



**VAN YÜZÜNCÜ YIL
ÜNİVERSİTESİ**



**ULUSLARARASI
BALKAN
ÜNİVERSİTESİ**

Gelecek için Mükemmellik

7th INTERNATIONAL WEST ASIA CONGRESS OF TOURISM RESEARCH

CONGRESS ABSTRACT BOOK BİLDİRİ ÖZETLERİ KİTABI

**08th – 10th June 2023
Skopje, North Macedonia**



**International West Asia
Congress of Tourism
Research**

7. ULUSLARARASI BATI ASYA TURİZM ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

08-10 Haziran 2023, Üsküp, Kuzey Makedonya

Düzenleyen Kurumlar

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Uluslararası Balkan Üniversitesi

Editörler

Doç. Dr. Sedat Şahin

Prof. Dr. Faruk Alaeddinoğlu

Doç. Dr. Songül Özer

Doç. Dr. Hacer Arslan Kalay

İletişim

e-mail: info@iwact.org

Web: www.iwact.org

Baskı Bilgileri

Baskı Yılı: Ağustos, 2023

e-ISBN: 978-975-7616-97-9

Kitaptaki bilgilerin her türlü sorumluluğu yazarına aittir



Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Yayınları

Bu kitap, 7. 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

Prof. Dr. Hamdullah ŞEVLİ
Prof. Dr. Mehmet Dursun ERDEM

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Rektörü
Uluslararası Balkan Üniversitesi Rektörü

Davetli Konuşmacılar

Dr. Mehmet ALTIN

University of Central Florida

Düzenleme Kurulu

Düzenleme Kurulu Başkanı

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU
Prof. Dr. Mevludin IBISH

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Uluslararası Balkan Üniversitesi, Kuzey Makedonya

Düzenleme Kurulu Üyeleri

Doç. Dr. Hacer ARSLAN KALAY
Doç. Dr. Sağbetullah Meriç
Doç. Dr. Emine CİHANGİR
Doç. Dr. Sedat ŞAHİN
Doç. Dr. Songül DÜZ ÖZER
Dr. Öğr. Ü. Burcu TURAN TORUN
Dr. Ali Selçuk Can
Prof. Dr. Violeta Madzova
Prof. Dr. Aleksandra Ristovska
Prof. Dr. Aleksandra P. Kujundziski
Doç. Dr. Nikola Dacev
Doç. Dr. Katica Stoimenovska
Dr. Öğr. Üyesi Serdar Serdaroğlu
Dr. Öğr. Üyesi Liza Alili Sulejmani
Dr. Öğr. Üyesi Seyhan M. Ibrahim
Dr. Öğr. Üyesi Sead Dzigal

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Portsmouth Üniversitesi, Birleşik Krallık
Uluslararası Balkan Üniversitesi, Kuzey Makedonya
Uluslararası Balkan Üniversitesi, Kuzey Makedonya
Uluslararası Balkan Üniversitesi, Kuzey Makedonya
Uluslararası Balkan Üniversitesi, Kuzey Makedonya
Uluslararası Balkan Üniversitesi, Kuzey Makedonya
Uluslararası Balkan Üniversitesi, Kuzey Makedonya
Uluslararası Balkan Üniversitesi, Kuzey Makedonya
Uluslararası Balkan Üniversitesi, Kuzey Makedonya
Uluslararası Balkan Üniversitesi, Kuzey Makedonya

Sekreteryä

Doç. Dr. Sedat ŞAHİN
Arş. Gör. Asef SUBAŞI
Arş. Gör. Serkan ROL
Seda İDİKUT ŞAHİN
Avşin AYHAN KAYA
Mete Yücel ÖZER

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Bilim Kurulu

Dr. A. Celil ÇAKICI	Mersin Üniversitesi, Türkiye
Dr. Abdullah KARAMAN	Selçuk Üniversitesi, Türkiye
Dr. Abdülmenaf TURAN	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Dr. Adnan TÜRKSOY	Ege Üniversitesi, Türkiye
Dr. Agustin Santana TALAVERA	Universidad de La Laguna, İspanya
Dr. Ahmet Akın AKSU	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Dr. Ahmet AKTAŞ	Kapadokya Üniversitesi, Türkiye
Dr. Aija VAN DER STEİNA	University of Latvia, Letonya
Dr. Akhtem A. DZHELİLOV	Crimean Business Institute, Ukrayna
Dr. Alan MARVELL	University of Gloucestershire, İngiltere
Dr. Alastair M. MORRISON	Purdue University, ABD
Dr. Aleksander PANASIUK	Jagiellonian University, Polonya
Dr. Alessio CAVICCHI	University of Macerata, İtalya
Dr. Ali ÖZÇAĞLAR	Karabük Üniversitesi, Türkiye
Dr. Ali YAYLI	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Dr. Alpaslan ALİAĞAOĞLU	Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
Dr. Arzu KILIÇLAR	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Dr. Asım SALDAMLİ	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Türkiye
Dr. Aslı Özge ÖZGEN ÇİĞDEMLİ	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Türkiye
Dr. Atılhan NAKTİYOK	Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Dr. Atila YÜKSEL	Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye
Dr. Atilla DURMUŞ	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Dr. Attila AKBABA	Katip Çelebi Üniversitesi, Türkiye
Dr. Ayşe BAŞ COLLINS	Bilkent Üniversitesi, Türkiye
Dr. Azize HASSAN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Dr. Bahar TANER	Mersin Üniversitesi, Türkiye
Dr. Bahattin ÖZDEMİR	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Dr. Barış ERDEM	Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
Dr. Bayram ŞAHİN	Balıkesir Üniversitesi, Türkiye

Dr. Bekir EŞİTTİ	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
Dr. Beykan ÇİZEL	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Dr. Bilgehan GÜLCAN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Dr. Brian CHALKLEY	Plymouth University, İngiltere
Dr. Burak ARZOVA	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Dr. Burcu Selin YILMAZ	Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
Dr. Burcu TURAN TORUN	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Dr. C. Gazi UÇKUN	Kocaeli Üniversitesi, Türkiye
Dr. Cafer TOPALOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
Dr. Catalina SITNIKOV	University of Craiova, Romanya
Dr. Cevdet AVCIKURT	Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
Dr. Cihan ÇOBANOĞLU	University of South Florida Sarasota-Manatee (USFSM)
Dr. Çağdaş ERTAŞ	Şirnak Üniversitesi, Türkiye
Dr. Corinna Del Bianco	Politecnico di Milano, İtalya
Dr. David SIMM	Bath Spa University
Dr. Derman KÜÇÜKALTAN	İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu, Türkiye
Dr. Dilek DÖNMEZ POLAT	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
Dr. Dimitrios BUHALIS	Bournemouth University, İngiltere
Dr. Doğan GÜRSOY	Washington State University, ABD
Dr. Doğan TUNCER	Başkent Üniversitesi, Türkiye
Dr. Düriye BOZOK	Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
Dr. Ebru GÖZÜKARA	İstanbul Arel Üniversitesi, Türkiye
Dr. Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN	Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
Dr. Ekrem TUFAN	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
Dr. Eleni Tourna	University of West Attica, Yunanistan
Dr. Emine CİHANGİR	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Dr. Emma WHITTLESEA	Griffith University, Avustralya
Dr. Emrah ÖZKUL	Kocaeli Üniversitesi, Türkiye
Dr. Emre GÜLER	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye

Dr. Enrico D. G. Nicosia	University of Messina, İtalya
Dr. Erdoğan KAYGIN	Kafkas Üniversitesi, Türkiye
Dr. Erol DURAN	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
Dr. Esra Güzel ERDOĞAN ULUHAN	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Dr. F. Oben ÜRÜ	İstanbul Arel Üniversitesi, Türkiye
Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Dr. Ferah ÖZKÖK	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
Dr. Fevzi OKUMUŞ	University of Central Florida, ABD
Dr. Filiz ÇAKIR ZEYTİNOĞLU	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Dr. Fisun YÜKSEL	Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye
Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Dr. Füsün BAYKAL	Ege Üniversitesi, Türkiye
Dr. Füsün İSTANBULLU DİNÇER	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Dr. Giorgi Bregadze	The University of Georgia, Gürcistan
Dr. Gökâl Nuri SELÇUK	Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Dr. Gözde EMEKLİ	Ege Üniversitesi, Türkiye
Dr. Hacer Arslan Kalay	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Dr. Haktan Erdoğan EKİZ	King Abdul Aziz University, Suudi Arabistan
Dr. Hasan KILIÇ	Doğu Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Dr. Hüseyin ÇEKEN	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
Dr. İbrahim BİRKAN	Atılım Üniversitesi, Türkiye
Dr. İbrahim YILMAZ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Türkiye
Dr. İclal ATTİLA	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Dr. İge PIRNAR	Yaşar Üniversitesi, Türkiye
Dr. İhsan BULUT	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Dr. İrfan YAZICIOĞLU	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Dr. İsmail KIZILIRMAK	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Dr. Jennifer HILL	University of West of the England, İngiltere
Dr. John T. BOWEN	University of Houston, ABD
Dr. Jose Antonio C. SANTOS	University of Algarve, Portekiz

Dr. Kemal BİRDİR	Mersin Üniversitesi, Türkiye
Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA	Erciyes Üniversitesi, Türkiye
Dr. Kutay OKTAY	Kastamonu Üniversitesi, Türkiye
Dr. Kübra CİHANGİR ÇAMUR	Gazi Üniversitesi, Türkiye
Dr. Larisa MISTREAN	Academy of Economic Studies of Moldova, Moldova
Dr. Levent ALTINAY	Oxford Brookes University
Dr. Mahmut DEMİR	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye
Dr. Manuel ANTÓNIO BRITES SALGADO	Instituto Politécnico da Guarda, Portekiz
Dr. Maria DOLORES ALVAREZ	Boğaziçi Üniversitesi, Türkiye
Dr. Martin HAIGH	Oxford Brookes University
Dr. Martin MOWFORTH	Plymouth University, İngiltere
Dr. Medet YOLAL	Anadolu Üniversitesi, Türkiye
Dr. Mehmet AYGÜN	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Dr. Mehmet Emre GÜLER	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Türkiye
Dr. Mehmet Oğuzhan İLBAN	Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
Dr. Mehmet SARIİŞİK	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye
Dr. Mehmet SOMUNCU	Ankara Üniversitesi, Türkiye
Dr. Mehmet ŞEREMET	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Dr. Mehmet YEŞİLTAŞ	Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, Türkiye
Dr. Mehmet ZAMAN	Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Dr. Mert UYDACI	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK	Anadolu Üniversitesi, Türkiye
Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU	Mersin Üniversitesi, Türkiye
Dr. Mirela CRÎSTEA	University of Craiova, Romania
Dr. Mithat Zeki DİNÇER	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Dr. Muhammet Kesgin	Rochester Institute of Technology, Amerika
Dr. Muharrem TUNA	Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Dr. Muhsin HALİS	Kocaeli Üniversitesi, Türkiye
Dr. Murat AKSU	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye

Dr. Murat DOĞDUBAY	Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
Dr. Murat GÜMÜŞ	Batman Üniversitesi, Türkiye
Dr. Mustafa BOZ	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
Dr. Mustafa MUTLUER	Ege Üniversitesi, Türkiye
Dr. Mustafa TEPECİ	Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye
Dr. Muzaffer UYSAL	University of Massachusetts, ABD
Dr. Nazir Sarfraz	Bicocca Milano University, İtalya
Dr. Nazmi KOZAK	Anadolu Üniversitesi, Türkiye
Dr. Nazmiye ERDOĞAN	Başkent Üniversitesi, Türkiye
Dr. Nedim YÜZBAŞIOĞLU	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Dr. Neşe COŞKUN	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Dr. Nuray TÜRKER	Karabük Üniversitesi, Türkiye
Dr. Nurhan KESKİN	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Dr. Nurten ÇEKAL	Pamukkale Üniversitesi, Türkiye
Dr. Oğuz DİKER	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
Dr. Oğuz TÜRKAY	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye
Dr. Okan YAŞAR	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
Dr. Oktay EMİR	Anadolu Üniversitesi, Türkiye
Dr. Olimpia BAN	University of Oradea, Romanya
Dr. Orhan AKOVA	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Dr. Orhan BATMAN	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye
Dr. Orhan İÇÖZ	Yaşar Üniversitesi, Türkiye
Dr. Osman Avcı KURGUN	Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
Dr. Osman Eralp ÇOLAKOĞLU	Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye
Dr. Osman M. KARATEPE	Doğu Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Dr. Osman N. ÖZDOĞAN	Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye
Dr. Ozan BAHAR	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
Dr. Öcal USTA	İstanbul Kent Üniversitesi, Türkiye
Dr. Ömer ÇOBAN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Türkiye

Dr. Önder MET	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Kırgız Cumhuriyeti
Dr. Özcan YAĞCI	Başkent Üniversitesi, Türkiye
Dr. Özkan TÜTÜNCÜ	Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
Dr. Öznur BOZKURT	Düzce Üniversitesi, Türkiye
Dr. Pelin KANTEN	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
Dr. Raul Garcia	ESHE, Portekiz
Dr. Pramod Pathak	Indian School of Mines, Hindistan
Dr. Ridvan YURTSEVEN	Ataşehir Adıgüzel Üniversitesi, Türkiye
Dr. Robert GOVERS	University of Leuven, Belçika
Dr. Rüya EHTİYAR	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Dr. Sağbetullah MERİÇ	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Dr. Said KINGIR	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye
Dr. Salih KUŞLUVAN	İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Türkiye
Dr. Saliha KODAY	Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Dr. Sanar Muhyaddin	Wrexham Glyndwr University, İngiltere
Dr. Sanem ŞEHRİBANOĞLU	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Dr. Sedat ÇELİK	Şırnak Üniversitesi, Türkiye
Dr. Sedat ŞAHİN	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Dr. Selma MEYDAN UYGUR	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Dr. Semra Günay AKTAŞ	Anadolu Üniversitesi, Türkiye
Dr. Serhat HARMAN	Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
Dr. Serkan DOĞANAY	Giresun Üniversitesi, Türkiye
Dr. Sevcan YILDIZ	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Dr. Sevgi ÖZTÜRK	Kastamonu Üniversitesi, Türkiye
Dr. Sheela AGARWAL	Plymouth Business School, İngiltere
Dr. Simon Caruana	Institute of Tourism Studies - ITS, Malta
Dr. Songül ÖZER	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Dr. Stanislav IVANOV	Varna University of Management, Bulgaristan
Dr. Suna DOĞANER	İstanbul Üniversitesi, Türkiye

Dr. Şenol ÇAVUŞ	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye
Dr. Şeyhmus BALOĞLU	University of Nevada, Las Vegas, ABD
Dr. Şule AYDIN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Türkiye
Dr. Tony L. HENTHORNE	University of Nevada, Las Vegas, ABD
Dr. Tülay GÜZEL	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
Dr. Umut AVCI	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
Dr. Ünsal BEKDEMİR	Giresun Üniversitesi, Türkiye
Dr. Veneta HRISTOVA	University of Veliko Tarnovo, Bulgaristan
Dr. Vicky Katsoni	University of West Attica, Yunanistan
Dr. Warren EASTWOOD	University of Birmingham, İngiltere
Dr. Yaşar SARI	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Türkiye
Dr. Yılmaz AKGÜNDÜZ	Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
Dr. Yüksel EKİNCİ	University of Portsmouth, İngiltere
Dr. Yüksel ÖZTÜRK	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Dr. Zafer ÖTER	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Türkiye
Dr. Zeynep ASLAN	Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye
Dr. Zurap Chkhaidze	Ivane Javakhishvili Tbilisi State University, Gürcistan
Dr. Shynar Dyussebayeva	University of Portsmouth, İngiltere
Lect. Ilke Cicekli	University of Portsmouth, İngiltere
Lect. Serkan UZUNOĞULLARI	University of Sunderland, İngiltere
PhD.c Darina Khubaevi	The University of Georgia, Gürcistan
PhD.c Khatia Vashakmadze	The University of Georgia, Gürcistan
Irma Nuralovi	University of Georgia, Gürcistan

İÇİNDEKİLER

KONGRE KURULLARI.....	i
Onur Kurulu.....	i
Davetli Konuşmacılar.....	i
Düzenleme Kurulu.....	i
Bilim Kurulu.....	ii
KAHRAMANMARAŞ DEPREMLERİNİN TURİZM MEKANLARINA ETKİSİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: KAHRAMANMARAŞ ŞEHİRİ ÖRNEĞİ.....	2
Dr. Öğr. Üyesi Gülsen AYHAN	
GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA TÜRKİYE’NİN COĞRAFI İŞARETLİ PEYNİRLERİ4	
Dr. Öğr. Üyesi Tuncay ÇANAKÇI	
İNANÇ TURİZMİ BAKIMINDAN SRİ LANKA ADEM TEPESİ	6
Doç. Dr. Mustafa SAFA	
HERKİME EVLERİNİN KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ..7	
Berna ÖZOĞUL - Prof. Dr. İhsan BULUT - Öğr. Gör. Funda YORULMAZ	
VAN’DA BULUNAN İRANLI TURİSTLERİN TOPLUMSAL CİNSİYET ALGISI	9
Dr. Öğr. Üyesi Fatma GÜNGÖRER	
BÜTÜNLEŞTİRİCİ BİR İNCELEME SÜRECİYLE VAN OTLU PEYNİRİ	11
Arş. Gör. Ezgi BAYRAM ÖZ - Öğr. Gör. Gülşen Berat TORUSDAĞ - Arş. Gör. Merve UÇKAN ÇAKIR	
VAN’DAKİ İRANLI KADIN TURİSTLERİN SEYAHAT TERCİHLERİ, GÜZELLİK VE BEDEN ALGISI	13
Dr. Öğr. Üyesi Fatma GÜNGÖRER	
POSSIBLE EFFECTS OF CLIMATE CHANGE ON HARVEST TOURISM: CASE OF CAPPADOCIA.....	15
Res. Asst. Gamze ÇOBAN YILDIZ - Res. Asst. Onur Sevkett YILDIZ - Res. Asst. Meral AKYÜZ	
KÜLTÜREL MİRAS KAPSAMINDA DİJİTAL PALEOANTROPOLOJİ.....	16
Doç. Dr. Seda KARAÖZ ARIHAN	
GEÇMİŞİN HAFIZASINA BAKMAK: İNANÇ TURİZMİNE KONU OLAN BİR HAFIZA MEKÂNI OLARAK YEDİ KİLİSE’Yİ HATIRLAMAK	19
Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU - Meryem İZ	

BİTLİS'İN KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ OLANAKLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ21

Doç. Dr. Ayşegül KELEŞ ERIÇOK

POPÜLİZM VE TURİZMİ: FİLM, MAGAZİN VE EDEBİYATIN TURİSTİK FAALİYETLERDE İLHAM ETKİSİ.....23

Öğr. Gör. Dr. Özlem KÜÇÜK

MARDİN'DE YER ALAN YÖRESEL RESTORANLARA İLİŞKİN YAPILAN E-ŞİKAYETLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ25

Dr. Öğr. Üyesi Serkan YİĞİT

OTELLERİN PERFORMANSININ ÇOK BOYUTLU ANALİZİ: BALANS SKOR KART MODELİNİN KARŞILAŞTIRMALI OLARAK UYGULANMASI26

Melek ŞİRİN - Doç. Dr. Vedat YİĞİTOĞLU

YABANCI DÜŞMANLIĞININ AĞIRLAMA DAVRANIŞINA VE TURİZM DESTEĞİNE ETKİSİ28

Doç. Dr. Vedat YİĞİTOĞLU

YARATICI TURİZM KAPSAMINDA DİJİTAL GÖÇEBELİK VE NİŞ PAZAR OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ30

Dr. Öğr. Üyesi Öznur SİDAL

DÜLDÜL DAĞI (OSMANİYE/DÜZİÇİ) ÇUKUROVA'NIN KIŞ TURİZMİ MERKEZİ OLABİLİR Mİ?31

Arş. Gör. Yusuf Çağrı TÜRKSEVEN

DÜNYA'DA AGROTURİZM: BİR BİBLİYOMETRİK ARAŞTIRMA33

Doç. Dr. Nurhan KESKİN - Doç. Dr. Sadi ELASAN - Reyhan KESKİN - Prof. Dr. Zehra EKİN
Prof. Dr. Sıddık KESKİN

KÜRESEL ŞARAP TURİZMİ ÇALIŞMALARININ BİBLİYOMETRİK ANALİZİ.....35

Doç. Dr. Nurhan KESKİN - Doç. Dr. Sadi ELASAN - Reyhan KESKİN - Prof. Dr. Sıddık KESKİN

TEKNİK GEZİLERİN TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN KÜLTÜR TURİZMİ ALGILARINA ETKİSİ: DENEYSEL BİR TASARIM.....37

Öğr. Gör. Özge BÜYÜK - Doç. Dr. Gülşah AKKUŞ

NUDGE OR NOT TO NUDGE IN FOOD AND BEVERAGE SECTOR: A COST ANALYSIS..39

Prof. Dr. Ekrem TUFAN - Asst. Prof. Dr. Hasan GÜL - Nur UNDEY

ÖDEMiŞ'TE TÜRK DÖNEMİ MİMARİ VE SANAT MİRASININ KÜLTÜR VE İNANÇ TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ.....40

Doç. Dr. Mehmet TOP

**YÖRESEL YİYECEKLERİN GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN ÖNEMİ: GÖKÇEADA
YÖRESEL OT YEMEKLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA43**

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ÇAVUŞOĞLU - Olena ÇAVUŞOĞLU

**ALANYA'DA DİJİTAL GÖÇEBE POTANSİYELİ VE DESTİNASYON PAYDAŞLARININ
ROLLERİ45**

Arş. Gör. Muhammet Necati ÇELİK

GIDA GÜVENLİĞİ BİLGİSİNİN SOKAK LEZZETLERİNİ SATIN ALMAYA ETKİSİ47

Berna SÜNBÜL - Dr. Öğr. Üyesi Samet GÖKKAYA - Dr. Öğr. Üyesi İsa UĞUR

**TURİZM PLANLAMASINDA TURİZM GELİRLERİNİ YÜKSELTMEK, KATMA DEĞER VE
LÜKS TURİZM49**

Öğr. Gör. Dr. Mehmet Tevfik İZGİ

**İŞGÖRENLERİN İŞE YABANCILAŞMA DÜZEYLERİ İLE DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ
ARASINDAKİ FARKLILAŞMA: ALANYA'DA FAALİYET GÖSTEREN BEŞ YILDIZLI
KONAKLAMA İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA51**

Eyüp APAYDIN - Dr. Öğr. Üyesi Ömür UÇAR

PAYLAŞIM EKONOMİSİ ARACI OLARAK GASTRONOMİ: EATWITH ÖRNEĞİ53

Öğr. Gör. Dr. İsmail UZUT

**SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASI KONU ALAN LİSANÜSTÜ TEZLERİN
BİBLİYOMETRİK ANALİZİ55**

Arş. Gör. Büşra Meltem TÜRKMEN - Prof. Dr. Mehmet SARIOĞLAN - Arş. Gör. Hilal KESKİN

TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN DİJİTAL YETERLİLİKLERİNİN İNCELENMESİ57

Dr. Öğr. Üyesi Serpil SEVİMLİ DENİZ - Arş. Gör. Ezgi BAYRAM ÖZ

VERİ ANALİTİĞİ VE TURİZMDE KULLANIM ÖRNEKLERİ.....59

Dr. Öğr. Ü. Serpil SEVİMLİ DENİZ

**GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA OTEL İŞLETMELERİ MENÜLERİNDE YER ALAN
TÜRK TATLILARININ İNCELENMESİ60**

Öğr. Gör. Mustafa Oğuzhan ERCAN - Dr. Öğr. Üyesi İlgin MUTLUBAŞ

GASTRONOMİ VE YAPAY ZEKA KONULU ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ .62

Dr. Öğr. Üyesi Sema EKİNCEK

**DERİN ÖĞRENME MODELİ KULLANILARAK YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİ
YORUMLARININ DUYGU ANALİZİ64**

Öğr. Gör. Ali EKİNCEK - Dr. Öğr. Üyesi Sema EKİNCEK

UHUTUN TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜNDEKİ YERİ	66
Dr. Öğr. Üyesi Merve ÖZGÜR GÖDE - Prof. Dr. Semra GÜNAY	
GELENEKSEL BİR ÜRÜN OLAN UHUTUN ÜRETİM SÜRECİNİN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ	67
Prof. Dr. Semra GÜNAY - Dr. Öğr. Üyesi Merve ÖZGÜR GÖDE - Prof. Dr. Yeliz MERT KANTAR	
TÜRKİYE'DE KIRSAL TURİZM VE KIRSAL GÖÇ ARASINDAKİ İLŞKİNİN GENEL BİR DEĞERLENDİRİLMESİ	69
Doç. Dr. Ertuğrul GÜREŞCİ	
TURİSTLERİN SÜRYANI MUTFAĞI HAKKINDA GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	71
Öğr. Gör. Hüseyin GÜL - Prof. Dr. Serhat HARMAN	
COMPARISON OF YOUNG TOURISM ENTREPRENEUR CANDIDATES IN CORDOBA, ESKİSEHIR AND TREVISO IN TERMS OF ANTIFRAGLE	73
Asst. Prof. Dr. Sema EKİNCEK - Asst. Prof. Dr. Merve ÖZGÜR GÖDE - Asst. Prof. Dr. İsmail YENİLMEZ - Assoc. Prof. Dr. Önder YAYLA - Asst. Prof. Dr. Şükrü ACITAŞ - Prof. Dr. Semra GÜNAY - Prof. Dr. Yeliz MERT KANTAR - Jesús Blas Ruiz Leal - Handan Akarsu Scarabello	
METAVEVERSE VE TURİZM İŞLETMELERİNE ETKİLERİ	75
Prof. Dr. Öznur BOZKURT - Doç. Dr. Sağbetullah MERİÇ	
ANTİKÇAĞDAN GÜNÜMÜZE TUZ KULLANIMI VE BOTARGA ÜRETİMİ, MUĞLA ÖRNEĞİ	76
Öğr. Gör. Dr. Selma ATABEY	
GASTRO-DİPLOMASİ: TBMM 100. YIL BAHÇE LOKANTASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	78
Fatma ÖRÜN - Doç. Dr. Aysu ALTAŞ	
SAKİN ŞEHİRLERİN (CITTASLOW) BELEDİYE FAALİYETLERİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ	80
Yasemin KARATEKİN ALKOÇ	
TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ VE TURİZM: SİSTEMATİK LİTERATÜR TARAMASI	81
Dr. Öğr. Üyesi Ezgi KIRICI TEKELİ	
GASTRONOMİDE TABAK PREZANTASYONUN ÖNEMİ: SÜRDÜRÜLEBİLİR TABAKLAR	83
Öğr. Gör. Ekin AKBULUT	
KIRŞEHİR'İN SAĞLIK TURİZMİ POTANSİYELİ	85
Prof. Dr. Musa ÖZATA	

**YOGA FAALİYETLERİNE TALEP GÖSTEREN TURİSTLERİN PROFİLİNİN BELİRLENMESİ:
KAPADOKYA ÖRNEĞİ.....87**

Doç. Dr. Burcu Gülsevil BELBER - Öğr. Gör. Merve BULUT YÜCELEN

**SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS KAYNAĞI OLARAK MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN
TURİZME KAZANDIRILMASINA İLİŞKİN ÖNERİLER: BİLECİK İLİ ÖRNEĞİ89**

