyer tatminini nasıl etkilediği ve bu etkileşimde iş-aile çatışmasının aracılık rolü ele alınmıştır. Aile ve iş alanlarının gerektirdiği rol, talep ve sorumlulukların aynı anda gerçekleşmesi, her iki alana ait roller arasında çatışmanın çıkmasına neden olmakta ve bireylerin yaşamlarını ve örgütlerin performansını olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca, iş-aile çatışmasının kariyer tatmini ile negatif yönlü bir ilişkiye sahip olduğu ve kariyer tatminini negatif yönde etkilediği sonucu da bulgular arasında yer almıştır.

Anahtar Kelimeler: İş-Aile Çatışması, Kariyer Tatmini, Örgüt İklimi, Rol Çatışması.

EFFECT OF BUSINESS-FAMILY CONFLICTS ON CAREER SATISFACTION IN EMPLOYEE: AN APPLICATION IN FOOD AND BEVERAGE OPERATIONS

ABSTRACT

The radical changes in the economic, social and cultural environment along with the industrial revolution brought new approaches in terms of working life and family life. While there was no difference between the positions of business and family life, then changed to different areas. This situation brought various problems. One of main problem is business-family conflict, which is usually accompanied by role conflict. The role conflict can be expressed as an attempt to use the role behavior that is required for the job in different areas. In this study, the role of the business-family conflict in which the individual lives affects the career satisfaction and the mediating role of business-family conflict in this interaction are discussed. In other words, the realization of the roles, demands and responsibilities required by these two fields cause conflicts between the business and family roles and affects the lives of individuals and the performance of organizations negatively. In addition, according to the findings, business-family conflict has a negative relationship with career satisfaction and affects career satisfaction negatively.

Keywords: Business-Family Conflict, Career Satisfaction, Organizational Climate, Role Conflict.

YEREL HALKIN FESTİVAL TURİZMİNE YÖNELİK ALGISI: BATI KARADENİZ OSMANLI ÇİLEĞİ FESTİVALİ ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Ü. Mehmet GÜLLÜ

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
mehmet.gullu@gop.edu.tr

ÖZET

Önemli bir çekicilik unsuru olan festivallerin ekonomik, çevresel, kültürel ve sosyal etkileri vardır. Festivallerin, büyük yerleşim yerlerine göre gelirleri daha kısıtlı olan bölgeler için önemi her geçen gün artmaktadır. Festivallerin başarılı olabilmesi için yerel halk üzerinde bıraktığı sosyal etkilerin ölçülmesi gerektiği düşünülmektedir. 2000'li yıllarda festivallerin yerel halk üzerinde bıraktığı ekonomik etkileri araştıran çalışma sayısı azımsanamayacak kadar önemli bir düzeyde olmasına rağmen, sosyal etkileri ölçmeye yönelik çalışmaların sayısında az da olsa artış görülmektedir. Ancak bu araştırmaların, konunun önemi açısından bakıldığında yetersiz kaldığı söylenebilir. Buradan hareketle, araştırma problemi öncelikle festivallerin yerel halk üzerinde bıraktığı algıyı ölçmektir. Çalışmanın amacı; festivalin gerçekleştirildiği destinasyonun tanıtımına, imajına ve o bölgeye etkilerini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda Batı Karadeniz'de (Zonguldak-Bartın) gerçekleştirilen Osmanlı Çileği Festivali'nin Batı Karadeniz'in tanıtımına, Batı Karadeniz'e ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan etkileri belirlenmeye çalışılmıştır. Her iki il için 200'er katılımcı olmak üzere rastgele örneklem yoluyla toplam 400 kişiye anket uygulanmıştır.

Araştırma sonuçları genel olarak yerel halkın memnun olduğunu göstermiştir. Özellikle festival alanlarında güvenlikle ilgili sorunları yaşanmadığı vurgulanmıştır. Ancak festivalin duyurulması noktasında yetersiz kaldığı ifade edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Festival Turizmi, Osmanlı Çileği, Turizmin Sosyal Etkisi.

PERCEPTION OF LOCAL PEOPLE TO FESTIVAL TOURISM: THE EXAMPLE OF WESTERN BLACK SEA THE OTTOMAN STRAWBERRY FESTIVAL

ABSTRACT

The festivals, which are an important attraction, have economic, environmental, cultural and social influences. The importance of festivals is increasing day by day for the regions whose incomes are more restricted compared to the big settlements. In order for festivals to be successful, it is thought that the social impact left on local people should be measured. Although the number of studies investigating the economic impacts of festivals on the local population has remained at a considerable level during the 2000s, the number of studies aiming to measure social effects has increased slightly. However, it can be said that these researches were inadequate in terms of prevention. The problem of research is primarily to measure the perceptions of festivals on the local population. The aim of the work is to promote the destination where the festival is being held, its image and its effects on the region. In line

with this aim, the Ottoman Strawberry Festival held in the Western Black Sea (Zonguldak-Bartın) has been tried to determine the economic, socio-cultural and environmental impacts of the region. A total of 400 participants were randomly sampled, including 200 participants for both provinces. The results of the survey show that the local people are generally satisfied. It was emphasized that there were no security problems especially in the festival areas. However, it has been stated that the announcement of the festival is inadequate.

Keywords: Festival Tourism, The Ottoman Strawberry, The Social Impact Of Tourism.

ÇEVİRİMİÇİ TÜKETİCİ YORUMLARI: VAN İLİNDE FAALİYET GÖSTEREN OTELLERE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Arş. Gör. Ceren AVCI

Şırnak Üniversitesi
ceren.avci@windowslive.com

Arş. Gör. Aysen ERCAN İŞTİN

Şırnak Üniversitesi
aysen_ercan83@hotmail.com

Dr. Öğr. Ü. Aslı Özge ÖZGEN ÇİĞDEMLİ

Şırnak Üniversitesi
ozgenozgeasli@gmail.com

ÖZET

Pazarlama araştırmaları açısından tüketicilerin bir ürün ya da hizmete yönelik değerlendirmeleri ve algıları potansiyel tüketicilerin karar verme sürecini etkileyen önemli bir unsur haline gelmiştir. Teknolojinin gelişmesi ve internet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte online tüketici değerlendirmeleri ve elektronik ağızdan ağıza iletişim potansiyel tüketiciler açısından risk azaltma ve kalite değerlendirme konusunda büyük kolaylık sağlarken yeni bir motivasyon faktörü olabilmektedir. Ayrıca bir pazarlama aracı olarak da kullanılabilen online tüketici değerlendirmeleri ulaştıkları kitle açısından oldukça geniş bir etki alanına sahip olmaktadır. Bu bağlamda mevcut çalışmada Van ilinde konumlanmış otellere ilişkin çevrimiçi tüketici yorumları TripAdvisor sitesinden yararlanılarak incelenmiştir. TripAdvisor, dünya çapında geçerli bir turizm sitesi olarak uluslararası gezginlerden çok sayıda online görüş sağlayan bir platformdur. Çalışma kapsamında TripAdvisor platformunda yer alan ve Van'da faaliyet gösteren üç, dört ve beş yıldızlı otellerde konaklayan ziyaretçilerin otellere ilişkin genel değerlendirme skorlarının seyahat türü, otelin türü (yıldız sayısı), yıllar ve geline ülke nitelikleri açısından farklılaşım farklılaşmadığı Kruskal Wallis ve Mann Whitney U Testleri ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre otellerde konaklayan ziyaretçilerin genel değerlendirme skorlarının otel türü, seyahat türü ve yıllar açısından farklılık gösterdiği; ancak geline ülkeye göre farklılaşmadığı ortaya çıkmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda aile ve çift olarak seyahat edenlere yönelik daha etkili hizmet standartlarının geliştirilmesi ve dört yıldızlı otellerin hizmet performanslarına daha çok önem vermeleri gerektiği geliştirilen öneriler arasındadır.

Anahtar Kelimeler: TripAdvisor, Van, Otel İşletmeleri, Çevrimiçi Tüketici Yorumları.

ONLINE CONSUMER REVIEWS: A RESEARCH FOR HOTELS OPERATING IN VAN

ABSTRACT

Consumers' reviews and perceptions of a product or service have become an important factor affecting decision-making process of potential consumers in terms of marketing research. Along with the development of technology and widespread usage of the internet, online consumer evaluations and electronic word of mouth communication can be a new motivating factor while providing great convenience for risk reduction and quality evaluation for potential consumers. Online consumer evaluations which can also be used as a marketing tool, have a wide range of influence in terms of audience they reached. In this context, online consumer

reviews about hotels located in Van province are examined through TripAdvisor website. TripAdvisor is a world-class tourism platform providing a multitude online views from international travelers. The evaluations about three, four and five star hotels operating in Van included in TripAdvisor website are analysed via Kruskal Wallis and Mann Whitney U tests whether differentiated or not according to type of hotel, type of travel, country of origin and years. With regard to findings obtained from analysis the general evaluation scores of hotels differentiates by hotel type, travel type and years, while country of origin does not differentiate. In the line with findings, it is recommended that more effective service to develop for families and couples by hotels and to give more importance to service performances of four star hotels.

Keywords: TripAdvisor, Van, Hotels, Online Consumer Reviews.

TURİZMİ TEŞVİK KANUNU AÇISINDAN İVEDİ YARGILAMA USULÜ

Doç. Dr. Yaşar AYYILDIZ

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
yasarayildiz@ibu.edu.tr

ÖZET

2577 Sayılı İdari Yargılama Usulü Kanununda 2014 yılında yapılan köklü değişikliklerle idari yargı sistemimize İvedi Yargılama Usulü getirilmiştir. İvedi Yargılama Usulünün; 1982 tarihli, 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu uyarınca yapılan satış, tahsis ve kiralama işlemlerinden doğan uyuşmazlıklar hakkında da uygulanacağı hüküm altına alınmıştır. Çalışmanın amacı İvedi Yargılama Usulünün hangi işlemlerden doğan uyuşmazlıklar hakkında uygulanacağı, kuralları ve önemine değinilerek, Turizmi Teşvik Kanunu uyarınca yapılan satış, tahsis ve kiralama işlemlerinden doğan uyuşmazlıklarda uygulanmasının incelenmesidir. Çalışmada yöntem olarak idari yargı sistemimizdeki yeni düzenlemenin önceki ve sonraki halinin karşılaştırılarak, turizmin teşviki açısından etkileri değerlendirilerek analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, idari yargı sistemimize yeni getirilen İvedi Yargılama Usulünün turizm yatırımları konusunda ortaya çıkan uyuşmazlıkların çözümünde etkili olacağı kanaatine varılmıştır. Yeni düzenlemenin, Turizmi Teşvik Kanunu uyarınca yapılan satış, tahsis ve kiralama işlemlerinden doğan uyuşmazlıkların çözümünde, yargısal süreci hızlandırması bakımından, turizm yatırımlarının gelişimine katkıda bulunması beklenmektedir. Bu katkının seviyesinin, elbette, yeni sistem belirli bir süre uygulandıktan sonra ortaya çıkacağı aşikârdır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Teşvik, İvedi Yargılama Usulü.

URGENT TRIAL PROCEDURE IN TERMS OF

ABSTRACT

With the fundamental amendments made in 2014, in the Law on Administrative Jurisdiction Procedure No. 2577, Urgent Trial Procedure has been brought to the administrative judicial system. Urgent Trial Procedure has also been put into effect on disputes arising from sales, allocation and leasing transactions made pursuant to Tourism Promotion Law No. 1. 2634 dated 1982. Purpose of the study is the examination of the disputes arising from the sale, allocation and leasing transactions made pursuant to the Tourism Incentive Law by mentioning "In which disputes the Urgent Trial Procedure is applied?, What are the rules and importance of it?". The method of work is to evaluate the effects of the new regulation in our administrative judicial system in terms of tourism promotion, by comparing the previous and the following situations. As a result of the study, it is thought that the Immediate Trial Procedure brought to our administrative jurisdiction system will be effective in resolving the disputes about tourism investments. It is expected that the new arrangement will be contribute to the development of tourism investments in terms of accelerating the judicial process in the settlement of the disputes arising from the sale, allocation and leasing transactions made pursuant to the Tourism Incentive Law. This level of contribution will be evident of course only after the new system has been applied for a certain period of time.

Keywords: Tourism, Incentive, Urgent Trial Procedure.

REAKRASYON ANLAYIŞINDA KIRSAL MEKÂN ALGISI VE KIRSAL MEKÂN TÜKETİMİ: GÜNDÜZBEY (MALATYA) ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Ü. Esen DURMUŞ

Fırat Üniversitesi
esendurmus@firat.edu.tr

Doç. Dr. Ayşe ÇAĞLIYAN

Fırat Üniversitesi
acaglayan@firat.edu.tr

ÖZET

Günümüzde kent insanı bir yandan hızla gelişen teknoloji ve kentleşmenin getirdiği yaşam kolaylıklarını kullanırken, diğer yandan da sağlıksız bir ortamda yaşamak zorunda kalmaktadır. Kentsel ortamından kaynaklanan gürültü, kirlilik, stres ve yoğun iş temposu insanda dinlenme ve eğlenme ihtiyacının giderek artmasına neden olmuştur. Birey, içinde bulunduğu ortamdan kısa süre içinde olsa, yaşadığı yerden çok uzakta olmayan, kolayca ulaşabildiği doğal alanlara gitmek için çaba göstermeye başlamıştır. Ulaşım ağı ve araçlarının gelişmesi, eğitim ve kültür düzeyinin artması gibi nedenler kaçış eğilimini artırmaktadır. Rekreatyon doğal ve kültürel çevrenin çeşitliliği ve kalitesine bağlı olarak gelişmektedir. Bu alanlar, estetik ve algısal yönden insanların dinlenmeleri, eğlenmeleri, yeniden zindelik kazanmaları için kaynak oluşturmaktadırlar. Günümüzde doğal peyzajdan yoksun kentlerde yaşam koşullarının güçleşmesi ve sıradanlaşması insanlar üzerinde büyük baskılar oluşturmaktadır. Bu baskılardan kaçış, turizm hareketlerine yansımakta doğal ortamlara olan talep giderek artış göstermektedir. İnsanlarda boş zamanın önemli bir ihtiyaç olduğu görüşünün yaygınlaşması ve uygulamaya konulmuş olması, turizm ve rekreatyon etkinlikleri açısından yeni yaşam biçimleri yaratmıştır. Bu yaşam biçimlerini etkileyen rekreatyon uygulamaları hem çeşit hem de katılan insanlar bakımından sürekli zenginleşmiştir. Bunun sonucunda da doğal çevrede kentli insanların ihtiyacına yönelik mekanlar sürekli artmaya başlamıştır. Bu araştırma Malatya'ya 10 km uzaklıkta yer alan Gündüzbey mahallesinde yürütülecektir. Malatya Merkez ilçelerinden Yeşilyurt'a bağlı Gündüzbey mahallesi barındırdığı doğal ortamı, mesire ve piknik alanları ile kahvaltılık mekanlarının oldukça fazla yer aldığı bir alandır. Araştırma nitel araştırma desenlerinden durum çalışması desenine göre yürütülmüştür. Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış sorulardan oluşan bir görüşme formu kullanılacaktır. Kırsal mekan algısı ve kırsal mekan tüketimine yönelik sorular sorularak veriler içerik analizine uygun olarak analiz edilecektir. Araştırmanın örneklemini hafta sonlarını Gündüzbey'de geçiren kentli bireyler ve bu alanda hizmet veren mekan sahipleri ile oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Rekreatyon, Kırsal Mekan Algısı, Kırsal Mekan Tüketimi, Gündüzbey.

RURAL SPACE PERCEPTION AND RURAL SPACE CONSUMPTION IN RECREATION CONCEPTION: THE GÜNDÜZBEY (MALATYA) CASE

ABSTRACT

Contemporary urban people utilize the life facilities introduced by rapidly advancing technologies and urbanization, while on the other hand forced to live in an unhealthy environment. Noise, pollution, stress and intense work in the urban environment increased the

need for recreation and entertainment among individuals. The individual started to spend an effort to reach nearby and easily accessible natural environments to escape from the usual settings. The factors such as the development of transportation network and means and the increase in educational and cultural levels enhance the tendency to escape. Recreational development depends on the diversity and quality of the natural and cultural environment. These areas provide a source for aesthetic and perceptual recreation for the individuals to rest, entertain and refresh. In contemporary cities that are deprived of natural landscapes, the difficulties associated with living conditions and banalization lead to significant pressures on individuals. Escape from these pressures is reflected on touristic movements and the demand for natural environments continuously increase. The popularization of the view that leisure is a primary need for people and its application have led to new methods of tourism and recreational activities. The recreational applications that affect these new lifestyles have been enriched continuously based on both types of activities and participating individuals. Thus, the number natural spaces for the needs of urban people started to increase continuously. The present study was conducted in Gündüzbey neighborhood, located at a 10 km distance from Malatya province in Turkey. Gündüzbey neighborhood of Yeşilyurt, which is one of the central districts in Malatya province, possesses a natural environment, a park, picnic areas and breakfast spaces. The study was conducted with a case study design, a qualitative research method. An interview form that included semi-structured questions was used as the data collection instrument. The form includes questions on rural spatial perception and rural space consumption and the responses were analyzed using content analysis. The study sample included urban individuals who spent their weekends at Gündüzbey and the business owners in the area.

Keywords: Recreation, Rural Space Perception, Rural Space Consumption, Gündüzbey.

TURİZM SEKTÖRÜ GİRİŞİMCİLERİNİN YATIRIM KARARLARINI ETKİLEYEN İÇ VE DİŞ ETKENLERİN BELİRLENMESİ

Dr. Öğr. Ü. Gözdegül BAŞER

Antalya Bilim Üniversitesi
gozdegul.baser@antalya.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Evla MUTLU

Antalya Bilim Üniversitesi
evla.mutlu@antalya.edu.tr

ÖZET

Modern endüstrinin gelişimine destek veren girişimciler, ekonomilerin ilerlemesinde lokomotif bir rol oynamakta, istihdamın yaratılması, mal ve hizmetler aracılığı ile üretimin gerçekleştirilmesi ve ekonomik katma değerın oluşturulması gibi önemli işlevleri yerine getirmektedirler. Bu denli önemli bir role sahip olan girişimciler, bir hizmet sektörü olan turizm alanında da yaptıkları önemli yatırımlarla dikkat çekmektedirler. Girişimcilerin yatırım kararları içsel (bireysel ilgi, motivasyon, tecrübe vb) ve dışsal (ekonomik, politik vb.) etkenlerden etkilenmekte ve bu etkenler kararları hızlandırmakta ya da yavaşlatmaktadır.