Doç. Dr. Sıla KARACAOĞLU

**ZONGULDAK İLİNİN EKOTURİZM POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ VE
DEĞERLENDİRİLMESİ91**

Dr. Öğr. Üyesi Gözde OĞUZBALABAN

**TÜRKİYE’NİN PEYNİR TURİZMİ POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: DİVLE
OBRUĞU PEYNİRİ ÖRNEĞİ92**

Prof. Dr. Şevki ULEMA - Arş. Gör. Zeynep MENTEŞE

**TÜRKİYE’DE “TURİZM VE İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ” İLİŞKİLİ KONULARI İÇEREN YAYINLARIN
TURİZMİN İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ.....94**

Dr. Öğr. Üyesi Özgür ÇALKIN - Arş. Gör. Dr. Barış TURAN

**COVID 19 PANDEMESİNİN TURİZM SEKTÖRÜNE YANSIMALARI VE TURİZM
SEKTÖRÜNDE YENİ YAKLAŞIMLAR.....96**

Prof. Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU - Doktora Öğrencisi İbrahim Halil ERDOĞAN

**EKOTURİZM GERÇEKTEN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM GELİŞİMİNE KATKIDA
BULUNUYOR MU? EKOTURİZMİN GİZLİ AJANDASINA YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME
.....98**

Dr. Öğr. Üyesi Yusuf DÜNDAR

**TURİZM ALANINDA YAYINLANAN KRİZ KONUSUNDAKİ LİSANSÜSTÜ ÇALIŞMALARIN
BİBLİYOMETRİK ANALİZİ 100**

Dr. Öğr. Üyesi Süleyman AKKAŞOĞLU

**BÖLGESEL TURİZM PAYDAŞLARININ SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZME YÖNELİK TUTUMU:
HASANKEYF ÖRNEĞİ..... 102**

Doç. Dr. Ülker CAN - Öğr. Gör. Erşad TAN - Öğr. Gör. Gülcan DAGAŞAN - Öğr. Gör. Hüseyin GÜL

EVALUATION OF POTENTIAL CHEFS' COGNITIVE PERCEPTIONS OF FOOD WASTE . 104

Asst. Prof. Dr. Ayşe ŞAHİN YILMAZ - Lect. Kerem ÇIRAK - Asst. Prof. Dr. Gökhan YILMAZ

**CITTASLOW NOTION FOR SUSTAINABLE TOURISM: CITTASLOW MOVEMENT IN
TURKEY 105**

Asst. Prof. Dr. Seda SÜER

**SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE BÖLGESEL KALKINMA BAĞLAMINDA AĞRI İLİNİN
EKOTURİZM POTANSİYELLERİNİN İNCELENMESİ 106**

Öğr. Gör. Dr. Yelda KÖKSAL - Dr. Öğr. Üyesi Ahmet GÜMÜŞ

FEELINGS AND EMOTIONS FOR DESTINATIONS..... 108

Asst. Prof. Dr. Hidayet KIŞLALI

PAYLAŞIM EKONOMİSİ PLATFORMLARININ ŞEHİR İÇİ ULAŞIMDAKİ YERİ 109

Gülsüm AKSOY - Dr. Öğr. Üyesi Hidayet KIŞLALI

SANAL TURİST REHBERLİĞİNE YÖNELİK SİSTEMATİK LİTERATÜR TARAMASI 111

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet TEKELİ - Doç. Dr. Ebru KEMER

AKILLI DESTİNASYON GELİŞİM MODELİ 113

Doç. Dr. Burcu Gülsevil BELBER - Eda YAYLA

**KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN WEB SİTELERİNİN İÇERİK ANALİZİ İLE
DEĞERLENDİRİLMESİ 115**

Öğr. Gör. Dr. İrem YILDIRIM - Doç. Dr. Şule ARDIÇ YETİŞ

TURİZM SEKTÖRÜNDE SANAL KAYTARMA VE İŞ PERFORMANSI..... 117

Aysel DOĞAÇ

ÇERMİK İLÇESİ'NİN (DİYARBAKIR) JEOPARK POTANSİYELİ 119

Dr. Öğr. Üyesi Vedat AVCI - Emine AKTAN

SİBER ZORBALIK VE ÖRGÜTSEL VERİMLİLİK: TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİSİ 121

Dr. Öğr. Üyesi Burcu TURAN TORUN - Aysel DOĞAÇ

**TURİZM İŞLETMELERİ AÇISINDAN YEŞİL YÖNETİM VE YEŞİL İNSAN KAYNAKLARI
YÖNETİMİ: KAVRAMSAL BİR ARAŞTIRMA..... 123**

Dr. Öğr. Üyesi Öznur SİDAL - Dr. Öğr. Üyesi Ahmet GÜMÜŞ

HİDROTERAPİ ÜZERİNE MAKALELERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ..... 125

Müge DUMAN - Ümmü Gizem UĞURLU - Doç. Dr. Gülseren YURCU

TALASSOTERAPİ ÜZERİNE MAKALELERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ 126

Ümmü Gizem UĞURLU - Müge DUMAN - Doç. Dr. Gülseren YURCU

**THE EFFECT OF RESTAURANT EXPERIENCE ON CUSTOMER SATISFACTION AND
BEHAVIORAL INTENTION: THE CASE OF VAN 127**

Ahmet ŞAHİNOĞLU - Asst. Prof. Dr. Fatma BAŞAR

TÜRKİYE'DE EKOTURİZME TATUTA ÇİFTLİKLERİ ÖRNEĞİNDEN BAKIŞ 128

Öğr. Gör. Dr. Mehmet Tefrik İZGİ - Öğr. Gör. Seyit Ali EREN

GASTRONOMY AND CULINARY ARTS STUDENTS' PERCEPTIONS OF "ROBOT CHEF" IN TERMS OF DIGITALIZATION IN GASTRONOMY 130

Assoc. Prof. Nihan YARMACI GÜVENÇ - Asst. Prof. Ela Nazlı KÖZ - Res. Asst. Seray EVREN

BATI AKDENİZ'DE YEREL HALKIN TURİZME BAKIŞI VE BEKLENTİLERİ..... 131

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU - Dr. Öğr. Üyesi Ramazan OKUDUM - Aşşın AYHAN KAYA - Arş. Gör. Ezgi BAYRAM ÖZ - Dr. Öğr. Üyesi Muhammed Fatih ALAEDDİNOĞLU - Doç. Dr. Mehmet ŞEREMET

SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS KAPSAMINDA GELENEKSEL TÜRK MEYHANE KÜLTÜRÜ VE YENİ NESİL MEYHANELER 133

Lokman GÜZEL - Prof. Dr. Erol DURAN - Öğr.Gör. Bahattin HAMARAT

TURABDİN BÖLGESİNDEKİ HİRİSTİYAN KÜLTÜREL MİRASININ SOMUT ÖRNEKLERİ 135

Dr.Öğr. Üyesi Tahsin KORKUT - Dr.Öğr. Üyesi Ufuk ELYİĞİT

REFLECTIONS OF "THE DAY OF THE POET AND HOMER READINGS" ON BOZCAADA TOURISM WITHIN THE SCOPE OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE 137

Doktora Öğrencisi Gökhan TURAK - Doktora Öğrencisi Mutlu CAN - Prof. Dr. Tülay GÜZEL

ÖRGÜTSEL DEĞİŞİM VE YÖNETİMİ ÇERÇEVESİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM İLE YAPAY ZEKÂ TEKNOLOJİLERİNİN TURİZM İŞLETMELERİNE OLAN ETKİLERİYLE İLGİLİ KAVRAMSAL BİR İNCELEME 139

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet GÜMÜŞ - Dr. Öğr. Üyesi Öznur SİDAL

AİLELERİN TATİL SÜREÇLERİNDE İŞLETME SEÇİMİ DAVRANIŞLARI ÜZERİNDE ÇOCUK DOSTU TURİZM KAVRAMININ ROLÜ VE ÖNEMİ..... 141

Dr. Öğr. Üyesi Perihan CİVELEK - Dr. Öğr. Üyesi Makbule CİVELEK

ALANYA'DA AŞIRI TURİZM RİSKİ VE PROAKTİF POLİTİKA ÖNERİLERİ 143

Arş. Gör. Muhammed Necati ÇELİK - Dr. Öğr. Üyesi Aydın ÇEVİRGEN

DOĞADA KENDİLİĞİNDEN YETİŞEN BİTKİLERİN GASTRONOMİK DEĞERİ: ORDU İLİNDE BİR ARAŞTIRMA 145

Emrah KARA - Doç. Dr. Taner DALGIN - Prof. Dr. Hüseyin ÇEKEN

BİLİM TURİZMİ: KAVRAMSAL BİR ÇÖZÜMLEME 147

Nuran ALİÖĞLU - Doç. Dr. Sağbetullah MERİÇ

CITTASLOW MOVEMENT ON TOURISM MARKETING: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF STUDIES ON WOS DATABASE 149

Asst. Prof. Dr. Mehmet SAĞLAM

VAN MÜZESİ'NDE BULUNAN BİR GRUP OSMANLI MÜHRÜ 150

Murat ÇABAZ - Dr. Öğr. Üyesi Mehmet KULAZ

MÜZE ZİYARETLERİNDE ALGILANAN FAYDA ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA..... 152

Doç. Dr. Hacer ARSLAN KALAY - Doç. Dr. Faruk KALAY - Gökhan AYDINAY

YİYECEK - İÇECEK İŞLETMELERİNE YÖNELİK E- ŞİKAYETLERİN ANALİZİ: MARDİN ÖRNEĞİ..... 154

Sultan UZUT - Prof. Dr. Serhat HARMAN

AKDAMAR ADASI'NDA REKREASYONEL ETKİNLİKLERİN UYGULANABİLİRLİĞİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME..... 156

Betül TOP - Doç. Dr. Songül DÜZ ÖZER - Doç. Dr. Mehmet TOP

MICHELIN YILDIZLI RESTORANLARIN SOSYAL MEDYA PAZARLAMASINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA..... 158

Arş. Gör. Serkan ROL - Prof. Dr. Selma MEYDAN UYGUR

KAHRAMANMARAŞ DEPREMLERİNİN TURİZM MEKANLARINA ETKİSİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: KAHRAMANMARAŞ ŞEHİRİ ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Gülsen AYHAN

Kilis 7 Aralık Üniversitesi
gulsen.ayhan@kilis.edu.tr

Özet

Beklenmedik ve ani gerçekleşen doğa olayları birtakım olumsuzlukları beraberinde getirmektedir. Bu doğa olayları mekân üzerinde önemli değişimlere yol açmaktadır. Mekân üzerinde önemli problemlere ve değişimlere sebep olan doğal olaylarının başında depremler gelmektedir. Depremler, can ve mal kayıplarının en çok yaşandığı doğal afetlerden biridir. Büyük yıkıcı depremlerin görüldüğü mekanlarda yaşayan insanlar fiziki ortamlarda, beşerî faaliyetlerde ve ekonomik anlamda büyük ölçüde zarara uğramaktadır. Depremin etkileri böylelikle çoklu etkilere yol açmaktadır. Bu nedenle depremin etkilerini doğal, beşerî ve ekonomik coğrafya konularından faydalanılarak çoklu parametrelerle incelemek gerekmektedir. Asrın felaketi olarak nitelendirilen 06.02.2023 Kahramanmaraş depremleri birçok can ve mal kayıplarına yol açmıştır. Sosyal, kültürel, eğitim ve ekonomik anlamda yerel, bölgesel ve ülke genelinde problemlerin yaşanmasına sebep olmuştur. Aynı zamanda depremler; doğal, beşerî ve kültürel değerlere zarar verebilmekte, böylelikle turizm mekanlarında olumsuz bir etkiye sebep olabilmektedir. Kahramanmaraş şehrinde depremlerin etkisiyle doğal ve kültürel varlıklar zarar görmüştür. Böylelikle turizm değerleri zarar gördüğü için turizm sektörün zarara uğramıştır. Bu bağlamda araştırmada amaç; Kahramanmaraş depremleri ve bu depremlerin turizm mekanlarına etkisini ortaya koymaktır. Bu nedenle araştırma evreni Kahramanmaraş şehri oluşturmaktadır. Araştırmada ilk olarak depremin turizm üzerindeki etkisini belirlemek adına literatür çalışması yapılmış ve gerekli bilgililer çalışmaya eklenmiştir. Depremden sonra turizm noktalarında meydana gelen durumu ortaya koymak adına Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi ve Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile görüşmeler yapılmıştır. Araştırmanın bir diğer safhasında arazi çalışmaları ve gözlemleri yapılmış, hasar alan turizm noktaları fotoğraflanmıştır. Turizm değerleri bakımından önemli kültürel varlıkları ve doğal değerleri bulunan Kahramanmaraş şehrinde bu varlıkların depremden dolayı hasara uğraması, turizm sektörünü sekteye uğratacağı bilinmektedir. Şehrin tarihi dokusunda önemli bir yere sahip olan Ulu Camii, Kahramanmaraş Kalesi, Eski Kahramanmaraş Evleri, Şıh Camii gibi kültürel varlıklar depremden dolayı zarar görmüşlerdir. Aynı zamanda depremde turizm sektörü için önemli olan oteller ve pansiyonlardan yıkılanlar ve hasar alanlar bulunmaktadır. Depremlerin büyük yıkıcı faaliyete yol açması, aynı zamanda birçok doğal ve kültürel turizm değerinin zarara uğraması, şehre turist akışını etkileyecek ve turizmden elde edilen gelirleri düşüreceği öngörülmektedir. Bu bağlamda depremden zarar gören turizm değerlerinin zararların tespit edilmesi ve zararların giderilmesi gerekmektedir. Şehirde turizmin canlanması adına turizm hizmetini sunma yetkinliğinin kazandırılması ve planlamaların yapılması turizmin geleceği için önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Deprem, Kahramanmaraş Şehri, Turizm

EVALUATION OF THE IMPACT OF KAHRAMANMARAŞ EARTHQUAKES ON TOURISM LOCATIONS: THE CASE OF KAHRAMANMARAŞ CITY

Abstract

Unexpected and sudden natural events bring some negativities. These natural events cause significant changes on the space. Earthquakes are one of the natural events that cause significant problems and changes on the space. Earthquakes are one of the natural disasters with the highest loss of life and property. People living in places where major destructive earthquakes are seen suffer a great deal of damage in physical environments, human activities and economically. The effects of the earthquake thus lead to multiple effects. For this reason, it is necessary to examine the effects of the earthquake with multiple parameters by making use of natural, human and economic geography issues. The 06.02.2023 Kahramanmaraş earthquakes, which are described as the disaster of the century, caused many loss of life and property. It has caused local, regional and country-wide problems in social, cultural, educational and economic terms. At the same time, earthquakes; It can damage natural, human and cultural values, thus causing a negative impact on tourism venues. In the city of Kahramanmaraş, natural and cultural assets were damaged by the effects of earthquakes. Thus, the tourism sector has suffered as well, as tourism values have been damaged. In this context, the aim of the research is; It reveals the Kahramanmaraş earthquakes and the effects of these earthquakes on tourism venues. Therefore, the research universe is the city of Kahramanmaraş. In the research, first of all, a literature study was conducted to determine the effect of the earthquake on tourism and the necessary information was added to the study. Meetings were held with Kahramanmaraş Metropolitan Municipality and Kahramanmaraş Provincial Directorate of Culture and Tourism in order to reveal the situation in tourism points after the earthquake. In another phase of the research, field studies and observations were made and the damaged tourism points were photographed. It is known that in the city of Kahramanmaraş, which has important cultural assets and natural values in terms of tourism values, the damage of these assets due to earthquakes will disrupt the tourism sector. Cultural assets such as the Great Mosque, Kahramanmaraş Castle, Old Kahramanmaraş Houses and Şih Mosque, which have an important place in the historical texture of the city, were damaged due to the earthquake. At the same time, there were destroyed and damaged hotels and hostels, which are important for the tourism sector, in the earthquake. It is predicted that earthquakes will cause great destructive activities, and that many natural and cultural tourism values will be damaged, which will affect the tourist flow to the city and reduce the revenues obtained from tourism. In this context, it is necessary to determine and eliminate the damages of tourism values damaged by the earthquake. In order to revive tourism in the city, it is important for the future of tourism to gain the competence to provide tourism services and make plans.

Keywords: Earthquake, Kahramanmaraş City, Tourism

GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA TÜRKİYE’NİN COĞRAFI İŞARETLİ PEYNİRLERİ

Dr. Öğr. Üyesi Tuncay ÇANAKÇI

Kafkas Üniversitesi
tuncaycanakci@gmail.com

Özet

Gastronomi turizminde mutfak denilince, bir bölgenin yiyecek içecek ürünleri ile ilgili kültürel değerleri ve kendisine özgü yemekleri ifade edilmektedir. Ek olarak gastronomi turizminin ana kaynağının etnik özellikte kabul edilen, belirli bir bölgeye ait malzemelerle ve yine oraya ait özgün pişirme teknikleriyle üretilen yerel mutfak ürünleri olduğu söylenebilmektedir. Türk mutfağı Anadolu’da yaşamış farklı uygarlıkların etkileşimi ile çeşitlilik, zenginlik ve besleyicilik bakımından dünyanın en zengin mutfakları arasında önemli bir gastronomi ülkesi olarak gösterilmektedir. Coğrafi konum olarak değerlendirildiğinde Türkiye, tarımsal ve hayvansal ürün çeşitliliğinin yanı sıra, farklı kültürlerden gelen toplulukların bir arada bulunmasıyla zengin mutfak kültürünün oluştuğu bir ülke konumundadır. Söz konusu bu zengin mutfak kültürünün korunabilmesi, beklenen ekonomik ve kırsal kalkınmanın sağlanmasında coğrafi işaretli ürünler büyük önem arz etmektedir. Günümüzde illere ait yöresel ürünlerin tescil işlemleri Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından yürütülmektedir. Türkiye’de 150’den fazla peynir çeşidi bulunmaktadır. Ancak bunların Coğrafi İşaret almış olanları Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından menşe ve mahreç olarak işaretlenenlerin sayısı 36’dır. Ülkemizde coğrafi işaret almış peynirlerin değerlendirilmesi ve coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmine katkılarını ortaya koymak amacıyla hazırlanan bu çalışma kavramsal bir çalışmadır. Buradan hareketle çalışmada, Coğrafi İşaret almış peynirlerin özellikleri ve gastronomi turizmi açısından önemini ortaya koymak amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Peynir, Türkiye

GEOGRAPHICALLY INDICATED CHEESES OF TURKEY WITHIN THE SCOPE OF GASTRONOMY TOURISM

Abstract

When it comes to cuisine in gastronomic tourism, the cultural values of a region's food and beverage products and its unique dishes are expressed. In addition, it can be said that the main source of gastronomic tourism is local cuisine products, which are accepted as ethnic, produced with materials belonging to a certain region and with original cooking techniques belonging to that region. Turkish cuisine is shown as an important gastronomic country among the richest cuisines of the world in terms of diversity, richness and nutrition, with the interaction of different civilizations that lived in Anatolia. Considering its geographical location, Turkey is a country where a rich culinary culture is formed by the coexistence of communities from different cultures, as well as the diversity of agricultural and animal products. Today, the registration of local products belonging to the provinces is carried out by the Turkish Patent and Trademark Office. There are more than 150 types of cheese in Turkey. However, the number of those who have received Geographical Indication and marked as origin and origin by the Turkish Patent and Trademark Office is 36. This study, which was prepared to evaluate the geographically marked

cheeses in our country and to reveal the contribution of geographically marked products to gastronomy tourism, is a conceptual study. From this point of view, in this study, it is aimed to reveal the characteristics of the cheeses with Geographical Indication and their importance in terms of gastronomy tourism.

Keywords: Geographical Indication, Cheese, Türkiye

İNANÇ TURİZMİ BAKIMINDAN SRİ LANKA ADEM TEPESİ

Doç. Dr. Mustafa SAFA

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
msafa@agri.edu.tr

Özet

Toplamlar dünyayı keşfetmek, geçmiş medeniyetlerin yaşam biçimlerini öğrenmek ya da dinlenmek için seyahat ettikleri gibi kutsallığına inandıkları mekanları da ziyaret ederek manevi huzura erişmek amacıyla turizm etkinliklerinde bulunurlar. Sri Lanka'da bulunan Adem Tepesi hem Sri Lankalı Budistler ve Hindular tarafından kutsal kabul edildiği gibi semavi din mensubu Yahudi, Hristiyan ve Müslüman toplamlar tarafından da kutsal kabul edilen bir dağdır. Sri Lankalılar inanç turizmi olarak Hacı olmak niyetiyle bu dağın zirvesini ziyaret ettikleri gibi özellikle Müslümanlar da bu dağı ilk insan Hz. Adem'in yeryüzüne indirildiği mekan inancıyla ziyaret etmektedirler. İnanç turizmi olarak isimlendirdiğimiz bu seyahatler Sri Lanka'ya siyasi ve ekonomik kazanımlar sağlamaktadır. Bu tebliğde Sri Lanka'nın siyasi ve ekonomik kazanımlardan öte Adem Tepesinin coğrafi ve dini konumu anlatıldıktan sonra bu tepeyi kutsal kabul eden inanç mensuplarının ziyaret sebepleri ve bu tepeye yükledikleri manevi değer anlatılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sri Lanka, Adem Tepesi, İnanç Turizmi, Hac

SRI LANKA ADAM'S PEAK IN FAITH TOURISM

Abstract

Societies engage in tourism activities to explore the world, learn about the lifestyles of past civilizations, or visit places they believe to be sacred, as well as travel to rest, in order to reach spiritual peace. Located in Sri Lanka, Adam's Hill is a mountain that is considered sacred by both Sri Lankan Buddhists and Hindus, as well as by Jewish, Christian and Muslim communities belonging to the monotheistic religions. Sri Lankans visit this mountain with the intention of being a pilgrim as faith tourism. Muslims, the first human They believe that Hz. Adam descended to this mountain on earth and they visit it for this. These travels, which we call faith tourism, provide political and economic gains to Sri Lanka. In this paper, after explaining the geographical and religious location of the Adem Hill, beyond the political and economic gains of Sri Lanka, the reasons for the visit of the believers who consider this hill sacred and the spiritual value they attribute to this hill will be explained.

Keywords: Sri Lanka, Adam's Peak, Faith Tourism, Pilgrimage

HERKİME EVLERİNİN KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Berna ÖZOĞUL

Akdeniz Üniversitesi
brnozogl@gmail.com

Prof. Dr. İhsan BULUT

Akdeniz Üniversitesi
ihsanbulut@hotmail.com

Öğr. Gör. Funda YORULMAZ

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
yorulmazfunda@gmail.com

Özet

Kültürel miras, medeniyetlerin yaşam tarzını yansıtan, geçmiş dönemlere ilişkin bilgiler aktaran, kültürel geleneğin parçası kabul edilen varlıklar olarak kabul edilmektedir. Kültürel mirasın odak noktasını miras kalan tarihi eserler, binalar ve sanat eserleri oluşturmaktadır. Kültürel miraslar, iyi bir planlanma ve uygulama ile turizmin gelişimine ekonomik ve sosyal yönden önemli katkılar sağlayabilmektedir. Bu nedenle alternatif turizmin yakından ilişkili olduğu turizm türlerinden biri de kültürel miras turizmidir. İnsan çevre ilişkisinin en önemli ve göze çarpan kültürel ürünü geleneksel konutlar da geçmişin izlerini günümüze aktaran en dikkat çeken kültürel miras değerlerindendir. Çalışmanın temelini oluşturan Herkime evleri, Zonguldak ili Gökçebey ilçesi Hacımusa köyünde yer almaktadır. Herkime evleri tamamen ahşap yığma yapılar olup inşasında ağaçtan başka bir malzeme kullanılmamıştır. Yöresel adıyla “Çantı” olarak bilinen tamamen ahşap yığma yapıları diğerlerinden ayıran en önemli özellik yöreye özgü kullanılan ahşap yığma yapı tekniğidir. Bu evlerde kullanılan teknik, Anadolu'nun başka yörelerinde kullanılmış olan tekniklerden oldukça farklılık gösteren dar sahalı konut kültürüne işaret etmektedir. Bu çalışmada Herkime geleneksel kırsal konutları kültürel miras turizmi potansiyeli açısından da incelenerek değerlendirilmek istenmiştir. Çalışma nitel araştırma yöntemi ile yapılmış olup, görüşme ve gezi gözlem tekniği uygulanmıştır. Araştırma bulgularına göre Herkime evlerinin iyi bir planlanma ve uygulama ile kültür turizmine kazandırılması Batı Karadeniz Bölgesi turizminin gelişimine ekonomik ve sosyal yönden önemli katkılar sağlayabilecektir. Bölgenin sürekli dışarıya göç verdiği düşünülürse bu evlerin turizme kazandırılmasını sağlayacak planlamalar yöre halkı ve bölgenin ekonomik sorunları açısından büyük öneme sahiptir. Ayrıca kültürel mirasın sürdürülebilirliği çevreyi korumaya yönelik mevcut kaynakları kültürel, sosyal ve ekonomik çevre açısından geliştirebilmeyi ve korumayı amaçladığı için yöreye özgü geleneksel konutların yok olmasının önüne geçilebilecektir.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Miras, Geleneksel Konut, Kültürel Miras Turizmi

EVALUATION OF HERKİME'S HOMES IN TERMS OF CULTURAL HERITAGE TOURISM

Abstract

Cultural heritage is accepted as assets that reflect the lifestyle of civilizations, convey information about past periods, and are accepted as part of cultural tradition. The focal point of cultural heritage is inherited historical artifacts, buildings and works of art. Cultural heritages can provide important economic and social contributions to the development of tourism with good planning and implementation. For this reason, one of the tourism types that alternative tourism is closely related to is cultural heritage tourism. Traditional houses, the most important and conspicuous cultural product of human-environment relationship, are among the most remarkable cultural heritage values that transfer the traces of the past to the present. Herkime houses, which form the basis of the study, are located in Hacımusa village of Gökçeboy district of Zonguldak province. Herkime houses are completely wooden masonry structures and no other material other than wood was used in their construction. The most important feature that distinguishes the completely wooden masonry structures known as "Çantı" with its local name is the wood masonry construction technique used in the region. The technique used in these houses points to the narrow-area housing culture, which is quite different from the techniques used in other parts of Anatolia. In this study, Herkime traditional rural dwellings were also examined and evaluated in terms of cultural heritage tourism potential. The study was conducted with the qualitative research method, and the interview and travel observation technique was applied. According to the research findings, bringing Herkime houses to cultural tourism with a good planning and implementation will make significant contributions to the development of tourism in the Western Black Sea Region, both economically and socially. Considering that the region is constantly migrating abroad, the plans that will enable these houses to be brought into tourism are of great importance for the local people and the economic problems of the region. In addition, since the sustainability of cultural heritage aims to develop and protect the existing resources to protect the environment in terms of cultural, social and economic environment, it will be possible to prevent the destruction of traditional houses unique to the region.

Keywords: Cultural Heritage, Traditional Housing, Cultural Heritage Tourism

VAN'DA BULUNAN İRANLI TURİSTLERİN TOPLUMSAL CİNSİYET ALGISI

Dr. Öğr. Üyesi Fatma GÜNGÖRER

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
fatmagungorer@yyu.edu.tr

Özet

Toplumsal cinsiyet, biyolojik farklılıktan bağımsız olarak toplumda kadın ve erkek cinsiyetlerine yönelik statü, davranış, rol ve beklentilerin sosyal ve kültürel etkilerle şekillendiğine dikkat çeken bir olgudur. Ataerkil toplumlarda kadın ve erkeğe atfedilen cinsiyet rolleri modern toplumlara kıyasla daha keskin hatlarla ayrılmakta ve özellikle yemek, temizlik ve çocuk bakımı gibi temel ihtiyaçlar, geleneksel kadınlık rollerine atfedilen sorumlulukların başında yer almaktadır. Bu bağlamda kapalı toplum özellikleri gösteren İran'da kadın ve erkeklerin toplumsal cinsiyet algıları sosyolojik açıdan araştırılmaya değer bir konu olarak görülmektedir. Bu çalışmada Van'da bulunan İranlı turistlerin toplumsal cinsiyet algıları, kadın ve erkeklerin cinsiyet rolleri bağlamında araştırılmaya çalışılmıştır. Nitel araştırma yaklaşımıyla yürütülen bu çalışmada, Van'da seyahat amacıyla bulunan 15'i kadın, 15'i erkek olmak üzere toplam 30 İranlı turistten oluşan bir çalışma grubu oluşturulmuştur. Katılımcılara kartopu örnekleme yoluyla ulaşılmış ve veri toplamak amacıyla yüz yüze ve derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin yanı sıra; kadın ve erkeklerin cinsiyet rolleri, görev ve sorumluluk dağılımları ile toplumsal cinsiyet algıları temalarından oluşan açık uçlu soruların yer aldığı yarı yapılandırılmış bir görüşme formu uygulanmıştır. Verilerin analizinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda İranlı turistlerin kadın ve erkek rollerine ilişkin Van'da gözlemledikleri cinsiyet rollerinden farklı bir bakış açısına sahip oldukları, kadınların cinsiyet rollerinin rıza ve anlayış temelinde erkeklerle paylaşıldığı ve bu durumda kuşaklararası aktarımla gelen kültürel kodların etkili olduğu anlaşılmıştır. İranlı turist erkekler, geleneksel kadınlık rollerine atfedilen yemek yapma, çocuk bakımı ve temizlik gibi bazı konularda kendilerini eşlerinden daha fazla sorumlu hissettiklerini dile getirmiş ve bu durum ataerkil kodların ürettiği geleneksel erkeklik olgusunun kendileri için geçerli olmadığı sonucunu doğurmuştur.

Anahtar Kelimeler: İranlı Turistler, Cinsiyet Roller, Toplumsal Cinsiyet Algısı

GENDER PERCEPTION OF IRANIAN TOURISTS IN VAN

Abstract

Gender is a phenomenon that draws attention to the fact that the status, behaviors, roles and expectations of the male and female genders in society are shaped by social and cultural influences, regardless of biological differences. In patriarchal societies, the gender roles attributed to men and women are more sharply demarcated than in modern societies, and basic needs such as cooking, cleaning and childcare are the primary responsibilities attributed to traditional female roles. In this context, the gender perceptions of women and men in Iran, which has closed society characteristics, is a topic worthy of sociological research. In this study, the gender perceptions of Iranian tourists in Van were tried to be investigated in the context of gender roles of women and men. In this study, which was conducted with a qualitative research approach, a study group consisting of a total of 30 Iranian tourists, 15 women and 15 men, who

were traveling in Van. The participants were reached through snowball sampling and face-to-face and in-depth interviews were conducted to collect data. In addition to the socio-demographic characteristics of the participants, a semi-structured interview form with open-ended questions on the themes of gender roles, distribution of duties and responsibilities, and gender perceptions of women and men was applied. Descriptive analysis method was used to analyze the data. As a result of the research, it was understood that Iranian tourists have a different perspective on the roles of women and men than the gender roles they observe in Van, that women's gender roles are shared with men on the basis of consent and understanding, and that cultural codes transmitted through intergenerational transmission are effective in this situation. Iranian male tourists stated that they felt more responsible than their wives for some issues such as cooking, childcare and cleaning, which are attributed to traditional female roles, and this situation led to the conclusion that the traditional masculinity produced by patriarchal codes was not valid for them.

Keywords: Iranian Tourists, Gender Roles, Gender Perception

BÜTÜNLEŞTİRİCİ BİR İNCELEME SÜRECİYLE VAN OTLU PEYNİRİ

Arş. Gör. Ezgi BAYRAM ÖZ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ezgibayramoz@yyu.edu.tr

Öğr. Gör. Gülşen Berat TORUSDAĞ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
gbtorusdag@yyu.edu.tr

Arş. Gör. Merve UÇKAN ÇAKIR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
mervecakir@yyu.edu.tr

Özet

Küre-yerelleşme ve hızla değişen tüketim alışkanlıkları ile birlikte turizmde kültürel ve geleneksel değerlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Gastronomi turizmi açısından oldukça önemli bir yere sahip olan geleneksel ürünlerin lezzetlerinin korunup geliştirilmesi ve kültürel miras olarak gelecek nesillere aktarılması destinasyon tanıtımına önemli katkı sağlayarak turizm sektörünün gelişimine fırsat yaratmaktadır. Turistlerin farklı ve özgün kültürleri deneyimleme arzusu, birçok destinasyon otoritesini yöresel lezzetleri turizm faaliyetlerine entegre etmesine neden olmaktadır. Bu bağlamıyla Türk Mutfak Kültürü içerisinde önemli bir yere sahip Doğu Anadolu Bölgesinin birçok bölgesinde sevilerek tüketilen, geleneksel bir gastronomi ürünü olan ve coğrafi işarete sahip Van otlı peyniri hakkında bir araştırma yapılması planlanmaktadır. Bu kapsamda Van mutfak kültürü ile ilgili nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi yapılarak, Van otlı peynirinin kültürel miras olarak korunması için kavramsal bir çerçeve oluşturulması hedeflenmektedir. Bu nedenle ilgili literatürde Van otlı peynirini konu alan araştırmalar incelenerek kültürel miras, gıda güvenliği, gıda kimyası, geleneksel muhafaza yöntemleri, ürün reçetelendirme ve standartlaştırma gibi konularda yayınlanmış tüm çalışmalar araştırmanın inceleme alanı olarak seçilmiştir. Alan yazında yer alan dokümanlar bütünleştirici bir inceleme süreciyle incelenerek Van otlı peynir ile ilgili uluslararası alan yazında yer alan güncel durum hakkında görüşlerin toplanması planlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Van Otlı Peyniri, Gastronomi, Küre-yerelleşme, Geleneksel Gıda Muhafaza Yöntemleri

VAN HERBY CHEESE WITH AN INTEGRATIVE REVIEW

Abstract

With global localization and rapidly changing consumer habits, it is seen that cultural and traditional values come to the fore in tourism. The preservation and development of the flavors of traditional products, which have a very important place in gastronomic tourism, and their transfer to future generations as cultural heritage, provide an opportunity for the development of the tourism sector by making a significant contribution to the promotion of the destination. The desire of tourists to experience different and unique cultures causes many destination

authorities to integrate local flavors into tourism activities. In this context, it is planned to research Van Herby cheese, which is a traditional gastronomy product and has a geographical indication, which is loved and consumed in many regions of Eastern Anatolia Region, which has an important place in Turkish Culinary Culture. In this context, it is aimed to create a conceptual framework for the preservation of Van Herby cheese as a cultural heritage by making document analysis, one of the qualitative research methods related to Van culinary culture. For this reason, all studies published on cultural heritage, food safety, food chemistry, traditional preservation methods, product prescription, and standardization were selected as the study area of the research by examining the studies on Van Herby cheese in the relevant literature. It is planned to collect opinions on the current situation in the international literature on Van Herby cheese by examining the documents in the literature with an integrative review process.

Keywords: Van Herby Cheese, Gastronomy, Global-localization, Traditional Food Preservation Methods

VAN'DAKİ İRANLI KADIN TURİSTLERİN SEYAHAT TERCİHLERİ, GÜZELLİK VE BEDEN ALGISI

Dr. Öğr. Üyesi Fatma GÜNGÖRER

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
fatmagungorer@yyu.edu.tr

Özet

İnsanların turistik seyahatlerini ne amaçla gerçekleştirdikleri; sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel yapılarına bağlı olarak değişmekte ve seyahat tercihlerini belirleyen öncelikleri de bu yapılarla bağlı olarak çeşitlenmektedir. Cazip bir turizm kenti olan Van, uzun yıllardır İranlı turistlerin ilgisini çekerek özellikle yılın belli dönemlerinde yoğun bir turizm hareketliliğine yol açmaktadır. Bu hareketliliğin temelinde İran ile Van kenti arasında karayoluyla ulaşım kolaylığı sağlayan Kapıköy Sınır Kapısı'nın varlığı yanında İranlı turistlerin seyahat motivasyonlarını besleyen farklı nedenler de söz konusudur. Özellikle dış görünüş, beden ve güzellik algısı bakımından Van'ın yerli halkından farklılık gösteren İranlı kadın turistlerin seyahat öncelikleri ve tüketim alışkanlıkları sosyolojik açıdan saha araştırmasına uygun bir zemin sunmaktadır. Bu çalışmada İranlı kadın turistlerin seyahat için Van'ı cazip kılan nedenleri; seyahatlerini öncelikle hangi ihtiyaçlara göre belirledikleri ve seyahat tercihleri ile güzellik ve beden algıları arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmaya çalışılmıştır. Nitel araştırma yaklaşımıyla yürütülen bu çalışmada, ilk elden veri toplanması amacıyla oluşturulan çalışma grubu, seyahat için Van'da bulunan ve kartopu örnekleme yoluyla ulaşılan 25 İranlı kadın turistten oluşmaktadır. Veri toplamak amacıyla katılımcılarla, yüz yüze ve derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin yanı sıra; seyahat tercihleri, güzellik algısı ve beden algısı temalarından oluşan açık uçlu soruların yer aldığı yarı yapılandırılmış görüşme formu uygulanmıştır. Verilerin analizinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda İranlı kadın turistlerin Van seyahatlerinde sosyal baskıdan uzaklaşma, tatil, eğlence, alışveriş vb. farklı motivasyonların görüldüğü, tüketim alışkanlıkları ile beden ve güzellik algıları arasında ise olumlu bir ilişki olduğu anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İranlı Kadın Turistler, Seyahat Tercihleri, Güzellik Algısı, Beden Algısı

TRAVEL PREFERENCES, BEAUTY AND BODY PERCEPTION OF IRANIAN FEMALE TOURISTS IN VAN

Abstract

The purpose of people's touristic travels varies depending on their socio-economic and socio-cultural structures, and the priorities that determine their travel preferences also vary depending on these structures. Van, an attractive tourism city, has been attracting the attention of Iranian tourists for many years, leading to an intense tourism activity especially in certain periods of the year. In addition to the existence of the Kapıköy Border Gate, which provides easy transportation between Iran and Van by road, there are other reasons that feed the travel motivations of Iranian tourists. The travel priorities and consumption habits of Iranian women tourists, who differ from the locals of Van especially in terms of appearance, body and beauty perception, provide a suitable ground for sociological field research. This study aims to investigate the reasons that

make Van attractive for Iranian women tourists, the needs they prioritize their travels according to, and whether there is a relationship between their travel preferences and their perceptions of beauty and body. In this study, which was conducted with a qualitative research approach, the study group, which was formed to collect first-hand data, consisted of 25 Iranian female tourists who were in Van for travel and were reached through snowball sampling. Face-to-face and in-depth interviews were conducted with the participants to collect data. In addition to the socio-demographic characteristics of the participants, a semi-structured interview form with open-ended questions on travel preferences, beauty perception and body perception was applied. Descriptive analysis method was used to analyze the data. As a result of the research, it was understood that Iranian women tourists' travels to Van are motivated by different motivations such as getting away from social pressure, vacation, entertainment, shopping, etc., and that there is a positive relationship between consumption habits and body and beauty perceptions.

Keywords: Iranian Female Tourists, Travel Preferences, Beauty Perception, Body Perception

POSSIBLE EFFECTS OF CLIMATE CHANGE ON HARVEST TOURISM: CASE OF CAPPADOCIA

Res. Asst. Dr. Gamze ÇOBAN YILDIZ

Nevsehir Haci Bektas Veli University
gamzecoban_85@hotmail.com

Res. Asst. Dr. Onur Şevket YILDIZ

Nevsehir Haci Bektas Veli University
osyildiz@gmail.com

Res. Asst. Dr. Meral AKYÜZ

Nevsehir Haci Bektas Veli University
akyuzmeral@gmail.com

Özet

This study aims to evaluate the possible effects of climate change on harvest tourism in Cappadocia. Since no study dealt with the same issue in the territory so far, a qualitative approach was adopted and interviews were carried out with 11 tour guides (3 of whom are also active farmers), 4 government officials from the Ministry of Environment, Urbanization, and Climate Change, the Turkish State Meteorological Service, the Ministry of Culture and Tourism, and the Ministry of Agriculture and Forestry, and a farmer who hosts tourists for home-cooking and harvest tourism activities. The results of the study indicate a visible impact of climate change on harvest and other agricultural activities, such as late harvest of some products, issues on fruit farming, and a trend to grow more drought-resilient crops. However, the impact on harvest tourism is considered to be very limited since harvest tourism activities in the region are usually based on vineyard products which are already quite resilient. Inappropriate irrigation and fertilizer use are considered to create more problems than climate change and these problems include underground water and soil conditions. It is emphasized that most farmers in the territory are not aware of climate change and its potential impact. However, the interviewees do believe that the region could adapt the climate change by shifting products, thus harvest tourism activities do not seem to be at great risk in Cappadocia.

Keywords: Climate Change, Harvest Tourism, Cappadocia, Harvest

KÜLTÜREL MİRAS KAPSAMINDA DİJİTAL PALEOANTROPOLOJİ

Doç. Dr. Seda KARAÖZ ARIHAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
sedaarihan@yahoo.com

Özet

Günümüzde her alanda kendini gösteren dijitalleştirme, kültürel mirasın korunması konusunda da önemli bir alan olmuştur. Dijitalleştirme kültürel miras kapsamında olan taşınır ya da taşınmaz kültür varlıklarının hem kayıt altına alınmasını hem de gelecek kuşaklara aktarılmasını kolaylaştıran ve giderek yaygınlaşan bir uygulamadır. Paleoantropolojide dijitalleştirme Eski Anadolu Toplumları'na ait verilerin saklanması ve korunmasını sağlayarak kültürel mirasın korunmasına katkı sunmaktadır. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı antropolojik malzemelerin dijitalleştirilmesi, sergileme süreçleri, bunun yanı sıra eğitim amaçlı kullanımı hakkında güncel gelişmeleri antropolojik bakış açısı ile sunmaktır. Bu çalışmada kazı alanlarından çıkan insan ya da hayvan iskelet kalıntıları ile fosil kalıntıların dijitalleştirilmesi, kataloglanması ve sergilenmesi hakkında literatür bilgisi aktarılacak ve internet üzerinde oluşturulmuş olan sanal müzelerden örnekler verilecektir. Ayrıca tarafımızca yapılan dijitalleştirilmiş örneklerle de değinilecektir. Paleoantropolojik çalışmalarda dijitalleştirme, iki boyutlu görsel ya da özellikle buluntunun üç boyutlu taranması ile elde edilen hareket edebilir görüntüleme sayesinde birçok avantaj sunmaktadır. Müze gibi ortamlarda koleksiyonların sergilenmesinde, bilgi verici planların bir parçası olarak sunulmasında ya da eğitimin bir parçası olarak kullanılmasında dijitalleştirme günümüzde giderek yaygınlaşmaktadır. Bu sayede hem müzeler içerisinde hem de internet aracılığı ile daha çok insana ulaşım sağlanabilmektedir. Müzelerdeki uygulamalarda farklı yaklaşımlar kullanılmaktadır. Eserlere ait katalogların yapılması, çevrimiçi sergilerin hazırlanması, ya da çevrimiçi, ziyaretçilerin müze içerisindeymiş gibi dolaşmalarını sağlayan uygulamaların olması bu seçenekler arasında sayılabilir. Örneğin Florida Museum'un internet sayfasında yer alan uygulamada paleontolojik ve güncel hayvan ve bitkilere ait veri bankası bulunmaktadır. Bunlara ek olarak arkeolojik buluntulara ait fotoğraflı kataloglar yer almaktadır. British Museum'un internet sayfasını kullandığımızda da benzer şekilde müze kataloglarının yer aldığı ve çeşitli konularda çevrimiçi toplantılar düzenlendiği görülmektedir. Smithsonian Museum'da ise ilk iki müze örneğinin dışında üç boyutlu örnekler kullanıcılara görsellik açısından daha fazla imkân sağlamaktadır. Dijital teknolojinin kullanımı müzelerle sınırlı kalmamaktadır. Antropolojik mirasın ilk buluntu yerleri olan arkeolojik kazı alanlarında artık üç boyutlu görüntüleme lazer tarayıcılar ya da mobil cep telefonlarında kullanılmaya başlayan uygulamalar ile kazı sahası ve buluntular görselleştirilerek dijitalleştirilmek üzere kayıt altına alınabilmektedir. Bu veriler bilimsel yayınların ve toplantıların bir parçasını oluşturmaya başlamıştır. Yayınlanmış olan bir çalışmamızda iki boyutlu fotoğraflama tekniği ile üç boyutlu tarama ile yapılan dijital görüntüler karşılaştırılmış ve üç boyutlu görüntülemenin avantajları sunulmuştur. Bir diğer çalışmamız arkeolojik kazı ortamında mobil dijital tarama ile Eski Anadolu Toplumlarında nadir görülen bir patolojik örneğin üç boyutlu taramasının yapılmasıdır. Bu çalışmalar nadir örneklerin korunmasında avantaj sunmaktadır. Sonuç olarak dijitalleşen dünyada paleoantropoloji alanında da yeni gelişmelerin takip edilmesi önem kazanmaktadır. Bilginin dijitalleştirilmesi ile bilgiye ulaşılabilirliğin arttırıldığı, araştırmacılar arasında bilgi alışverişinin yapılabildiği ya da bilgiye ulaşmak isteyen diğer merak sahiplerine kolaylık sağlandığı açıktır. Diğer önemli bir husus da

dijitalleştirme ile objelerin ya da materyallerin taranması sayesinde kültürel mirasın korunması sağlanmaktadır. Bu yöntem verilerin saklanması, kataloglama yapılmasını sağlamaktadır. Son olarak dijital görüntülerin eğitim alanının neredeyse her bir basamağının bir parçası olabilmesi, bilgilendirmenin ve ulaşılabilir olmanın sağladığı avantajları kullanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Paleoantropoloji, Dijital Antropoloji, Kültürel Miras

DIGITAL PALEOANTROPOLOGY WITHIN THE SCOPE OF CULTURAL HERITAGE

Abstract

Digitization, which manifests itself in every field, has also been an important area in the protection of cultural heritage. Digitization is an increasingly widespread practice that facilitates both the recording of transportable or immovable cultural assets within the scope of cultural heritage and their transfer to future generations. Digitization in paleoanthropology helps protection of cultural heritage by keeping and protecting the data of Ancient Anatolian Societies. In this context, the aim of this study is to present current developments about the digitization of anthropological materials, their exhibition processes, as well as their use for educational purposes, from an anthropological point of view. In this study, literature information about the digitization, cataloging and display of human or animal skeletal remains and fossil remains from the excavation areas will be given and examples from virtual museums created on the internet will be given. In addition, digitized pictures made by us will also be mentioned. Paleoanthropologically, digitization, two-dimensional visualization, or especially motion imagery obtained by three-dimensional scanning of artifacts, offers many advantages. Digitization is becoming more and more common today, whether in environments such as museums for displaying their collections, hosting them as part of informative plans, or using them as part of education. In this way, more people can be reached both in museums and via the internet. Different approaches are used in applications in museums. These options include making catalogs of works, preparing online exhibitions, or having applications that allow online visitors to wander as if they were inside the museum. For example, there is a database of paleontological and current animals and plants in the application on the website of the Florida Museum. In addition to these, there are catalogs with photographs of archaeological finds. When we use the website of the British Museum, it is seen that there are museum catalogs and online meetings are held on various subjects. In the Smithsonian Museum, apart from the first two museum examples, three-dimensional examples provide more opportunities for users in terms of visibility. The use of digital technology is not limited to museums. At the excavation sites, which are the first finds of the anthropological heritage, three-dimensional imaging laser scanners or applications that have started to be used on mobile phones, the excavation site and finds can be visualized and recorded for digitalization. These data have started to form a part of scientific publications and meetings. In a published study, two-dimensional photography technique and three-dimensional scanning digital images were compared and the advantages of three-dimensional imaging were presented. Another work of ours is the three-dimensional scanning of a rare pathological sample in Ancient Anatolian societies with mobile digital scanning in an archaeological excavation environment. These studies offer advantages in the preservation of rare specimens. As a result, it is important to follow new developments in the field of paleoanthropology in the digitalized world. It is clear that with the digitization of information, accessibility to information is increased, information can be exchanged between researchers or

it is facilitated by other curious people who want to access information. Another important issue is the preservation of cultural heritage by scanning objects or materials with digitization. This method provides data storage and cataloging. Finally, the fact that digital images can be a part of almost every step of the education field uses the advantages of informing and being accessible.

Keywords: Paleoanthropology, Digital Anthropology, Cultural Heritage

GEÇMİŞİN HAFIZASINA BAKMAK: İNANÇ TURİZMİNE KONU OLAN BİR HAFIZA MEKÂNI OLARAK YEDİ KİLİSE'Yİ HATIRLAMAK

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
alaeddinoglu@yyu.edu.tr

Meryem İZİ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
meryemizi96@gmail.com

Özet

Bir toplumun “kim” ve “ne” olduğuna ilişkin sorulara yanıt bulmasına yardım eden, içinde bulunduğu zamanı ve mekânı, geçmişine ilişkin kodlarla şekillendirmesine imkan tanıyan ve bu kodları yeniden üreterek geleceğe aktarması sürecini ifade eden toplumsal hafıza, kendini bir mekân aracılığıyla inşa eder. Zira Nora (2005)’ya göre mekân, hafızanın yeridir. Assmann (2015) ise; belleğin mekâna ihtiyacı olduğunu söyler. Buna göre hafıza, mekânsallaşma eğiliminde olan bir yapıya sahiptir. Dolayısıyla mekâna hafızanın doğduğu, geliştiği, yayıldığı, korunduğu ve hatta öldüğü “canlı” bir varlık sahası denilebilir. Bu bağlamda mekân, bir toplumun hafızasının gelecekte yer bulması için hayati bir role sahiptir.

Mekan, aynı zamanda insanın kutsal/ruhani olana ilişkin değer kodlarının üretildiği, işlendiği ve bununla ilgili temel sembollerin en çok fark edildiği yaşam alanıdır. Geçmişten günümüze değin neredeyse her din, inanç, soyut olan varlığını, kendini görünür kılan daha somut sembollerle bir mekanda var etmiştir. Öyle ki, bugün bazı mekanlar sadece inanç üzerinden bir kimlik kazanmış ve hafızalarda bu yönleriyle yer etmiştir. Dolayısıyla insanın kutsal olanla irtibatının bir temsili olan inanç mekânları, hem geçmişle buluşmada hem de geleceğe ilişkin bir anlam dünyasını inşa etmede insanın yaşamını şekillendiren önemli hafıza mekânlarıdır. Özellikle toplumların mekân kimliğini büyük ölçüde kaybettiği günümüz dünyasında geçmiş, gelecek ve daha ötesini dair bir hafızayı parçası olduğu toplumun üyelerine aktarmakta ve bu yönüyle toplumsal hatırlatma görevi görmektedir. Ancak günümüzde çoğu inanç mekânı ya tahrip edilerek, yıkılarak ya da tamamen işlevsiz bırakılarak içinde yer aldığı toplumun hafızasından silikleşmekte ve en nihayetinde unutulmaktadır. Bu bağlamda bir mekânın silüeti üzerinden okunabilen toplumsal hafızanın unutma ve hatırlama (anımsama) yönü belirleyici olmaktadır.

Bu bağlamda nitel bir çalışma olarak tasarlanan bu araştırma, bugün Van’da inanç turizmine konu olan ve önemli bir hafıza mekânı görevi gören Yedi Kilise’nin (Warank Wank Manastırı) Van’da yaşayan yerli halkın toplumsal hafızasındaki yerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal Hafıza, Hafıza Mekânı, ,Unutma ve Hatırlama, Yedi Kilise

LOOKING INTO THE MEMORY OF THE PAST: REMEMBERING THE SEVEN CHURCHES AS MEMORY SITES SUBJECT TO FAITH TOURISM

Abstract

Social memory, which helps a society find an answer to the questions about "who" and "what" it is, allows it to shape the time and space it is in with codes related to its past, and expresses the

process of transferring these codes to the future by reproducing, constructs itself through a space. Because, according to Nora (2005), space is the place of memory. Assmann (2015) on the other hand; He says that memory needs space. Accordingly, memory has a structure that tends to spatialize. Therefore, space can be called a "living" existence area where memory is born, develops, spreads, is preserved and even dies. In this context, space has a vital role for the memory of a society to find a place in the future.

Space is also the living space where the value codes of the human being related to the sacred/spiritual are produced and processed and the basic symbols related to this are most noticed. From past to present, almost every religion, belief has created its intangible existence in a space with more concrete symbols that make itself visible. So much so that today, some places have gained an identity only through belief and have taken a place in the memories with these aspects. Therefore, places of belief, which represent the connection of man with the sacred, are important places of memory that shape human life both in meeting with the past and in constructing a world of meaning for the future. Especially in today's world, where societies have lost their spatial identity to a large extent, it transfers a memory of the past, the future and beyond to the members of the society of which it is a part, and in this respect, it serves as a social reminder. However, today, most places of belief are either destroyed, demolished or completely dysfunctional, fading from the memory of the society they are in and ultimately forgotten. In this context, the aspect of forgetting and remembering (remembering) of social memory, which can be read through the silhouette of a place, is decisive.

In this context, this study, which is designed as a qualitative study, aims to reveal the place of the Seven Churches (Warank Wank Monastery), which is the subject of faith tourism in Van and serves as an important memory place, in the collective memory of the local people living in Van.