Bu araştırmanın amacı turizm sektörü girişimcilerinin yatırım kararlarını etkileyen iç ve dış etkenleri belirlemek ve hangi etkenlerin girişimciliğe olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğunu saptamaktır. Bu amaçla bir grup turizm sektörü girişimcisi ile derinlemesine mülakat yapılarak elde edilen veriler nitel araştırma yöntemi tema analizi ile analiz edilecektir. Bunun yanı sıra dış etkenleri saptamak üzere resmi gazete, Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜİK verileri ve ilgili veri kaynakları incelenecek ve elde edilen veriler döküman analizine tabi tutulacaktır. Elde edilen verilere göre turizm girişimcilerinin karar almalarına etki eden içsel ve dışsal etkenler ve bunların içerikleri değerlendirilerek, geleceğe yönelik öneriler de bulunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Turizm, Turizm Yatırımları, Girişimcilik Etkenleri.

DETERMINATION OF INTERNAL AND EXTERNAL FACTORS AFFECTING INVESTMENT DECISIONS OF TOURISM SECTOR ENTREPRENEURS

ABSTRACT

Entrepreneurs, supporting the development of modern industry play a key role in the advancement of economies and fulfill important functions such as creation of employment as well as production through goods and services which enable economic added value. Entrepreneurs having such an important role are also quite important in the tourism sector with their contribution to the economy. Their investment decisions are influenced by internal (individual interest, motivation, experience, etc.) and external (economic, political, etc.) factors, which may accelerate or slow down their decisions.

The aim of this research is to determine the internal and external factors that affect the investment decisions of the tourism sector entrepreneurs and to determine which factors have positive and negative effects on entrepreneurship. For this purpose, data will be obtained by

in-depth interviews with a group of tourism sector entrepreneurs and collected data will be analyzed by theme analysis. In addition to this, the official newspaper, Ministry of Culture and Tourism, TUIK data and relevant data sources will be examined to determine external factors and the obtained data will be subject to document analysis. According to the obtained data, internal and external factors affecting the decisions of tourism entrepreneurs and their contents will be evaluated and future proposals will be made.

Keywords: Entrepreneurship, Tourism, Tourism Investments, Entrepreneurship Determinants.

IPARD I DÖNEMİNDE TKDK VAN İL KOORDİNATÖRLÜĞÜ TARAFINDAN DESTEKLENEN KIRSAL TURİZM YATIRIMLARI

Yusuf ÖZTÜRKÇİ

TKDK

ozturkciyusuf@gmail.com

İbrahim BAŞAK

TKDK

yusuf_uraz@hotmail.com

ÖZET

Avrupa birliği (AB) aday ve potansiyel aday ülkeleri tam üyeliğe hazırlama amacıyla, belli alanlarda mali yardım mekanizmaları ile desteklemektedir. Aday ülke statüsünde olan Türkiye’de AB’nin mali yardım mekanizması Katılım Öncesi Mali İşbirliği Aracı (Instrument For Pre-Accession Assistance) (IPA) desteklerinden yararlanmaktadır. IPA; geçiş yardımı ve kurumsal yapılanma, sınır ötesi iş birliği, bölgesel kalkınma, insan kaynaklarının gelişimi ve kırsal kalkınma olmak üzere beş bileşenden oluşmakta ve her bir bileşen için yedi yıllık programlar hazırlanmaktadır. IPA’nın beşinci bileşeni olan kırsal kalkınma IPARD olarak adlandırılmaktadır. IPARD programının yürütücüsü olarak Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK) 18 Mayıs 2007 tarihinde 5648 sayılı kanunla, Kamu tüzel kişiliğine haiz, idari ve mali özerkliğe sahip, özel bütçeli ve Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’nın ilgili kuruluşu olarak kurulmuş ve 29 Ağustos 2011’de AB komisyonundan yetki devri almıştır. Başkanlığı Ankara’da bulunan TKDK, Türkiye’nin 42 ilinde İl koordinatörlükleri düzeyinde faaliyetlerini sürdürmektedir. IPARD I programı kapsamında destek verilen öncelik eksenleri, ortak tarım politikası (OTP) ve gıda güvenliği, veterinerlik ve bitki sağlığı ile ilgili alanlara ilişkin Topluluk standartlarının uygulanması ve tarım sektörünün sürdürülebilir adaptasyonuna katkı sağlanması, kırsal alanların sürdürülebilir kalkınmasına katkı sağlanması olarak belirlenmiştir. Belirlenen bu alanlarda yapılacak yatırımlara %50-65 oranında destek verilmiştir. Kırsal alanların sürdürülebilir kalkınmasına katkı sağlanması kapsamında kırsal turizm faaliyetleri de desteklenmektedir. Kırsal turizm sektöründe, konaklama, yeme içme tesisleri ve rekreasyon faaliyetleri desteklenmiştir. 2007-2013 yıllarını kapsayan IPARD I kapsamında TKDK Van İl Koordinatörlüğü tarafından farklı sektörlerde 132 proje ile sözleşme imzalanmış ve Van’a 77 milyon TL’lik yatırım, yaklaşık 38 milyon TL’lik hibe desteği sağlanmıştır. Bu kapsamda kırsal turizm sektöründe 5 otel, 3 halı saha, 1 restoran, 1 aquapark ve 1 adet kadınlara özel plaj olmak üzere 11 proje desteklenmiş ve bu sayede Van’a yaklaşık 12 milyon TL’lik yatırım ve 5.5 milyon TL hibe desteği sağlanmıştır. TKDK maddi desteğin yanında kırsal alanların gelişimine, kırsal bölge turizm hizmet kalitesinin artmasına, kırsalda istihdam oluşturarak kente göçün önlenmesine, alternatif turizm alanlarının oluşmasına katkı sağlamaktadır. 2014-2020 yıllarını kapsayan IPARD II programı ile bu yatırımların turizme katkısının artacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: IPA, IPARD, TKDK, Kırsal Turizm, Van.

RURAL TOURISM INVESTMENTS SUPPORTED BY ARDSI VAN PROVINCIAL COORDINATOR IN IPARD I PERIOD

ABSTRACT

The European Union (EU) supports the candidate and potential candidate countries with financial aid mechanisms in certain areas in order to prepare for full membership. Turkey which

has candidate country status in the EU's financial aid mechanism for Pre-Accession Cooperation Instrument (Instrument for Pre-Accession Assistance) (IPA) has been benefiting from support. As a candidate country, Turkey makes use of financial aids via (Instrument for Pre-Accession Assistance). IPA program includes components such as transition aid and institution building, cross-border business association, regional development, human resource development and rural development. Each component is being prepared for seven years. The fifth component of IPA is called as IPARD. IPARD focuses on rural and agricultural development. As a government-owned, administrative and financial autonomous private budgeted organization named ARDSI (Agricultural and Rural Development Institution) which established on May 18, 2007 by Law No. 5648, related with the Ministry of Food, Agriculture, and Livestock of Turkey. The ARDSI was has conferred by the EU commission on 29 August 2011. The institution continues its activities in the province's 42 provincial-level coordination units and head office in the capital of Turkey Ankara. Implementation of Community standards on the priority axes supported by the IPARD I program is the Common Agricultural Policy (CAP) and areas related to food safety, veterinary and plant health, and contributing to the sustainable adaptation of the agricultural sector have been identified as contributing to the sustainable development of rural areas. The investments are gave in these defined areas were supported by 50-65%. Rural tourism activities are also supported within the scope of contributing to the sustainable development of rural areas. In the rural tourism sector, accommodation, eating and drinking facilities and recreational activities were supported. Within the scope of IPARD I covering 2007-2013, TKDK Van Provincial Coordination Office signed 132 contracts in different sectors and provided 77 million TL investment to the Van City and 38 million TL grant support. In this context, 11 projects including 5 hotels, 3 football field carpets, 1 restaurant, 1 aquapark and 1 private beach for women were supported in the rural tourism sector. In this respect, about 12 million TL investment and 5.5 million TL grant support were provided to Van. The TKDK contributes to the development of rural areas besides financial support, to increase the quality of tourism services in rural areas, to prevent rural migration by creating employment in rural areas and to create alternative tourism areas. With the IPARD II program covering the years 2014-2020, the contribution of tourism to these investments is expected to increase.

Keywords: IPA, IPARD, ARDSI, Rural Tourism, Van.

ÖRGÜTSEL BAĞLILIK İLE KİŞİ ÖRGÜT UYUMU ARASINDAKİ İLİŞKİ - VAN İLİNDEKİ KONAKLAMA İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Öğr. Gör. Öznur YEKSAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

oznuryeksan@yyu.edu.tr

ÖZET

Çalışanların örgütün değerleri ile kendi değerlerinin uyumu olarak kabul edilen kişi örgüt uyumu ile örgüte bağlılıkları; iş tatminlerini, işten ayrılma niyetlerini bireysel başarı ve performanslarını önemli ölçüde etkilemektedir. Dolayısıyla örgütler varlıklarını sürdürebilmek, kar maliyet dengelerini kurarak rekabetçi bir güçte kalabilmek ve misafir memnuniyetini sağlamak için çalışanlarının tutum ve davranışlarını bilerek olumluları pekiştirmek, olumsuzları ise gidermek durumundadırlar. Konu ile ilgili yapılan literatür araştırmaları sonucunda işgücü devir hızının yoğun olduğu ve emek yoğun bir sektör olan turizmin konaklama işletmelerinde çalışanların kişisel değerleri, özellikleri, tutum ve davranışlarının çalıştıkları işletme ile olan uyum düzeyinin çalışanların o örgüte bağlılık derecelerini de pozitif yönde etkileyeceğini, çalışanların görevlerini istekli yapacaklarını, işlerinden ayrılma gibi bir niyetlerinin olmayacağı gibi olumlu davranışlar sergileyeceğini söylemek mümkündür. Bu çalışmanın temel amacı Van ilindeki dört ve beş yıldızlı otellerde çalışanlar üzerinde örgütsel bağlılık ile kişi örgüt uyumu arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Çalışmanın yöntemi olarak nicel yöntemlerden anket tekniği kullanılmış, elde edilen veriler SPSS 23 programında analize tabi tutulmuştur. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre örgütsel bağlılık ile kişi-örgüt uyumu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Öte yandan örgütsel bağlılığın artması durumunda kişi-örgüt uyumunun artacağına ilişkin bulgular elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Anahtar Kelimeler: Örgütsel Bağlılık, Kişi Örgüt Uyumu, Konaklama İşletmeleri.

RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL COMMITMENT AND PERSON-ORGANIZATION FIT : A SEARCH ON HOSPITALITY ENTERPRISES IN VAN PROVINCE

ABSTRACT

Person – Organization Fit which is known as a harmony of employees' values with organization's values and organizational commitment greatly influence on employees' job satisfaction, turnover intention, individual achievements and performances. Therefore, organizations need to know the attitudes and behaviors of their employees in order to be able to sustain their assets, to maintain profitable cost balances, to stay competitive and to provide guest satisfaction, and negatives must be relieved. As a result of literature studies, it is possible to say that tourism sector which is high rate of and labor intensive, employees' individual values, characteristics, attitudes and behaviours can positively influence on the level of employees' commitments. The main purpose of this study is to determine the relationship between organizational commitment and person organization fit on employees in four and five star hotels in Van. As the method of the search quantitative research methods- survey technique was used and obtained data were analyzed in SPSS statistical programme. According to the findings of the research, it is seen that there is a significant positive correlation between

organizational commitment and person-organization fit. On the other hand, in case of the increasing organizational commitment, it is expected that person organization fit will also increase in organizations.

Keywords: **Keywords:** Organizational Commitment, Person- Organization Fit, Hospitality Enterprises.

GELİŞEN TEKNOLOJİDE DAĞITIM KANALLARI VE SEYAHAT ACENTALARININ GELECEĞİ

Dr. Cüneyt Mengü

ÖZET

Pazarlama karmasının önemli bir ögesi olan dağıtım, ürün veya hizmetin üretildiği yerden tüketildiği yere götürülmesi için gerekli olan faaliyet zincirlerinin tümüdür. Turizm endüstrisinde turizm ürününün özelliklerinden dolayı dağıtım kanallarının diğer endüstrilerin aksine ters yönde çalışması dağıtım sürecine farklı boyutlar kazandırmaktadır.

Bilgi ve İletişim Teknolojilerinde (ICT) meydana gelen gelişmeler sonucunda ülkelerarası ekonomik sınırlar ortadan kalkmış, yönetim ile pazarlama stratejilerinde köklü değişikliklerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Turistik ürün ve hizmetlerin üretilmesinden pazarlama ve destinasyon yönetimine, tedarikten dağıtım sürecine ve buna bağlı olarak dağıtım kanallarında uzun yıllardan beri kullanılan ve miadını dolduran geleneksel (klasik) sistem yerine modern (çağdaş) sistemin yanı sıra neo-klasik sistemde yeni yönetim teknik ve operasyonel yapıların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Geniş kapsamlı yabancı literatür taraması temelli olan bu çalışmada modern (çağdaş) yaklaşım yönünden dağıtım kanallarında tedarikçiler ile seyahat işletmelerinin rolleri ve yeni iş modelleri bağlamında nasıl etkilendikleri amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dağıtım Sistemleri, Yeni İş Modelleri, Bilgi Ve İletişim Teknolojileri, Araçlar, Entegrasyon.

DISTRIBUTION CHANNELS AND THE FUTURE OF TRAVEL AGENCIES IN THE ADVANCED TECHNOLOGY

ABSTRACT

Distribution is an important element of the marketing mix and is the entire chain of activity that is required to get the product or service from where it was produced to where it is consumed. An organisation that manufactures industrial products can reach to the final consumer by using any distribution channel. However, since tourism products in the tourism sector are not related to physical aspects but linked with promotion and information activities, distribution process works in reverse. In this context, due to the nature of the tourism sector, consumers (tourists) are being carried where products and services are provided.

In recent years, developments in the Information and Communication Technologies (ICT) have revolutionized distribution channels. As a result of these developments, the economic borders of the countries have abolished, resulting in sweeping changes in the management and marketing strategies of the tourism industry, both in macro and micro aspects. From the production of tourist products and services to the marketing and destination management, from the supply to marketing strategies thus leading to the emergence of new technical and operational structures in the modern (contemporary) system as well as neo-classical systems instead of traditional (classic) systems which have been used for many years in distribution channels. Based on a comprehensive literature review, this study aims at the modern (contemporary) approach the roles of suppliers and travel organisations, their approach to the distribution channels and how they are influenced in the context of new business models.

Keywords: Distribution Systems, New Business Models, Information And Communication Technologies, Intermediaries, Integration.

İĞDIR İLİ'NİN EKO TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Öğr. Ü. Gülşen Bayat

İğdir Üniversitesi
gulsen.bayat@igdir.edu.tr

ÖZET

Turizmin önemli ekonomik getirisi ve bölgelerarası gelişmişlik farklarını azaltmada katkılarından dolayı, yörelere özgü turizm türlerinin geliştirilmesine yönelik adımlar atılması 1990'lı yıllardan sonra daha çok gündeme gelmiş ve alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi kalkınma planlarında yer almıştır. Eko turizm, doğal ve kültürel miras konulu, ziyaretçi ve yerel halkın menfaatlerini gözetilen, korumacı ve eğitsel, sürdürülebilir turizm faaliyetleridir. Bu çalışmanın amacı İğdir'in eko turizm potansiyelini değerlendirmektir. İğdir, Türkiye'nin doğu sınırında, yüksek platoların ve dağlık kesimlerin geniş yer kapladığı bir ilimiz olmakla birlikte, Üç (İran, Nahcivan, Ermenistan) Ülkeye komşu olan tek ilimizdir. İran üzerinden gelip Doğubayazıt, Kars, Erzurum, Erzincan üzerinden İç Anadolu'ya uzanan tarihi İpek Yolu'nun İğdir'dan geçmesi il için büyük önem taşımaktadır. Bununla birlikte İğdir Ovası, jeolojik yapısı ve iklim özellikleri nedeniyle, meyve, sebze ve her türlü tarıma elverişli topraklara sahip olması açısından da merak uyandırmaktadır. İğdir'da dağcılık, doğa yürüyüşü, mağara turizmi, botanik turizmi, yayla turizmi, kuş gözlemciliği, kış turizmi, sportif olta balıkçılığı, bisiklet turizmi ve alışveriş turizmi gibi pek çok turizm çeşidi yapılabilir. Bu turizm çeşitleri ayrıntılı değerlendirilerek, öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Eco Turizm, Turizm Potansiyeli, Alternatif Turizm Türleri.

EVALUATION OF ECONOMIC TOURISM POTENTIAL OF IĞDIR CITY

ABSTRACT

Due to the significant economic impact of tourism and the contribution to reducing regional differences in development, steps have been taken to develop local tourism types after the 1990s, and the development of alternative tourism types has been included in development plans. Eco tourism is a conservation and educational sustainable tourism activity with a focus on natural and cultural heritage, interests of visitors and local people. The aim of this study is to evaluate Iğdir's eco tourism potential. Iğdir, Turkey's eastern border, although the high plateaus of our city and occupies a large space in the mountainous areas, three (Iran, Nakhichevan, Armenia) has no knowledge that the only neighboring country. It is of great importance for the province to pass through the historical Silk Road from Iğdir, which goes over Iran and extends from Dogubayazıt, Kars, Erzurum and Erzincan to Central Anatolia. However, due to its geological and climatic characteristics, Iğdir is also a source of curiosity for having fruit, vegetables and all kinds of arable land. In Iğdir there can be many kinds of tourism such as mountaineering, nature walking, cave tourism, botanical tourism, highland tourism, bird watching, winter tourism, sportive angling, bicycle tourism and shopping tourism. These types of tourism are evaluated in detail and suggestions are presented.

Keywords: Eco Tourism, Tourism Potential, Alternative Tourism Types.

MERİÇ –ERGENE HAVZASI’NIN SÜRDÜRÜLEBİLİR PLANLAMA VE YÖNETİM KAPSAMINDA DOĞAL TURİZM DEĞERLERİNİN ÖNEMİ

Prof. Dr. Nuriye GARİPAĞAOĞLU

Marmara Üniversitesi
nuriyeg@marmara.edu.tr

ÖZET

ÖZET Planlama, kısaca mekanın amaca en uygun şekilde düzenlenmesi işidir. Planlanma bölgesi, ise kapladığı alan itibariyle çok farklı ölçeklerde ve özelliklerde olabilmektedir. Sınırları tamamen doğal kriterlerle belirlenmiş olan bir havza ünitesi, planlama açısından en ideal bölgedir. İdari, siyasi veya ekonomik, yapay ayrımlardan uzak; tamamen doğal (jeolojik-jeomorfolojik-hidrolojik) ayrıma dayanan havza sınırları, doğal kaynakların korunması ve sürdürülebilir kullanımların planlanması için son derece elverişlidir. Bu anlamda, doğal kaynakların yönetiminde havza ölçeğinin esas alınması daha gerçekçidir. Günümüzde, çeşitli ülkelerde farklı havza planlama yaklaşımları geliştirilmiştir. Bütüncül (entegre) havza yönetim ve planlaması; sürdürülebilir doğal kaynak yönetiminin, yapay olarak sınırlandırılmış birimler yerine, bir havza bazında ele alınmasını öngörmektedir. Sürdürülebilir havza planlama ve yönetiminde turizm değerlerinin ayrı bir yeri vardır. Bu itibarla havzanın doğal kaynaklarının envanterinin oluşturulması, turizm amaçlı kullanılması ve korunması, diğer planlama konuları kadar önemlidir. Çalışma alanı olarak seçilen Meriç-Ergene Havzası, aynı adları taşıyan Nehirler ve kolları tarafından boylanarak, sularını güneybatıda Ege Denizi’ne boşaltmaktadır. Havzanın sınırları, genel olarak hidrografik ayrıma bağlı bulunmaktadır. Havza, yaklaşık olarak 14 945,9 km² civarında bir alan kaplamakta olup, Türkiye’nin %1,95’ini karşılamaktadır. Çalışmanın amacı, Ülkemizin 26 ana su havzasından birisi olan Meriç-Ergene Havzası’nın doğal turizm değerlerini belirleyerek, sürdürülebilir yönetimin sağlanması için katkıda bulunmaktır. Meriç-Ergene Havzası’nın doğal turizm kaynakları arasında; sulak alanlar, orman alanları, kıyı kumulları, dağlık alanlar, şelale ve mağara gibi birçok değer bulunmaktadır. Yöntem olarak doğal turizm değerlerine ait envanterin oluşturulması ve havza planlamasına yansıtılması benimsenmiştir. Havzanın güneybatısında yer alan Saros kıyı alanı kumsalı, çok geniş ve rüzgara karşı korunaklı özelliktedir. Türkiye ile Yunanistan arasındaki konumuyla eşsiz doğal peyzaja sahip olan Meriç Deltası, Gala Gölü ve Milli Park Alanı, korunmuş sulak alanlardır. Doğal peyzajı ve barındırdığı biyoçeşitlilik ile birer doğal çekim merkezidirler. Aynı şekilde Tuz Gölü birçok kuş çeşidine ev sahipliği yapmaktadır. Ancak, havzanın ana akarsularından olan Ergene Nehri, fazlasıyla kirlenmiş olduğundan, turizme büyük engel oluşturmaktadır. Havzayı kuzey-kuzeydoğudan sınırlayan Istranca Dağları, flora ve fauna açısından zengindir. Güneydeki Kuru Dağları’nın da floristik çeşitliliği vardır. Havza, doğa turizmi ve ekoturizm açısından önemli bir potansiyele sahip olduğundan; doğa yürüyüşleri, kuş gözlemciliği, fotoğrafçılık, dağ bisikleti, kampçılık, izcilik, mağara turizmi gibi faaliyetlerin geliştirilmesine uygundur. Ancak, Meriç-Ergene Havzası’nda doğal değerler, yoğun olarak kentsel, endüstriyel ve zirai baskıların etkisinde bulunmaktadır. Havzanın doğal ortamı, bir taraftan kirlenmeye, diğer taraftan bozulmaya uğramaktadır. Bu sorun, havza yönetimi kapsamında ele alınmalı, ekolojinin temel esaslarının belirleyiciliği doğrultusunda doğal turizm kaynaklarının sürdürülebilir kullanımı sağlanmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Meriç-Ergene Havzası, Sürdürülebilir Planlama, Turizm, Doğal Kaynaklar.

THE IMPORTANCE OF NATURAL TOURISM VALUES IN THE SUSTAINABLE PLANNING AND MANAGEMENT OF THE MERİÇ-ERGENE BASIN

ABSTRACT

Abstract Planning is the operation of organizing the space in the most appropriate way. On the other hand, planning area can be of very different scales and characteristics, depending on the area covered. A watershed unit whose borders are determined by completely natural criteria is the most ideal area for planning. It is far from administrative, political or economic, unnatural separation. Basin boundaries based entirely on natural (geological-geomorphologic-hydrological) segregation are extremely convenient for planning natural resources conservation and sustainable use. In this sense, it is more realistic to base the basin scale on the management of natural resources. Today, different basin planning approaches have been developed in various countries. Integrated watershed management and planning; It prescribes that sustainable natural resource management should be handled a basin basis, rather than unnatural bounded units. Tourism values have a distinct place in sustainable watershed planning and management. In this respect, the create an inventory of the natural resources of the basin, the use and protection of it for tourism purposes is as important as other planning issues. The Meriç-Ergene Basin, chosen as the study area, flows along the rivers and tributaries bearing the same names and discharges its waters to the Aegean Sea in the southwest. The boundaries of the basin generally depend on hydrographic separation. The basin covers an area is maintained approximately 14 945,9 km², constitutes 1,95% of Turkey's field. Contributing to provide sustainable management by determining the natural tourism values of the Meriç-Ergene Basin, which is one of the 26 main water basins of our country, is the aim of working. Natural tourism resources of Meriç-Ergene Basin include; wetlands, forest areas, coastal sand dunes, mountainous areas, waterfalls, caves, and there are many values like these. As a method, it has been adopted to create an inventory of natural tourism values and to reflect these into the basin planning. Saros coastal area sandy on the south-west of the basin is very large and sheltered against the wind.. Its location between Greece and Turkey which has unique natural landscape of the Meriç Delta, Gala Lake and the National Park site are protected wetlands. They are a natural attraction center with its natural landscape and the biodiversity it hosts. In the same way Salt Lake is home to many bird species. However, the Ergene River, which is one of the main rivers of the basin, is extremely polluted so that leads to major obstacle for tourism. The Strandja Mountains, which border the basin north-northeast, are rich in flora and fauna. The southern Koru Mountains also have a floristic variety. Basin has an important potential in terms of nature tourism and ecotourism; trekking, bird watching, photography, mountain biking, camping, scouting, cave tourism. It is suitable for the development of such activities. However, natural values in the Meriç-Ergene Basin are heavily influenced by urban, industrial and agricultural pressures. The natural environment of the basin is being polluted from one side and deteriorating from the other side. This problem should be handled within watershed management and sustainable use of natural tourism resources should be ensured in the direction of determining the basic principles of ecology.

Keywords: Meriç-Ergene Basin, Sustainable Planning, Tourism, Natural Resources.

AİLE İŞLETMELERİNDE NESİLLER ARASI YÖNETİCİ PROFİLLERİNDEKİ DEĞİŞİM : DOĞU BÖLGESİNDE BİR UYGULAMA

Arş. Gör. Yasemin KARATEKİN ALKOÇ

Uludağ Üniversitesi
yaseminalkoc@uludag.edu.tr

ÖZET

Aile işletmeleri de insanlar gibi doğmakta, büyümekte, olgunlaşmakta ve yaşamları sona ermektedir. Kuşaktan kuşağa geçen aile işletmelerinde, bu değişim sürecinde hem aile, hem işletme, hem de sahipliğin yapısı değişmektedir. Yönetim anlayışının değişimi de, doğal olarak aile şirketlerindeki yönetim tarzını da etkilemektedir. Nesiller arası düşünce yapısı farklılığının ve yönetimin bir bilim olarak ele alındığı yüzyılımızda, ister istemez aile şirketlerinin yönetici nesilleri arasında da farklılık olacaktır. Bu bağlamda çalışmada, Van ilinde faaliyet gösteren aile işletmelerinden elde edilen veriler kullanılarak; nesiller arası yönetici profillerindeki değişim kurulan hipotezler doğrultusunda incelenmiştir. Çalışma nicel bir araştırma olup, yapılan analiz sonucunda; birinci neslin yönetimi elden bırakmayıp hala kararlara müdahale etmesinden dolayı ikinci neslin, birinci neslin takipçisi konumunda olduğu görülmüştür. Ayrıca birinci neslin düşünce yapısı, geçmişten ders çıkarmış ve kendini yenileyerek ikinci nesil davranışı gösteren bir birinci nesil durumunun sergilendiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Aile İşletmeleri, Nesil, Profil, Değişim.

CHANGING MANAGERIAL PROFILES BETWEEN GENERATIONS IN FAMILY BUSINESSES : A CASE STUDY IN VAN

ABSTRACT

Family businesses as the humans are born, growing, maturing and end their lives. From generation to generation in the family business, both family and businesses, as well as changing the structure of ownership in this process of change. The change of management approach also naturally affect the management style in the family company. Intergenerational differences of mindset and management of our century is taken as a science, whether there will be differences between generations of managers do not want a family business. At this direction, used data obtained from family businesses operating in Van, were investigated in accordance with the established hypothesis changes in intergenerational administrator profiles. Study has a quantitative research methodology and according to the findings, the resulting first generation management still not leaving the second generation due to the decision to intervene is seen that the position of the follower of the first generation. In addition, the first generation's mindset, shows that lessons from the past and renewing itself has done a first-generation display case showing the second generation behavior.

Keywords: Family Businesses, Generations, Profile, Change.

VAN İLİNİN ŞEHİR TURİZMİ POTANSİYELİNİN ARAŞTIRILMASI

Dr. Öğr. Ü. Ayşegül KELEŞ ERİÇOK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
akericok@gmail.com

ÖZET

Son yıllarda; turizm kavramının algılanmasında ve turizm biçimlerinde önemli değişimler olmuştur. Alternatif turizm biçimlerinden; sanat etkinlikleri yapmak, müze gezilerine katılmak, yerel kültürü tanımak, alışveriş yapmak gibi sosyal ve kültürel etkinlikleri içeren kent gezileriyle şekillenen “şehir turizmi”nin ön plana çıkması bu değişimin önemli göstergelerindedir. Bu çalışmanın amacı Van kentinin şehir turizmi potansiyelinin tespit edilmesidir. Çalışmanın yöntemi alan araştırması olarak belirlenmiştir. Alan çalışmasında; öncelikle kentin tarihsel gelişim sürecinde kentin geçmişten gelen tarihi değerlerin neler olduğu incelenecektir. Sonra da bugün kentin şehir turizminin sürekliliğini sağlayabilecek değerlerinin araştırılacaktır. Sonuç olarak Van’da şehir turizminin sürdürülebilirliği için yerel kimliklerin önemli olduğu ve yerel değerlerin ön plana çıkması gerektiği öngörüsünden hareketle kentin, şehir turizmi açısından güçlü yönleri tespit edilecek ve zayıf olduğu alanların güçlendirilmesi önerileri geliştirilecektir. Ayrıca yerel halkın kültürel miras ve turizm farkındalığının artırılması olanakları ve kentin şehir turizmi açısından sahip olduğu fırsatların iyi değerlendirilebileceği projelerin geliştirilme olanakları tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Şehir Turizmi, Kent Kimliği, Kültür, Van.

INVESTIGATION OF CITY TOURISM POTENTIAL OF THE CITY OF VAN

ABSTRACT

Important changes have occurred to the ways of perceiving tourism concept and types of tourism. From alternative tourism forms; having social and cultural activities such as making an art center, shopping, etc. "City Tourism" is a very important indicator of this change. The purpose of this study is to determine the city tourism potential of Van city. The method of study is defined as field research. firstly, the historical values of the city from the past will be examined. Then, the values that can provide the sustainability of city tourism in the city will be investigated. As a result, in view of the importance of local identities in the shaping of the cities of the future, and the predictions that local values should come to the forefront, the city will be able to identify its strengths in terms of city tourism and develop a proposal to strengthen areas where it is weak. It will also discuss opportunities for local people to increase their cultural heritage and tourism awareness and opportunities for the development of projects that can be well appreciated for the opportunities that the city has in terms of city tourism will be discussed.

Keywords: City Tourism, City Identity, Culture, Van.

GELENEKSEL EL SANATLARININ KIBRIS KIRSAL TURİZMİNE ETKİSİ

Dr. Öğr. Ü. Mehmet ÇAVUŞOĞLU

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
mcavusoglu@comu.edu.tr

Olena ÇAVUŞOĞLU

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
lunnacik@gmail.com

ÖZET

Bu çalışma, Kıbrıs adasının sahip olduğu kültürel ve sanatsal zenginliği kırsal turizm kapsamında dünyaya tanıtmayı hedeflemektedir. Geleneksel el sanatları, geçmişle günümüz arasında bağlantı kurmamızı sağlayan kültürel bir miras öğeleridir. Bir ülkenin sahip olduğu kültür mirası, günümüzde oldukça rağbet gören alternatif turizm çeşitlerinden birisi olan Kırsal Turizm kapsamında kullanılabilir. Çalışmamızın amacı, Kıbrıs kültür mozaiğinin önemli parçalarından olan İpek Koza İşi, Lefkara İşi ve Bitkisel Örucülük İşleri konusunda farkındalık yaratmak ve bu değerlerin Kıbrıs'ta yapılan Kırsal Turizm kapsamında değerlendirilmesine katkı sağlamaktır. Çalışmanın ilk bölümünde Kıbrıs Adası hakkında genel bilgiler, Kırsal Turizm Kavramı, Geleneksel El Sanatları ve Kırsal Turizm ilişkisi yer almaktadır. İkinci bölümde, araştırmamızdan elde edilmiş olan bulgular olan; İpek Koza İşi, Lefkara İşi ve Bitkisel Örucülük İşleri hakkında bilgiler yer almaktadır. Üçüncü bölümde Geleneksel El Sanatlarının Kıbrıs Kırsal turizmine etki ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Sonuç bölümünde ise Geleneksel El Sanatlarının Kırsal Turizm amaçlı kullanımı konusunda yapılması gerekenler hakkında öneriler yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kıbrıs, İpek, Lefkara, Kırsal, Turizm.

THE IMPACT OF TRADITIONAL HANDICRAFTS ON THE RURAL TOURISM OF CYPRUS

ABSTRACT

This study aims to introduce the cultural and artistic richness of the island of Cyprus to the world in the context of rural tourism. Traditional handicrafts are cultural heritage items that enable us to connect the past and present. One of the cultural heritage of the country can be used within the scope of Rural Tourism which is one of the most popular alternative tourism types today. The aim of our work is to raise awareness of the important parts of the Cypriot cultural mosaic the Silk Cocoon Work, Lefkara Lace and Herbal Knitting Works and contribute to the evaluation of these values within the scope of Rural Tourism in Cyprus. The first part of the work includes general information about Cyprus Island, Rural Tourism Concept, Traditional Handicrafts and Rural Tourism Relationship. In the second part, the findings obtained from our research; Silk Cocoon Work, Lefkara Lace and Herbal Knitting Business. In the third chapter, information about the effect of Traditional Handicrafts on Cyprus Rural Tourism is given. In the conclusion section, suggestions about the things to be done about the use of traditional handicrafts for rural tourism are given.

Keywords: Cyprus, Silk, Lefkara, Rural, Tourism.

OTEL ÇALIŞANLARININ İŞ MOTİVASYONLARININ BELİRLENMESİ: DENİZLİ ŞEHİR OTELLERİNDE BİR UYGULAMA

Öğr. Gör. Ahmet Çetina

Pamukkale Üniversitesi
cetina@pau.edu.tr

Arş. Gör. Mehmet Boyraz

Afyon Kocatepe Üniversitesi
mboyraz@aku.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Songül Özer

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
songulduz@yyu.edu.tr

ÖZET

Yaşanan teknolojik gelişmeler ve küreselleşme, iş hayatında rekabeti ön plana çıkarmaktadır. İşletmelerin bu rekabet ortamında devamlılığını koruyabilmeleri için insan kaynaklarından daha etkin faydalanabilmeleri gerekmektedir. Bu anlamda konaklama işletmeleri çalışanları, işletmenin temel yapı taşını oluşturmaktadır. İnsan odaklı yaklaşımla beraber daha kaliteli hizmet yaratarak sektörde fark yaratılabilmektedir. Kaliteli ve etkin hizmet ise; iyi motive olmuş, kurumsal kimliği benimseyen verimli işgörenler tarafından sağlanabilmektedir. Bu çalışma turizm sektörü içerisinde önemli bir yere sahip otel işletmeleri çalışanlarının iş motivasyonlarının belirlenmesi ve otel departmanlarına göre çalışanların iş motivasyonlarındaki farklılıkların ortaya konması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma Denizli ilindeki dört ve beş yıldızlı şehir otellerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada otel işletmelerinin temel hizmet alanlarını oluşturan kat hizmetleri, servis, ön büro ve mutfak çalışanlarından yüz yüze anket yöntemiyle veri toplanmıştır. Araştırmadan elde edilen verilerin değerlendirilmesi sonucunda, çok boyutlu iş motivasyonu ölçeğinin alt boyutlarından kişisel düzenleme alt boyutunda otel çalışanları arasında cinsiyete göre farklılık olduğu, diğer boyutlarda anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir. Departmanlara göre ise, ön büro ile mutfak departmanları arasında motive olmama alt boyutunda ve servis ile mutfak arasında içe yansıtılan düzenleme alt boyutunda farklılık olduğu belirlenmiştir. Motivasyon olamama alt boyutuna göre mutfak çalışanlarının daha az motive oldukları ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: İş Motivasyonu, Şehir Otelleri, Denizli.