Keywords: Social Memory, Memory Space, Forgetting and Remembering, Seven Churches

BİTLİS'İN KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ OLANAKLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Ayşegül KELEŞ ERİÇOK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
aysegulericok@yyu.edu.tr

Özet

Dünyada, özellikle küreselleşme ile birlikte sosyal, kültürel, politik ve teknoloji alanlarında ortaya çıkan birçok gelişme ve değişimlerin yanı sıra insanların serbest zamanlarının ve gelir düzeylerinin artması, bireylerin özel ilgileri doğrultusunda ürün ve hizmet arayışına girmelerine neden olmuştur. Bunun sonucunda ise kültüre, doğaya ve hobilere dayalı özel ilgi turizm türleri gelişmiştir. Kültüre dayalı özel ilgi turizmi türlerinden olan Kültürel miras turizminin kaynakları doğal ve tarihi değerlerin yanı sıra yaşam biçimi, gelenek-görenekler, yöreye özgü zanaatlar ve el sanatları, inançlar, yöreye özgü giyim kuşam öğeleri, yöresel yemekler, folklor gibi kültürel değerleri de içermektedir. Doğal, tarihi ve kültürel değerleri deneyimlemek isteyen bir ziyaretçinin, ziyaret etmek istedikleri yere taleplerinin artmasında sahip olunan kültür varlıklarının özgün olması ve çeşitliliği önem taşımaktadır. Kimi zaman ziyaretçiler, ziyaret ettikleri bölgedeki yapıların ait oldukları dönemi ve mimari özellikleri konusunda bilgi sahibi olmak isterken kimi zaman da bölgedeki yaşam biçimini deneyimlemek isterler. Çalışmaya konu olan Bitlis, Doğu Anadolu Bölgesinde yer almaktadır. Coğrafi konumu itibarıyla tarihsel süreçte ticaret yolları üzerinde konumlanmış kuzey ve doğu bölgeleri ile güney bölgeleri arasında önemli geçiş güzergâhlarından biridir. Geçmiş neolitik döneme kadar uzayan Bitlis'te farklı medeniyetlere ait çok sayıda doğal ve kültürel değerler bulunmaktadır. Özellikle kent merkezinde bütünlüğü bozulmadan günümüze kadar gelebilmiş bir kültürel doku bulunmaktadır. Bu çalışma kendine özgü geleneksel dokuya sahip olan Bitlis'in kültürel miras turizmi olanaklarını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Miras Turizmi, Kültür Varlıkları, Tabiat Varlıkları, Bitlis

INVESTIGATION OF THE CULTURAL HERITAGE TOURISM POSSIBILITIES OF BİTLİS

Abstract

In the world, especially with the globalization, many developments and changes in social, cultural, political and technological fields, as well as the increase in people's free time and income levels, have caused individuals to search for products and services in line with their special interests. As a result, special interest tourism types based on culture, nature and hobbies have developed. Cultural heritage tourism, which is one of the types of culture-based special interest tourism, includes natural and historical values as well as cultural values such as lifestyle, traditions and customs, local crafts and handicrafts, beliefs, local clothing items, local dishes, folklore. The authenticity and diversity of cultural assets is important in increasing the demand of a visitor who wants to experience natural, historical and cultural values to the place they want to visit. Sometimes visitors want to have information about the period and architectural features of the buildings in the region they visit, and sometimes they want to experience the lifestyle in the region. Bitlis, which is the subject of the study, is located in the Eastern Anatolia Region. Due

to its geographical location, it is one of the important transition routes between the northern and eastern regions and the southern regions, which are located on trade routes in the historical process. There are many natural and cultural values belonging to different civilizations in Bitlis, which dates back to the Neolithic period. Especially in the city center, there is a cultural texture that has survived to the present day without losing its integrity. This study aimed to indicate the facilities for cultural heritage tourism of Bitlis, which has a unique traditional texture.

Keywords: Cultural Heritage Tourism, Cultural Assets, Natural Assets, Bitlis

POPÜLİZM VE TURİZMİ: FİLM, MAGAZİN VE EDEBİYATIN TURİSTİK FAALİYETLERDE İLHAM ETKİSİ

Öğr. Gör. Dr. Özlem KÜÇÜK

Kocaeli Üniversitesi
ozlem.kucuk@kocaeli.edu.tr

Özet

Kültür, gelenekler, iklim, peyzaj, doğa anıtları, arkeolojik zenginlikler gibi geleneksel turizm kaynakları turizm rekabetinde diğer faktörlerle karşılaştırıldığında giderek daha az önemli hale gelmektedir. New York, Hong Kong, Bangkok, Paris, Londra, Amsterdam, Dubai, Singapur, İstanbul, gibi yüksek teknoloji donanımlı, kalabalık şehirler dünyada en fazla ziyaretçi alan yerler arasındadır. Bu şehirlerin en önemli ortak özelliklerinden biri okyanus yâda deniz kıyısında olmaları veya şehrin içinden bir nehrin geçmesidir. Diğer önemli ortak özellik ise bu şehirlerin çoğunun tarihi geçmişi, tarihi eserleri ve geçmiş dokularının bugünle iletişim kurması ve görünür olmalarıdır. Bir turizm destinasyonu için oluşturulan olumlu imaj çok kıymetlidir. Bulundukları ülkelerin ekonomilerinde çok önemli bir yere sahip, yüksek net gelir elde eden, ziyaretçi akınına uğrayan bu metropoller, film, magazin ve edebi eserlerin konusu olmuştur. Dubai gibi tarihi geçmişi büyük yankı uyandırmayanlar bile renkli eğlence merkezleri, ihtişamlı gökdelenleri, büyük alışveriş merkezleri, yüksek teknolojik altyapısı ile zengin bir mutfığa sahiptir. Bu çalışmada bir turistik destinasyonun bir sinema filmi yâda televizyon film içerisinde yer almasının turizm talebine etkisi üzerine odaklanırken aynı zamanda magazin kapaklarının, romanların konusu olan yerlerin, destinasyonlar ve hikâyeleri ile magazin haberlerin bireylerin seyahat seçimleri üzerindeki etkileri izlenecektir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Popülizm, Film Turizmi, Sinematik Coğrafya, Sosyal Medya

POPULISM AND TOURISM: THE INSPIRATION EFFECT OF FILM, MAGAZINE, AND LITERATURE ON TOURISTIC ACTIVITIES

Abstract

Traditional tourism resources such as culture, traditions, climate, landscape, natural monuments, and archaeological riches are becoming less and less important in tourism competition compared to other factors. High-tech, crowded cities such as New York, Hong Kong, Bangkok, Paris, London, Amsterdam, Dubai, Singapore, and Istanbul are among the places that receive the most visitors in the world. One of the most important common features of these cities is that they are on the coast of the ocean or the sea or a river passes through the city. Another important common feature is that the historical past, historical artifacts, and past textures of most of these cities communicate with the present and are visible. The positive image created for a tourism destination is very valuable. The positive image created for a tourism destination is very valuable. These metropolises, which have a very important place in the economies of the countries they are in, have a high net income and are flooded by visitors, have been the subject of films, magazines, and literary works. Even those whose historical past does not make a big impact, like Dubai, have colorful entertainment centers, magnificent skyscrapers, big shopping centers, high-tech infrastructure, and rich cuisine. In this study, while focusing on

the effect of the inclusion of a touristic destination in a movie or television movie on tourism demand, the effects of magazine covers, places that are the subject of novels, destinations and stories, and magazine news on the travel choices of individuals will be observed.

Keywords: Tourism, Populism, Film Tourism, Cinematic Geography, Social Media

MARDİN'DE YER ALAN YÖRESEL RESTORANLARA İLİŞKİN YAPILAN E-ŞİKAYETLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Serkan Yiğit

Mardin Artuklu Üniversitesi
serkanyigit@artuklu.edu.tr

Özet

Bu çalışmanın amacı; Mardin'de yer alan yöresel restoranlar hakkında yapılan şikayet içerikli yorumları incelemek, sınıflandırmak ve şikayetlerle ilgili işletmelere öneriler sunmaktır. Bu kapsamda veriler TripAdvisor üzerinden 10-15 Mayıs 2023 tarihleri arasından toplanmıştır. Bu kapsamda TripAdvisor'da yöresel restoranlar kategorisinde yer 11 restoran hakkında yapılan 502 şikayet içerikli yorum incelenmiştir. Sınıflandırma işlemi nitel veri analizi programı ile kodlama yapılarak yapılmıştır. Yapılan kodlama işlemi sonucunda 6 ana tema ve 14 alt tema elde edilmiştir. Ana temalar; yiyecek ve içeceklerle ilgili şikayetler, fiyatla ilgili şikayetler, personelle ilgili şikayetler, hizmet alanı ile ilgili şikayetler, servisle ilgili şikayetler, menü ile ilgili şikayetler şeklindedir. Çalışmanın sonuç kısmında ise; şikayet içerikli yorumların yoğunlaştığı konular üzerinde değerlendirmeler yapılarak, öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yöresel Restoranlar, E-şikayet, Mardin, TripAdvisor

EVALUATION OF E-COMPLAINTS REGARDING LOCAL RESTAURANTS IN MARDIN

Abstract

The aim of this study; To examine and classify the complaints about the local restaurants in Mardin and to offer suggestions to the businesses regarding the complaints. In this context, the data were collected through TripAdvisor between 10-15 May 2023. In the study, 502 complaints about 11 restaurants in the category of local restaurants on TripAdvisor were examined. The classification process was done by coding with a qualitative data analysis program. As a result of the coding process, 6 main themes and 14 sub-themes were obtained. Main themes; Complaints about food and beverages, complaints about price, complaints about personnel, complaints about service area, complaints about service, complaints about menu. In the conclusion part of the study; Suggestions were developed by making evaluations on the issues on which the complaints-related comments were concentrated.

Keywords: Local Restaurants, E-Complaints, Mardin, TripAdvisor

OTELLERİN PERFORMANSININ ÇOK BOYUTLU ANALİZİ: BALANS SKOR KART MODELİNİN KARŞILAŞTIRMALI OLARAK UYGULANMASI

Melek ŞİRİN

Akdeniz Üniversitesi
muhassebemelek@outlook.com

Doç. Dr. Vedat YİĞİTOĞLU

Akdeniz Üniversitesi
vedatyigitoglu@akdeniz.edu.tr

Özet

Bu çalışmanın temel amacı; büyük ölçekli otel işletmelerinin performansını çok boyutlu performans ölçüm yöntemlerinden biri olan Balans Skor Kartı (BSK) ile karşılaştırmalı olarak ortaya koyulması ve değerlendirilmesidir. Araştırma pandemi sürecinde gerçekleşmiştir. Bu bağlamda çalışmada pandeminin işletme performansı üzerinde etkisinin de belirlenmesi amaçlanmıştır. Geleneksel BSK modelinde finansal, müşteri, iç süreçler ve öğrenme-gelişme olmak üzere dört temel boyut bulunmaktadır. Bu çalışmada geleneksel modellerden farklı olarak çalışanlar, ayrı bir boyut olarak ele alınmıştır. Araştırma verileri 2021 yılı ocak ayında Antalya bölgesinde faaliyet gösteren 4 veya 5 yıldızlı toplam 18 farklı otelin üst düzey yöneticisiyle yüz yüze yapılan görüşmelerle toplanmıştır. Görüşmelerde veri toplama aracı olarak yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Elde edilen verilerin verilerinin analizinde yüzde ve ortalama gibi tamamlayıcı istatistiksel tekniklerden yararlanılmıştır. Microsoft Excel Programı ile yapılan analiz sonucunda ilgili otellerin finansal ve müşteri performans ortalamaları yaklaşık -%35, içsel süreç performans ortalaması -%39, öğrenme-gelişme performansı -%51 ve çalışan performans ortalaması -%10 olarak ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte finansal performansı pozitif olan iki otel O7 (%42) ve O5 (%9) olurken, müşteri performansı pozitif olan tek otel ise O16 (%3) olarak ortaya çıkmıştır. İç süreçler açısından bakıldığında ise performansı pozitif olan üç otelin sırasıyla O10 (%67), O7 (%55) ve O14 (%2) olduğu belirlenmiştir. Öğrenme-gelişme boyutunda otellerin tümü hedeflerinin oldukça altında kalmıştır. Çalışanlar açısından değerlendirme yapıldığında ise pozitif performans gösteren beş otelden en yüksek performansı ortaya koyanların sırasıyla O18 (%21) ve O13 (%15) işletmeleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tüm performans boyutları üzerinden ortaya koyulmuş ağırlıklı genel işletme sonuçlarına bakıldığında başarı ortalamasının yaklaşık -%32 olduğu tespit edilmiştir. Beş ana boyut birlikte ele alındığında pozitif performansı olan işletme olmamakla birlikte, performansı kötü'nün iyisi olan işletmeler sırasıyla O5 (-%15) ve O7 (-%20) iken, performansı en kötü olan işletmeler ise O13 (-%60) ve O18 (-%51) olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar COVID-19 sürecinin otel işletmelerinin genel performansı üzerinde ciddi düzeyde olumsuz etkiler bıraktığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte pandeminin de etkisiyle işletmelerin hedeflerinden en fazla uzaklaştığı boyutun finansal boyut, hedeflerine en fazla yaklaştığı boyutun ise çalışan boyutu olduğu anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Balans Skor Kartı, Performans Ölçümü, Otel İşletmeleri, COVID-19.

MULTIDIMENSIONAL ANALYSIS OF HOTELS' PERFORMANCE: THE COMPARATIVE APPLICATION OF THE BALANCE SCORECARD

Abstract

The main purpose of this study is to reveal and evaluate the performance of large-scale hotels comparatively with the Balanced Scorecard (BSC), one of the multidimensional performance measurement methods. This research was performed during the pandemic period. In this context, it is also aimed to determine the impact of the pandemic on business performance. In the traditional BSC model, there are four main dimensions: financial, customer, internal processes and learning-development. In this study, different from traditional models, employees are considered as a separate and fifth dimension. The research data were collected through face-to-face interviews with senior managers of 18 different 4 or 5-star hotels operating in Antalya region in January 2021. A structured interview form was used as a data collection instrument in the interviews. The data were analyzed using statistical techniques such as percentages and averages. As a result of the analysis made with Microsoft Excel Program, the financial and customer performance averages of the relevant hotels were approximately -35%, internal process performance average -39%, learning and development performance -51% and employee performance average -10%. However, the two hotels with positive financial performance were O7 (42%) and O5 (9%), while the only hotel with positive customer performance was O16 (3%). In terms of internal processes, the three hotels with positive performance were O10 (67%), O7 (55%) and O14 (2%). In the learning-development dimension, all hotels fell well below their targets. In terms of employees, it was concluded that out of the five hotels with positive performance, O18 (21%) and O13 (15%) were the highest performers, respectively. Looking at the weighted overall business results across all performance dimensions, it was found that the success average was approximately -32%. When the five main dimensions are considered together, there is no hotel with a positive performance, while O5 (-15%) and O7 (-20%) have the best of the worst performance, while O13 (-60%) and O18 (-51%) have the worst performance. These results reveal that the COVID-19 process has had a significant negative impact on the overall performance of hotels. However, with the effect of the pandemic, it was determined that the dimension in which the hotels got the most away from their targets was the financial, and the dimension in which the hotels got the closest to their targets was the employee.

Keywords: Balance Scorecard, Performance Measurement, Hotels, COVID-19.

YABANCI DÜŞMANLIĞININ AĞIRLAMA DAVRANIŞINA VE TURİZM DESTEĞİNE ETKİSİ

Doç. Dr. Vedat YİĞİTOĞLU

Akdeniz Üniversitesi
vedatyigitoglu@akdeniz.edu.tr

Özet

Türkiye, son yıllarda farklı ülkelerden gelen yoğun göç dalgasıyla karşı karşıya kalmıştır. Bu durum, yaşanan ekonomik sıkıntılarla birleştiğinde, halk arasında yabancı düşmanlığı gibi olumsuz tutumların ortaya çıkabileceği bir ortamı da beraberinde getirmiştir. Yabancı düşmanlığının ekonomik, sosyal, kültürel ve psikolojik etkileriyle birlikte turizm sektörüne de ciddi etkilerinin olabileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda çalışmada turizm öğrencilerinin yabancı düşmanlık düzeylerinin belirlenmesi ve bu düşmanlığın misafirperverlik davranışlarına ve turizm desteğine etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma verileri anketle toplanmıştır. Anket uygulaması 04 Nisan - 20 Nisan 2023 tarihleri arasında çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiştir. Google form ortamında hazırlanan anket, popüler bir mesajlaşma ve haberleşme uygulaması üzerinden Gastronomi ve Mutfak Sanatları eğitimi alan öğrencilere gönderilmiştir. Uygulama sonunda toplanan veriler Yapısal Eşitlik Modellemesi ile analiz edilmiştir. Analiz sonunda öğrencilerin yabancı düşmanlık düzeylerinin ortalamanın altında olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte yabancı düşmanlığının ağırlama davranışını ve turizm desteğini negatif şekilde etkilediği tespit edilmiştir. Turizm sektörü misafirperverlik ve hoşgörü gibi değerlere dayanmaktadır. Dolayısıyla öğrencilerin yabancılara yönelik tutumları turist deneyimiyle birlikte turizm bölgelerinin imajını ve rekabet gücünü de anlamlı şekilde etkileyebilmektedir. Bu nedenle, araştırma bulgularının özellikle turizm yöneticileri, eğitimcileri ve diğer turizm paydaşları için faydalı olması beklenmektedir. Yabancı düşmanlığının turizm üzerindeki olumsuz etkisinin anlaşılması ve bu konuda bilinçli bir şekilde hareket edilmesi hizmet kalitesinin gelişmesine yardımcı olabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Yabancı Düşmanlığı, Ağırlama Davranışı, Turizm Desteği, Göç, Türkiye.

THE IMPACT OF XENOPHOBIA ON HOSPITALITY BEHAVIOR AND TOURISM SUPPORT

Abstract

Türkiye has faced an intense migration wave from various countries in recent years. When combined with economic difficulties, this situation has raised the possibility of the emergence of negative attitudes such as xenophobia among the locals. It is thought that xenophobia, together with its economic, social, cultural, and psychological effects, can also have serious impacts on the tourism industry. In this regard, the study aims to determine the xenophobia levels of tourism students and to examine the effects of xenophobia on hospitality behavior and tourism support. The research data was collected through an online survey conducted between April 4th and April 20th, 2023, using Google Forms. The survey was sent to students studying Gastronomy and Culinary Arts through a popular messaging and communication application. The collected data was analyzed using Structural Equation Modeling. At the end of the analysis, it has been

determined that the xenophobia levels of the students are below the average. However, it has been found that xenophobia negatively affects hospitality behavior and tourism support. The tourism industry is based on values such as hospitality and tolerance. Therefore, students' attitudes towards foreigners can significantly affect the image and competitive advantage of tourism destinations, along with the tourists' experience. Hence, the research findings are expected to be beneficial, particularly for tourism managers, educators, and other stakeholders in the tourism industry. Understanding the negative impact of xenophobia on tourism and taking conscious actions in this regard can contribute to the improvement of service quality.

Keywords: Xenophobia, Hospitality Behavior, Tourism Support, Migration, Türkiye.

YARATICI TURİZM KAPSAMINDA DİJİTAL GÖÇEBELİK VE NİŞ PAZAR OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Öznur SİDAL

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
oznuryeksan@hotmail.com

Özet

Teknoloji, internet ve dijitalleşmenin çok hızlı ilerlemesi alışkanlık, kültür ve hatta düşünce yapılarında, değişimlere, gelişmelere ve dönüşümlere neden olabilmektedir. Bu değişimin en net hissedildiği alanlardan biri de çalışma hayatıdır. Özellikle pandemi süreci ile birlikte yaygınlaşan uzaktan çalışma artık birçok kişi için sıradan bir hal almıştır. Bu bağlamda günümüzde oldukça popüler olmaya başlayan dijital göçebelik kavramı uzaktan çalışan, çalışırken de seyahat edebilme durumunu ifade etmektedir. Seyahat etmeyi seven maceracı olarak bilinen dijital göçebeler, seyahat tutkularını iş hayatları ile birleştirerek hiçbir ülkeye, şehre hatta şirkete bağlı kalmadan çalışma hayatlarını sürdürmektedir. Bu çalışmanın amacı turizm alanında yeni bir kavram olan ve yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilen dijital göçebelik kavramına dikkat çekmek yeni bir niş pazar olarak potansiyellerini turizm literatürüne sunmaktır. Çalışmada ikincil veri kaynaklarından yararlanılmış; yerli ve yabancı kaynaklardan oluşan bir literatür taraması ile kavramsal çerçeve oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, Dijital Göçebelik, Niş Pazar

DIGITAL NOMINATION AND ITS EVALUATION AS A NICHE MARKET WITHIN THE SCOPE OF CREATIVE TOURISM

Abstract

The rapid progress of technology, internet and digitalization can cause changes, developments and transformations in habits, cultures and even thought structures. One of the areas where this change is most clearly felt is working life. Remote work, which has become widespread especially with the pandemic process, has now become commonplace for many people. In this context, the concept of digital nomadism, which has become very popular today, refers to the situation of working remotely and being able to travel while working. Digital nomads, known as adventurers who love to travel, combine their passion for travel with their business life and continue their working life without being tied to any country, city or even company. The aim of this study is to draw attention to the concept of digital nomadism, which is a new concept in tourism and evaluated within the scope of creative tourism, and to present its potential as a new niche market to the tourism literature. In the study, secondary data sources were used, and a conceptual framework was created with a literature review consisting of domestic and foreign sources.

Keywords: Digitization, Digital Nomadism, Niche Market

DÜLDÜL DAĞI (OSMANİYE/DÜZİÇİ) ÇUKUROVA'NIN KIŞ TURİZMİ MERKEZİ OLABİLİR Mİ?

Arş. Gör. Yusuf Çağrı TÜRKSEVEN

Mersin Üniversitesi
turksevecagri@mersin.edu.tr

Özet

Turizm endüstrisi elde edilen döviz geliri ve yarattığı istihdam açısından dünyanın en büyük endüstrilerinden birisidir. Özellikle yarattığı dışsalılık ve çarpan etkisi ile onlarca farklı sektörü canlandırmaktadır. Günümüzde turizm faaliyetleri geleneksel kitle turizmi (deniz-kum-güneş) anlayışından alternatif turizm anlayışına doğru yönelim göstermiştir. Bu çerçevede turistik talep de değişim göstermeye başlamıştır. Bu bağlamda, yeni alternatif turizm destinasyonlarının keşfedilmesi ve turizme kazandırılması turizmden elde edilen faydaların devamlılığı için önem arz etmektedir. Düldül Dağı 2246 metre yüksekliği ile Çukurova'nın en yüksek noktasıdır. Kısa mesafede hızlı bir şekilde artan yükseklik Düldül Dağı'nı kış turizmi, yayla turizmi, ekoturizm aktiviteleri, mağara turizmi, hava sporları turizmi gibi birçok alternatif turizm türü için uygun hale getirmiştir. Bu alternatif turizm türleri arasında kış turizmi önemli bir yer tutmaktadır. Kış turizmi çoğunlukla dağlık ve karlı bölgelerde yapılmaktadır. Kış turizmi faaliyetlerinde eğitim, yükseklik, bakı, karın yerde kalma süresi gibi coğrafi faktörler önemlidir. Ayrıca, konaklama tesisleri, kayak ve teleferik sistemleri kış turizminin gelişmesi için gereklidir. Düldül Dağı'nda projelendirilen ve yapımında sona gelinen "Düldül Dağı Doğa ve Kış Sporları Teleferik Tesis" bölgenin kış turizmi merkezi olma yolunda önemli bir yere sahiptir. Bu çalışmanın amacı, Düldül Dağı'nın kış turizmi merkezi olabilme potansiyelini ortaya koymak ve bölgenin kış turizmi merkezi olabilmesi için yapılması gerekenleri öneriler halinde sunmaktır. Bu amaçla nitel araştırma yöntemlerinden niteliksel tasarım türü (literatür/kaynak taraması) ve saha gözlemleriyle Düldül Dağı'nın kış turizmi potansiyeli ortaya koyulmaya çalışılacaktır. Mayıs 2023-Haziran 2023 tarihleri arasında saha gezileri yapılarak veri toplanacaktır. Bu çalışmanın Düldül Dağı'nın kış turizmi potansiyeline ilişkin farkındalık yaratarak bilimsel literatüre ve uygulayıcılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Düldül Dağı, Alternatif Turizm, Kış Turizmi

COULD DÜLDÜL MOUNTAIN (OSMANİYE/DÜZİÇİ) BE A WINTER TOURISM DESTINATION OF CUKUROVA?

Abstract

The tourism industry is one of the world's largest industries in terms of foreign exchange earnings and employment opportunities it creates. Especially with its externalities and multiplier effect, it stimulates dozens of different sectors. Nowadays, tourism activities are moving towards alternative tourism concepts from the traditional mass tourism (sun-sea-sand) approach. In this context, tourist demand has also started to change. In this regard, the discovery and development of new alternative tourism destinations are important for the continuity of the benefits obtained from tourism. Düldül Mountain, with an altitude of 2246 meters, is the highest point of Çukurova. The rapidly increasing altitude over a short distance has made Düldül

Mountain suitable for many alternative tourism types such as winter tourism, highland tourism, ecotourism activities, cave tourism, and air sports tourism. Among these alternative types of tourism, winter tourism occupies an important place. Winter tourism is mostly carried out in mountainous and snowy regions. Geographical factors such as slope, altitude, aspect, and snow retention time are important in winter tourism activities. In addition, accommodation facilities, ski lifts, and cable car systems are necessary for the development of winter tourism. The "Düldül Mountain Nature and Winter Sports Cable Car Facility" project, which is being planned and is close to completion on Düldül Mountain, has an important place in the region's path to becoming a winter tourism center. The aim of this study is to reveal the potential of Düldül Mountain to become a winter tourism center and to present recommendations for what needs to be done for the region to become a winter tourism center. For this purpose, the qualitative design type (literature/source review) of qualitative research methods and field observations will be used to reveal the winter tourism potential of Düldül Mountain. Data will be collected through field trips between May 2023 and June 2023. It is believed that this study will contribute to the scientific literature and practitioners by creating awareness of Düldül Mountain's winter tourism potential.

Keywords: Düldül Mountain, Alternative Tourism, Winter Tourism.

DÜNYA'DA AGROTURİZM: BİR BİBLİYOMETRİK ARAŞTIRMA

Doç. Dr. Nurhan KESKİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
keskin@yyu.edu.tr

Doç. Dr. Sadi ELASAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
sadielasan@yyu.edu.tr

Reyyan KESKİN

Uluslararası Balkan Üniversitesi
keskin.reyyan@ibu.edu.mk

Prof. Dr. Zehra EKİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
zehraekin@yyu.edu.tr

Prof. Dr. Sıddık KESKİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
skeskin@yyu.edu.tr

Özet

Bu çalışmada, Dünya'da son yirmi yedi yılda yapılmış agroturizm konulu çalışmalara ait bibliyometrik veriler VOSviewer görselleştirme programı aracılığıyla çeşitli bibliyometrik analizlere tabi tutulmuş ve haritalandırılmıştır. Bu amaçla Web of Science (WOS) veri tabanında "Agro tourism" anahtar kelimesi kullanılarak, yapılan aramada 1996-2023 yılları arasında toplam 1085 adet yayın taranmıştır. Tarama sonucunda bibliyometrik eşleme ile yayınlayan kurum, ülke, başlık, yazar isimleri, yayın yılı, dergi adı ve atıf sayısı analiz edilmiştir. Analiz sonucunda ortaya çıkan veriler VOSviewer Görsel Haritalama Yöntemi ile harita şeklinde sunulmuştur. Çalışma sonucunda, WOS veri tabanından alınan 1085 makaleye toplam 6609 adet atıf yapıldığı, makale başına ortalama atıf sayısının 6.5 ve H indeksinin 36 olduğu gözlenmiştir. Gerek makale gerekse de atıf sayısının 2003 yılından itibaren arttığı dikkat çekmiştir. Makalelerin %43'ü "Tarım" alanında yayınlanmış olup, Çin, Romanya, ABD ve İtalya en fazla (%47) makale yayınlayan ülkeler olmuştur. Makalelerin çoğu (%37) Elsevier ve Uluslararası Bahçe Bitkileri Derneği (International Society for Horticultural Science-ISHS) gibi kurumlarda yayınlanmıştır. Makalelerin %40.8'i konferans kitaplarında yayınlanırken %27'si SCI-Expanded kategorisinde yer alan dergilerde yayınlanmıştır. Çalışmada agroturizm alanındaki küresel eğilimler ve önemli çalışmalar ortaya konulmuş ve agroturizm alanında çok sayıda araştırmacının faaliyet gösterdiği ve bu alanda yapılan araştırmaların giderek arttığı gözlenmiştir. Çalışmanın, konu ile ilgili gelecekteki yönelimleri veya eğilimleri belirleyebilme açısından katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kırsal Turizm, Akademik Çalışmalar, Bibliyometri

AGROTOURISM IN THE WORLD: A BIBLIOMETRIC STUDY

Abstract

In this study, bibliometric data of agrotourism studies conducted in the world in the last twenty-seven years were subjected to various bibliometric analyses and mapped through VOSviewer visualization software. For this purpose, a total of 1085 publications between 1996-2023 were searched in the Web of Science (WOS) database using the keyword "agrotourism". As a result of the search, the publishing institution, country, title, author names, year of publication, journal name and number of citations were analyzed by bibliometric mapping. The data obtained as a result of the analysis were presented in the form of a map with VOSviewer Visual Mapping Method. As a result of the study, it was revealed that a total of 6609 citations were made to 1085 articles taken from the WOS database, the average number of citations per article was 6.5 and the H index was 36. It is noteworthy that both the number of articles and citations has increased since 2003. 43% of the articles were published in the field of "Agriculture" and China, Romania, USA and Italy were the countries that published the highest number of articles (47%). Most of the articles (37%) were published in institutions such as Elsevier and International Society for Horticultural Science (ISHS). While 40.8% of the articles were published in conference proceedings, 27% were published in journals in the SCI-Expanded category. In the study, global trends and important studies in the field of agrotourism were revealed and it was observed that a large number of researchers are active in the field of agrotourism and research in this field is gradually increasing. It is expected that the study will contribute to the determination of future orientations or trends related to the subject.