DETERMINATION OF WORK MOTIVATIONS OF HOTEL WORKERS: AN APPLICATION IN THE DENİZLİ CITY HOTELS

ABSTRACT

Technological developments and globalization are leading the competition in business life. Businesses need to be able to use human resources more effectively in order to maintain their continuity in this competitive environment. In this sense, the employees of the accommodation enterprises constitute the basic building block of the business. With the human-focused approach, a difference can be created in the sector by creating better quality service. Quality and efficient service; well motivated, able to be provided by efficient occupations that adopt corporate identity. This study was carried out in order to determine the motivation of the

employees in the hotel enterprises which have an important place in the tourism sector and according to the departments of the hotel, to find out the differences in the work motivations of employees. The study was conducted in four and five-star city hotels in Denizli. In the study, data were gathered by face to face survey method, from the House Keeping, Service, Front Office and Kitchen which constitute the basic service areas of hotel enterprises. As a result of the data obtained from the study, it has been determined that there is a significant difference according to gender among hotel employees in "identified regulation sub-dimension" of the multidimensional work motivation scale and in the other subscales there is no significant differences. According to the departments, it is determined that there is a difference in the "motivation sub-dimension" between the front office and the kitchen departments, and it is determined that there is a difference in "introjected regulation sub-dimension" between service and kitchen departments.

Keywords: Work Motivation, City Hotels, Denizli.

TÜKENMİŞLİK VE MESLEKİ BAĞLILIK İLİŞKİSİNDE DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERİN ROLÜ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Doç. Dr. Rüya EHTİYAR

Akdeniz Üniversitesi
ehdiy@akdeniz.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Fatma KURCAN

Akdeniz Üniversitesi
fatmakurcan@akdeniz.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı tükenmişliğin mesleki bağlılık üzerinde bir etkisi olup olmadığını incelemek ve tükenmişlik ile mesleki bağlılık arasındaki ilişkide demografik faktörlerin rolünü belirlemektir. Tükenmişliğin çalışma ve örgüt psikolojisi alanında oynadığı önemli rol temel alındığında örgütsel psikoloji alanında tükenmişlik başlığını taşıyan çok fazla araştırma yapıldığı görülmektedir. Yapılan araştırmalar tükenmişliğin çalışanların tutumları, duyguları ve davranışlarını etkilediğini tutarlı bir biçimde göstermiştir. Bununla birlikte hizmet sunulan organizasyonlarda çalışanlarda ortaya çıkan tükenmenin hizmet kalitesi ve örgütlerine olan bağlılıklarını önemli bir derecede etkilediği vurgulanmaktadır. Turizm gibi yoğun insan ilişkilerinin sürdürüldüğü alanlarda çalışanların, özellikle çalışma koşullarından kaynaklı olarak tükenme riski ile daha fazla karşı karşıya kaldıkları rapor edilmektedir. Araştırmanın bir diğer değişkeni olan mesleki bağlılık da turizm sektörü açısından taşıdığı önem açısından sürekli güncelliğini koruyan ve bir sorun alanını teşkil etmektedir. Bu nedenle özellikle ilgili alanda yürütülen araştırmalarda tükenme konusu ve mesleki bağlılığın sıklıkla ele alınan başlıklardan biri olarak göze çarpmaktadır.

Bilindiği üzere gençlik insan hayatının en önemli ve etkin bir dönemini ifade etmektedir. Ancak turizm eğitimi alan öğrenciler, staj ile birçok kazanım elde ederken, çok fazla sorun da yaşayabilmekte. İlgili yazında turizm eğitimi alan öğrenciler üzerine gerçekleştirilen birçok görgül çalışmada da sosyal ve psikolojik sorunların fazlaştığı görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında bir olgu olarak gençlik ve onun sorunlarının gözlenmesi olağandır. Nitekim yazında bu dönemde öğrencilerin bedensel, ruhsal ve sosyal yönden daha sağlıklı bir yaşam biçimi geliştirmelerine yardımcı olmak için önleyici programların hazırlanarak uygulanmasının önemli olduğu vurgulanmaktadır. Buradan hareketle gerçekleştirilen çalışmanın amacı, mutluluğu yaşamlarında oldukça önemseyen ve önemli bir değer olarak algılayan üniversite öğrencilerinde tükenmişliğin mesleki bağlılıkları üzerinde bir etkisi olup olmadığını incelemek ve tükenmişlik ile mesleki bağlılık arasındaki ilişkide demografik faktörlerin rolünü araştırmaktır. Araştırma sonuçlarının ülkemizin ve turizm sektörünün geleceği olan gençleri anlamada, sorunları çözmeye, imkanlarını geliştirmeye ve onlara sahip çıkmada yol gösterici olacağına inanılmaktadır.

AnahtarKelimeler:Tükenmişlik, Mesleki Bağlılık, Turizm.

THE ROLE OF THE DEMOGRAPHIC VARIABLES IN THE RELATION BETWEEN BURNOUT AND PROFESSIONAL COMMITMENT: A RESEARCH ON UNIVERSITY STUDENTS

ABSTRACT

The aim of this study is to examine whether burnout has an influence on professional commitment and to determine the role of demographic factors in the relation between burnout and professional commitment. Given the significant role burnout plays in the field of labour and organisational psychology it is observed that there is a great deal of researches entitled with burnout topic. The studies carried out in this context viably demonstrate that burnout has an influence on the attitudes, emotions and behaviours of the employees. Together with it, it is emphasised that burnout developed on those who are employed in the service-providing organisations affect crucially the service quality and dependence on organisations. It is reported that the employees working in the fields such as tourism where intensive human relations take place have been more exposed to burnout risk stemming especially from the working conditions. The professional commitment as another variable of the research continues to be relevant in terms of the importance it has for the tourism sector and poses a problem field. For this reason, the topics burnout and professional commitment are manifested as one of the frequently addressed topics especially in the studies conducted in the related field.

As is known, the period of youth refers to the most important and effective stage of human life. Those students who receive a higher education in tourism derive benefits through internship, whereas they might face many problems at the same. In the related paper, in the several empirical studies on those students who receive a higher education in tourism, an increase in the social and psychological problems has been detected as well. Proceeding from this viewpoint, it is normal to observe the period of youth and its problems as a phenomenon. Hence, in the related paper, the preparation of preventive programmes and their implementation supposed to help develop healthier life style during this period in terms of physical, spiritual and social aspects is underlined. The goal of the study carried out from that point on is to inquire whether burnout has an impact on the professional commitment on those university students who attach great importance to happiness and consider it as a cardinal value in their life and to examine the role demographic factors play in the relation between burnout and the Professional commitment. The outcomes of the research are believed to pave the way to comprehend the youth as the future of our country and the tourism sector, to resolve the problems faced, to improve the possibilities and to protect them accordingly.

Keywords: Burnout, Professional Commitment, Tourism.

FESTİVALLER İLE İLGİLİ YAYINLANAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Dr. Öğr. Ü. Gencay SAATCI

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
gencaysaatci@comu.edu.tr

Öğr. Gör. Selda EĞİLMEZGİL YILMAZ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
selda@comu.edu.tr

ÖZET

Bu araştırmada, festivaller ile ilgili 1988-2018 tarihleri arasında Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı'nın resmi internet sitesinde yayınlanmış olan lisansüstü tezlerin belirli parametreler çerçevesinde bibliyometrik olarak incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda toplam 89 adet yüksek lisans, sanatta yeterlilik ve doktora tezi değerlendirmeye alınmıştır. Değerlendirmeye alınan lisansüstü tezler; "tezlerin yıllara göre dağılımı", "lisansüstü tezin türü", "lisansüstü eğitimin yapıldığı kurum", "bağlı olunan enstitü", "tezlerin yayınlandığı anabilim dalı", "tezlerin konularına göre dağılımı", "yayınlanan tezlerde festivaller ile beraber kullanılan anahtar kelimeler", "tezlerin yayın dillerine göre dağılımı", "tezlerin araştırma türleri", "tezlerin ortalama sayfa aralıkları", "lisansüstü tezlerin danışmaların ünvanları", gibi bibliyometrik özellikler açısından incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre; en fazla festival kelimesini içeren tez türü yüksek lisans tezleridir. Söz konusu tezler zaman açısından incelendiğinde ise en fazla tezin 2013 ve 2017 yıllarında yayınlandığı saptanmıştır. En fazla tezin yayınlandığı kurum ise; Hacettepe Üniversitesi'dir. Yönetilen tezlerin danışmanlarının ünvanlarına göre bir sıralama yapıldığında ise en fazla profesör unvanlı öğretim üyelerinin danışmanlığının bulunduğu tespit edilmiştir. Tezlerin büyük bir çoğunluğu da Türkçe dilinde yayınlanmıştır. Sonuç olarak ise; elde edilen veriler ekseninde günümüze kadar lisansüstü tezlerde festival konulu çalışmalara giderek artan bir ilginin olduğu söylenebilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Festival, Lisansüstü Tez, Bibliyometrik Analiz, Ulusal Tez Merkezi, Yükseköğretim Kurulu.

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF RELEASED POSTGRADUATE DISSERTATION RELATED TO FESTIVALS

ABSTRACT

In this study, it has been aimed to view the postgraduate thesis related with festivals and released the council of higher education board's official internet address between 1988 to 2018 in a spesific frameworks as bibliometric, In accordance with this research's objective, 89 master's, proficiency in art and doctoral thesis has been assessed. Evaluated postgraduate thesis has been examined in terms of bibliometric characteristic such as "distribution by years", "the type of postgraduate thesis", "institutions of postgrade education", "institute of released dissertations", "department of released dissertation", "distribution by subject of thesis", "key words of released dissertations used along with festivals", "publication language", "dissertations research type", "par page range", "academic titles of thesis advisors". According to the research findings; dissetations containing festival word are chiefly master's thesis. When

mentioned thesis analyzed from the point of time, dissertations have been published 2013 and 2017 mostly. The institution of published dissertations is Hacettepe Universitesi at most. Considering academic title of thesis advisors supervised who are Professors are on the first rank. Publication language of the dissertations is Turkish by a majority. As a consequence; on the axis of obtained data, it can be said there is an increasing interest to the festival themed postgraduate thesis.

Keywords: Festival, Postgraduate Thesis, Bibliometric Analyze, National Thesis Centre, Council of Higher Education.

YÖRESEL FESTİVALLERİN YEREL HALK ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: ALAÇATI OT FESTİVALİ ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Ü. Gencay SAATCI

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
gencaysaatci@comu.edu.tr

Tarık YALÇINKAYA

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
tarikyalcinkaya@windowslive.com

ÖZET

Yerel halk ile turistlerin karşılaştığı; turistik çekicilik unsuru olarak yöresel festivallerin yerel halk üzerinde çeşitli ekonomik, kültürel, yöresel ve sosyal etkileri bulunmaktadır. Söz konusu etkiler yerel halkı çeşitli şekillerde etkilemektedir. Yeni istihdam olanakları yaratarak yerel halkın yaşam kalitesini arttıran yöresel festivaller bu kapsamda yöreye ekonomik bir katkı sağlarken; yerel halk ve turistler için eğlence olanaklarının artması da bölgenin imajını ve çekiciliğini arttırmaktadır. Bunun yanında festivaller, turizme önemli bir teşvik unsuru olarak yansımaktadır ve diğer turizm destinasyonlarıyla kıyaslandığında rekabetçi bir avantaj üreterek turizm bölgesinin gelişimini desteklemektedir. Farklı bir bakış açısıyla; festivaller, turistlerin festivalin adıyla bölgeyi ilişkilendirerek, turizm destinasyonunun markalaşmasını da teşvik etmektedir.

Bu çalışma ile 2010 yılından itibaren her yıl geleneksel olarak Alaçatı'da düzenlenen Alaçatı Ot Festivali'nin yerel halk üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Yerel halkın Alaçatı Ot Festivali'ne ilişkin düşünceleri; ekonomik katkı, yöresel imaj ve sosyal etki kategorilerinde incelenmiştir. Araştırma verileri, 10 Nisan-5 Haziran 2018 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırma sonucunda; yerel halkın, Alaçatı Ot Festivali'nin yöreye olan sosyal ve ekonomik katkılarının farkında olduğu ve gelecek nesillere güzel bir örnek teşkil ettiğini düşündükleri ortaya çıkmıştır. Yerel halkın demografik yapısını, yöresel festivallere karşı olan tutum ve beklentilerini tespit etmek üzere yapılan çalışma sonucunda, yerel halkın yöresel festivallere yönelik bakış açısının olumlu yönde olduğunu söylemek mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Yöresel Festival, Yerel Halk, Alaçatı Ot Festivali.

IMPACTS OF REGIONAL FESTIVALS ON LOCAL PEOPLE: EXAMPLE OF THE ALACATI HERB FESTIVAL

ABSTRACT

Regional festivals, in which local people meet tourists, have various economic, cultural, regional and social impacts on local people in terms of tourist attraction factors. These affect local people in several ways. Just as regional festivals increasing life quality of local people by creating employment have economic contribution to the region, a rise in entertainment opportunities for both local people and tourists increases image and attractiveness of the region. For this reason, festivals are a significant encouragement factor for tourism and they contribute to development of tourism regions by creating a competitive advantage compared to other tourism destinations. From a different viewpoint, festivals promote also branding of tourism destinations by means of tourists who associate the region with festival name.

In this study, it is aimed to determine impacts of the Alacati Herb Festival, traditionally organized in Alacati every year since 2010, on local people. Thoughts of local people about the Alacati Herb Festival have been analysed under the categories of economic contribution, regional image and social impact. Study data was gathered between the dates of 10th April and 5th June 2018. Study results demonstrate that local people are aware of social and economic contribution of the Alacati Herb Festival to the region and consider that it serves a promising example for next generations. In consequence of the study carried out to determine demographical structure of local people and their attitudes to regional festivals and expectations from them, it is possible to state that the viewpoint of local people on regional festivals is positive.

Keywords: Regional Festival, Local People, The Alacati Herb Festival.

YÖRESEL YEMEKLERİN YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNİN MENÜLERİNDE YER ALMA DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ: BOZCAADA ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Ü. Gencay SAATCI

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
gencaysaatci@comu.edu.tr

Öğr. Gör. Nahide Övgü DEMİRAL

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

ÖZET

Bir yöreye seyahat eden ziyaretçilerin beklentileri arasında, yeni yerler görmenin ve yeni kültürler tanınmanın yanında, yeni tatlarla tanışma arzusu da yatmaktadır. Yerel kültürün bir parçası olan yemek kültürü, bir turistik destinasyon için en önemli çekicilik unsurlarındandır. Bir destinasyonun; sahip olduğu turistik çekiciliklerinin yanında köklü ve zengin bir mutfağa sahip olması; destinasyon tercihlerinde önemli bir bölge olma özelliğini arttırmaktadır. Çünkü yöresel kültürü ve yöresel yemekleri başka yerde görme, bulabilme olanağı yoktur. Özellikle Bozcaada gibi sit alanı ilan edilmiş destinasyonlarda turistik çekicilik unsurlarının gelişmesinin sağlanabilmesi için; bölgenin yöresel yemek envanterinin oluşturulması ve gelecek nesillere aktarılması büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda, o bölgeye özgü çekiciliklerin belirlenmesi ve belirlenen bu değerlerin hedef pazarda tanıtılması da gerekmektedir.

Buradan hareketle araştırma alanı olarak seçilen Bozcaada'daki yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde yöresel yemeklere yer verilme durumları incelenerek; turistik çekicilik unsurları ve gastronomi turizmi potansiyelini temsil etmeleri açısından önem derecesi belirlenmeye çalışılmıştır. Bozcaada'nın kültürünü yansıtan söz konusu yöresel yemekler; deniz ürünleri, çorbalar, etli yemekler, hamur işleri, pilavlar, tatlılar ve sebze yemekleri olmak üzere 7 kategori altında ele alınmıştır. 7 kategoride toplam 53 adet yemek çeşidinin menülerde yer alma durumları araştırılmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda yiyecek-içecek işletmelerinin büyük çoğunluğunun yöresel yemeklere yer vermediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yöresel Yemek, Menü, Bozcaada.

DETERMINING THE PLACEMENT LEVELS OF LOCAL MEALS IN MENUS OF CATERING SERVICES: BOZCAADA SAMPLE

ABSTRACT

As well as seeing new places and becoming acquainted with new cultures, to meet with new tastes lies between the expectations of local visitors. As a part of local culture, the food culture is one of the most important elements of attraction for a turistic destination. Having a well-established and rich cuisine beside the owning touristic attractions of a destination, increases the feature of being an important region in destination preferences. It is due to the fact that there would not an opportunity to see and find local culture and local dishes elsewhere. Most particularly, in order to provide the improvement of touristic attraction elements in the destinations proclaimed as a protected area such as Bozcaada, it is of great importance to form regional food inventory and transfer it to future generations. In this context, it is also necessary to identify the attractiveness of the region and to introduce these identified values in the target market.

In this regard, with the examination of the regional food placements in menus of catering services in Bozcaada, the selected research area; the importance level of this placements was determined by the aspects of representing touristic attraction elements and gastronomic tourism potential. Bozcaada's culturally representative local dishes were examined in 7 categories as seafood, soups, meat dishes, pastries, rice, desserts, and vegetable dishes. A total of 53 type of food placements in the menus was investigated in 7 categories. In line with the obtained data, it has been determined that the vast majority of catering establishments do not give place to local food.

Keywords: Local Food, Menu, Bozcaada.

HAYAT BOYU ÖĞRENMEDE TURİZM AÇISINDAN MESLEKİ EĞİTİMİN ÖNEMİ

Dr. Öğr. Ü. Seçil Eda KARTAL

Bartın Üniversitesi
sekartal@bartin.edu.tr

Murat ÇAVUŞOĞLU

Bartın Üniversitesi
muratcavus67@hotmail.com

Ferhat ÇAVUŞOĞLU

Bartın Üniversitesi
ferhatcavusoglu@gmail.com

ÖZET

Eğitim toplumun geleceğin devamını sağlayan önemli unsurlardan biridir. Toplumlar eğitimle varlıklarını sürdürülebilirler. Eğitim her alanda içinde mesleki eğitimi de bir bütün olarak ele almalıdır. Mesleki eğitim, Ahilik, Gedik ve Loncalar-ı Anadolu'da yayılmaya başlamıştır. Her dönemde mesleki eğitim, usta- çırak geleneği içinde yaşanmaktadır. Dünyada hızlı gelişmeler ile birlikte yetişmiş, insan gücüne turizm alanında ihtiyaç duyulmaktadır. Bu insan gücünün yetişmesinde kritik rol oynayan mesleki ve teknik eğitimdeki gelişmeler hızlı değişime uyum sağlamış ve her döneme uygun gerekli yapılanmaları tamamlamıştır. Dolayısıyla bu gelişmelere uygun olarak mesleki eğitim merkezleri yapılanmalarını tamamlamış ve ders programlarında gerekli güncellemeler ve değişiklikler yapmıştır. Mesleki eğitim merkezleri bünyesinde yiyecek içecek ve konaklama alanında kalfalık ve ustalık eğitimleri yürütülmektedir. Çalışma betimsel bir çalışmadır ve tarama modelleri içerisinde yürütülmüştür

Anahtar Kelimeler: Mesleki Eğitim, Çırak Öğrenci, Çıraklık Eğitimi.

THE IMPORTANCE OF VOCATIONAL TRAINING FOR TOURISM IN LIFE LONG LEARNING

ABSTRACT

Education is one of the key elements that keep the future of the society alive. Societies can sustain their existence through education. Education should address vocational training as a whole within each area. Vocational education started to spread in Anatolia with Ahi-order, Gedik (Monopoly of trade right in Ottoman Empire) and Guilds. Vocational education is experienced in the tradition of mentor system in every period. With rapid developments in the world, qualified man power is needed in the field of tourism. These developments in vocational and technical education, which play a critical role in the development of human power, have adapted to rapid change and have completed the necessary structures that are appropriate for each turn. Therefore, in accordance with these developments, vocational training centers have completed their structuring and made necessary updates and changes in course schedules. Foreman and mastership trainings have been carried out in the field of food, beverage and accommodation in vocational training centers. The study is a descriptive research and it has been conducted within the screening models.

Keywords: Vocational Training, Apprentice Student, Apprenticeship Training.

AKDAMAR ADASININ (VAN) EKOTURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Canan DİNÇ

Artvin Çoruh Üniversitesi
canandinc74@gmail.com

Dr. Öğr. Ü. Hilal SURAT

Artvin Çoruh Üniversitesi
hilal881@artvin.edu.tr

ÖZET

Turizm, önemi her geçen gün artarak devam eden, ülkelere ekonomik olarak büyük katlılar sağlayan uluslararası dev bir sektördür. Bu sektör içerisinde çok farklı turizm çeşitleri ve alanlar mevcuttur. Bu turizm alanlarından birini de ekoturizm oluşturmaktadır. Ekoturizm, doğal ve kültürel kaynakların tahrip edilmeden, turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği ve sürdürülebilir kaynak kullanımının ön planda olduğu sorumlu seyahat ve ziyaret şeklidir. Bu çalışmada; zengin bir geçmişe ve doğal kaynakları sahip olan Van ili Gevaş İlçesi'nin sınırları dâhilindeki Akdamar Adası çalışılmıştır. Gevaş (Van) ve yakın çevresi el değmemiş doğal güzellikleri ve kültürel yapısı ile eko turistik faaliyetler için önemli bir potansiyele sahiptir. Ortaçağ Ermeni mimarisinin en önemli eserlerinden tarihi Akdamar Kilisesi'ne de ev sahipliği yapan Akdamar adası, günümüzde tümüyle açık hava müzesi niteliğinde olup, Van'da görülecek yerler arasında en önemlisidir. Çalışma kapsamında öncelikle adanın sahip olduğu tüm doğal ve kültürel kaynak değerleri ortaya konacaktır. Daha sonra yapılacak olan SWOT analizi ile güçlü ve zayıf yönler ile sahip olduğu fırsatlar ve olası tehditler ortaya konulacaktır. Ayrıca SWOT analiz sonuçlarına göre ada için uygulanma imkanı olan ekoturizm faaliyet türleri belirlenecektir.

Anahtar Kelimeler: Gevaş Turizmi, Ekoturizm, Doğal Peyzaj, Kültürel Peyzaj.

EVALUATION OF ECOTOURISM POTENTIAL OF THE AKDAMAR MADRID (VAN)

ABSTRACT

Tourism is an international giant sector that continues to increase in value every day and provides economically greatest masses to the countries. Within this sector, there are many different types of tourism. One of these tourism areas is also ecotourism. Ecotourism is the responsible travel and visit without destroying natural and cultural resources, where tourism activities are carried out and the use of sustainable resources is the forerunner. In this study; Akdamar Island within the boundaries of the Van province Gevaş District, which has a rich past and natural resources, has been studied. Gevaş (Van) and its environs have an untouched natural beauties and cultural structure and an important potential for ecotourism. Akdamar Island, which is also home to the most important monuments of medieval Armenian architecture and the Akdamar Church, is today an open air museum and the most important place to be seen in Van. First of all, all natural and cultural resource values of the island will be revealed. The SWOT analysis, which will be done later, will reveal the strengths and weaknesses and opportunities and possible threats. In addition, SWOT analysis results will determine the types of ecotourism activities that can be implemented for the island.

Keywords: Gevaş Tourism, Ecotourism, Natural Landscape, Cultural Landscape.

KÜLTÜR VE TURİZM KORUMA VE GELİŞİM BÖLGELERİNE YÖNELİK TURİZM YATIRIMLARININ TEŞVİKİ

Doç. Dr. Yunus DEMİRLİ

Abant İzzet Baysal Üniversitesi
demirli_y@ibu.edu.tr

ÖZET

Türkiye, konumu, tarihi ve doğal güzellikleri ile dünyada önemli bir turizm destinasyonu haline gelmiştir. Türk turizminin gelişiminin daha da hızlandırılması, dünyadaki yeni turizm eğilimlerine uyumun sağlanmasına bağlıdır. Bu konuda Türkiye’de uygulanan kamu politikalarından biri de Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerine (KTKGB) yönelik teşvik uygulamalarıdır. 2018/11651 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı (BKK) ile bu bölgelerde bir veya birden fazla yatırımcı tarafından gerçekleştirilecek asgari 7.500 yatak kapasiteli turizm yatırımları için yeni teşvik uygulamaları başlatılmıştır. Bu karar ile KTKGB’lerdeki turizm yatırımları, beşinci bölgelerde uygulanan teşvik unsurlarından yararlanabilir hale getirilmiştir. Bu çalışmanın amacı; 2018/11651 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile KTKGB’lerdeki turizm yatırımları için getirilen teşviklerin Türkiye’deki bölgesel teşvik uygulaması bakımından turizm yatırımları üzerindeki muhtemel etkilerini değerlendirmektir. Çalışmada yöntem olarak, ilgili BKK ile KTKGB’lerdeki turizm yatırımları için sağlanan beşinci bölge teşvik unsurları hem diğer sektörlerle hem de altıncı bölgelere sağlanan avantajlar bakımından karşılaştırılmış; teşvik belgesine bağlanmış turizm yatırımlarının 2001-2017 dönemindeki bölgesel dağılımı ve son yıllarda yapılan yatırımların ortalama yatak kapasiteleri hesaplanmıştır. Çalışma sonucunda; KTKGB’lerdeki turizm yatırımlarına sağlanan teşvik unsurlarının birinci-dördüncü bölge yatırımcıları bakımından daha cazip olduğu, ilgili karar ile belirlenen yatak kapasitesi sınırının (7.500) daha önceki yıllarda teşvik belgesine bağlanmış turizm yatırımlardaki ortalamanın oldukça üzerinde olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Teşvikleri, Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri, Kültür Turizmi.

INCENTIVES OF TOURISM INVESTMENTS FOR CULTURE AND TOURISM CONSERVATION AND DEVELOPMENT REGIONS

ABSTRACT

Turkey, with its location, historical and natural beauties, has become an important tourism destination in the world. The further acceleration of the development of Turkish tourism depends on ensuring compatibility with the new tourism trends in the world. For this purpose, one of the public policies implemented in Turkey are the incentives for Culture and Tourism Conservation and Development Regions (CTCDR). With the Decree of the Council of Ministers (DCM) no 2018/11651, new incentive applications for tourism investments with a minimum of 7,500 beds to be realized by one or more investors in these regions have been initiated. With this decision, tourism investments in these regions can also benefit from the incentives applied in the fifth regions. The purpose of this study is to assess the possible effects of incentives, provided to the tourism investments in the CTCDR's, on tourism investments which with the

Decree of the Council of Ministers numbered 2018/11651, in terms of regional incentive applications in Turkey. As a method in the study, the fifth regional incentives provided for tourism investments in the DCM and the CTCDR were compared in terms of advantages to both the other sectors and the sixth region; regional distribution of tourism investments with incentive certificate in 2001-2017 period and the average bed capacities of the investments made in recent years are calculated. At the end of the study; it has been found that the incentives provided for tourism investments in CTCDR's are more attractive for the first four regions and the bed capacity limit (7.500) are well above the average of the investments with incentive certificates.

Keywords: Tourism Incentives, Culture and Tourism Conservation and Development Regions, Cultural Tourism.

BAŞKALE (VAN) HAVZASI'NİN JEOLJİK VE JEOMORFOLOJİK TURİZM POTANSİYELİ

Dr. Öğr. Ü. Halil ZORER

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
halilzorer@yyu.edu.tr

Prof. Dr. Saadettin TONBUL

Fırat Üniversitesi
stonbul@firat.edu.tr

ÖZET

Başkale Havzası Doğu Anadolu Bölgesi'nin güney doğusunda Türkiye-İran sınırında yer almaktadır. Etrafı yüksek dağlarla çevrili olan havzanın ortalama yükseltisi 2400-2500 m. civarındadır. Başkale Havzası kuzeyden güneye doğru akan ve Zap Suyu'nun en kuzey kolu olan Çığlı Suyu tarafından drene edilir. Jeolojik ve jeomorfolojik birimler açısından çok zengin olan havza, bu potansiyeliyle bir jeopark niteliğindedir. Havza'nın kuzeyinde, Yiğit Volkan Dağının çıkardığı Neojen-Kuvaterner yaşlı tüfler üzerinde gelişen peribacaları ve yine bu birimler üzerinde gelişen mağara yerleşmeleri, inceleme alanının insanoğlu tarafından çok eski tarihlerden beri yoğun olarak kullanıldığını kanıtlar niteliktedir. Çığlı Suyu'nun aktığı vadi içerisinde, oluşumu güncel olarak devam eden traverten taraçaları, havuzları yer almakta ve yöre insanı tarafından kullanılmaktadır. Başkale Havzası'nda geçmişten günümüze kadar ayakta kalmayı başaran birçok dini yapı ve Çığlı Suyu üzerinde bulunan köprüler mevcuttur.

Anahtar Kelimeler: Jeomorfoloji, Havza, Jeopark, Başkale.

GEOLOGICAL AND GEOMORPHOLOGICAL TOURISM POTENTIAL OF THE BAŞKALE (VAN) BASIN

ABSTRACT

Başkale Basin is located on the Turkey-Iran border in the south east of the eastern Anatolian region. The average altitude of the basin, surrounded by high mountains, is around 2400-2500 m. Başkale Basin is drained by Çığlı Water, which runs from north to south and is the northernmost current of Zap Water. The basin, which is very rich in terms of geological and geomorphological units, is a geopark with its potential. The fairy chimneys developed on the Neogene-Quaternary tuffs from Yiğit Volcanic Mountain and the cave settlements on these units in the north of the basin proves that the area of study has been used extensively by mankind since ancient times. The travertine terraces and pools, which are currently in development, are located in the valleys of the Çığlı Water and are used by local people. There are many religious buildings that have survived from the past to the present day in Başkale Basin and bridges on the Çığlı Water.

Keywords: Geomorphology, Basin, Geopark, Başkale.

ETRÜSK YAYLALARININ EKOTURİZM POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Kemal KOÇAKLI

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
kemal_kocakli@hotmail.com

Dr. Öğr. Ü. Halil ZORER

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
halilkzorer@yyu.edu.tr

ÖZET

Ekoturizm, “doğadan zevk alma ve doğanın kıymetini bilme” şeklinde tanımlanır. Yerel halkı ve çevreyi koruma gibi sorumluluklar üstlenen ekoturizm son yıllarda diğer turizm türleri arasından hızlı bir şekilde sıyrılarak yükselişe geçmiştir. İnsanların yoğun şehir hayatından kurtulma isteği, doğallığını yitirmemiş yerleri gezip görmek ve temiz hava solumak gibi amaçlar ile gittikleri yerlerin başında yaylalar gelmektedir. Bu tarz yüksek ve erişilmesi zor yerler insan etkilerine az maruz kalmış ve doğallığını korumuş yerlerdir. Etrüsk yaylaları da bu tarz doğal alanlara iyi bir örnektir. Van Gölü'nün kuzeyinde yer alan Etrüsk Dağı volkanik bir dağ olup Pliyosen döneminde şiddetli patlamalarla püskürmüştür. Pliyosen boyunca çıkardığı volkanik malzemeleri kuzeyine doğru biriktirerek geniş ve yüksek lav platoları oluşturmuştur. Büyüklükleri farklı olan on tane plato alanı bulunmaktadır (Keçikran, Arnis, Sor, Toprak, Zehir, Hacı, Boza, Devetaşı, Yeşiltoprak ve Derviş Yaylaları). Bazılarının konumu Van Gölüne hakim manzaralıdır. Bu yaylalar 2250 m. ile 3000 m. yükseltiler arasında konumlanırlar. Bu araştırmanın temel amacı Etrüsk yaylalarının ekoturizm potansiyelini belirlemek ve bu mevcut potansiyelin kullanılabilirliğini turizm çalışmalarında yoğun bir şekilde kullanılan SWOT analizi ile değerlendirmektir. Bu analiz yöntemi ile Etrüsk yaylalarının içsel (güçlü ve zayıf) ve dışsal (fırsatlar ve tehditler) faktörleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu anlamda SWOT analizinin yapılmasındaki genel amaç; Bölgenin sahip olduğu turizme bağımlı ve turizmden bağımsız arz potansiyelinin güçlü ve zayıf yönlerini açıklamaktır. Bu avantaj veya dezavantajların bilinmesi ve analiz edilmesi, ülkenin ve bölgenin hedeflerine uygun turizm stratejinin seçilmesine yardımcı olmaktadır. Ayrıca SWOT analizi bölgenin alternatif turizm imkânlarının her zaman değerlendirmeye tabi tutulması, mevcut görülebilen hatalarının tespit edilmesine ve düzeltilmesine fırsat veren bir araç olmaktadır. Bu analizler yapılırken sadece Etrüsk yaylaları değil aynı zamanda bu yaylalara yakın mesafedeki diğer turistik mekânlar da dikkate alınmıştır. SWOT analizinde Etrüsk yaylaları çok kısa mesafede yakın çevresi ile birlikte ele alındığında sadece ekoturizm değil aynı zamanda kültür ve inanç turizmi (Saint Stefanos Kilisesi), kıyı turizmi (Van Gölü), tarihi turizm (Şeytan Köprüsü) vb. diğer turizm türlerine dair rekreasyon alanlarının varlığı, yaylaların doğallığını yitirmemiş olması, yer yer bu yaylaların Van Gölüne görüş manzarasında olması ile yöre halkının misafirperver tavrı Etrüsk yaylalarının güçlü avantajlarından iken, erişilebilirlik, güvenlik sorunu, deprem, yetersiz ve yanlış turizm stratejileri ise alanın dezavantajlarındanidir. Yapılan arazi gözlemleri ve literatür çalışmaları ile alanın ekoturizm potansiyeli irdelenmiş ve bazı sorunlar tespit edilip ve bu sorunlara dair bazı öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Ekoturizm, Etrüsk Yaylaları, SWOT Analizi, Turizm Stratejileri.