Keywords: Rural Tourism, Academic Studies, Bibliometry

KÜRESEL ŞARAP TURİZMİ ÇALIŞMALARININ BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Doç. Dr. Nurhan KESKİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
keskin@yyu.edu.tr

Doç. Dr. Sadi ELASAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
sadielasan@yyu.edu.tr

Reyyan KESKİN

Uluslararası Balkan Üniversitesi
keskin.reyyan@ibu.edu.mk

Prof. Dr. Sıddık KESKİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
skeskin@yyu.edu.tr

Özet

Bu çalışmada, Dünya'da şarap turizmine yönelik yapılmış araştırmaların eğilimleri bibliyometrik olarak incelenmiştir. Bu amaçla 1995-2023 yılları arasında yapılmış şarap turizmi çalışmaları "wine tourism" anahtar kelimesi kullanılarak Web of Science (WOS) veri tabanında taranmıştır. Tarama sonucunda 1664 çalışmaya ulaşılmıştır. Veri toplama işlemi için yayınlayan kurum, başlık, yazar isimleri, yayın yılı, dergi adı ve atıf sayısı gibi bilgiler kullanılmıştır. Tüm metin verileri VOSviewer yazılımıyla analiz edilerek doğruluk ve güvenilirlik sağlanmıştır. Metin madenciliği ve veri görselleştirme yöntemleri (örn. bubbles maps) kullanılarak sonuçlar daha anlaşılır hale getirilmiştir. WOS veri tabanından alınan 1664 makaleye 10382 adet atıf yapıldığı gözlemlenmiştir. Makale başına ortalama atıf sayısı 11.6 ve H indeksi 58'dir. 2005 yılından itibaren hem makale hem de atıf sayısının arttığı dikkat çekmiştir. Makalelerin %18'i "Tarım" alanında yayınlanmıştır. Avusturalya, ABD, İtalya ve İspanya bu konuda en fazla (%51) makale yayınlayan ülkelerdir. Makalelerin çoğu (%34) Emerald Group Publishing, Taylor&Francis ve Elsevier gibi kurumlarda yayınlanmış olup %38'i SCI-Expanded kategorisinde yer almaktadır. Çalışma sonucunda şarap turizmi alanında çok sayıda araştırmacının faaliyet gösterdiği ve bu alanda yapılan araştırmaların giderek arttığı gözlemlenmiştir. Çalışmanın şarap turizmi alanındaki küresel eğilimleri ve önemli çalışmaları ortaya koyması bakımından gelecekte planlanacak çalışmalara yol göstereceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Alternatif Turizm, İstatistik Analiz, Süreli Yayınlar

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF GLOBAL WINE TOURISM STUDIES

Abstract

In this study, the trends of research on wine tourism in the world were analyzed bibliometrically. For this purpose, wine tourism studies conducted between 1995-2023 were searched in the Web of Science (WOS) database using the keywords "wine-tourism". As a result of the search, 1664

studies were reached. Information such as title, author names, publication year, journal name and number of citations were used for data collection. All text data were analyzed with VOSviewer software to ensure accuracy and reliability. Text mining and data visualization methods (e.g. bubbles maps) were used to make the results more understandable. It was observed that 10382 citations were made to 1664 articles taken from the WOS database. The average number of citations per article is 11.6 and the H index is 58. Since 2005, it is noteworthy that both the number of articles and citations has increased. 18% of the articles were published in the field of "Agriculture". Australia, USA, Italy and Spain are the countries that published the highest number of articles (51%) on this subject. Most of the articles (34%) were published in publishing houses such as Emerald Group Publishing, Taylor&Francis and Elsevier and 38% of them are in SCI-Expanded category. As a result of the study, it was determined that a large number of researchers are active in the field of wine tourism and the research in this field is increasing. It is expected that the study will guide future studies in terms of revealing global trends and important studies in the field of wine tourism.

Keywords: Alternative Tourism, Statistics Analysis, Periodicals

TEKNİK GEZİLERİN TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN KÜLTÜR TURİZMİ ALGILARINA ETKİSİ: DENEYSEL BİR TASARIM

Öğr. Gör. Özge BÜYÜK

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
ozgebuyuk@comu.edu.tr

Doç. Dr. Gülşah AKKUŞ

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
gulsah.akkus@ikcu.edu.tr

Özet

Turizm eğitimi alan öğrencilerin mezuniyet aşamaları sonrasında turizm sektöründe oynayacakları etkin roller açısından bakıldığında; aldıkları sektörel eğitim esnasında edindikleri teorik bilgilerin yanı sıra katıldıkları uygulamaya dair faaliyetler özel önem taşımaktadır. Bu faaliyetler arasında yer alan teknik geziler, ilgili öğrencilerin mesleğe dair tutumlarını etkilemektedir. Alternatif turizm türleri arasında sayılan kültür turizmi, her geçen gün büyüme kaydetmekte ve aynı zamanda da küresel seyahat eğilim ve beklentilerini şekillendirmektedir. Eğitimlerini tamamladıktan sonra turizm profesyonelleri olarak sektörde etkin rol üstlenecek olan öğrencilerin, kültür turizmi ile ilgili altyapıları, sürdürülebilir turizm gelişiminde önem taşımaktadır. Bu noktadan hareketle, turizm alanında eğitim alan öğrencilerin kültür turizmi ile ilgili bilgi, altyapı ve farkındalıklarının da hem teorik hem pratik açıdan geliştirilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada turizm eğitiminde başvurulan uygulama teknikleri arasında yer alan kültür turizmi temalı teknik gezilerin, öğrencilerin ilgili turizm türü ile ilgili algılarında değişime neden olup olmadığı ortaya koyulmaktadır. Araştırmanın örneklemini seyahat ve turizm eğitimi devam etmekte olan 48 öğrenciden oluşmaktadır. Tek gruplu ön test-son test uygulanan basit deneysel desene sahip bu panel araştırmasında bağımsız değişkenin müdahalesi (deney) öncesi ve sonrasında kelime ilişkilendirme testi aracılığı (KİT) ile ölçülmüş, toplanan veriler MaxQDA 2020 Programı aracılığı ile içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırma sonuçlarına göre teknik geziler, turizm eğitimi alan öğrencilerin kültür turizmi algıları üzerinde anlamlı bir değişime yol açmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kültür Turizmi, Turizm Eğitimi, KİT, Müze Ziyaretleri, Teknik Gezi

THE EFFECT OF TECHNICAL TRIPS ON THE CULTURAL TOURISM PERCEPTIONS OF TOURISM STUDENTS: AN EXPERIMENTAL DESIGN

Abstract

Considering the active roles that students who receive tourism education will play in the tourism sector after graduation, besides the theoretical knowledge they have acquired during the sectoral education they receive, the activities related to the practice they participate in are of special importance. Technical trips, which are among these activities, affect the attitudes of the related students towards the profession. Cultural tourism, which is considered among the alternative tourism types, grows day by day and shapes global travel trends and expectations. Cultural tourism-related infrastructure of the students who will take an active role in the sector

as tourism professionals after completing their education is important in the development of sustainable tourism. From this point of view, it is necessary to develop the knowledge, infrastructure, and awareness of the students studying in tourism, both in theory and in practice. In this study, it is revealed whether cultural tourism-themed technical trips, which are among the application techniques used in tourism education, cause a change in the perceptions of students about the related tourism type. The research sample includes 48 students who are pursuing their travel and tourism studies. This single-group pretest-posttest panel study used a word association test to measure the independent variable before and after the intervention. Data collected was then analyzed with MaxQDA 2020. According to the results of the research, technical trips lead to a significant change in the cultural tourism perceptions of the students receiving tourism education.

Keywords: Cultural Tourism, Tourism Education, WAT, Museum Visits, Technical Trip

NUDGE OR NOT TO NUDGE IN FOOD AND BEVERAGE SECTOR: A COST ANALYSIS

Prof. Dr. Ekrem TUFAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
etufan@yahoo.com

Asst. Prof. Dr. Hasan GÜL

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
hasangul17@gmail.com

Nur UNDEY

Bağımsız Araştırmacı
nurkalpak@gmail.com

Abstract

As Kahneman (Kahneman, 2011) is asserted human decision can be divided into two as daily and non-daily (serious) decisions which 70% of our decisions are daily decisions. Because these decisions are mainly routine decisions, we do not spend too much time when we take them. Our brain is lazy so, usually left daily decisions for automated pilot. However, even it makes easy our life sometimes it leads us to fall wrong doings and/or biases. To avoid this and making more accurate decisions we need to be nudged. Nudge could be in every phase of our life. So, a small nudge can lead a big cost saving for a company who engaged in food and beverage sector. In this paper, with applying a questionnaire we have searched nudge opportunity for cost saving of one of university restaurant in Türkiye which apply self-service and tray system. As a result, we have found that making a small change (nudge) of tray system, the company can make big cost saving.

Keywords: Nudge, Food And Beverage, Tourism, Behavioural Economics

ÖDEMiŞ'TE TÜRK DÖNEMİ MİMARİ VE SANAT MİRASININ KÜLTÜR VE İNANÇ TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRMESİ

Doç. Dr. Mehmet TOP

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
mtop@yyu.edu.tr

Özet

Kültür ve inanç turizmi, tarihi ve kutsal yerlerin ziyaret edilmesi sonucu ortaya çıkan bir turizm şekli olup, Türkiye 'de bu kapsamında görülebilecek birçok kutsal ve tarihi yer ile eserler bulunmaktadır. Bu bağlamda Anadolu'nun kültürel zenginliği inanç turizminin de bir parçası haline gelmiş ve günümüzde kültürel turlarla birlikte güzergah belirlenmesinde önemli bir faktör olmuştur. Küçük Menderes Havzasında yer alan Selçuk, Tire ve Ödemiş gibi merkezlerde bir çok ziyaret yeri tarihi mekan bulunmaktadır. Bu merkezlerde farklı din ve medeniyetlere ait kültürel değerler inanç turizminin en önemli çekicilikleri arasında yer almaktadır. Yörede Türk dönemi 14. Yüzyıl başlarından itibaren takip edilebilmekte; genel olarak Aydınogulları ve Osmanlı dönemlerini kapsamaktadır. Bu dönemlerden kalma birçok mimari ve sanat mirası bulunmakta olup, bunların her birisi günümüzde turizmin önemli bileşenleri haline gelmiştir. Bu bildiri kapsamında, Ödemiş'in Merkezi ile Birgi, Bademli (Bademye) ve Lübbey gibi mahallelerinde yer alan Türk dönemine ait mimari ve sanat eserleri ile dini ziyaret alanlarının ele alınıp, turizm açısından değerlendirmesi yapılacaktır. Örneğin Birgi'nin merkezinde yer alan İmamı Birgivi Kabristanı ve Mezarı her yıl binlerce misafiri ağırlamaktadır. Adı Birgi ile özdeşleşmiş olan İmam-ı Birgivi aslında 1521 yılında Balıkesir'de doğmuştur. Tam adı Muhammed Bin Ali Zeynuddindir. Fikirleriyle zamanın alimleri arasında büyük itibar gören Mehmet Efendi Osmanlı İmparatorluğunun en geniş topraklara ulaştığı Kanun-i Sultan Süleyman döneminde yaşamıştır. Büyük bir fakih olmanın yanında Hacı Bayram Veli Hazretlerinin piri olduğu Bayramiye Tarikatı'nın da bir mensubudur. Birgivi Hazretleri 1573 yılında henüz 52 yaşındayken bir veba salgınında vefat etmiştir. Cenazesi Birgi'nin kuzeydoğusunda bulunan kabristana defnedilmiştir. Kabri sağlığındayken vasiyet ettiği üzere gösterişten uzaktır ve üzerine türbe yapılmamıştır. Zamanla burası yörenin en önemli inanç merkezlerinden biri haline gelmiştir. Birgi'de İmamı Birgivi'nin kabri dışında Aydınogulları ve Osmanlı dönemlerinden kalma mimari ve sanat eserleri kültür ve inanç turizminin birer parçası haline gelmiştir. Birgi Ulu Cami ve Çakırağa Konağı bunların en çok bilineni ve ziyaret edilen örnekleridir. Ayrıca diğer dini ve sivil mimarlık örnekleri ve Birgi kent dokusu gelen ziyaretçilere ve turistlere kaliteli zaman geçirmelerine imkan sağlamaktadır. Ödemiş'in 20 km. güneyinde yer alan Bademli Mahallesi, üzerinde Türk döneminden kalma birçok dini ve sivil mimarlık örnekleri barındırmaktadır. Aydın Dağlarının kuzey eteklerinde dere içerisine kurulmuş Bademli, geçmişte Bademye olarak bilinmektedir. Evliya başı ziyaret yeri, Kılıcı Mehmet Ağa Cami ve Hayrettin Efendi Camii bu dini mimarlık örneklerinden bazılarıdır. Bunlar mahallede inanç turizmi açısından kayda değer mekanlardır. Bu bildiride Ödemiş'in tarihi ve turizm açısından dikkat çeken iki önemli merkezi olan Birgi ve Bademli 'de bulunan bu değerlerin kültür ve inanç turizmi açısından gerekli ilgiyi görüp görmediği değerlendirilecektir. Bu merkezlerin alan yönetimlerinin yapılıp yapılmadığı; buna bağlı alt ve üst yapı ile çevre düzenlemesi ve temizliğinin ihtiyacı karşılayacak biçimde oluşturulup, oluşturulmadıkları irdelenecektir. Ayrıca bu iki merkezin birbirine entegre edilerek ziyaret edilme olanakları ortaya konmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Ödemiş, İmam Birgivi, Ulu Cami, Çakırağa Konağı, Kılıcı Camii

EVALUATION OF THE ARCHITECTURAL AND ARTISTIC HERITAGE OF THE TURKISH PERIOD IN ÖDEMiŞ IN TERMS OF CULTURE AND RELIGIOUS TOURISM

Abstract

Culture and religious tourism are forms of tourism that has emerged as a result of visiting historical and sacred places, and there are many sacred and historical places and artifacts that can be seen in Turkey. In this context, the cultural richness of Anatolia has become a part of religious tourism and has become an important factor in determining the route together with cultural tours today. There are many places of visit and historical sites in centers such as Selcuk, Tire and Paid located in the Küçük Menderes Basin. Cultural values belonging to different religions and civilizations are among the most important attractions of religious tourism in these centers. In the region, the Turkish period can be followed from the beginning of 14th century and in general, it covers the Aydınoğulları and Ottoman periods. There are many architectural and artistic heritages dating back to these periods, and each of them has become an important component of tourism today. Within the scope of this declaration, the architectural and artistic works of the Turkish period located in the center of Ödemiş and its neighborhoods such as Birgi, Bademli (Bademye) and Lübbey, as well as religious visiting areas will be discussed and evaluated in terms of tourism. For example, the Imam Birgivi Cemetery and Tomb, located in the center of Birgi, welcomes thousands of guests every year. Imam-ı Birgivi, whose name is identified with Birgi, was actually born in Balıkesir in 1521. His full name is Muhammad Bin Ali Zaynuddin. Mehmet Efendi, who was highly regarded among the scholars of the time with his ideas, lived during the reign of Kanun-i Sultan Süleyman, when the Ottoman Empire reached the widest lands. Besides being a great scholar, he is also a member of the Bayramiyye Order, of which Hacı Bayram Veli is the piri. Birgivi died in a plague epidemic in 1573 when he was only 52 years old. His body was buried in the cemetery located northeast of Birgi. His grave is far from ostentation, as he bequeathed when he was in good health, and no mausoleum was built on it. Over time, this place has become one of the most important faith centers of the region. Apart from the Imam Birgivi Tomb in Birgi, architectural and artistic works dating from the Aydınoğulları and Ottoman periods have become a part of cultural and religious tourism. Birgi Ulu Mosque and Çakırağa Mansion are the most well-known and visited examples of these. In addition, other examples of religious and civil architecture and the urban texture of Birgi provide an opportunity for visitors and tourists to spend quality time. The Bademli District, located 20 km south of Ödemiş, contains many examples of religious and civil architecture dating from the Turkish period. Established in a stream at the northern foothills of the Aydın Mountains, Bademli has been known as Bademye in the past. Evliya visitation place, Kılıcı Mehmet Ağa Mosque and Hayrettin Efendi Mosque are some of these examples of religious architecture. These are noteworthy places in terms of religious tourism in the neighborhood. In this declaration, it will be evaluated whether these values located in Birgi and Bademli, two important centers of Ödemiş that attract attention in terms of history and tourism, have received the necessary attention in terms of culture and religious tourism. It will be examined whether the area management of these centers has been carried out; whether they have been created in such a way as to meet the environmental regulation and maintenance needs with the related

infrastructure and superstructure. In addition, it will be tried to reveal the possibilities of visiting by integrating these two centers into each other.

Keywords: Ödemiş, Imam Birgivi, Ulu Mosque, Çakırağa Mansion, Kılıcı Mosque

YÖRESEL YİYECEKLERİN GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN ÖNEMİ: GÖKÇEADA YÖRESEL OT YEMEKLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ÇAVUŞOĞLU

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
mcavusoglu@comu.edu.tr

Olena ÇAVUŞOĞLU

Gastronomi Uzmanı Şef, Gökçeada
lunnacik@gmail.com

Özet

Sekiz bin yıllık insanlık tarihi geçmişi ve köklü gastronomi kültürü ile ülkemizin önemli bir turizm merkezi olan Gökçeada, geleneklere bağlı yöresel yiyecek içecek üretimini destekleyen Slow Food hareketine üyeliği ile de dünya turizm pazarındaki çekiciliğini artırmış bir destinasyondur. Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış bir ada olan Gökçeada, muhteşem doğası, tarihi, arkeolojik ve mitolojik geçmişi ve ev sahipliği yaptığı birçok medeniyetin katkısı ile oluşmuş rafine mutfak kültürü ile günümüzde gözde bir Gastronomi Turizm merkezi olma özelliği de taşımaktadır. Bu çalışma, geleneksel yöntemlerle hazırlanmış yöresel gıda ürünlerini, yöreye özgü otantik mekanlarda, adil fiyatlarla sunmayı kendine ilke edinmiş bir Gökçeada'da gastronomi turizmi yaratmaya katkı sağlamak için yapılmış bir çalışmadır. Çalışmanın birinci bölümünde Gökçeada'nın tarihi, arkeolojik ve doğal turistik potansiyeli ve tarihi binlerce yıllık insanlık tarihi geçmişine dayanan gastronomi kültürü hakkında bilgiler yer almaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde, Slow Food hareketi, gastronomi turizmi ve yöresel yiyecek içecek kavramları açıklanmıştır. Araştırma bölümü olan üçüncü bölümde ise Gökçeada'nın yiyecek içecek kültürü içerisinde yer alan ve Slow Food felsefesine uygun olarak üretilip gastronomi turizmi kapsamında satılabilecek Yöresel Ot Yemeklerini kayıt altına almayı amaçlayan Nitel bir araştırma yer almaktadır. Sonuç bölümünde ise Slow Food felsefesine uygun olarak üretilip gastronomi turizmi kapsamında satışı yapılabilecek Gökçeada yöresel ot yemeklerinin kayıt altına alınması, gelecek nesillere aktarılmasına katkı sağlanması ve yöresel yiyecek içecek kültürünün sürdürülebilirliği için yapılması gerekenler hakkında öneriler yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gökçeada, Turizm, Slow Food, Yöresel, Ot Yemeği

IMPORTANCE OF LOCAL FOODS IN TERMS OF GASTRONOMY TOURISM: A RESEARCH ON LOCAL HERB FOODS IN GÖKÇEADA

Abstract

Gökçeada, which is an important tourism center of our country with its eight thousand years of human history and deep-rooted gastronomic culture, is a destination that has increased its attractiveness in the world tourism market with its membership in the Slow Food movement, which supports traditional food and beverage production. Gökçeada, which is an island that has hosted many civilizations throughout history, is also a popular Gastronomy Tourism center with its magnificent nature, historical, archaeological and mythological history and a refined culinary culture formed by the contribution of many civilizations it hosts. This study is a study conducted

to contribute to the creation of gastronomic tourism in Gökçeada, which has adopted the principle of offering local food products prepared with traditional methods, in authentic places, at fair prices. In the first part of the study, there is information about the historical, archaeological and natural touristic potential of Gökçeada and the gastronomic culture based on thousands of years of human history. In the second part of the study, the Slow Food movement, gastronomic tourism and local food and beverage concepts are explained. In the third section, which is the research section, there is a Qualitative Research aiming to record the Local Herb Meals that are included in the food and beverage culture of Gökçeada and can be produced in accordance with the Slow Food philosophy and sold within the scope of gastronomy tourism. In the conclusion part, there are suggestions about what should be done for the recording of local herb dishes in Gökçeada, which can be produced in accordance with the Slow Food philosophy and sold within the scope of gastronomic tourism, to contribute to their transfer to future generations, and to ensure the sustainability of the local food and beverage culture.

Keywords: Gastronomy, Gökçeada, Tourism, Slow Food, Local, Herb Food

ALANYA'DA DİJİTAL GÖÇEBE POTANSİYELİ VE DESTİNASYON PAYDAŞLARININ ROLLERİ

Arş. Gör. Muhammet Necati ÇELİK

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
m.necaticelik@gmail.com

Özet

Dijital göçebeler giderek büyümekte olan ve gittikleri destinasyonlarda belirli beklentileri olan bir topluluktur. Dijital göçebeler, çalışırken dijital araçları ve interneti kullanan ve sürekli seyahat ederken uzaktan çalışan bilgi işçileri olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde birçok ülke dijital göçbeleri kendi ülkelerinde ağırlamak için özel vize politikaları geliştirmekte ve onların talep ettikleri altyapı ve hizmetleri sağlama çabası içerisine girmektedir. Uluslararası turizm istatistiklerinde üst sıralarda yer alan Türkiye'nin de dijital göçebelere yönelik politik adımları atması gerekmektedir. Alanya, 2021 yılında 5,5 milyondan fazla ziyaretçi ağırlayan, turizm altyapısı güçlü ve dijital göçbeleri çekme potansiyeli olan özelliklere sahip bir destinasyondur. Ancak, bu potansiyelini gerçekleştirmek adına destinasyon paydaşlarının dijital göçbelerin talep ettiği hizmetleri sağlama konusunda gereken adımları atması oldukça önemlidir. Bu araştırmanın temel amacı Alanya'daki destinasyon paydaşları tarafından dijital göçebe talebini çekmek amacıyla atılması gereken adımların belirlenmesidir. Araştırmada öncelikle dijital göçbelerin ihtiyaç duyduğu ve talep ettiği hizmetler döküman analizi yöntemiyle ilgili alanyazında yer alan araştırmalar ve raporlar incelenerek belirlenmiştir. Ardından destinasyon paydaşlarının atması gereken adımlar net bir şekilde ortaya koyulmuştur. Araştırmanın önemli sonuçlarından bazıları, kamu sektörü tarafından ortak kamu alanlarında hızlı internet hizmetinin ve kapsayıcı şehir içi ulaşım imkanlarının sağlanması gerektiğidir. Buna ek olarak, özel sektör temsilcileri tarafından dijital göçbelerin talep ettikleri ortak yaşam ve çalışma alanlarının oluşturulması gerekliliği de araştırmanın önemli sonuçları arasında yer almaktadır. Son olarak, Türkiye'deki politika yapıcılara dijital göçebe pazarından daha fazla pay alınması adına teşvik edici bazı düzenlemeler yapılması ve bu topluluğa özel bir vize politikası geliştirilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Göçebeler, Destinasyon Paydaşları, Politika Önerileri, Altyapı ve Hizmetler, Alanya

DIGITAL NOMAD POTENTIAL AND ROLES OF DESTINATION STAKEHOLDERS IN ALANYA

Abstract

Digital nomads are a growing community and have certain expectations from destinations. Digital nomads are defined as knowledge workers who use digital tools and the internet and work remotely while constantly traveling. Today, many countries are developing special visa policies to host digital nomads in their own countries and trying to provide the infrastructure and services demanded by digital nomads. Türkiye, which is one of the leading countries in international tourism statistics, also needs to take political steps toward digital nomads. Alanya, a destination that hosted more than 5.5 million visitors in 2021, has a strong tourism infrastructure and characteristics that attract digital nomads. However, to attract this potential,

destination stakeholders need to take the necessary steps to provide the services demanded by digital nomads. The main purpose of this research is to determine the steps needed to be taken by the destination stakeholders to attract digital nomads to Alanya. Firstly, the needed and demanded services for digital nomads were determined by examining the related research and reports in the literature with the document analysis method in the research. Then, the steps to be taken by the destination stakeholders are clearly revealed. Some of the important results of the research are that the provision of high-speed internet service in common public areas and extensive city transportation opportunities should be provided by the public sector. In addition, the necessity of creating co-living and co-working spaces by the private sector is among the crucial results of the research. Finally, it is recommended to policymakers that they need to make some encouraging regulations and develop a special visa policy for this community in Türkiye to get a larger share of the digital nomad market.

Keywords: Digital Nomads, Destination Stakeholders, Policy Suggestions, Infrastructure and Services, Alanya

GIDA GÜVENLİĞİ BİLGİSİNİN SOKAK LEZZETLERİNİ SATIN ALMAYA ETKİSİ¹

Berna SÜNBÜL

Karabük Üniversitesi
sunbulberna98@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Samet GÖKKAYA

Karabük Üniversitesi
sametgokkaya@karabuk.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi İsa UĞUR

Karabük Üniversitesi
isaugur@karabuk.edu.tr

Özet

Son yıllarda artan gıda kaynaklı hastalıklar ciddi sağlık sorunlarına yol açabilmekte hatta ölümler sonuculanabilmektedir. Bu yüzden tüketiciler güvenli gıda tüketme eğilimindedir. Turizm sektöründe bazı ziyaretçiler yiyecek ihtiyaçlarını genellikle restoran veya kafeterya gibi işletmelerden sağlarken bazıları ise daha kolay erişebileceği sokak lezzetleri ile karşılaşmaktadır. Ancak sokak lezzetlerinin gıda kaynaklı sağlık sorunları açısından güvenilirliği ile ilgili bazı endişelerin olduğunu söylemek de mümkündür. Bu sebeple bu çalışmada yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisinin, sokak lezzetlerini satın almaya etkisinin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda İzmir ilini ziyaret eden ve sokak lezzeti tüketen 533 yerli ziyaretçiden anket tekniği yoluyla veriler toplanmıştır. Araştırmada kullanılan gıda güvenliği bilgisi ve sokak lezzeti satın alma davranışına yönelik ölçekler daha önce yapılan çalışmalardan uyarlanmıştır. Geçerlik ve güvenilirlik analizleri yapıldıktan sonra araştırma hipotezleri test edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre yerli ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgilerinin sokak lezzeti satın alma davranışına olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca gıda güvenliği bilgisi alt boyutları olan kişisel hijyen ve çapraz bulaşmanın sokak lezzeti satın alma davranışını etkilediğine yönelik sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Ancak alt boyutlardan temizlik, pişirme, koruma ve personel sağlığının sokak lezzetlerini satın almaya etkisinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gıda Güvenliği, Sokak Lezzetleri, Satın Alma Davranışı, İzmir.

THE EFFECT OF FOOD SAFETY KNOWLEDGE ON PURCHASING STREET FOODS

Abstract

Food-borne diseases, which have increased in recent years, can lead to serious health problems, and even result in death. Therefore, consumers tend to consume safe food. In the tourism sector, some visitors fulfill their food needs from businesses such as restaurants or cafes during their travel, while others consume street foods that they can access more easily. However, there are concerns about the safety of street foods. Therefore, this research aims to reveal the effect of

¹ Bu çalışma “ziyaretçilerin gıda güvenliği bilgisinin gastronomik ürün olarak sokak lezzetlerini satın almaya etkisi” (2023) başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

domestic visitors' food safety knowledge on purchasing street food. In this context, data were collected from 533 domestic visitors who visited İzmir and consumed street food and survey technique was utilized to collect the data. The scales for food safety knowledge and street food purchasing behavior used in this research were adapted from previous studies. After the validity and reliability analyzes were conducted, the research hypotheses were tested. The results revealed that, the food safety information of domestic visitors positively affects the purchasing behavior of street food. In addition, it was revealed that personal hygiene and cross-contamination, which are the sub-dimensions of food safety knowledge, affect street food purchasing behavior. However, it has been determined that the sub-dimensions of hygiene, cooking and preservation, and employee health do not affect street food purchasing behavior.

Keywords: Food Safety, Street Food, Purchasing Behavior, İzmir.

TURİZM PLANLAMASINDA TURİZM GELİRLERİNİ YÜKSELTMEK, KATMA DEĞER VE LÜKS TURİZM

Öğr. Gör. Dr. Mehmet Tefvik İZGİ

İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa
mehmettevfik.izgi@iuc.edu.tr

Özet

Türkiye iktisadi analizinde ampirik bulgular, dış ödemeler bilançosundaki sorununun uzun yıllardır devam ettiği, cari işlemler hesabının açık verdiği ve ülkenin döviz ihtiyacı olduğunu göstermektedir. Cari işlemler hesabında ihracata ödenen dövizin ithalat ile kazanılan dövizden daha fazla olduğu için, mal dengesinde açık olmakta, dış ticaret açığı oluşmaktadır. Türkiye’de turizm gelirleri istikrarlı şekilde yükselmekte, uluslararası alanda iktisadi krizler, savaş tehlikeleri, salgın hastalıklar olduğunda dahi cari açığı azaltan bir kalem olmaya devam etmektedir. Turistik mal ve hizmet arz ederken yatırım maliyeti düşük, kar oranı yüksek ürünleri çeşitlendirerek satış ve pazarlama faaliyetlerinde etkin olarak turizm gelirleri yükseltilebilir. Katma değer, üretim süreci sonunda pazara sunulan ürünlerin satış fiyatı ile toplam maliyeti arasındaki farktır. Lüks turizm, yüksek gelir grubunda yer alan bireylere özgü bir turizm çeşididir ve bu niş pazarda kişi başı harcama yüksektir. Golf turizmi, kruvaziyer turizm, av turizmi gibi halen ülkemizde arz edilen turizm çeşitlerine ek olarak dünyada lüks turizm deneyiminin çok farklı türlerinin geliştiği yeni süreçler gözlenmektedir. Lüks turizm talebinde bulunan turistlerin, kendilerine özgü bireysel deneyimleri önemseydiği, literatürde ampirik çalışmaların bulguları arasında olduğu yayınlara rastlanmaktadır. Turizm planlamasında katma değeri yüksek ürünlere ve lüks turizme daha fazla yer vermek Türkiye turizm gelirlerini artıracaktır. Bu çalışmanın amacı olarak ülkemize döviz kazandıran turizm sektöründe özellikle yabancı turistlere yönelik analizlerde, turizm planlamasında ve politikasında kişi başı harcamanın yükseltilebilmesi için neler yapılabilir sorusunun cevabı aranmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Planlaması ve Politikası, Katma Değer, Lüks Turizm

INCREASING TOURISM REVENUES IN TOURISM PLANNING, VALUE ADDED AND LUXURY TOURISM

Abstract

Empirical findings in Turkey's economic analysis show that the problem in the balance of foreign payments has been going on for many years, the current account has a deficit, and the country needs foreign currency. Since the foreign exchange paid for exports in the current account is more than the foreign exchange earned by imports, there is a deficit in the goods balance and a foreign trade deficit occurs. Tourism revenues are rising steadily in Turkey, and it continues to be an item that reduces the current account deficit even when there are economic crises, war risks and epidemics in the international arena. While supplying touristic goods and services, tourism revenues can be increased effectively in sales and marketing activities by diversifying products with low investment costs and high profit rates. Added value is the difference between the selling price and the total cost of the products offered to the market at the end of the production process. Luxury tourism is a type of tourism specific to high-income individuals and

per capita expenditure is high in this niche market. In addition to the tourism types currently offered in our country, such as golf tourism, cruise tourism, and hunting tourism, new processes are observed in which many different types of luxury tourism experience develop in the world. There are publications in the literature that are among the findings of empirical studies, in which tourists who demand luxury tourism care about their unique individual experiences. Giving more place to high value-added products and luxury tourism in tourism planning will increase Turkey's tourism revenues. For the purpose of this study, the answer to the question of what can be done to increase the per capita expenditure in tourism planning and policy, especially in the analysis for foreign tourists in the tourism sector, which brings foreign currency to our country, is sought.

Keywords: Tourism Planning and Policy, Value Added, Luxury Tourism

İŞGÖRENLERİN İŞE YABANCILAŞMA DÜZEYLERİ İLE DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ ARASINDAKİ FARKLILAŞMA: ALANYA'DA FAALİYET GÖSTEREN BEŞ YILDIZLI KONAKLAMA İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA²

Eyüp APAYDIN

Giresun Üniversitesi
apaydin.eyup@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Ömür UÇAR

Giresun Üniversitesi
omur.ucar@giresun.edu.tr

Özet

Bireyin örgüte ve/ya işe karşı ilgisini kaybederek soğuması ve kendisini o iş ortamına ait hissedememesi olarak tanımlanan “işe yabancılaşma” işgörenlerin performans ve verimliliğini olumsuz etkileyen faktörlerden bir tanesidir. İşgörenlerin işe yabancılaşmasını etkileyen örgütsel ve çevresel faktörler olabileceği gibi kendi demografik özellikleri de bu durumu etkileyebilir. Bu araştırmanın amacı işgörenlerin işe yabancılaşma düzeylerinin demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemektir. Araştırmada veriler Alanya’da faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinin işgörenlerinden kolayda örneklem yöntemi kullanılarak toplanmış ve kullanılabilir 411 veri elde edilmiştir. Çalışmada katılımcıların demografik değişkenlere göre dağılımı incelenmiş ve işe yabancılaşma ölçeğindeki soruların ortalamaları betimleyici istatistiklerle hesaplanmıştır. Elde edilen verilere normallik testi, t testi ve tek yönlü anova analizi uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre işgörenlerin işe yabancılaşma düzeyleri ile eğitim durumu, sektörde çalışma süresi ve çalıştığı departman arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: işe yabancılaşma ve demografik özellikler

THE DIFFERENCE BETWEEN WORK ALIENATION LEVELS AND DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF EMPLOYEES: A STUDY ON FIVE STAR ACCOMMODATION BUSINESSES OPERATING IN ALANYA

Abstract

“Work alienation”, which is defined as the individual's loss of interest in the organization and/or work and his being unable to feel himself belonging to that work environment, is one of the factors that negatively affect the performance and productivity of the employees. There may be organizational and environmental factors affecting the alienation of the employees from work, as well as their own demographic characteristics. The aim of this research is to determine

² Bu çalışma, Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekoturizm Rehberliği ABD Dr. Öğretim Üyesi Ömür UÇAR danışmanlığında hazırlanan “Örgütsel Güvenin İşe Yabancılaşma ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisi: Alanya’da Faaliyet Gösteren Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma” (2023) başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

whether the work alienation levels of the employees differ according to their demographic characteristics. The data used in the research were collected from the employees of the five-star hotel businesses operating in Alanya by using the convenience sampling method and 411 usable data were obtained. In the study, the distribution of the participants according to demographic variables was examined and the averages of the questions in the work alienation scale were calculated with descriptive statistics. Normality test, t test and one-way anova analysis were applied to the obtained data. According to the results of the research, it has been determined that there is a statistically significant difference between the level of alienation of the employees and their education level, working time in the sector and the department they work in.

Keywords: Work alienation and demographic characteristics

PAYLAŞIM EKONOMİSİ ARACI OLARAK GASTRONOMİ: EATWITH ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Dr. İsmail UZUT

İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa
ismail.uzut@iuc.edu.tr

Özet

Turizm açısından paylaşım ekonomisi çerçevesinde en sık kullanılan uygulamalar; konaklama açısından AIRBNB, CouchSurfing, vb., ulaştırma hizmetleri açısından Uber, BlaBlaCar, vb. olduğu söylenebilir. Paylaşım ekonomisi uygulamalarının sayılarındaki bu artış konunun gastronomi açısından da ele alınabileceğini ortaya çıkartmış ve dolayısıyla paylaşım ekonomisi kapsamında birçok uygulama geliştirilmiştir. Gastronominin sürdürülebilirlik (De Jong, 2018), mevsimsellik baskısını ortadan kaldırma (Nesterchuk, 2018: 1877) gibi destinasyona sağladığı doğrudan faydaların yanında turist deneyimi (Mulcahy, 2019: 25) üzerindeki etkileri aracılığıyla katkı da sağladığı söylenebilir. Dolayısıyla EatWith gibi paylaşım ekonomisi uygulamaları aracılığıyla turistler, yerel halk ile temas ederek hem gastronomi hem de yerel kültür hakkında daha detaylı bilgi edinebilmekte ve deneyimlerinin zenginleşmesini sağlayabilmektedirler. Çalışma kapsamında EatWith isimli uygulamada öncelikli olarak Türkiye’de en fazla turist ziyaret ettiği şehirler taranmış ve söz konusu şehirlerde en fazla yorumun İstanbul özelinde yapıldığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla çalışmanın analiz birimi İstanbul olarak seçilmiştir. İstanbul özelinde yapılan tarama sonucunda EatWith üzerinden İstanbul’da faaliyet gösteren 47 farklı ilan ve 121 yorum tespit edilmiştir. Nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan içerik analizi kullanılarak yapılan analiz sonucunda sıklık derecelerine göre sırasıyla “Misafirperverlik”, “Unutulmaz Deneyim Sağlama”, “Yerel Gastronomi Hakkında Enformasyon Sağlama”, “Otantiklik”, “Yerel Halkla İletişim Kurma” ve “Kültürel ve Sosyal Enformasyon Sağlama” olmak üzere 6 temadan oluşan bir yapı ortaya çıkmıştır. Söz konusu temaların ilgili literatürde Atsız vd. (2022: 131), Özdemir Güzel (2022: 772), Lin vd. (2021: 286) yapmış olduğu çalışmaların sonuçları ile benzerlik gösterdiği görülmüştür. Öte yandan İstanbul bağlamında EatWith üzerinden yapılan kullanıcı yorumları incelendiğinde literatürde yer almayan “Kültürel ve Sosyal Enformasyon Sağlama” teması açısından önemli bulgulara da yer verildiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: EatWith, Gastronomi, Paylaşım Ekonomisi, İçerik Analizi

GASTRONOMY AS A SHARING ECONOMY TOOL: CASE OF EATWITH

Abstact

The sharing economy has witnessed the emergence of various applications in the field of tourism, including platforms like Airbnb and Couchsurfing for accommodation, as well as Uber and BlaBlaCar for transportation services. This trend has also extended to the realm of gastronomy, leading to the development of several sharing economy applications. Gastronomy, within the sharing economy context, offers direct benefits to destinations such as sustainability (De Jong, 2018) and the alleviation of seasonal pressure (Nesterchuk, 2018: 1877), while also enhancing the overall tourist experience (Mulcahy, 2019: 25). Applications like EatWith allow tourists to engage with local individuals, providing them with detailed information about local gastronomy and culture, thus enriching their experiences. Within the scope of the study, the

cities visited by the most tourists in Turkey were scanned in the EatWith application, and it was determined that the most comments were made specifically for Istanbul. Therefore, the analysis unit of the study was chosen as Istanbul. As a result of the search made specifically for Istanbul, 47 different advertisements and 121 comments operating in Istanbul were identified on EatWith. As a result of the analysis made using content analysis, which is among the qualitative research methods, a structure consisting of 6 themes emerged. According to the frequency levels, respectively, "Hospitality", "Providing Unforgettable Experience", "Providing Information About Local Gastronomy", "Authenticity", "Communicating with Local People" and "Providing Cultural and Social Information" themes namely emerged. The themes in this study are similar in the related studies which are conducted by Atsız et al (2022: 131), Özdemir Güzel (2022: 772), Lin et al (2021: 286). On the other hand, when the user comments on EatWith in the context of Istanbul were examined, "Providing Cultural and Social Information" theme creates the most important value to the literature. Because in the gastronomy and sharing economy literature "Providing Cultural and Social Information" theme is not previously associated with gastronomy and sharing economy.

Keywords: EatWith, Gastronomy, Sharing Economy, Content Analysis

References

- Atsız, O., Cifci, I., & Law, R. (2022). Understanding food experience in sharing-economy platforms: Insights from Eatwith and Withlocals. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(1-2), 131-156.
- De Jong, A., Palladino, M., Puig, R. G., Romeo, G., Fava, N., Cafiero, C. & Sjölander-Lindqvist, A. (2018). Gastronomy tourism: An interdisciplinary literature review of research areas, disciplines, and dynamics. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 3(2), 131-146.
- Lin, P. M., Michael Ok, C., & Ching Au, W. (2021). Tourists' private social dining experiences. *Tourist Studies*, 21(2), 278-299.
- Mulcahy, J. D. (2019). Historical evolution of gastronomic tourism. *The Routledge handbook of gastronomic tourism*, 24-31.
- Nesterchuk, I., Balabanyts, A., Pivnova, L., Matsuka, V., Skarha, O., & Kondratenko, I. (2021). Gastronomic tourism: Features and development tools. *Linguistics and Culture Review*.
- Özdemir Güzel, S., (2019). Eatwith Kullanıcı Yorumlarının İncelenmesi: İstanbul Örneği. 20. Ulusal Turizm Kongresi (pp.769-774). Eskişehir, Turkey

SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASI KONU ALAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Arş. Gör. Büşra Meltem TÜRKMEN

İstanbul Medipol Üniversitesi
busra.turkmen@medipol.edu.tr

Prof. Dr. Mehmet SARIOĞLAN

Balıkesir Üniversitesi
mehmets@balikesir.edu.tr

Arş. Gör. Hilal KESKİN

İstanbul Kent Üniversitesi
hilal.keskin@kent.edu.tr

Özet

UNESCO tarafından 2003 yılında yapılan somut olmayan kültürel miras tanımı, toplulukların, grupların ve kimi durumda kişilerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları müzik, dans, şarkı, tiyatro, sosyal uygulamalar, destanlar, masallar ve hikâyeler, sahne sanatları gibi ritüeller, anlatımlar, bilgiler, beceriler, uygulamalar ve buna ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekânların bütünü şeklindedir. Bu anlamda bu değerlere sahip çıkmanın önemi her geçen gün artış göstermektedir. UNESCO tarafından 2003 yılında imzalanan Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesi'ne Türkiye de üç yıl sonra 2006 yılında dâhil olmuştur. Bu çalışma, 2006-2023 yılları arasında YÖK Ulusal Tez Merkezi tarafından yayınlanan "Somut Olmayan Kültürel Miras" başlıklı lisansüstü tezlerin sınıflandırılarak bibliyometrik analizinin gerçekleştirilmesini amaçlamaktadır. Bir bibliyometrik analiz, belirli bir bilimsel araştırma konusundaki kalitatif ve kantitatif değişiklikleri belirlemek, konuyla ilgili yayınların profilini oluşturmak ve bir disiplindeki eğilimleri tespit etmek için istatistiksel yöntemler uygulanmasını içermektedir. YÖK Ulusal Tez Merkezinde 2006-2023 yılları içerisinde "Somut olmayan kültürel miras" konu başlıklı 65 adet yüksek lisans 13 adet doktora tezi olmak üzere toplam 78 adet tez bulunmaktadır. Elde edilen tezlerin hiç birinde erişim sınırı bulunmadığı için araştırma kapsamında 78 adet tez incelemeye tabii tutulmuştur. Araştırma çerçevesinde Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi veri tabanı üzerinden tarama terimi yazılan bölüme Türkçe "Somut Olmayan Kültürel Miras" ve İngilizce "Intangible cultural heritage" şeklinde kelime grupları yazılarak sonuçlar elde edilmiştir. Çalışmada, YÖK Ulusal Tez Merkezinin internet adresinde 25.02.2020 ve 05.04.2023 tarihlerinde yapılan taramanın sonuçları temel alınmıştır. Ulaşılan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizlerinin yapılması için tez künyelerinde yer alan "yayınlanan yıl", "tezin dili", "tür", "Anabilim Dalı", "yayınlandığı üniversite", "erişim", "araştırma yöntemi" ve "konu" şeklinde analiz çerçevesi oluşturulmuştur. Tezlere ilişkin verilerin değerlendirilmesi için istatistik paket veri programı kullanılarak yüzde ve frekans analizine tabi tutulmuştur. Ayrıca tezlere yönelik çıkarımlarda ise içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Yapılan bibliyometrik analiz neticesinde erişilen lisansüstü tezlerin en fazla yüksek lisans derecesinde ve 2022 yılında yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Yayınlanan tezlerin en çok "Halk Bilimi", "Eğitim ve Öğretim" ve "Turizm" konularında yazıldığı analiz sonucunda elde edilmiştir. Yayınlanan lisansüstü tezlerin dili geneli Türkçe olmakla birlikte yalnızca iki adet yüksek lisans tezinin dili İngilizce olduğuna rastlanılmıştır. Araştırma kapsamında

değerlendirilen “Somut Olmayan Kültürel Miras” başlıklı 78 lisansüstü tezin yayınlandığı üniversiteler incelendiğinde Gazi Üniversitesinin ön planda olduğu görülmektedir. Lisansüstü tezlerin araştırma yönteminde genellikle nitel (%82,1) sonrasında ise nicel (%14,1) kullanılmış olup yalnızca iki çalışmada karma yöntem kullanıldığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Somut Olmayan Kültürel Miras, Bibliyometrik analiz, Halk Bilimi, Turizm

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF POST-GRADUATE THESES ON INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE

Abstract

The definition of intangible cultural heritage made by UNESCO in 2003 includes music, dance, song, theatre, social practices, epics, tales and stories, performing arts rituals that communities, groups and in some cases, individuals define as part of their cultural heritage; expressions, knowledge, skills, practices and related tools, materials and cultural spaces. In this sense, the importance of protecting these values is increasing day by day. Turkey was included in the Intangible Cultural Heritage Convention signed by UNESCO in 2003, three years later in 2006. This study aims to classify and perform bibliometric analysis of graduate theses titled "Intangible Cultural Heritage" published by Council of Higher Education National Thesis Centre between 2006-2023. A bibliometric analysis involves applying statistical methods to identify qualitative and quantitative changes in a particular scientific research topic, to profile relevant publications, and to detect trends in a discipline. There are a total of 78 theses, 65 of which are master's and 13 of which are doctoral theses, titled "Intangible Cultural Heritage" in 2006-2023 at the Council of Higher Education National Thesis Centre. Since none of the theses obtained had an access limit, 78 theses were examined within the scope of the research. Within the framework of the research, the results were obtained by writing the word groups such as “Intangible Cultural Heritage” in Turkish and “Intangible cultural heritage” in English in the section where the search term was written on the database of the Council of Higher Education National Thesis Centre. The study is based on the results of the search made on the internet address of Council of Higher Education National Thesis Centre on 25.02.2020 and 05.04.2023. In order to make bibliometric analyses of the postgraduate theses reached, the analysis framework in the thesis tags such as "published year", "language of the thesis", "type", "department", "university of publication", "access", "research method" and "subject" was created. In order to evaluate the data related to the theses, percentage and frequency analysis were performed using the statistical package data program. In addition, the content analysis method was used in the inferences for the theses. As a result of the bibliometric analysis, it was determined that the postgraduate theses accessed were mostly concentrated in the master's degree and in 2022. It was obtained as a result of the analysis that the published theses were mostly written on the subjects of "Folklore", "Education and Training" and "Tourism". Although the language of the published postgraduate theses is generally Turkish, only two master's theses were found to be in English. When the universities where 78 postgraduate theses titled "Intangible Cultural Heritage" were published, evaluated within the scope of the research, it is seen that Gazi University is at the forefront. In the research method of postgraduate theses, generally qualitative (82.1%) and then quantitative (14.1%) were used, and it was determined that mixed method was used in only two studies.

Keywords: Intangible Cultural Heritage, Bibliometric Analysis, Folklore, Tourism

TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN DİJİTAL YETERLİLİKLERİNİN İNCELENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Serpil SEVİMLİ DENİZ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
sdeniz@yyu.edu.tr

Arş. Gör. Ezgi BAYRAM ÖZ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ezgibayramoz@yyu.edu.tr

Özet

Turizm sektörü, dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte önemli bir dönüşüm geçirmektedir. Seyahat planlaması, rezervasyon ve ödeme işlemleri gibi süreçler artık çevrimiçi olarak gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle, turizm öğrencilerinin dijital yeterliliklerini geliştirmeleri gerekliliği ortadadır. Bu araştırma, turizm öğrencilerinin dijital yeterliliklerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veriler, öğrencilerin dijital yeterliliklerini ölçmek amacıyla "Dijital yeterlilikler ölçeği" ve kişisel bilgi formu kullanılarak toplanmıştır. Araştırmanın sonuçları turizm öğrencilerinin dijital yeterlilik seviyelerinin orta düzeyde olduğunu göstermektedir. Ayrıca, öğrencilerin eğitim düzeyi arttıkça dijital yeterliliklerinin arttığı ve "dijital yerliler" olarak tanımlanan 18-20 yaş arasında dijital yeterliliklerin daha iyi olduğu, cinsiyet ile dijital yeterliliğin bir ilgisi olmadığı sonuçlarına varılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, turizm öğrencilerinin dijital yeterliliklerinin geliştirilmesi için yenilikçi yaklaşımların kullanılması gerekmektedir. Bu kapsamda, eğitim materyallerinin yanısıra interaktif uygulamaların kullanılması önerilmektedir. Ayrıca, turizm sektörü paydaşları ile iş birliği yapılarak, öğrencilerin sektörün dijital gereksinimlerini daha iyi anlamalarına yardımcı olunması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Öğrencileri, Dijital Yeterlilik, Yenilikçi Yaklaşımlar, Eğitim Materyalleri, İnteraktif Uygulamalar, Turizm Sektörü

EXAMINING THE DIGITAL COMPETENCIES OF TOURISM STUDENTS

Abstract

The tourism sector is undergoing a significant transformation with the spread of digital technologies. Processes such as travel planning, reservation and payment processes are now carried out online. Therefore, it is obvious that tourism students need to develop their digital competencies. This research aims to examine the digital competencies of tourism students. Quantitative research method was used in the research. The data were collected by using the "Digital competencies scale" and personal information form in order to measure the digital competencies of the students. The results of the research show that the digital competence levels of tourism students are moderate. In addition, it has been concluded that as the education level of the students increases, their digital competencies increase and digital competencies are better between the ages of 18-20, defined as "digital natives", and there is no relation between gender and digital competency. According to the results of the research, innovative approaches should be used to develop the digital competencies of tourism students. In this context, it is

recommended to use interactive applications as well as educational materials. It is also recommended to help students better understand the digital needs of the industry by collaborating with tourism industry stakeholders.

Keywords: Tourism Students, Digital Competence, Innovative Approaches, Educational Materials, Interactive Applications, Tourism Sector

VERİ ANALİTİĞİ VE TURİZMDE KULLANIM ÖRNEKLERİ

Dr. Öğr. Ü. Serpil SEVİMLİ DENİZ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
sdeniz@yyu.edu.tr

Özet

Veri analitiği, istatistiksel ve matematiksel yöntemler kullanarak verileri işleme, görselleştirme ve yorumlama sürecidir. Bu sayede, veri setlerindeki eğilimler, kalıplar, ilişkiler ve farklılıklar ortaya çıkarılır. Bu bilgiler, karar verme süreçlerinde kullanılabilir, işletme stratejilerinin geliştirilmesine ve bir işletmenin hedef kitleyi daha iyi anlamasına ve müşterilerine daha iyi hizmet vermesine yardımcı olur. Turizm sektöründe veri analitiği, seyahat trendlerini, müşteri davranışlarını, satış performansını, işletme maliyetlerini ve daha birçok faktörü anlamak için kullanılır. Bu makale ile turizm sektöründe veri analitiğinin dünyada, Türkiye’de nasıl kullanıldığını incelenmiş ve yenilikçi öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Veri Analitiği, Turizmde Veri Analitiği, Turizm Sektörü

DATA ANALYTICS AND USAGE EXAMPLES IN TOURISM

Abstract

Data analytics is the process of processing, visualizing and interpreting data using statistical and mathematical methods. In this way, trends, patterns, relationships and differences in data sets are revealed. This information can be used in decision making, helping to develop business strategies and helping a business better understand its target audience and better serve its customers. In the tourism industry, data analytics is used to understand travel trends, customer behavior, sales performance, operating costs, and more.

With this article, how data analytics is used in the tourism sector in the world and in Turkey has been examined and innovative suggestions have been presented.

Keywords: Data Analytics, Data Analytics in Tourism, Tourism Industry

GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA OTEL İŞLETMELERİ MENÜLERİNDE YER ALAN TÜRK TATLILARININ İNCELENMESİ

Öğr. Gör. Mustafa Oğuzhan ERCAN

İstanbul Rumeli Üniversitesi
moguzhan.ercan@rumeli.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Ilgın MUTLUBAŞ

İstanbul Rumeli Üniversitesi
ilgin.mutlubas@rumeli.edu.tr

Özet

Türk mutfağı küresel olarak sayılı mutfaklar arasında yer almasından dolayı gastronomi turizmi açısından yeterli çekicilik unsurlarına sahip olduğu bilinmektedir. Bu çekicilik unsurları içerisinde 250 adete yakın farklı çeşitle Türk tatlılara da önemli bir yere sahiptir. Geleneksel yiyecek ve içeceklerin turistlerin gastronomi turizmi hareketliliklerini gerçekleştirmeleri açısından önemi dikkate alındığında, Türk mutfak kültüründe zengin bir çeşitliliğe sahip tatlıların otel işletmeleri menülerinde yer alma durumunun incelenmesi araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışmanın otel işletmeleri ölçeğinde gerçekleştirilmesinin nedeni ise bu ürünlerin yabancı turistlere arz edilmesidir. Bu amaç doğrultusunda nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu Antalya, İstanbul, İzmir, Muğla turistik destinasyonlarında hizmet veren 17 farklı otel işletmesinin pastane şefleri oluşturmaktadır.