SWOT ANALAYSIS OF ECOTOURISM POTENTIAL OF ETRÜSK PLATEAUS

ABSTRACT

Ecotourism is defined as enjoying nature and knowing nature's worth. In recent years, ecotourism, which has assumed responsibilities such as protection of the local people and the environment, has risen rapidly among other types of tourism. The people want to get rid of the busy city life, visit the places where they have not lost their naturalness and see fresh air and breathing fresh air. Such high and hard-to-reach places are less exposed to human influences and are places where nature is protected. Etrüsk plateaus are also a good example of such natural areas. Mount Etrüsk is a volcanic mountain to the north of Lake Van and erupted with violent explosions during the Pliocene. During the Pliocene volcanic material that has formed wide and high interest accumulating lava plateau to the north. There are ten plateau areas of different sizes (Keçikran, Arnis, Sor, Toprak, Zehir, Hacı, Boza, Devetaşı, Yeşiltoprak ve Derviş Yaylaları). Some of them have views overlooking Van Lake. These plateaus are 2250 m. With 3000 m. elevated. The main purpose of this research is to determine the ecotourism potential of the Etrüsk plains and to evaluate the availability of this present potential with the SWOT analysis used intensively in tourism studies. With this method of analysis, the intrinsic (strong and weak) and external (opportunities and threats) factors of the Etrüsk plateaus were tried to be revealed. In this sense, the general purpose of the SWOT analysis is; It is to explain the strengths and weaknesses of the tourism-dependent supply potential of the region, which is tourism-dependent. Knowing and analyzing these advantages or disadvantages helps to select a tourism strategy that fits the needs of the country and the region. In addition, the SWOT analysis is always a means of assessing alternative tourism opportunities of the region, allowing for the detection and correction of any mistakes that can be seen. When these analyzes were carried out, not only the Etrüsk plains, but also other tourist sites close to these plateaus resorts were taken into account. In the SWOT analysis, Etrüsk plateaus are considered not only in ecotourism but also in culture and belief tourism (Saint Stefanos Church), coastal tourism (Van Lake), historical tourism (Şeytan Köprü) etc. accessibility, security problem, earthquake, inadequate and inadequate tourism strategies are the disadvantages of the area, while the presence of recreation areas related to other tourism types, the lack of the naturalness of the plateaus, the presence of these plateaus in the view point of Van Lake and the hospitable attitude of local people are the strong advantages of Etrüsk plateaus. Through the field observations and literature studies, the potential of ecotourism has been investigated and some problems have been identified and some suggestions about these problems have been presented.

Keywords: Ecotourizm, Etrüsk Plateau, SWOT Analaysis, Tourism Strategies.

TÜRKİYE'DE TATUTA ÇİFTLİKLERİNİN COĞRAFI AÇIDAN İNCELENMESİ

Gürcü AYGÜN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
gurcuaygun@hotmail.com

Prof. Dr. Cengiz AKBULAK

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
cakbulak@comu.edu.tr

ÖZET

Kitle turizminin çevreye ve çevredeki ürünlere verdiği zararın anlaşılmasıyla birlikte dünyada alternatif turizm türlerine olan talep artmaya başlamıştır. Bu turizm türlerinden biri olan tarım turizmi, gerek kırsal alanda yaşayan üreticiye katkı sağlaması gerekse çevredeki biyoçeşitliliği ve ekosistemi korumaya yardımcı olmasından dolayı küresel ölçekte giderek yaygınlaşmaktadır. Ülkemizde tarım turizmi uygulamalarında Buğday Derneği bünyesindeki TATUTA (tarım-turizm-takas) projesi önemli bir yer sahiptir. Derneğin sürdürdüğü bu proje ile üreticiler, hemen hemen her bölgede çiftliklerini tarım turizm faaliyetlerine açmaktadır. Bu çalışmada Türkiye'de Buğday Derneği'ne üye olan TATUTA çiftliklerinin coğrafi açıdan dağılışı incelenmiştir. Bu kapsamda derneğe üye olan 89 çiftliğin üretim yaptığı faaliyet alanlarına ve organik üretim gerçekleştirme durumlarına ve bölgelere göre mekansal dağılışı ortaya koyan tematik haritalar üretilmiştir. Haritaların üretilmesinde Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) metodolojisinden yararlanılmıştır. Aynı zamanda çiftliklerin nitelikleri ile çiftliklerin bulunduğu yörenin coğrafi koşulları arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırma sonucunda agroturizm faaliyetine katılan çiftliklerin daha çok kıyı bölgelerinde yoğunlaştığı, çiftliklerde bitkisel ve hayvansal üretim faaliyetlerinin birlikte yürütüldüğü tespit edilmiştir. Bununla birlikte sadece tarımsal üretim yapan çiftlik sayısının sadece hayvansal üretim yapanlara oranla çok daha fazla olduğu anlaşılmıştır. TATUTA çiftliklerinde çoğunlukla yöreye özgü geleneksel yöntemlerle üretimin yapıldığı, organik sertifikalı üretim yapan çiftlik sayısının düşük seviyelerde kaldığı, organik üretim yapan az sayıdaki çiftliğin ise temelde fındık üretimine dayalı olup Karadeniz Bölgesi'nde yoğunlaştığı belirlenmiştir. Önemli bir tarım potansiyeline sahip olan ülkemizde tarım turizmi faaliyetlerinin belirli plan dahilinde geliştirilmesi kırsal alanların kalkınmasına katkı sağlayabilir.

Anahtar Kelimeler: Tarım Turizmi, TATUTA, CBS, Coğrafya, Mekansal Dağılışı.

A GEOGRAPHICAL INVESTIGATION INTO THE TATUTA FARMS IN TURKEY

ABSTRACT

With the recognition of mass tourism's harm to the environment and surrounding products, the demand for alternative tourism types has begun to increase in the world. Agro-tourism of these tourism types is increasingly becoming widespread across the globe as it contributes both to rural producers and to the conservation of biodiversity and ecosystem in the region. TATUTA (agriculture-tourism-exchange) project within the Wheat Association occupies an important place in agro-tourism practice in Turkey. Thanks to the TATUTA project, which is carried out by the Association, producers lend their farms to agro-tourism activities in almost all regions. In this study, geographical distribution of the TATUTA farms has been examined. Within this scope, the thematic maps were produced to exhibit the spatial distribution of 89 member farms, by their focal activities, whether they grow organic produces, and regions.

Geographical Information Systems (GIS) has been used to produce the maps. Moreover, the present study investigates the relationship between the farms' characteristics and geographical conditions. The research revealed that the farms participating in agro-tourism are mostly located in coastal regions and that vegetative production and animal husbandry are simultaneously carried out on the farms. Furthermore, it has been understood that the number of farms of agricultural production is much higher than that of the ones of animal-only productions. It has been also found that TATUTA farms mostly produce by traditional local methods, the number of farms with certified organic production is low, and these farms producing organic produces grow mainly hazelnut and are located in the Black Sea Region. In Turkey, which has a significant agricultural potential, development and improvement of agricultural tourism activities in consideration of a certain plan can greatly contribute to rural development.

Keywords: Agro-Tourism, TATUTA, GIS, Geography, Spatial Distribution.

TURİZME AÇILMAMIŞ YÖRELERDE YEREL HALKIN TURİZME YÖNELİK ALGILARI: ARDAHAN İLİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Nurettin AYAZ

Karabük Üniversitesi
nurettinayaz@karabuk.edu.tr

Uğur PARLAK

Karabük Üniversitesi
ugurparlak1991@gmail.com

ÖZET

Turizm, bölgelerin kalkınmasında rol üstlenen önemli dinamik sektörlerden birisidir. Bununla birlikte bir bölgede turizmin gelişebilmesi ve devamlılığı için çekicilik, ulaşılabilirlik, turizm işletmeleri ve yerel halkın desteği gerekmektedir. Bu araştırmada Ardahan ilinde yaşayan yerel halkın turizme yönelik algılarının ortaya çıkarılması ve ilde turizm gelişimine katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında Ardahan ilinde yaşamakta olan yerli halktan anket tekniği kapsamında kolayda örnekleme yöntemine göre kullanılarak 400 anket toplanmıştır. Anket verilerinin analizi kapsamında turizmin olumlu, olumsuz çevresel ve olumsuz ahlaki etkileri olmak üzere üç alt boyut tespit edilmiş, bu boyutlar ile yerel halkın demografik özellikleri karşılaştırılarak Ardahan ilinde turizm gelişimine yerel halk perspektifinden bir çerçeve oluşturulmuştur. Araştırma sonucunda görülmüştür ki yerel halk; turizmin olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz çevresel ve ahlaki etkilerini de önemsemektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turizmin Etkileri, Yerel Halk, Ardahan.

THE PERCEPTIONS OF LOCAL PEOPLE TO IN UNTOUCHED REGIONS: THE CASE OF ARDAHAN

ABSTRACT

Tourism is one of the important dynamic sectors that play a role in the development of the regions. However, in order to ensure the development and sustainability of tourism in a region, the support of tourism enterprises and local people is essential. In this research, it is aimed to reveal the perceptions of the local people living in Ardahan province for tourism and to contribute to the development of tourism. Within the scope of the research, 400 questionnaires were collected from the local residents living in Ardahan province by using convenience sampling method. The results reveal that three sub-dimensions as positive, negative environmental and negative moral effects of tourism were identified. Moreover, by comparing these dimensions with the demographic and other characteristics of the local people, a framework was developed from the perspective of local people in tourism development in Ardahan. It was concluded that local people pay attention to positive effects of tourism as well as environmental and moral effects.

Keywords: Tourism, Tourism Impacts, Local People, Ardahan.

MENA ÜLKELERİNDE TURİZM, EKONOMİK ÖZGÜRLÜKLER VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİNİN ANALİZİ

Dr. Öğr. Ü. Dilek ŞAHİN

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
dilek58sahin@hotmail.com

Öğr. Gör. Gülnihal TORAMANLI

İstanbul Medipol Üniversitesi
gtoramanli@medipol.edu.tr.

ÖZET

Bu çalışmanın esas amacı, 11 MENA ülkesinde (Mısır, Ürdün, Fas, Cezayir, Tunus, Umman, Bahreyn, İsrail, Lübnan, İran, Yemen) 1996-2014 dönemleri arasında turizm, ekonomik büyüme ve ekonomik özgürlükler arasındaki ilişkiyi analiz etmektir. Analizde yatay kesit bağımlılığını göz önünde bulunduran yeni nesil panel veri yöntemleri kullanılmıştır. Analiz kapsamında, paneli oluşturan değişkenler arasında ve modelde yatay kesit bağımlılığının olduğu görülmüştür. Panel eşbütünleşme testi sonucunda, MENA ülkelerinde turizm, ekonomik büyüme ve ekonomik özgürlükler arasında uzun dönemli ilişki olduğu görülmüştür. Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) nedensellik testinde, MENA ülkelerinde turizmden ekonomik büyümeye doğru nedensellik ilişkisi Tunus ve İsrail'de görülmüştür. Ekonomik büyümeden turizme doğru nedensellik ilişkisinin Fas, Tunus, İsrail, Lübnan ve İran'da olduğu görülmüştür. Ekonomik özgürlüklerden turizme doğru nedensellik ilişkisinin Cezayir, İsrail ve Yemen'de olduğu görülmüştür. Turizmden ekonomik özgürlüklere doğru nedensellik ilişkisi ise Yemen'de mevcuttur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Ekonomik Özgürlükler, MENA Ülkeleri, Panel Veri Analizi.

ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM, ECONOMIC FREEDOM AND ECONOMIC GROWTH IN THE MENA COUNTRIES

ABSTRACT

The main objective of this study is to analyze the relationship between tourism, economic growth and economic freedoms in the MENA countries (Egypt, Jordan, Morocco, Algeria, Tunisia, Oman, Bahrain, Israel, Lebanon, Iran, Yemen) between 1996 and 2014. New generation panel data methods are used considering horizontal section dependency in the analysis. Within the scope of the analysis, it is seen that there is a horizontal section dependency between the variables forming the panel and the model. As a result of the panel cointegration test, it has been found that there is a long-lasting relationship between tourism, economic growth and economic freedoms in MENA countries. In Emirmahmutoğlu and Köse (2011) causality test, the causality relation between tourism and economic growth in MENA countries was seen in Tunisia and Israel. It has been seen that the causality relation between economic growth and tourism is in Morocco, Tunisia, Israel, Lebanon and Iran. It has been seen that the causality

relation between tourism and economic freedom is in Algeria, Israel and Yemen. It has been seen that the causality relation between tourism and economic freedom is in Algeria, Israel and Yemen. The causality relationship between tourism and economic freedoms is available in Yemen.

Keywords: Tourism, Economic Freedoms, MENA Countries, Panel Data Analysis.

TURİZMDE DERİN ÖĞRENME

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Van yüzüncü Yıl Üniversitesi

alaeddinoglu@yyu.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. M. Fatih ALAEDDİNOĞLU

Atatürk Üniversitesi

f.alaeddinoglu@atauni.edu.tr

ÖZET

Dünyanın farklı bölgelerini veya ülkelerini ziyaret eden turistler, o bölgenin veya ülkenin doğal ve beşeri güzelliklerini görmek, bilgi sahibi olmak ve sunmuş olduğu fırsatlardan yararlanmak ister ve bu anlamda da o alanı tercih ederler. Ancak turizm niteliği taşıyan birçok nesne veya alan hakkında oldukça fazla veri olmasına karşın bu veriler bir arada düşünülmeyeceği ve ilişkileri ortaya konmadığı için turistler bu bilgilerden yeterince faydalanamaz ve turizme konu olan o bölgeyi deneyimleyemezler.

Google gibi derin öğrenmeyi merkezine alan şirketler ve günümüz teknolojileri verileri işleyerek alan ve nesnelere ilişkin mükemmel sonuçlara ulaşmaktadırlar. Şüphesiz bu verilerin aşırı derecede artması, ulaşım sistemlerinin iyileşmesi, teknolojik cihazların çok hızlı bir şekilde gelişmesi ve hayatımıza girmesi, insanoğlunun hakkı olan doğru ve faydalı sonuçlara ulaşmasının önünü açmaktadır. Bu anlamda yüz milyonları ilgilendiren sektörlerden biri olan turizmin de bu teknolojileri kullanması bir gerekliliktir. Zira, turizm bölgelerine bakıldığında devasa veri yığınlarının ortaya çıktığı anlaşılabilmektedir. Dolayısıyla, turistler için turizm değeri olan nesnelerin (özellikle tarihi eserler) korunması ve anlaşılmasının bir zorunluluk haline geldiği günümüzde gizli kalmış, ilginç ve gerçekten çok önemli bilgilerin ortaya çıkarılması ve derin öğrenme yöntemiyle hem turistlerin deneyim yaşama süreçlerinde memnuniyetlerini artırma hem de turizm bölgesinin sürdürülebilirliği adına bu yaklaşımlar hayati önem taşımaktadır. Esas olarak derin öğrenme, turizme konu olan bölge adına önemli bir kazanç olmanın yanında, turizme konu olan nesne ve mekanların korunması konusunda da insanlığa önemli katkılarda bulunduğu söylenebilir. Bu kapsamda farklı turizm bölgelerinden elde edilen veriler derin öğrenme sürecine tabi tutulacak ve verilerin derinlemesine işlenmesi sağlanacaktır. Günümüzde oldukça popüler kabul edilen derin öğrenme yönteminin turizmde ne ölçüde etkili olabileceği örneklerle açıklanmaya çalışılacaktır. Ayrıca, süreç sonucunda başta turistler olmak üzere, turistik ürünlere, turizm bölgesine ve ülkeye nasıl katkılar sunduğu uygulamalarla anlatılmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Derin Öğrenme, Turizm, Veri İşleme.

DEEP LEARNING IN TOURISM

ABSTRACT

Tourists who visit different regions or countries of the world want to see the natural and different human made beauties of that region or country, to be informed and to experience the opportunities they offer and as a result they like this area. However, despite the fact that there are a lot of data about many natural tourism objects or areas and since these data are not

considered together and their relationships are not revealed, tourists cannot benefit from this information and cannot experience that region which is the subject of tourism.

Companies such as Google that uses deep learning taking advantage of today's technologies are able to process data and achieve excellent results for spaces and tourism objects. Undoubtedly, the increase of these data, the improvement of transportation systems, the rapid development of technological devices which is part of our lives, paved the way for humans to reach their rights and achieve beneficial results. In this sense, it is a necessity to use these technologies in tourism as tourism is seen one of the environmental threats. In fact, when we look at the tourism regions, this issue will be understood as huge data will emerge. Therefore, the preservation and understanding of the valuable tourism objects, especially historical artifacts, for tourists is a necessity; these approaches are of vital importance in terms of revealing the interesting and important information to increase the satisfaction of the tourists experience and to increase the sustainability of the tourism region. Deep learning, in fact, is an important gain for the region which is an important issue for tourism and it can be said that it contributes significantly to the protection of the tourism objects and places. In this context, data obtained from different tourism regions will be subjected to deep learning processing and the data will be processed in depth.

The paper will try to explain how deep learning method, which is accepted as popular method today, can be effective in tourism. In addition, the paper will try to explain how it contributes to tourism products, tourism region and country.

Keywords: Deep Learning, Tourism, Data Processing.

ENDÜSTRİ 4.0 TURİZM ENDÜSTRİSİ İÇİN SONUN BAŞLANGICI MI YOKSA YENİ BAŞLANGIÇLAR MI GETİRİYOR?

Doç. Dr. Öznur BOZKURT

Düzce Üniversitesi
oznurbozkurt@duzce.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Sağbetullah MERİÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
smeric@yyu.edu.tr

ÖZET

Ekonomik sistem içinde bulunan tüm üretim modellerinin geldiği son nokta olarak isimlendirilen ve son sanayi devrimi olarak nitelendirilen kavramdır Endüstri 4.0. Geleceğin akıllı üretim teknolojileri, dijitalleşme, nesnelerin interneti, robot teknolojisi, makinaların etkileşimi ve yapay zeka gibi kavramların sıkça duyulmasına neden olan endüstri 4.0 sayesinde müşteri tercihlerine ve ihtiyaçlarına daha hızlı cevap veren özelleşmiş akıllı üretim yapmak mümkün olmaktadır. Üretim kalitesinin iyileştirilmesi üretimden kaynaklı hataların en az indirilmesi, israfın önlenmesi, daha az kaynak kullanılması bu dönüşümle birlikte hedeflenmektedir. Tüm bu olumlu yanlarının yanı sıra mevcut çalışan yeteneklerinin ve müşteri alışkanlıklarının değişimini gerektirmesinden dolayı zorlayıcı ve olumsuz sonuçlarından da bahsedilmektedir. Kitleler halinde işsizliğe neden olması, insan emeğinin ve duygusunun gerekli olduğu iş kollarında dijitalleşme ve robot teknolojisinin kullanımının müşteri tatminsizliğine yol açabileceği hali hazırda tartışılan konular arasındadır. Emek yoğun olan ve insanlar arası etkileşimin yüksek olduğu bir endüstri olan turizmde endüstri 4.0 in kullanımı ile birlikte hız, kalite, yenilik ve maliyet anlamında birçok olumlu etki gözlenebilecektir. Müşterilerin önceden alacağı hizmet ile ilgili bilgilendirilmeleri, tercihleri doğrultusunda değişikliğe gidilmesi ve yere ve zaman bağlı kalmadan etkileşimi sağlaması anlamında önemli katkılar sunmaktadır. Yemek siparişini alan v servisi yapan robotlar, otele giriş ve odaya eşya taşınmasından sorumlu robotlar. Rehberlik hizmeti veren akıllı teknolojiler ve robotlar birçok meslek için sonun başlangıcı olmaktadır. Yeni gelişen sistem eski bilgi ve becerileri yeniden gözden geçirmeyi gerekli kılmaktadır. Değişime ayak uydurduğunuz sürece endüstri 4.0 in avantajlarından yararlanmak mümkün olacaktır. Ortadan kalan meslek olacağı gibi yeni oluşan mesleklerde olacaktır. Japonya’ da sadece robotların çalıştığı ve ucuz olan bir otel hizmete girdi. Nagasaki Sasebo'daki otelde robot resepsiyon memurları ve müşterilerin bavullarını odalarına taşıyan robotlar var. Bu gibi birçok örnek vermek mümkün.Bu çalışmada Endüstri 4.0 ile birlikte turizm alanında faaliyet gösteren işletmelerin dönüşümünü gerekli kılacak faktörler ve bu dönüşümün nasıl olması gerektiği, endüstri 4.0 in olumlu ve olumsuz yansımaları tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Endüstri 4.0, Dijitalleşme, Yapay zeka, Turizm.