Elde edilen verilerin analizi sonucunda otel işletmeleri menülerinde yer alan tatlılar sütlü tatlılar, şerbetli tatlılar, tahıl tatlıları şeklinde kategorize edilmiştir. Menülerde en fazla yer alan tatlı çeşidinin muhallebi tatlısı türleri, en az yer verilen tatlının ise incir uyutması olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca menülerde yabancı ülkelere özgü tatlı çeşitlerinin Türk tatlılarına oranla daha fazla yer verildiği ise farklı bir sonuçtur. Türk tatlıların yabancı turistlere tanıtımının yapılabilmesi için alışagelmış ürünler dışında farklı tatlı çeşitlerinin de misafirlere sunulması gerektiği öngörülmektedir. Bu nedenle sektör paydaşlarına yönelik çözüm önerileri geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Türk Tatlıları, Gastronomi Turizmi, Otel İşletmeleri, Menü

INVESTIGATION OF TURKISH DESSERTS IN THE MENUS OF HOTEL OPERATIONS WITHIN THE SCOPE OF GASTRONOMY TOURISM

Abstract

It is known that Turkish cuisine has sufficient attraction elements in terms of gastronomy tourism since it is among the globally recognized cuisines. Considering the importance of traditional food and beverages in terms of tourists' realization of gastronomy tourism activities, the aim of the research is to examine the inclusion of desserts, which have a rich variety in Turkish culinary culture, in the menus of hotel establishments. The study group of the research consists of pastry chefs of 17 different hotel establishments serving in Antalya, Istanbul, Izmir and Muğla touristic destinations.

As a result of the analysis of the data obtained, the desserts in the menus of the hotel establishments were categorized as dairy desserts, sherbet desserts and cereal desserts. It was concluded that the most common dessert type in the menus was custard dessert derivatives and the least common dessert was fig uyutması. In addition, it is a different result that dessert types specific to foreign countries are included in the menus more than Turkish desserts. In order to promote Turkish desserts to foreign tourists, it is predicted that different types of desserts other than the usual products should be offered to guests. Therefore, solution suggestions have been developed for sector stakeholders.

Keywords: Turkish Desserts, Gastronomy Tourism, Hotel Establishments, Menu

GASTRONOMİ VE YAPAY ZEKA KONULU ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Dr. Öğr. Üyesi Sema EKİNCEK

Anadolu Üniversitesi
semaekincek@anadolu.edu.tr

Özet

Çalışmanın amacı, gastronomi ve yapay zeka konusunda yayımlanan çalışmalar üzerinden gastronomide teknoloji konusunun önemine ve eğilimlere ilişkin bir durum tespiti yapmaktır. Çalışmada Scopus veri tabanında yer alan çalışmalar “artificial intelligence”, “food” “gastronomy” **Anahtar Kelimeleri** kullanılarak taranmıştır. Çalışmalar yayın türü, yıl, dergi, çalışma alanı, üniversite, yazarlar ve ülke gibi çeşitli parametrelere göre bibliyometrik analize tabi tutulmuştur. Araştırma kapsamında 57 çalışma incelenmiştir. Analizler VOSviewer programı kullanılarak yapılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre mutfakta teknoloji ve yapay zeka uygulamalarının ilgi çekici bir konu olduğu ve yapılan yayınların gün geçtikçe arttığı görülmüştür. Bu konuda ilk çalışmaların ilk defa 2012 yılında ve en çok 2022 yılında yapıldığı görülmüştür. Gastronomi ve yapay zeka konusuna yönelik yayınların sırasıyla Bilgisayar Bilimleri, Tarım ve Biyoloji Bilimleri, İşletme Yönetim ve Muhasebe ve Sosyal Bilimler alanında gerçekleştirildiği görülmüştür. Trends in Food Science & Technology dergisinin en çok tercih edilen dergi olduğu belirlenmiştir. Araştırma sonucunda incelenen çalışmaların genel olarak İngilizce olduğu, ABD’nin başat ülke olarak ön plana çıktığı görülmüştür. Gerçekleştirilmiş olan çalışmaların bibliyometrik analiz sonuçlarının Türkiye’deki gastronomi alanındaki teknolojik çalışmalara ışık tutması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Yapay Zeka, Bibliyometrik Analiz, Scopus, VOSviewer

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF STUDIES ON GASTRONOMY AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Abstract

The aim of the study is to determine the importance and trends of technology in gastronomy through studies published on gastronomy and artificial intelligence. The studies in the Scopus database were searched using the **Keywords** "artificial intelligence", "food", "gastronomy". The studies were subjected to bibliometric analysis according to various parameters such as publication type, year, journal, field of study, university, authors and country. Within the scope of the research, 57 studies were analyzed. Analyses were performed using the VOSviewer program. According to the results obtained from the research, it was seen that technology and artificial intelligence applications in the kitchen is an interesting subject and the publications are increasing day by day. It was seen that the first studies on this subject were conducted for the first time in 2012 and the most in 2022. It was seen that publications on gastronomy and artificial intelligence were carried out in the fields of Computer Sciences, Agricultural and Biological Sciences, Business Management and Accounting and Social Sciences, respectively. Trends in Food Science & Technology was found to be the most preferred journal. As a result of the research, it was seen that the studies examined were generally in English and the USA was the

dominant country. The results of the bibliometric analysis of the studies are expected to shed light on technological studies in the field of gastronomy in Turkey.

Keywords: Gastronomy, artificial intelligence, bibliometric analysis, Scopus, VOSviewer

DERİN ÖĞRENME MODELİ KULLANILARAK YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİ YORUMLARININ DUYGU ANALİZİ

Öğr. Gör. Ali EKİNCEK

Anadolu Üniversitesi
aliekincek@anadolu.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Sema EKİNCEK

Anadolu Üniversitesi
semaekincek@anadolu.edu.tr

Özet

Günümüzde yaygın olarak kullanılan duygu analizi, insanların duygu ve düşüncelerinin bilgisayar algoritmaları aracılığı ile analiz edilmesidir. Derin öğrenme ise yapay zekanın bir alt dalı olan makine öğrenmesinin bir alt bileşenidir. Alanyazında duygu analizi ve makine öğrenmesi ilgili yapılan çalışmaların sayısı son yıllarda hız kazanmıştır. Ancak yiyecek içecek işletmelerine yönelik gerçekleştirilmiş olan çalışmalar oldukça kısıtlıdır. Bu noktadan hareketle çalışmada derin öğrenme yöntemi kullanılarak yiyecek içecek işletmelerinin aldığı yorumlar üzerinden duygu analizinin yapılması amaçlanmaktadır. Yiyecek içecek işletmelerine ilişkin değerlendirmeler olumlu ya da olumsuz ifadeler içerebilmektedir. Modelin eğitimi sırasında kullanılan veriler Ocak-Şubat 2023 tarihleri arasında Eskişehir'deki yiyecek içecek işletmelerine yönelik yapılan tüketici yorumlarından elde edilmiştir. Bu kapsamda 12867 Google yorumu kullanılmıştır. Çalışmada dil problemlerinin çözümlerinde en sık kullanılan ve en modern yöntemlerden biri olan Transformer tabanlı BERT modeli oluşturulmuştur. Çalışma sonucunda Bert modeli %91 doğruluk üretmiştir. Çalışmada derin öğrenme ve duygu analizinin bir arada kullanılması ile gastronomi alanına farklı bir bakış açısı getirileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Derin Öğrenme, BERT, Duygu Analizi, Yiyecek İçecek İşletmeleri, Müşteri Yorumları

SENTIMENT ANALYSIS OF FOOD AND BEVERAGE REVIEWS USING DEEP LEARNING MODEL

Abstract

Sentiment analysis, which is widely used today, is the analysis of human emotions and thoughts through computer algorithms. Deep learning is a subcomponent of machine learning, a sub-branch of artificial intelligence. The number of studies on sentiment analysis and machine learning in the literature has accelerated in recent years. However, studies on food and beverage businesses are quite limited. From this point of view, the aim of this study is to analyze the sentiment of food and beverage establishments by using deep learning method. Reviews of food and beverage establishments may contain positive or negative expressions. The data used during the training of the model were obtained from consumer reviews of food and beverage establishments in Eskişehir between January and February 2023. In this context, 12867 Google comments were used. In the study, Transformer-based BERT model, which is one of the most frequently used and modern methods in solving language problems, was created. As a result of

the study, the BERT model produced 91% accuracy. It is thought that the study will bring a different perspective to the field of gastronomy by using deep learning and sentiment analysis together.

Keywords: Deep Learning, BERT, Sentiment Analysis, Food and Beverage Businesses, Customer Reviews

UHUTUN TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜNDEKİ YERİ

Dr. Öğr. Üyesi Merve ÖZGÜR GÖDE

Anadolu Üniversitesi
merveozgurgode@anadolu.edu.tr

Prof. Dr. Semra GÜNEY

Anadolu Üniversitesi
semragunay@anadolu.edu.tr

Özet

Türk toplumlarının mutfak kültürüne bakıldığında ürünlerin üretilme tüketilme biçiminde yaşanan dönemin ve coğrafyanın etkisi olduğu görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında aynı ürün aynı isimle hem içecek hem de yiyecek olarak tüketilmektedir. Türk mutfak kültürü içinde uhudun (Uğut) değişik zamanlarda değişik türlerde ve amaçta tüketildiği görülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, Uhutu Türk mutfak tarihi açısından ele almak ve tüketim biçimlerini ortaya koymaktır.

Uhut, semeni, semene, sümelet, sumalak gibi isimlerle bilinir. Kökeni Orta Asya'ya dayanmaktadır. Azerbaycan, Kırgızistan, Özbekistan ve Afganistan'da yapıldığı bilinmektedir. Hun Türkleri uhudu ilk olarak sarhoş edici içecek (içkü) olarak kullanmışlardır. Eski Türklerin sadece buğdaydan yaptıkları keyif verici içkilerinin adı uhuddur. Günümüze gelindiğinde Anadolu coğrafyasında uhut (uğut) marmelatı yapılarak tüketilmektedir. Uhut (uğut) marmelatı Sivas, Sakarya, Çorum, Iğdır, Samsun ve Bolu illerinde hala yapılmaktadır. Son zamanlarda Uhut (uğut) marmelatının ev dışında üretimi de fazlalaşmış ve paketli olarak satılmaya başlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Türk Mutfak, Türk Kültüründe İçecekler, Uhut Marmelatı, Gastronomi

THE PLACE OF UHUT IN TURKISH CUISINE CULTURE

Abstract

When we look at the culinary culture of Turkish societies, it is seen that the period and geography affect the way products are produced and consumed. From this point of view, the same product is consumed with the same name, both as a beverage and as a food. It is seen that uhud (Uğut) is consumed in different types and for different purposes at different times in Turkish cuisine culture. In this context, the aim of the study is to consider Uhut in terms of Turkish culinary history and to reveal its consumption patterns.

It is known by names such as uhut, semen, semene, sumelet, and sumalak. Its origin is based on Central Asia. It is known to be made in Azerbaijan, Kyrgyzstan, Uzbekistan and Afghanistan. Hun Turks first used uhut as an intoxicating beverage (liquor). The name of the delightful drink made by the ancient Turks only from wheat is uhut. Today, it is consumed by making uhut (ugut) marmalade in Anatolian geography. Uhut (ugut) marmalade is still made in the provinces of Sivas, Sakarya, Çorum, Iğdır, Samsun and Bolu. Recently, the production of Uhut (ugut) marmalade outside the home has also increased and it has started to be sold in packages.

Keywords: Turkish Cuisine, Turkish Culture Drinks, Uhut Marmalade, Gastronomy

GELENEKSEL BİR ÜRÜN OLAN UHUTUN ÜRETİM SÜRECİNİN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ

Prof. Dr. Semra GÜNAY

Anadolu Üniversitesi
semragunay@anadolu.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Merve ÖZGÜR GÖDE

Anadolu Üniversitesi
merveozgurgode@anadolu.edu.tr

Prof. Dr. Yeliz MERT KANTAR

Eskişehir Teknik Üniversitesi
ymert@eskisehir.edu.tr

Özet

Uhut tatlısı çimlenmiş buğdaydan üretilen ve içinde şeker kullanılmayan bir gıdadır. Her şeye iyi geldiği iddia edilen, sağlıklı ürün olarak tanıtılan bu tatlı Sakarya Taraklı ve Bolu'da coğrafi işaretli ürünler arasında yer almaktadır. Farklı buğdayların kullanılması durumunda Uhutun lezzeti ve görünümüne ilişkin bir bilgi bulunmamaktadır. Uhut 24 saat gibi uzun sürelerde karıştırılarak elde edilen bir tatlıdır. Bu süre ve zahmet uhutun üretimini azaltmaktadır. Bu çalışmada farklı buğday türleri ve farklı pişirme yöntemleriyle ile uhut üretimi amaçlanmaktadır. Araştırmada öncelikle farklı buğday türleri (karakılçık, kınacı, Konya, karabuğday vb.) kullanılarak buğdaylar çimlendirilmiştir. Daha sonra buğdaylar öğütülmüştür. Öğütülen buğday çimlerinden buğday özü sıkılmıştır. Elde edilen buğday çimi özleri eş zamanlı hem geleneksel yöntemlerle hem de hızlı pişirme yöntemleriyle pişirilmiştir. Çalışmanın sonucunda farklı buğdaylar ve farklı pişirme yöntemleriyle Uhut tatlısı elde edilmiş ve değerlendirilmiştir. Günümüz teknolojisi ile kolaylaşan pişirme yöntemlerinin geleneksel tatlıların üretiminde kullanılabilecek olması Türk mutfak kültürünün sürdürülebilirliği açısından önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Türk Mutfacı, Yöresel Tatlar, Uhut Marmelatı, Buğday Çeşitleri

DIVERSIFICATION OF THE PRODUCTION PROCESS OF UHUT, A TRADITIONAL PRODUCT

Abstract

Uhut dessert is a food produced from germinated wheat and does not contain sugar. This dessert, which is claimed to be good for everything and promoted as a healthy product, is among the geographically marked products in Sakarya Taraklı and Bolu. There is no information on the flavor and appearance of Uhut if different wheat is used. Uhut is a dessert obtained by mixing for long periods of time such as 24 hours. This time and effort reduces the production of uhut. This study aims to produce uhut with different wheat types and different cooking methods. In the research, firstly, wheat was germinated by using different wheat types (karakılçık, kınacı, Konya, buckwheat etc.). Then the wheat was ground. Wheat extract was squeezed from the ground wheat grass. The wheatgrass extracts were cooked simultaneously with both traditional

and fast cooking methods. As a result of the study, Uhut dessert was obtained and evaluated with different wheat and different cooking methods. The fact that cooking methods facilitated by today's technology can be used in the production of traditional desserts is important for the sustainability of Turkish culinary culture.

Keywords: Turkish Cuisine, Local Flavors, Uhut Marmalade, Wheat Varieties

TÜRKİYE'DE KIRSAL TURİZM VE KIRSAL GÖÇ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN GENEL BİR DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Ertuğrul GÜREŞÇİ

Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi
ertugrul.guresci@ahievran.edu.tr

Özet

Kırsal göç, kırsalda yaşayan bireylerin kentlere olan göçünü tanımlamak için kullanılan bir kavramdır. Genel olarak, Sanayi Devrimi sonrası özellikle Batı Avrupa'da başlayan kırdan kente olan göçler zaman içinde diğer ülkelerde ve bölgelerde de yaşanmaya başlamıştır. Kırsal göç, bir tür gelişmekte olan ülkenin belirleyici göstergesi olarak kabul edilmekte ve ekonomik gelişmenin doğal bir sonucu olduğu ileri sürülmektedir. Türkiye'nin 1950'li yıllarda yaşadığı ekonomik ve sosyal dönüşüm süreci beraberinde yeni toplumsal hareketliliği de getirmiştir. Bu hareketlilik içinde en belirgin olanlarından birisi de kırdan kente olan göçlerdir. Kırsal göçün Türkiye için özellikle 1980 ve 90'larda yarattığı sorunlar gerek kırsalda gerekse kentlerde kendisini yoğun olarak göstermiş ve konuya bir sorun çerçevesinde bakılmaya başlanmıştır. Özellikle başta İstanbul, Ankara ve İzmir olmak üzere kentlerin yaşadığı ağır sorunların nedenlerinden birinin de kırsal göç olduğu keskin bir şekilde vurgulanmıştır. Kırsal göçün Türkiye'de kırsalın ekonomik ve sosyal imkânlarından yeterince yararlanılmadığı ve kırsaldaki nüfus baskınında bunu tetiklemesinden büyük ölçüde etkilendiği bilinmektedir. Bu yüzden kırsalda sadece tarım değil alternatif gelir kaynaklarının bu bölgelerde hayata geçirilmesi daha da önem kazanmaya başlamıştır. Bunlardan birisi de kırsal turizm olup kırsalın coğrafi, tarihi ve kültürel dokusunun ekonomiye kazandırılmasını hedefleyen bu tür bir turizmin geliştirilmesinin bu bölgeler için alternatif ve sürdürülebilir bir ekonomik faaliyet olduğu noktasında kanaat birliğine varılmıştır. Kırsal göçün ve kırsal turizmin ekonomik temelli ilişkisinin bu tür göçlerde değerlendirmesi gereken bir faktör olduğu gerçeği artık kabul edilen ve benimsenen bir yaklaşım olarak ortaya konmaktadır. Bu noktadan hareket edilerek bu çalışmada, Türkiye ölçeğinde genel olarak kırsal göçün nedenleri ve sonuçları üzerinde durularak kırsal göç-kırsal turizm ilişkisi çeşitli yönleriyle ve genel olarak değerlendirmesi amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Göç, Kırsal, Kırsal Göç, Kırsal Turizm

A GENERAL EVALUATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN RURAL TOURISM AND RURAL MIGRATION IN TURKEY

Abstract

Rural migration is a concept used to describe the migration of individuals living in rural areas to cities. In general, migration from rural to urban areas, which started especially in Western Europe after the Industrial Revolution, started to be experienced in other countries and regions over time. Rural migration is accepted as a kind of determining indicator of a developing country and it is argued that it is a natural result of economic development. The economic and social transformation process that Turkey went through in the 1950s brought along new social mobility. One of the most prominent among this mobility is the migration from rural to urban areas. The problems that rural migration created for Turkey, especially in the 1980s and 90s,

showed itself intensely both in the countryside and in the cities, and the issue began to be looked at as a problem. It has been sharply emphasized that one of the reasons for the severe problems experienced by cities, especially in Istanbul, Ankara and Izmir, is rural migration. It is known that rural migration in Turkey is not sufficiently utilized from the economic and social opportunities of the countryside and it is greatly affected by the triggering of the population raid in the countryside. For this reason, it has become more important to realize not only agriculture but also alternative income sources in these regions. One of them is rural tourism, and it is agreed that the development of this type of tourism, which aims to bring the geographical, historical and cultural texture of the countryside into the economy, is an alternative and sustainable economic activity for these regions. The fact that the economic-based relationship between rural migration and rural tourism is a factor that should be evaluated in such migrations is now revealed as an accepted and adopted approach. From this point of view, in this study, it is aimed to evaluate the rural migration-rural tourism relationship in various aspects and in general, by emphasizing the causes and consequences of rural migration in Turkey in general.

Keywords: Migration, Rural, Rural Migration, Rural Tourism

TURİSTLERİN SÜRYANİ MUTFAĞI HAKKINDA GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Öğr. Gör. Hüseyin GÜL

Batman Üniversitesi
huseyin.gul@batman.edu.tr

Prof. Dr. Serhat HARMAN

Mardin Artuklu Üniversitesi
sharman@artuklu.edu.tr

Özet

Çalışmanın ana temasını oluşturan Süryani mutfak kültürü, geçmişten günümüze kadar kültürel bir miras olarak nesilden nesile aktarılmış ve bu yiyecekler sadece fizyolojik ihtiyaçları karşılamaktan ziyade temsil etmiş olduğu kültürel değerlerin hazinesi haline gelmiştir. Bu çalışmanın amacı, Süryani mutfak kültürünün, Mardin'i ziyaret eden ziyaretçiler üzerindeki etkisini ölçmek ve şehri ziyaret eden ziyaretçilerin tutumlarını belirlemektir. Ziyaretçilerin Süryani mutfağı hakkında farkındalık oluşturulması, araştırılması, sürdürülebilirliğini ortaya koymak ve özellikle gastronomi turizmine kazandırılmasını sağlaması açısından önemli olarak değerlendirilmektedir. Çalışmada demografik özelliklerle turistlerin Süryani mutfak kültürüne yönelik algıları ve tutumları ilişkin önemli unsurlar belirlenerek, Mardin'de kalış süreleri ve tekrar ziyaret etme niyetlerine ait bulgular ortaya konulmuştur. Bu perspektifle Süryanilerin ilk yerleşim yeri olduğu düşünülen Mezopotamya'dan başlayarak günümüzde değin yaşamış oldukları coğrafyalar araştırılmış, halen varlıklarını sürdürdükleri Tur Abdin (Mardin, Batman, Şırnak) isimli bölgede yaşamış oldukları, gelişim ve değişim de bu çalışmada yer verilmiştir. Araştırmamanın sonucunda katılımcıların Süryani mutfak kültürünün korunması ve Mardin ilinin gastronomik imajına katkı sağlaması düşüncelerine sahip oldukları gözlemlenmiştir. Bu çalışmada elde edilen bulgular doğrultusunda ilgili literatüre ve Mardin'de turizm ile ilgili planlama yapan paydaşlara katkı sağlaması hedeflenmekte olup, paydaşlara araştırmanın amacı doğrultusunda önerilen geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Mutfak Kültürü, Süryaniler, Süryani Mutfak Kültürü

A RESEARCH ON THE OPINIONS OF TOURISTS ABOUT THE SYRIAC CUISINE

Abstract

The Syriac cuisine culture, which is the main theme of the study, has been transferred from generation to generation as a cultural heritage from the past to the present, and these foods have become the treasure of the cultural values they represent rather than just meeting physiological needs. The aim of this study is to measure the impact of Syriac culinary culture on visitors visiting Mardin and to determine the attitudes of visitors visiting the city. It is considered important in terms of raising awareness of the visitors about Syriac cuisine, researching it, revealing its sustainability and especially providing it to gastronomy tourism. In the study, the demographic characteristics, the perceptions and attitudes of the tourists towards Syriac cuisine culture were determined, and the findings regarding the duration of their stay in Mardin and

their intention to visit again were revealed. With this perspective, starting from Mesopotamia, which is thought to be the first settlement of the Assyrians, the geographies they have lived in until today have been researched, and the development and change they lived in the region called Tur Abdin (Mardin, Batman, Şırnak) where they still exist are also included in this study. As a result of the research, it was observed that the participants had the idea of preserving the Assyrian culinary culture and contributing to the gastronomic image of Mardin province. In line with the findings obtained in this study, it is aimed to contribute to the relevant literature and to the stakeholders who plan for tourism in Mardin, and the proposal has been developed in line with the purpose of the research.

Keywords: Gastronomy, Culinary culture, Syriac, Syriac Culinary Culture

COMPARISON OF YOUNG TOURISM ENTREPRENEUR CANDIDATES IN CORDOBA, ESKISEHIR AND TREVISO IN TERMS OF ANTIFRAGLE

Asst. Prof. Dr. Sema EKİNCEK

Anadolu University
semaekincek@anadolu.edu.tr

Asst. Prof. Dr Merve ÖZGÜR GÖDE

Anadolu University
merveozgurgode@anadolu.edu.tr

Asst. Prof. Dr İsmail YENİLMEZ

Eskişehir Technical University
ismailyenilmez@eskisehir.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Önder YAYLA

Osmaniye Korkut Ata University
onder.yayla@gmail.com

Asst. Prof. Dr Şükrü ACITAŞ

Eskişehir Technical University
sacitas@eskisehir.edu.tr

Prof. Dr. Semra GÜNAY

Anadolu University
semragunay@anadolu.edu.tr

Prof. Dr. Yeliz MERT KANTAR

Eskişehir Teknik University
ymert@eskisehir.edu.tr

Jesús Blas Ruiz Leal

Instituto Nacional para el Desarrollo Personal
jesusbruizleal@gmail.com

Handan Akarsu Scarabello

Comune di Ponte di Piave
akarsuhandan@gmail.com

Abstract

This study is a study carried out within the scope of “Antifragile Young Entrepreneurs for Sustainable Rural Tourism: Yes for Rural Tourism” Erasmus+ Project. The partners of the project are different sectors from Türkiye, Spain and Italy. Within the scope of the project, a preliminary survey was prepared with young people who aim to become rural tourism entrepreneurs, and

data were collected from various aspects. One of the basic qualifications in being an entrepreneur is the "Antifragile" feature. "Antifragile" is an important concept. Individuals with this competence are expected to be successful not only in tourism entrepreneurship but also in all qualified sectors. Antifragile is beyond to robustness. In this study, first of all, the project will be introduced. Then, according to the results obtained from the survey we conducted in three provinces within the scope of the project, the entrepreneurial potential in three provinces will be evaluated in terms of antifragile, and young people living in three provinces will be compared in various aspects.

Keywords: Rural Tourism, Antifragile, Survey, Statistical Analysis

METaverse VE TURİZM İŞLETMELERİNE ETKİLERİ

Prof. Dr. Öznur BOZKURT

Düzce Üniversitesi
oznurbozkurt@duzce.edu.tr

Doç. Dr. Sağbetullah MERİÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
smeric@yyu.edu.tr

Özet

Teknolojide yaşanan gelişmeler endüstri yapılarını ve bu endüstride faaliyet yürüten işletmeleri etkilemektedir. Bu değişimlerin günümüzde öne çıkmış olanlarından biri de Metaverse'dir. Yeni bir faaliyet alanı olarak ortaya çıkan Metaverse dijital teknolojilerin kullanıldığı ve yeni iş modellerinin ortaya çıkmasını tetikleyen yeni bir çalışma alanı olmuştur. Turizm işletmeleri açısından da kullanım alanı bulan Metaverse, otel işletmeleri, seyahat acenteleri ve daha pek turizm işletmesi açısından müşterinin satın alma sürecindeki karar süreçlerini yönetmeye destek olmaktadır. Herhangi bir turizm ürününün satın alınmasından önce onu sanal olarak deneyimleme imkanı sağlayan Metaverse, hem müşteriler hem de yatırımcılar açısından avantajlar ve dezavantajlara sahip bir yeni bir endüstri yapısını ortaya çıkarmaktadır. Bu çalışmada Metaverse kavramı Turizm işletmeleri örnekleri bağlamında ele alınacak ve değerlendirilecektir. Bu kapsamda Türkiye' de faaliyet gösteren ve Metaverse evrenine giriş yapmış işletmeler örnek olay yöntemi kapsamında incelenecektir. Metaverse evrenine giriş yapma süreçleri, bu evrenden beklentileri, riskli olarak algıladıkları alanlar ve mevcut durumları ile gelecek öngörülerini tespit edilmeye çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Metaverse, Turizm İşletmeleri, Dijital Dönüşüm

METaverse AND ITS EFFECTS ON TOURISM BUSINESSES

Abstract

Developments in technology affect industry structures and businesses operating in this industry. One of the most prominent of these changes today is Metaverse. Emerging as a new field of activity, Metaverse has been a new study in which digital technologies are used and triggered the emergence of new business models. Metaverse, which also finds use in tourism businesses, supports the management of the customer's decisions in the purchasing process in terms of hotel businesses, travel agencies and many other tourism businesses. Metaverse, which provides the opportunity to experience any tourism product virtually before purchasing it, reveals a new industry structure with advantages and disadvantages for both customers and investors. In this study, the concept of Metaverse will be discussed and evaluated in the context of tourism enterprises. In this context, businesses operating in Turkey and entering the Metaverse universe will be examined within the scope of the case study method. The process of entering the metaverse universe, their expectations from this universe, the areas they perceive as risky, their current situations and future predictions will be tried to be determined.