INDUSTRY 4.0 INITIATOR OF THE END TO TOURISM INDUSTRY IF IT GET NEW STARTED?

ABSTRACT

Industry 4.0 is the last industrial revolution that is called the last point of all production models in the economic system. It is possible to make customized intelligent production that responds

more quickly to customer preferences and needs, thanks to industry 4.0, which means that future-oriented production technologies, digitalization, internet of objects, robot technology, machine interaction and artificial intelligence are frequently heard. Improving the quality of production is aimed at minimizing the mistakes caused by production, preventing wastage and using less resources. In addition to all these positive aspects, it also mentions the compelling and unfavorable outcomes of current employee talent and the need to change customer habits. The fact that it leads to unemployment is one of the topics discussed in the way that digitalization in the business lines where human effort and emotion are necessary and the use of robot technology may lead to customer dissatisfaction. Many positive effects in terms of speed, quality, innovation and cost can be observed with the use of the industry 4.0 in the tourism industry, which is labor-intensive and the interaction between people is high. Informing customers about the service they will receive before buy offers significant contributions in the sense that they will be changed in preference and interacting without adhering to time and time. Robots that take food orders and serve, robots that are responsible for entering the hotel and transporting things to the room. Intelligent technologies and robots guidance that provide the end is the beginning for many professions. The emerging system requires that old knowledge and skills be re-examined. As long as you keep pace with change, you will be able to take advantage of the industry 4.0. It will be in the newly formed profession as it will be the disappearance profession. In Japan, a hotel that only robots work and is cheap comes into service. Hotel in Nagasaki there are robot receptionists and robots carrying customers' suitcases to the rooms. It is possible to give many examples like this. This study will examine the factors that will drive the transformation of businesses operating in the field of tourism with Industry 4.0. and how this transformation should be, the positive and negative reflections of industry 4.0 will be discussed.

Keywords: Industry 4.0, Digitalization, Artificial Intelligence, Tourism.

KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN ENGELLİ BİREYLER İÇİN UYGUNLUĞUNU BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: VAN ÖRNEĞİ

Hamit İŞİK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
hamitiisik@gmail.com

Dr. Öğr. Ü. Sağbetullah MERİÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
smeric@yyu.edu.tr

ÖZET

Engelli bireylerin hayatın her alanında etkili bir şekilde yer almaları için birçok faaliyet yapılmaktadır. Bu bağlamda sosyalleşmenin en etkili olduğu turizm hareketliliğine engelli bireylerin de sorunsuz bir şekilde katılabilmeleri için konaklama işletmelerinde de birçok çalışma yapılmalıdır.

Konaklama işletmeleri, herhangi bir engeli olmayan kişilerin kullandığı mekanlar olmakla beraber, sosyal çevrede aslında hiç de küçümsenmeyecek kadar yaşamda yer alan engelli bireylerin iş ve tatil seyahatleri için kullandıkları mekanlardır. Ancak çoğu konaklama işletmelerinde kullanılan bu mekanlar engelli ve davranış kısıtlılığı yaşayan bireyler için yapısal olarak uygun özelliklere sahip değildir. Bu sebepten dolayı engelli bireyler bu mekanlarda birçok zorlukla karşılaşmaktadırlar.

Engelli bireylerin karşılaştıkları zorlukların çözümlenebilmesi için mekanların engelli bireylerin kullanımına elverişli olarak tasarlanması ve özelliklerin devamlı geliştirilmesi gerekmektedir.

Araştırmanın amacı, Van ilinde yer alan 3 yıldızlı, 4 yıldızlı, 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde engellilerin kullandıkları alanların uygunluğu ve eksiklerin belirlenmesi ve engelli bireylerin karşılaşılabileceği sorunlara çözüm önerileri geliştirmektir.

Anahtar Kelimeler: Engelli Turist, Konaklama İşletmeleri, Van, Uygunluk.

A STUDY TO DETERMINE THE SUITABILITY OF ACCOMMODATION BUSINESSES FOR DISABLED TOURIST VISITATION: THE CASE OF VAN

ABSTRACT

Many activities are being carried out in order to enable disabled people to participate effectively in all aspects of their lives. In this context, many studies should be carried out in hospitality enterprises so that disabled people can participate in tourism movement which socialization is most effective.

Accommodation businesses are spaces used by non-disabled people as well as spaces used by disabled people for living on the job and during holidays, which are in fact not at all underestimated in the social environment. However, these spaces, which are used in most accommodation businesses, do not have structurally appropriate features for disabled and behaviorally restricted individuals. Because of this reason, disabled people face many difficulties in these places.

In order to solve the difficulties encountered by disabled people, it is necessary to design spaces appropriately for the use of disabled individuals and to constantly improve their characteristics.

The purpose of the research is to determine the appropriateness and lack of the areas used by the disabled in 3 star, 4 star and 5 star accommodation enterprises in Van province and to develop a solution proposal for the problems that disabled people can encounter.

Keywords: Disabled Tourists, Accommodation Businesses, Van, Suitability.

DUYGUSAL ZEKANIN İŞ STRESİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: VAN OTEL ÇALIŞANLARI ÜZERİNDE BİR UYGULAMA

Dr. Öğr. Ü. Burcu Turan TORUN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
burcuturan@yyu.edu.tr

Ömer Efe GÜNSAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
omergunsan@hotmail.com

ÖZET

Duygusal zeka ile ilgili yapılan çalışmalarda bireylerin davranışlarının açıklanması amacıyla kapsamlı çalışmalar yapılmıştır. Duygusal Zekâ (DZ) (Emotional Intelligence – EI veya Emotional Quotient - EQ) kavramı, zeka ve duygu konusundaki araştırmaları gündeme getirmiştir. Duygusal zeka, insan ilişkilerinde empati kurabilme, kendini anlayabilme, karşıdaki kişiyi anlayıp ona göre kişinin kendi hareketlerine yön verebilmesidir. Duygusal zeka; duyguları tanıma, duyguları anlama, duyguları ifade edip ve duyguları analiz etme; duyguları düşünce ile özdeşleştirip; duygusal bilgiyi kullanıp, entelektüel ve duygusal gelişimi destekleyerek, duyguları düzenleme becerisi olarak tanımlanmıştır. İş stresi ise iş görenin iş yerinde fiziksel ve zihinsel gücünü aşan işlerle mücadele etmek zorunda kaldığında, ortaya çıkan tehdit edici ve zararlı duygusal cevaplar olarak tanımlanabilir. Duygusal zeka, zeka kavramının başka bir türü olmaktadır. Duygularının farkında olan kişi, kendiyi duygularını tanıyıp ve onları sağlıklı sonuçlar alabilmek için kullanmaktadır. Çalışanların duygusal zekalarını kullanarak duygularını kontrol altına almaları beklenir. Bu davranışı etkileyen bir çok faktör olabilir. Bu faktörlerden bir tanesi de iş stresidir. Bu çalışmanın amacı çalışanların duygusal zekalarının iş stresiyle ne kadar ilişkili olduğunu ortaya koymaktır. Otel işletmeleri hizmet sektörü olduğundan ve işgücü yoğunluğu, müşteri ve çalışanın otelin ortak alanlarını kullanması, iş performansının yoğun ve hızlı olması gerektiği gibi konulardan dolayı müşteri ve otel personelleri direkt etkileşim kurmaktadır. Bu durum da iş stresi ve duygusal zekanın kullanılması durumlarını beraberinde getirmektedir. Özellikle otellerde çalışan personelin duygularını kontrol altına alarak duygusal zekalarını ön plana çıkarmaları iş stresinin hangi yönde ve boyutta olduğunu ortaya koymak için Van ilinde faaliyette bulunan Otel çalışanları ile anket çalışması yapılmıştır. Çalışmada anket çalışması kullanılarak veriler Spss programında analiz edilerek sonuçlar ortaya konulmaya çalışılmıştır

Anahtar Kelimeler: Duygu, Duygusal Zeka, İş Stresi.

EFFECT ON EMOTIONAL STRENGTH OF WORK STRESS: AN APPLICATION ON VAN HOTEL EMPLOYEES

ABSTRACT

In studies on emotional intelligence, comprehensive studies have been conducted in order to explain the behaviors of individuals. The concept of Emotional Intelligence (EI) or Emotional

Intelligence (EQ) has brought about research on intelligence and emotion. Emotional intelligence is the ability to empathize in human relationships, to understand one self, to understand the opposite person and to guide one's own actions according to him. Emotional intelligence; recognizing emotions, understanding emotions, expressing emotions and analyzing emotions; identify emotions with thought; use emotional information by promoting intellectual and emotional development, emotions are defined as editing skills. Work stress can be defined as the threatening and harmful emotional responses that arise when a worker is forced to struggle with work that exceeds his or her physical and mental power at work. Emotional intelligence is another type of intelligence concept. The person who is aware of their emotions uses them to recognize their own feelings and to get healthy results. Employees are expected to use their emotional intelligence to control their emotions. There can be many factors that affect this behavior. One of these factors is work stress. The aim of this study is to show how the emotional intelligence of employees is related to work stress. Hotel operators are directly interacting with customers and hotel staff as they are the service sector and because of the labor intensity, the customer and employee use common areas of the hotel, and business performance should be intense and fast. This situation is accompanied by the use of work stress and emotional intelligence. In particular, a survey was conducted with the employees of the hotel in Van to reveal the emotional intelligence of the employees working in the hotel, their emotional intelligence, and in which direction and size the work stress was. In the study, the questionnaire was used to analyze the data given in the Spss program and the results were tried to be presented.

KeyWords: Emotion, Emotional Intelligence, WorkStress.

OTELLERE YÖNELİK MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİ ÜZERİNE BİR İÇERİK ANALİZİ : ŞİKAYETVAR.COM SİTESİ ÖRNEĞİ

Seda İDİKUT ŞAHİN

Necmettin Erbakan Üniversitesi
sedaidikut@hotmail.com

Dr. Öğr. Ü. Sedat ŞAHİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
sedatsahin@yyu.edu.tr

Ahmet EDİS

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
a.edis65@gmail.com

ÖZET

İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte işletmelerin müşteriye daha kolay ve daha hızlı ulaşabildikleri belirtilebilir. Böylelikle işletmeler müşterilerin talep ve beklentilerine ulaşmakta yaşadıkları sorunları azaltabilirler. Müşteri odaklı bir yönetim benimsemek elbette ki müşteri memnuniyetini ve sadakatini sağlamaktan geçer. Teknolojik araçların müşterilerin şikayetlerini kolay bir şekilde işletmeye iletmelerinde ne kadar önemli olduğu düşünüldüğünde işletmelerin en dikkat etmesi gereken noktalardan biri de müşteri şikayetlerini dikkatli bir şekilde toplayıp, müşterilerin problemlerine kalıcı ve tatmin edici çözümler getirmektir. Bu çalışmada otellere yönelik müşteri şikayetlerinin neler olduğu saptanmaya çalışılmıştır. Araştırma kapsamında şikayetvar.com sitesindeki 472 otel hakkında açılmış 946 şikayet konu başlığı içinde, benzer çalışmaların ve şikayet içeriklerinin katkıları ile geliştirilen ve 10 ana başlık ile 34 alt başlıktan oluşan ölçek ve içerik analizi tekniği kullanılarak 2673 adet şikayet bulunduğu tespit edilmiştir. Yapılan incelemeler sonucu şikayetlerin en çok “yiyecek-içecek yetersizliği ve çeşitsizliği şikayetleri”, “ilgisiz personel ve yönetici şikayetleri”, “kalitesiz yiyecek-içecek şikayetleri” gibi konulardan kaynaklandığı görülmüştür. Bunun yanında en az şikayetlerin “Kabloların düzensiz döşenme şikayetleri”, “Kazalarla ilgili şikayetler”, “Fiyatlardaki tutarsızlık şikayetleri” gibi konulardan meydana geldiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Müşteri Şikayetleri, Şikayetvar.com, Müşteri Memnuniyeti.

A CONTENT ANALYSIS ON CUSTOMER COMPLAINT IN HOTELS: ŞİKAYETVAR.COM WEBSITE EXAMPLE

ABSTRACT

With the development of communication technologies, it can be stated that businesses can reach customers more easily and faster. Thus, businesses can reduce the problems that customers face in reaching their demands and expectations. Adhering a customer-oriented management is depend on ensuring customer satisfaction and loyalty. Considering how technological tools are important for customers to easily communicate their complaints, one of the most important points that businesses should pay attention to is collecting customer complaints carefully and to provide permanent and satisfactory solutions to the problems of

customers. In this study, it is tried to determine what the customer complaints about the hotels were. Within scope of this research, 2673 complaints were found in 946 complaints topic which opened towards 472 hotels in sikayetvar.com, with using the content analysis technique and a scale including 10 main titles and 34 sub-titles that developed with the contribution of complaints content and the similar studies. As a result of the investigations, complaints were mostly caused by food and beverage insufficiency and lack of complaints, irrelevant personnel and manager complaints, and poor quality food and beverage complaints. In addition, the least complaints was determined to be composed of issues such as irregular cable laying complaints, complaints about accidents and inconsistency in the price.

Keywords: Customer Complaints, Sikayetvar.com, Customer Satisfaction.

KÜLTÜREL MİRAS VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Arş. Gör. Duygu METİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
duygumetin@yyu.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Hacer ARSLAN KALAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
hacerkalay@yyu.edu.tr

ÖZET

Kültürel miras varlıkları uzun zamandır turizme konu olmaya devam etmektedir. Kitle turizmine karşı alternatif turizmin ön plana çıkması ilk olarak kültür ve kültürel miras varlıklarını hedef almış ve bu doğrultuda tüm dünya turizmi içinde kültür turizmi büyük bir paya sahip olmuştur. Kültürel miras varlıklarının turizmde kullanılmasının söz konusu varlıklara zarar vereceği düşüncesi yaygın olarak düşünülen ve kaygı duyulan bir konudur. Bu bağlamda hem kültürel hem de doğal mirasın korunmasının gerekli görülmesi sonucu sürdürülebilir turizm çalışmaları başlamıştır. Bu çalışmada, sürdürülebilir turizm ile kültürel miras arasındaki ilişki incelenerek bir değerlendirme yapılmıştır. Söz konusu ilişki, kültürel miras varlıklarının sürdürülebilir turizm kapsamında korunarak kullanılan bir ürün olması gerekliliğini kapsamaktadır. Daha önce yapılmış çalışmalardan derlenerek yapılan bu çalışmada, kültürel miras turizmi ve sürdürülebilir turizm kavramları açıklanarak iki kavram arasındaki muhtemel ilişkiden bahsedilmiştir. Değerlendirme sonucunda sürdürülebilir turizm ile kültürel miras arasında karşılıklı fayda yaratma yönlü bir ilişkiden bahsetmek mümkündür. Dikkatli uygulanan sürdürülebilir turizm çalışmalarının kültürel miras varlıklarının korunmasına katkı sağladığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Miras, Sürdürülebilir Turizm, Kültürel Miras Turizmi.

AN EVALUATION ON THE RELATIONSHIP BETWEEN CULTURAL HERITAGE AND SUSTAINABLE TOURISM

ABSTRACT

Cultural heritage assets have long been discussed in tourism-related issues. With the emphasis given on alternative tourism over mass tourism, culture and cultural heritage assets have become a target of attention and cultural tourism has gained a major share in world tourism. Utilization of cultural heritage assets in tourism is a common concern arising from the fear that such assets would get damaged. In this context, sustainable tourism efforts have started with the emergence of the necessity to protect both the cultural and natural heritage. In this study, the relationship between sustainable tourism and cultural heritage was examined to reach an evaluation. The said relationship involves the necessity of cultural heritage assets to be used in tourism by being protected within the scope of sustainable tourism. The study includes information compiled from previous studies. It intends to explain the concepts of cultural heritage tourism and sustainable tourism and to discuss the potential relationship between the two. At the end of the evaluation, it is possible to talk about a mutual benefit generating relationship between sustainable tourism and cultural heritage. Carefully applied sustainable tourism efforts are observed to contribute to the protection of cultural heritage assets.

Keywords: Cultural Heritage, Sustainable Tourism, Cultural Heritage Tourism.

AHLAT BASTONU USTACILIĞININ KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Öğr. Ü. Hacer ARSLAN KALAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
hacerkalay@yyu.edu.tr

Deniz BİLDİRİCİ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

ÖZET

Anadolu'nun kültür tarihinin anlaşılmasında önemli yer olan Ahlat, el sanatları açısından oldukça zengin bir bölgedir. Bölgede baston ustacılığı, geleneksel üretim yöntemleri ile varlığını sürdüren somut olmayan kültürel miras öğelerimiz arasındadır. Teknolojinin gelişimi sonucu fabrikasyon ürünlerin daha hızlı ve daha ekonomik olarak pazara sunulması el sanatı ürünlerine olan ilgiyi azaltmaktadır. Bu bağlamda el sanatı ustaları yeterli ekonomik ve sosyal doyuma ulaşamadıkları için bu tarz işler ve meslekler gitgide kaybolmaktadır. Baston ustacılığı günümüzde varlığını sürdürmekte ancak birçok üretim ve pazarlama sorunu yaşamaktadır. Bu çalışma, Ahlat yöresine özgü önemli bir kültürel miras varlığı olan Ahlat bastonunun üretim biçimi, kullanılan malzemeler, üretim süreçleri, unutulup unutulmadığı ve turizmin somut olmayan kültürel miras varlıklarının korunmasındaki rolünün ne olduğu konularını kapsamaktadır. Bu bağlamda baston ustalarının mesleğin genel durumu ve ürünlerini turizm aracılığıyla değerlendirmeleri için ne yapmaları gerektiği çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi izlenerek mülakat tekniği ile toplanan birincil veriler analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Araştırma sonucunda baston ustacılığının unutulmaya yüz tuttuğu, bir takım pazarlama sorunları yaşadığı ve ekonomik değerini günden güne yitirdiği belirlenmiştir. Turizmin el sanatının korunmasındaki rolü ile ilgili el sanatı ustalarının farkındalıklarının düşük olması araştırmanın bir diğer sonucudur.

Anahtar Kelimeler: Ahlat, Baston Ustacılığı, Kültürel Miras Turizmi.

AN ASSESSMENT ON THE AHLAT BATON CRAFTSMANSHIP FOR CULTURAL HERITAGE TOURISM PURPOSES

ABSTRACT

Ahlat, which holds a significant place for comprehension of the cultural history of Anatolia, is a relatively rich region in terms of handicrafts. The baton craftsmanship is among the abstract cultural heritages that continue to exist with traditional production methods. As the technology develops, the interest towards the handicrafts decreases thanks to the faster and more economic factory-made products in the market. Therefore, such professions and craftsmanships are disappearing for handicrafts craftsmen are not able to get sufficient economic and social content. Baton craftsmanship continues to exist today, yet it has several production and marketing problems. This paper involves the production methods of Ahlat baton, which is an original and important cultural heritage in the district of Ahlat and its materials, production processes, whether it is forgotten or not, and the role of tourism for protection of the abstract cultural heritages. In this context, the objective of this paper is to present the overall condition of the baton craftsmanship and suggests methods for the

craftsmen to make use of their products through tourism. The paper utilizes a qualitative research method and analyses and interprets the primary data collected through interviews. As a result of research, it has been observed that baton craftsmanship is about to be forgotten and is experiencing some marketing problems and is losing its economic value day by day. Research also presents that the awareness of the craftsmen about the role of tourism in protecting the handicrafts is low.

Keywords: Ahlat, Baton Craftsmanship, Cultural Heritage Tourism.

MOTİVASYON TEORİLERİNİN TURİZM İŞLETMELERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Faruk KALAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
kalayfaruk@hotmail.com

Dr. Öğr. Ü. Hacer ARSLAN KALAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
hacerkalay@yyu.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Abdullah OĞRAK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
aograk47@gmail.com

ÖZET

İşletmeler, belirli bir amacı gerçekleştirmek için birden fazla kişinin çalıştığı ekonomik, teknik, sosyal ve yasal birimlerdir. İşletmeler ancak ve ancak çalışanlarıyla birlikte amaç birliği sağladıklarından hedefledikleri sonuçlara ulaşabilirler. Bu bağlamda, bir işletmedeki bireylerin örgütsel amaçlar doğrultusunda isteyerek çalışmalarını, sahip oldukları bilgi, yetenek ve becerilerini işletme amaçları doğrultusunda harcamalarını sağlamak için çalışanların uygun yöntemlerle motive edilmeleri gerekmektedir. Başka bir ifadeyle bir işletmenin başarılı olması ancak ve ancak çalışanlarının isteyerek yüksek performans göstermelerine bağlıdır. İşletmelerin iş yapma aracı psiko-sosyal bir varlık olan insan unsurudur. Motivasyon kavramı Koçel (2015) tarafından yazılan İşletme Yöneticiliği isimli kitapta; "kişilerin belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere kendi arzu ve istekleri ile davranmaları ve çaba göstermeleri" şeklinde tanımlanmaktadır. Literatürde motivasyon teorileri genel olarak kapsam teorileri ve süreç teorileri olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Kapsam teorileri kapsamında; ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisi, çift-faktör teorisi, başarıma ihtiyacı teorisi ve ERG teorisi yer almaktadır. Süreç teorileri kapsamında ise; davranış şartlandırması teorisi, bekleyiş teorisi, Lawler-Porter modeli, eşitlik teorisi ve amaç teorisi yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Motivasyon Teorileri, Turizm İşletmeleri.

EVALUATION OF MOTIVATION THEORIES IN TERMS OF TOURISM BUSINESSES

ABSTRACT

Businesses are economic, technical, social and legal units that more than one person works to achieve a specific purpose. Businesses can only reach the results they intended because they provide the purpose unity together with their employees. In this context, employees need to be motivated by appropriate methods to ensure that individuals in an enterprise work willingly in the direction of organizational goals, and that they spend their knowledge, talent and skills in the direction of their business objectives. In other words, an enterprise is successful only if its employees are willingly performing high. The business tool of doing business is the human element which is a psycho-social entity. Motivation concept is defined in the Koçel's (2015) book entitled Business Management as "people must behave and strive with their own desires and desires to achieve a specific purpose". In the literature, motivation theories are generally

divided into two groups as content theories and process theories. Content theories include theory of needs hierarchy., dual factor theory, achievement need theory and ERG theory. Within the scope of process theories there are behavioral conditioning theory, expectation theory, Lawler-Porter model, equity theory and goal setting theory.

Keywords: Motivation Theories, Tourism Companies.

KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE ÖRGÜTSEL SINIZM İLİŞKİSİ: TRB1 BÖLGESİ OTEL İŞGÖRENLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Ü. Ali Çağlar GÜLLÜCE

Atatürk Üniversitesi

Dr. Öğr. Ü. Songül ÖZER

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

songulduz@yyu.edu.tr

ÖZET

Çalışmanın amacı, TRB1 (Malatya, Elazığ, Tunceli, Bingöl) bölgesinde faaliyet göstermekte olan dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri işgörenlerinin kişilik özellikleri ile örgütsel sinizm algıları arasındaki ilişki ve etki düzeyini tespit etmektir. Çalışmada kişilik özellikleri ve örgütsel sinizm ile ilgili alanyazın taraması yapılmış olup; otel işletmeleri işgörenlerinin kişilik özellikleri ile örgütsel sinizm algıları arasındaki ilişkinin ve etkisinin ölçülmesi amacıyla söz konusu otel işletmeleri işgörenlerine anket uygulanmıştır. Bu çalışmada veri toplama aracı olarak kullanılan anket formu, geçerliliği ve güvenilirliği araştırmacı tarafından test edilmiş ölçeklerden elde edilmiş ve üç bölümden oluşmaktadır. Söz konusu anket, 393 işgörene uygulanmıştır. Araştırma sonucunda kişilik özellikleri ile örgütsel sinizm arasında pozitif yönlü ilişki ve etki tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Otel İşletmeleri, Kişilik Özellikleri, Örgütsel Sinizm.

^aBu çalışma, 10183432 nolu, Örgütsel sinizm, İşe Yabancılaşma ve Kişilik İlişkisi: TRB1 Bölgesi Otel İşgörenleri Üzerinde Bir Araştırma adlı doktora tezinden üretilmiştir.

RELATIONSHIP BETWEEN PERSONALITY AND ORGANIZATIONAL CYNICISM: A RESEARCH IN HOTEL EMPLOYEES OF TRB1 REGION

ABSTRACT

The aim of the thesis is pointing out the organisational cynicism perception and to define the level and relations between personality and organisational cynicism of four and five star business hotel in the region of TRB1 (Malatya, Elazığ, Tunceli and Bingöl). In the research, after a detailed literature review, an applied methodology was used to measure the effects of all variables by using survey forms; and validity and reliability of it has been provided by scales tested by the researcher, including three parts that have been given to 393 staffs of the hotels of the region TRB1. As a result of the research, a positive relationship between personality and organisational cynicism was clearly defined out.

Keywords: Hotel Management, Personality, Organisational Cynicism.

ENTELEKTÜEL SERMAYE VE TURİZM İŞLETMELERİ AÇISINDAN ÖNEMİ

Doç. Dr. Faruk KALAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
kalayfaruk@hotmail.com

Dr. Öğr. Ü. Hacer ARSLAN KALAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
hacerkalay@yyu.edu.tr

Dr. Öğr. Ü. Abdullah OĞRAK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
aograk47@gmail.com

ÖZET

Piyasaların belirsizleştiği ve ürünlerin her geçen gün birbirine daha çok benzemeye başladığı yoğun küresel rekabet ortamında, sürdürülebilir rekabet avantajı kazandıracak en önemli unsurlardan biri, işletmelerin sahip olduğu entelektüel varlıklardır. En genel şekliyle entelektüel sermaye; işletme açısından değer yaratma özelliğine sahip maddi olmayan varlıkların tümü şeklinde tanımlanmaktadır. İlk olarak Kenneth Galbraith tarafından 1969 yılında ortaya atılan entelektüel sermaye kavramı; bir işletmenin piyasa değeri defter değeri arasındaki farkı işaret etmektedir. Bununla birlikte dinamik yapısı ve ölçülmesi zor olan soyut unsurlar içermesinden dolayı entelektüel sermayenin tanımında herhangi bir uzlaşmaya varılmamıştır. Kimi araştırmacılar entelektüel sermayenin; pazar nitelikleri, entelektüel nitelikler, insani nitelikler ve alt yapı nitelikleri olmak üzere dört niteliğe sahip olduğunu ifade etmektedirler. Bazı teorisyenler entelektüel sermayeyi yenilik sermayesi, süreç sermayesi, insan sermayesi ve müşteri sermayesi olmak üzere dörtlü bir sınıflandırmaya tabii tutarlarken, kimi teorisyenler ise insani sermaye, yapısal sermaye ve ilişkisel sermaye olmak üzere üç unsura ayırmaktadır. Keskin, Akgün ve Koçoğlu'nun 2016 yılında kaleme aldıkları "Örgüt Teorisi" isimli kitapta ifade ettiklerine göre, bilgi yönetimi literatüründe hakim olan sınıflandırma biçimi entelektüel sermayeyi; insan sermayesi, örgütsel sermaye ve sosyal sermaye olmak üzere üçe ayrılmaktadır

Anahtar Kelimeler: Entelektüel Sermaye, Turizm İşletmeleri.

INTELLECTUAL CAPITAL AND ITS IMPORTANCE FOR TOURISM BUSINESSES

ABSTRACT

One of the most important factors that will gain sustainable competitive advantage in the intense global competitive environment where the markets are becoming obscured and products are starting to resemble each other more and more are the intellectual assets that the enterprises have. In the most general form, intellectual capital; are defined as all of the intangible assets that have value creation capability in terms of business. The concept of intellectual capital first introduced by Kenneth Galbraith in 1969; pointing to the difference between an enterprise's market value and book value. Nevertheless, no compromise has been reached in the definition of intellectual capital since it contains dynamic elements and abstract elements that are difficult to measure. Some researchers say that intellectual capital has four components: market qualities, intellectual qualities, human qualities and infrastructure qualifications. While some theoreticians tend to classify intellectual capital into a quadruple

classification of innovation capital, process capital, human capital and customer capital, some theoreticians divide into three components: human capital, structural capital and relational capital. As Keskin, Akgün and Koçoğlu stated in the their book titled "Örgüt Teorisi" written in 2016, according to the classification style prevailing in the knowledge management literature intellectual capital is divided into human capital, organizational capital and social capital.

Keywords: Intellectual Capital, Tourism Companies.

AKILLI VE DOĞAL TURİZM

Dr. Öğr. Ü. M. Fatih ALAEDDİNOĞLU

Atatürk Üniversitesi
f.alaeddinoglu@atauni.edu.tr

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
alaeddinoglu@yyu.edu.tr

ÖZET

Günümüzde adını sıkça duymaya başladığımız akıllı şehir, nesnelerin interneti ve yapay zekâ kavramları çok kısa bir süre içinde hayatımızın vazgeçilmezleri olacaklardır. Bu kavramlar turizm sektöründe kısmen kullanılsa da geniş kapsamlı ve maksimum verim henüz alınamamıştır. Bu anlamda yarattığı ekonomik (istihdam, milli gelire katkısı, çoğaltan etkisi gibi), sosyal, tanıtım-pazarlama ve özellikle sürdürülebilirlik adına sözkonusu bilişim teknolojilerine ihtiyaç vardır.

Yukarıda belirtilen akıllı şehir, nesnelerin interneti ve yapay zekâ kavramları turizmde kullanıldığı takdirde turizm bölgesinin güvenliği büyük ölçüde sağlanmış olacak, turizm niteliği taşıyan nesnelere (tarihi eserler, korunaklı bölgeler vs.) hakkında kesin ve doğru bilgilere ulaşım sağlanacak, geleceğe yönelik doğru bilgiler toplanabilecektir. Şüphesiz bu uygulamalar sayesinde, turistler ile nesnelere etkileşime girerek memnuniyet artırılabilecek, turistlerin talepleri daha net ortaya konacak, turizm için en uygun takvimler ve tarihler ortaya çıkacak, turizm niteliği olan nesnelerin güvenliği ve takibi sağlanacak, turizm bölgesindeki tehlikeli durumlar ve önlemleri ortaya konabilecektir. Ayrıca turizm bölgelerinin en temel sorunlarından olan turizm kaynaklarının korunarak geleceğe aktarılması (sürdürülebilirlik) ve turistlerde yarattığı olumlu etki sayesinde kalış süreleri de olumlu etkilenecektir.

Bu bağlamda yapılan çalışmada, akıllı şehir, nesnelerin interneti ve yapay zekâ kavramlarının turizmde kullanımı hakkında bilgi verilecek ve gelişmiş ülke turizm pazarlama stratejilerinde turizmin vazgeçilmezleri oldukları ortaya konulacaktır. Aynı zamanda özellikle ülkemizin turizm potansiyeli göz önüne alındığında turizmin sürdürülebilirliği adına oldukça etkili ve gerekli olduğu bilgisi verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Akıllı Şehir, Nesnelerin İnterneti, Yapay Zekâ, Doğal Turizm.

SMART AND NATURAL TOURISM

ABSTRACT

Smart City which we have started to hear frequently, Internet of Things and concepts of Artificial Intelligence will become indispensable in a very short period of time. Although these concepts are partially used in the tourism sector, their maximum yield has not been achieved in a wide range. In this sense, there is a need for such technological concepts to be used in the field of economy (employment, contribution to national income, multiplier effect), social issues, promotion-marketing, and especially to empower sustainability.

If the above mentioned concepts of Smart City, the Internet of Things and the concepts of Artificial Intelligence are used in tourism, the security of the tourism area will be enhanced, accurate information of tourism nature objects (such as historical artifacts, sheltered areas, etc.) will be provided, and the accurate collected information will be used in future. Undoubtedly, by implementing these practices, the tourists will interact with tourism objects

to increase satisfaction, the demands of tourists will be more clearly revealed, the most suitable calendars and dates will be revealed for the tourism, the safety of the tourism objects which are the nature of tourism will be ensured and the dangerous situations and measures in the tourism region will be revealed. In addition, the main problems of tourism regions and tourism resources will be protected and carried out to the future, i.e. sustainability, which will have a positive effect on tourists during their stay.

In this study, information about the use of smart city, Internet of Things and Artificial Intelligence in tourism will be given and it will be revealed that tourism is the indispensable of tourism marketing strategies. At the same time, given the tourism potential of our country, these aspects will be explained how they are very effective and necessary for the sustainability of tourism.

Keywords: Smart City, Internet of Things, Artificial Intelligence, Natural Tourism.

CREATING SUSTAINABLE LOW-CARBON TOURISM PRODUCTS AND SERVICES: STRATEGIC INNOVATION USING EXISTING RESOURCES IN WEST ASIA

Dr. Debra J. Enzenbacher

Sultan Qaboos University (Umman)
College of Arts and Social Sciences Department of Tourism

The aim of this research is to examine the role of strategic innovation in creating sustainable low-carbon tourism products and services with existing resources in West Asia's human and physical environment. Methods include desktop research, case study, observation and trend analysis. Underpinning this work is the notion that climate change requires robust, creative, resilient new strategies from the tourism industry to develop economic pathways that secure its future. These paths are full of challenges including knowledge gaps, overused infrastructure and lack of funds.

Given the rapid expansion of the global tourism industry, fierce competition and the region's growing population, it is imperative that West Asia's tourism stakeholders understand the crucial role of climate change in delivering sustainable tourism products and services. This knowledge may also be used to achieve a more equitable distribution of tourism benefits.

Making the most of what already exists is an astute way to conduct tourism. Better use of existing resources in West Asia destinations limits economic leakages as well as the need to hire foreign staff, attract foreign investment and import goods to provide new tourism experiences. Examples demonstrate how new tourism products and services with a low carbon footprint may be designed to create jobs for locals, foster civic pride and community spirit, and increase visitor spend and length of stay while preserving and promoting cultural heritage and identity.

Overall, the imaginative use of existing resources in West Asia backed by a solid understanding of climate change, sustainability principles, tourism trends and tourist behavior allows a vast array of tourism products and services to be tailored to growing numbers of tourists seeking unique visitor experiences, while lowering carbon emissions. New ways of creating and delivering sustainable low-carbon tourism products and services in the region may be used to invigorate the industry and inspire further strategic innovation in West Asia's tourism sector.

Keywords: Low-carbon, Strategic Innovation, Tourism Products