Keywords: Metaverse, Tourism Enterprises, Digital Transformation

ANTİKÇAĞDAN GÜNÜMÜZE TUZ KULLANIMI VE BOTARGA ÜRETİMİ, MUĞLA ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Dr. Selma ATABEY

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
s.atabey@mu.edu.tr

Özet

İlk kullanım tarihi net bilinmese de yerleşik hayata geçilen Neolitik Dönemde hayatımıza girdiği tahmin edilen tuz, tarih boyunca birçok farklı yöntemle üretilmiştir. Bu üretim şekillerinden biri denizden tuz elde edilmesi yöntemidir. Kaunos Antik Kentinde, Antik Dönemde tuz tavalarında üretim yapıldığı, hala devam eden arkeolojik kazılarla belirlenmiştir. O dönemde Kaunos Antik kentinde üretilen tuzlar, ticari ürün olarak civar ülkelere ihracatı yapılmıştır. Tuz lezzet için kullanımının yanı sıra, sağlık için ve ürünlere dayanıklılık kazandırmak için de kullanılır. Kaunos Antik kentinde kefal balığı ve yumurtaları tuz üretiminin de aynı yerde üretiliyor olması ile birlikte, tuzlu balık ve tuzla kurutulmuş veya mumlanmış kefal yumurtası üretilmiştir. Antik dönemde üretilen ve hem kullanılan hem de ihraç edilen bu önemli ticari ürün günümüzde de aynı bölgede üretilmektedir. Kaunos Antik kenti sınırındaki dünyaca ünlü Dalyan'da mumlu ve kurutulmuş kefal balığı yumurtası Antik Dönemde üretildiği şekilde üretilmekte ve dünya geneline ihracatı yapılmaktadır. Konuyla alakalı bilimsel çalışmalarda bu üretim ve ticaretin nasıl yapıldığı, nerelere, hangi yollarla ihraç edildiği ve nasıl tüketildiği ile ilgili bilgiler derlenmiştir. Günümüzdeki üretim şekli ve ticareti bölgede bu üretimi yapan kooperatif başkanından alınan bilgiler ve günümüzde yapılan çalışmalardan derlenmiştir. Yöresel mutfak kültüründe Fıska, Uluslararası mutfaklarda Botarga olarak bilinen ürünün Antikçağda, günümüzde üretimi, kullanımı ile ilgili kaynak derleme ve karşılaştırma yapılan bu çalışmayla, tarihi üretimler konusuna dikkat çekmek ve farkındalık yaratmak amaçlanmaktadır. Geçmişten ve geleceğe bırakılan kültür mirasının sağlam bir bilgi temeline oturması, geçmişle gelecek arasında bir kültür köprüsü kurması hedeflenmektedir. Botarga üretiminin tarihsel sürecinin gastroturizm ve kültür turizmi için motivasyon olabileceği düşünülmektedir. Bu nedenle çalışma mutfak kültürümüzün sürdürülebilirliği, kayıt altına alınması ve tanıtılması açısından önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Antik Çağ Mutfağı, Botarga, Fıska, Kefal Yumurtası, Kaunos Antik Kenti, Muğla Mutfağı

USE OF SALT AND BOTARGA PRODUCTION FROM ANCIENT AGES TO THE PRESENT, THE CASE OF MUGLA

Abstract

Although the exact date of its first use is not known, salt, which is estimated to have entered our lives in the Neolithic Period, has been produced by many different methods throughout history. One of these production methods is the method of obtaining salt from the sea. In the ancient city of Kaunos, it has been determined by the archeological excavations still continuing that salt pans were produced in the Ancient Period. At that time, the salts produced in the ancient city of Kaunos were exported to the surrounding countries as a commercial product. In addition to its use for flavor, salt is also used for health and to add durability to products. In the ancient city of

Kaunos, mullet fish and eggs were produced in the same place, and salted fish and salt-dried or waxed mullet eggs were produced. This important commercial product, which was produced, used and exported in ancient times, is still produced in the same region today. Waxed and dried mullet eggs are produced in the same way as in the Ancient Period in Dalyan, which is world-famous on the border of the ancient city of Kaunos, and exported to the whole world. In scientific studies related to the subject, information about how this production and trade is made, where, how it is exported and how it is consumed has been compiled. The current production method and trade have been compiled from the information received from the head of the cooperative that makes this production in the region and from the studies carried out today. The aim of this study, which is known as Fiska in the local cuisine culture and Botarga in the international cuisine, is to draw attention to the issue of historical productions and to raise awareness with this study, which is compared with the production and use of the product in Antiquity and today. It is aimed that the cultural heritage left from the past and the future will be built on a solid knowledge base and to establish a cultural bridge between the past and the future. It is thought that the historical process of botarga production may be the motivation for gastrotourism and cultural tourism. For this reason, the study is important in terms of the sustainability, recording and promotion of our culinary culture.

Keywords: Ancient Cuisine, Botarga, Fiska, Mullet Eggs, Kaunos Ancient City, Muğla Cuisine

GASTRO-DİPLOMASİ: TBMM 100. YIL BAHÇE LOKANTASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Fatma ÖRÜN

Aksaray Üniversitesi
rnftm@hotmail.com

Doç. Dr. Aysu ALTAŞ

Aksaray Üniversitesi
aysuhatipoglu@gmail.com

Özet

Gastro-diplomasi, ulusların kendilerine özgü yeme-içme ve mutfak kültürlerini, kimliklerinin ve kültürlerinin bir parçası olarak kamu diplomasisi alanına taşıması olarak tanımlanabilir. Başka bir ifade ile gastro-diplomasi ülkelerin mutfak kültürlerini, diğer ülkelerle ikili ilişkilerde ve kültürlerarası etkileşimde bir araç olarak kullanmasıdır ve son yıllarda gastronomi üzerine yapılan çalışmalar sayesinde giderek dikkat çeken bir çalışma konusu olmuştur. Alanyazın incelendiğinde; yemeklerin yapımında kullanılan yerel malzemeler, kurulan sofralar ve sunumlar esnasında uygulanan ritüellerle birlikte ele alındığında yiyecek ve içeceklerin, aynı sofrada bulunan insanlar arasında bir sıcaklık yarattığı, yemek yenilen ortamda anlayış ve hoşgörünün hakim olduğu, karar verme süreci söz konusu olduğunda ise taraflar arasında pozitif yönlü etki yarattığı ile ilgili bilimsel çalışmalara rastlamak mümkündür. Henüz gastro-diplomasi olarak bir kavram doğmamış olsa da Osmanlı İmparatorluğu döneminde dahi konuyla alakalı bazı yeme-içme uygulamaları olduğu bilinmektedir. Günümüzde ise Türk mutfağının yabancı şefler tarafından uygulanması ya da bazı şehirlerin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına “Gastronomi Şehri” olarak girmiş olması da gastro-diplomasi ile ilgili örnekler arasında yer almaktadır. Bu çalışma kapsamında Türkiye Büyük Millet Meclisi 100. Yıl Bahçe Lokantası şeflerinin gastro-diplomasi kavramını bilgi düzeyleri, gastro-diplomasiye bakış açıları ve bu kapsamda yapmış oldukları uygulamalar üzerine görüşleri alınmıştır. Meclis lokantasının gastro-diplomasi ile ilgili pek çok uygulamaya şahitlik etmiş olabileceği düşüncesiyle hareket edilen bu çalışmada, nitel veri toplama yöntemi olan görüşme kullanılmış ve araştırma kapsamında katılımcılardan elde edilen veriler betimsel ve içerik analizi ile çözümlenmiştir. Çalışmanın alanyazına ve sonraki araştırmacılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastro-Diplomasi, TBMM, Şef, Gastronomi

GASTRO-DIPLOMACY: A STUDY ON THE 100TH YEAR GARDEN

Abstract

Gastro-diplomacy can be defined as bringing nations' unique food-drink and cuisine culture into the field of public diplomacy as a part of their identity and culture. In other words, gastro-diplomacy is the use of a country's culinary culture as a tool in intercultural interaction with other countries and thus has become an increasingly attention-grabbing area of study due to many research studies conducted on gastronomy. A review of literature in this area reflects that when the use of local ingredients in the preparation of meals, the ritual applied during the setup of

dining tables and serving of food is considered, it is possible to see that food and beverages create warmth among people sitting at the same table. The studies also reveal that an understanding and tolerance prevail in the environment where the food is consumed. Additionally, there is research to suggest that such rituals and set up have a positive impact on decision-making processes. Although the concept of gastro-diplomacy did not exist during the Ottoman Empire period, it is known that there were some food and beverage practices. To date, examples related to gastro-diplomacy include foreign chefs applying Turkish cuisine and some cities entering the UNESCO Creative Cities Network as "Gastronomy City." In this study, the opinions of the chefs of the 100th Year Garden Restaurant of the Turkish Grand National Assembly were sought regarding their knowledge, perspectives on gastro-diplomacy and their opinions on their practice. The study utilizes a qualitative data collection method using interviews with participants, with the assumption that such restaurants may have witnessed many applications related to gastro-diplomacy. The data was analyzed using content analysis. It is believed that the study will contribute to the literature and future researchers.

Keywords: Gastro-Diplomacy, Turkish Grand National Assembly (TBMM), Chef, Gastronomy

SAKİN ŞEHİRLERİN (CITTASLOW) BELEDİYE FAALİYETLERİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Yasemin KARATEKİN ALKOÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
yaseminkaratekinalkoc@yyu.edu.tr

Özet

Bir İtalyan kasabasında başlayıp, sonraları dünyada pek çok ülkeye yayılan “Sakin Şehir” akımının gayesi, yöresel olmanın ve yöreye ait olmanın daha nitelikli bir yaşam kültürü oluşturduğu fikrinin yaygınlaşmasına destek olmaktır. Akımın özü, kentlerin yerel kimliklerini koruyup sürdürerek, gelecek nesillere aktarmaya çalışmaktır. Bu çalışma, belediyelerin sakin şehirlere yönelik faaliyetleri göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur. Çalışmada, Türkiye’deki sakin şehir belediyelerinin faaliyetleri değerlendirilmiş, sakin şehir niteliği kazanmak için nasıl bir süreç izlendiği, istenen kriterleri yerine getirmek adına belediyeler tarafından ne gibi etkinlikler gerçekleştirildiği gibi hususlara yer verilmiş olup, böylece sakin şehir vasfına sahip olmak isteyen başka şehirlere de bilgi sağlayacak nitelikte bir kılavuz oluşturulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sakin Şehir, Cittaslow, Belediyeler, Yönetim

EVALUATION OF CITTASLOW IN CONTEXT OF MUNICIPAL ACTIVITIES

Abstract

The aim of the “Cittaslow” movement, which started in an Italian town and spread to many countries in the world, is to support the spread of the idea that being local and belonging to the region creates a more qualified life culture. The essence of the movement is to try to transfer the local identities of the cities to future generations by preserving and maintaining them. This study was created by taking into account the activities of municipalities towards cittaslows. In the study, the activities of the cittaslow municipalities in Turkey were evaluated, what kind of process was followed to gain the cittaslow qualification, what kind of activities were carried out by the municipalities in order to fulfill the desired criteria, and thus, a guide that will provide information to other cities that want to have the quality of a cittaslow was tried to be created.

Keywords: Cittaslow, Municipalities, Management

TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ VE TURİZM: SİSTEMATİK LİTERATÜR TARAMASI

Dr. Öğr. Üyesi Ezgi KIRICI TEKELİ

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
ezgi.krc@windowslive.com

Özet

Toplumsal cinsiyet konusuna yönelik bilimsel çalışmaların artış eğiliminde olduğu ve birçok alanda ele alınması gerektiği düşünülmektedir. Yapılan çalışma ile turizm alanyazınında toplumsal cinsiyet eşitliği konusu ele alınarak ilgili konunun sistematik bir literatür taramasına tabi tutulması ve bibliyometrik profilinin ortaya koyulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda 27.04.2023 tarihinde Scopus veri tabanında araştırma yapılmıştır. Konuya yönelik bilimsel yayınlara ulaşabilmek için başlık sekmesinden yararlanılmış ve “social gender equality,” “social gender inequality,” “social gender,” “gender equality,” “gender inequality,” “sexism” ve “tourism” anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Araştırma sonucunda ulaşılan 21 adet bilimsel yayın çeşitli parametreler açısından incelenmiş ve VOSviewer programı kullanılarak analize tabi tutulmuştur. Araştırma sonucunda turizm alanyazınında toplumsal cinsiyet ile ilgili yapılan ilk bilimsel yayının 2011 yılında yapıldığı ve yıllar itibarıyla az sayıda yayının yayımlandığı tespit edilmiştir. Konuya yönelik en çok çalışma “Zhang, J.” ve “Zhang Y.” tarafından yapılmış olup ağırlıklı olarak makalelerden oluşan bilimsel yayınlar en çok “Journal of Sustainable Tourism” ve “Sustainability Switzerland” dergilerinde yayımlanmıştır. Tüm bilimsel yayınlar İngilizce dilinde kaleme alınmış ve İspanya ile Çin’in en çok yayın yapan ülke olduğu saptanmıştır. Ayrıca çalışmalarda “turizm” ve “cinsiyet eşitliği” en çok kullanılan anahtar kelimeler olarak belirlenmiş ve yıllar itibarıyla yayınlar 317 atıf almıştır. Program üzerinden elde edilen sonuçlar incelendiğinde ise ortak yazarlar arasında ve yazarların çalıştıkları ülkeler arasında herhangi bir ilişki olmadığı, sadece dört yazarın çalıştığı kurum arasında zayıf bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Nihai olarak sonuçların turizmde toplumsal cinsiyet eşitliği konusunun gelişim seyrini ortaya koyduğu ve gelecek araştırmalar açısından yol gösterici olduğu kanısına varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Toplumsal Cinsiyet, Cinsiyet Eşitliği, Cinsiyet Eşitsizliği, Sistematik Literatür Taraması

SOCIAL GENDER EQUALITY AND TOURISM: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

Abstract

It is thought that scientific studies on the subject of gender have an increasing trend and should be addressed in many areas. With this study, it was aimed to subject the subject of gender equality in tourism literature to a systematic literature review and to reveal its bibliometric profile. For this purpose, a research was carried out on the Scopus database on 27.04.2023. In order to reach scientific publications on the subject, the title tab was used and the keywords “social gender equality,” “social gender inequality,” “social gender,” “gender equality,” “gender inequality,” “sexism” and “tourism” were used. 21 scientific publications reached as a result of the research were examined in terms of various parameters and analyzed using the VOSviewer

program. As a result of the research, it has been determined that the first scientific publication on gender in the tourism literature was made in 2011 and that few publications were published over the years. Most studies on the subject have been made by “Zhang, J.” and “Zhang Y.” and scientific publications consisting mainly of articles have been published mostly in the “Journal of Sustainable Tourism” and “Sustainability Switzerland”. All scientific publications are written in English, and it has been determined that Spain and China are the countries that published the most. In addition, “tourism” and “gender equality” have been determined as the most used keywords in the studies and the publications have received 317 citations over the years. When the results obtained through the program are examined, it has been determined that there is no relationship between the co-authors and the countries where the authors work, and there is only a weak relationship between the institutions where the four authors work. Finally, it has been concluded that the results reveal the development course of the subject of gender equality in tourism and are guiding for future research.

Keywords: Tourism, Social Gender, Gender Equality, Gender Inequality, Systematic Literature Review

GASTRONOMİDE TABAK PREZANTASYONUN ÖNEMİ: SÜRDÜRÜLEBİLİR TABAKLAR

Öğr. Gör. Ekin AKBULUT

Avrasya Üniversitesi
ekin.akbulut14@hotmail.com

Özet

Yemek ağza alınmadan önce ilk olarak gözü hitap etmektedir. Bu kapsamda yiyeceklerin görsel estetiği, insanların yemeği deneyimleme şeklini etkileyebilir ve yemeğin lezzetleri hakkında bilgi verebilir. Çünkü gözler yiyecekleri ilk önce görür ve bu görüntüler ilk izlenimleri şekillendirir. Bu nedenle, yemeğin sunumu, renkleri ve düzeni, birey için bir yemeğin tadını artırabilir ve hatta keyifli bir yemek deneyimi sunabilir. İnsanın yalnızca karın doyurmanın dışında yemek deneyiminde hedonik duygular yaşama isteği yemeğin estetik kaygılarla hazırlanmasını ortaya çıkarmıştır. Bu durum gastronomide tabak prezantasyonu önemini arttırmaktadır. Tabak prezantasyonu, tabaktaki yemeklerin belirli estetik kaygılarla olan kompozisyonunu içermektedir. Ancak günümüzde küresel nüfusun giderek artması yiyecek içecek sektörünün gıdaya ulaşması açısından problemlere yol açabilir. Bu durum, estetik tabaklar ortaya çıkarmayı hedefleyen gastronomi sektörü için sürdürülebilir tabak tasarlamasının önemini arttırmaktadır. Gastronomide yerel, coğrafi işaretli ve atıksız ürünleri içeren tabaklar tasarlamak mutfaklarda sürdürülebilirliği sağlayabilir. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı, lezzetin yanında tabaklamanın da önemli olduğunu ortaya koyan gastronomi literatürüne sürdürülebilir tabak prezantasyonu kavramını kazandırmak ve tabak prezantasyonunun sürdürülebilir olması için öneriler sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda gastronomi literatüründe bir bütün olarak değerlendirilmemiş olan tabak prezantasyonu ve sürdürülebilirlik kavramları birlikte ele alınmıştır. Çalışmanın, literatürden hareketle gastronomide sürdürülebilir tabak prezantasyonu kavramının ortaya koyarak literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Tabak Prezantasyonu, Sürdürülebilirlik

THE IMPORTANCE OF PLATE PRESENTATION IN GASTRONOMY: SUSTAINABLE PLATES

Abstract

Before the food is put into the mouth, it first appeals to the eyes. In this context, the visual aesthetics of food can affect the way people experience food and can provide information about the flavors of the food. Because eyes see food first, and these images shape first impressions. Therefore, the presentation, colors and layout of the food can enhance the taste of a meal and even provide an enjoyable dining experience for the individual. The desire of people to experience hedonic feelings in the dining experience, apart from just satisfying the stomach, has revealed that the food is prepared with aesthetic concerns. This situation increases the importance of plate presentation in gastronomy. Plate presentation includes the composition of the dishes on the plate with certain aesthetic concerns. However, the increasing global population can cause problems in terms of food and beverage sector's access to food. This situation increases the importance of designing sustainable plates for the gastronomy sector,

which aims to create aesthetic plates. In gastronomy, designing dishes containing local, geographically marked and waste-free products can ensure sustainability in kitchens. Therefore, the aim of this study is to introduce the concept of sustainable plate presentation to the gastronomy literature, which reveals that tanning is important as well as taste, and to offer suggestions for the sustainability of plate presentation. For this purpose, the concepts of plate presentation and sustainability, which have not been evaluated as a whole in the gastronomy literature, are discussed together. It is thought that the study will contribute to the literature by revealing the concept of sustainable plate presentation in gastronomy, based on the literature.

Keywords: Gastronomy, Plate Presentation, Sustainability

KIRŞEHİR'İN SAĞLIK TURİZMİ POTANSİYELİ

Prof. Dr. Musa ÖZATA

Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi
musaozata@gmail.com

Özet

Sağlık turizmi; bireylerin koruyucu, tedavi edici, rehabilite edici ve sağlığı geliştirici sağlık hizmetlerini, yaşadıkları ülke dışındaki başka bir ülkeden almalarıdır. Sağlık turizmi; medikal turizm, termal sağlık turizmi, yaşlı turizmi ve engelli turizmi gibi alt boyutları içermektedir. Ülkemiz son yıllarda, coğrafi konumu, ulaşım imkânlarının kolaylığı, turizm ülkesi olması, sağlıkta ileri teknoloji kullanımı, modern hastaneler, hekim kalitesi ve fiyat gibi avantajları nedeniyle tercih edilen bir ülke konumuna gelmiştir. Sağlıkla ilgili tüm hizmetler, estetik ameliyatlara, tüp bebek, saç ekimi, diş tedavisi, termal sağlık tesisleri, SPA merkezleri ve sağlık kürü merkezleri, yaşlı bakım merkezleri ve rehabilitasyon merkezleri gibi yerler sağlık turizmine hizmet eden uygulamalar arasında yer almaktadır.

Kırşehir 250 bine yaklaşan nüfusu ile iç Anadolu bölgesinde Kayseri, Nevşehir, Ankara, Yozgat illerinin ortasında yer alan, ekonomisi tarım ve hayvancılığa dayalı bir şehirdir. Ayrıca binlerce Kırşehirlili, Hollanda ve Almanya olmak üzere Avrupa'nın farklı ülkelerinde çalışmakta ve kazançlarının bir kısmını Kırşehir'e yatırım olarak göndermektedir.

Kırşehir'in termal su kaynakları açısından zengin bir konumda olması, Ahi Evran Üniversitesi tarafından hayata geçirilen fizik tedavi-rehabilitasyon hastanesi, termal tedavi ve geleneksel tamamlayıcı tıp uygulamaları, şehrin sağlık turizmi açısından bir potansiyele sahip olduğunu düşündürmektedir.

Bu çalışmada Kırşehir'in sağlık turizmi potansiyelinin belirlenmesi ve sağlık turizmi pastasından pay alabilmesi için neler yapılması gerektiği uzman görüşlerine dayalı olarak belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu sağlık sektörü çalışanları, iş adamları ve akademisyenlerden oluşan 10 kişilik uzman grubu oluşturmuştur. Araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme tekniği kullanılmış ve görüşmeler yarı yapılandırılmış görüşme formu esas alınarak gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sonucunda Kırşehir'in sağlık turizmi potansiyeli, güçlü yönleri, zayıf yönleri, engeller ve yapılması gerekenlere ilişkin görüşler elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Turizmi, Medikal Turizm, Termal Turizm, Kırşehir

THE HEALTH TOURISM POTENTIAL OF KIRŞEHİR

Abstract

Health tourism refers to individuals receiving preventive, curative, rehabilitative, and health-enhancing services from another country outside their country of residence. Health tourism encompasses sub-dimensions such as medical tourism, thermal health tourism, elderly tourism, and disability tourism. In recent years, our country has become a preferred destination due to its geographical location, easy transportation opportunities, status as a tourist destination, advanced technology in healthcare, modern hospitals, quality of physicians, and competitive prices. All health-related services, including aesthetic surgeries, IVF treatments, hair transplants,

dental care, thermal health facilities, SPA centers, health cure centers, elderly care centers, and rehabilitation centers, contribute to the field of health tourism.

Kırşehir, with a population of nearly 250,000, is located in the central Anatolian region, in the middle of Kayseri, Nevşehir, Ankara, and Yozgat provinces. Additionally, thousands of people from Kırşehir work in various countries across Europe, such as the Netherlands and Germany, and invest a portion of their earnings in Kırşehir.

Kırşehir's abundance of thermal water sources, the physical therapy and rehabilitation hospital implemented by Ahi Evran University, thermal treatments, and traditional complementary medicine practices indicate the city's potential in health tourism.

This study aims to determine Kırşehir's health tourism potential and identify the necessary steps to obtain a share in the health tourism market, based on expert opinions. The study group consisted of a panel of 10 experts, including healthcare professionals, businesspeople, and academics. Qualitative research methods were employed, specifically in-depth interviews using a semi-structured interview form. Through these interviews, insights were obtained regarding Kırşehir's health tourism potential, strengths, weaknesses, barriers, and recommendations for improvement.

Keywords: Health Tourism, Medical Tourism, Thermal Tourism, Kırşehir

YOGA FAALİYETLERİNE TALEP GÖSTEREN TURİSTLERİN PROFİLİNİN BELİRLENMESİ: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Burcu Gülsevil BELBER

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

Öğr. Gör. Merve BULUT YÜCELEN

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

Özet

Turist profili, belirli bir destinasyona seyahat etmesi veya belirli bir faaliyete katılması muhtemel olan belirli bir insan grubunun ayrıntılı bir açıklamasıdır. Profil; yaş, cinsiyet, gelir, eğitim düzeyi ve milliyet gibi demografik bilgilerin yanı sıra, seyahat sebepleri ve motivasyonları, seyahat şekli, kullanılan ulaşım aracı ve konaklama tesisi, bilgi kaynakları, kalış süresi, seyahat sıklığı vb. unsurları da içerebilmektedir. Turist profilinin incelenmesinin amacı, belirli bir turist grubunun ihtiyaçlarını, tercihlerini ve motivasyonlarını anlamak, onların beklentilerini karşılayacak, olumlu deneyimler yaşamalarını sağlayacak pazarlama stratejilerinin ve turistik ürünlerin tasarlanmasıdır. Yoga turistlerinin, genellikle doğal ve otantik bir atmosferde yoga pratikleri yapmayı, doğa ile iç içe olmayı, yoga yaparken ruhani bir deneyim yaşamalarına yardımcı olacak ortamları tercih ettikleri, bireysel seyahatlerden hoşlandıkları, yoga pratiklerinin yanı sıra bölgenin diğer aktivitelerini de deneyimlemek istedikleri düşünülmektedir. Ancak literatürde yoga yapmak amacıyla seyahat eden turistlerin profilinin tespit edildiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Kapadokya, otantik ve eşsiz doğal özellikleriyle tanınmış bir destinasyondur. Bu destinasyonun, yoga faaliyetleri için seyahat eden turistler için daha cazip ve tercih edilebilen bir destinasyon olabileceğinin düşünülmesi sebebiyle, yoga turistlerinin profilinin tespit edilmesi ve bu turistlere yönelik alternatif önerilerinde bulunulması uygun görülmüştür. Bu bağlamda araştırmamızın amacı; yoga turistlerinin profilinin belirlenmesi, yoga faaliyetleri ile ilgili tutumlarının tespit edilmesi ve yoga aktiviteleri sebebiyle seyahat eden turistlerin Kapadokya Bölgesi'ne daha fazla talep göstermesinin sağlanmasına yönelik önerilerin geliştirilmesidir. Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden anket yöntemi kullanılacak olup, Kapadokya'da yoga faaliyetleri için bulunan turistlere çevirim içi anket uygulanacaktır. Elde edilen veriler, istatistiki analiz yöntemleri ile bilgisayar ortamında analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Turist Profili, Yoga Turizmi, Tutum

DETERMINING THE PROFILE OF TOURISTS DEMANDING YOGA ACTIVITIES: CAPPADOCIA CASE

Abstract

A tourist profile is a detailed description of a particular group of people who are likely to travel to a particular destination or engage in a particular activity. Profile; in addition to demographic information such as age, gender, income, education level and nationality, travel reasons and motivations, mode of travel, type of transportation and accommodation facility, information

sources, duration of stay, frequency of travel, etc. elements may also be included. The purpose of examining the tourist profile is to understand the needs, preferences and motivations of a particular tourist group, to design marketing strategies and touristic products that will meet their expectations and enable them to have positive experiences. It is thought that yoga tourists generally prefer to practice yoga in a natural and authentic atmosphere, commune with nature, prefer environments that will help them have a spiritual experience while doing yoga, enjoy individual travels, and they want to experience other activities of the region as well as yoga practices. However, no study has been found in the literature in which the profile of tourists traveling for the purpose of yoga is determined. Cappadocia is a well-known destination for its authentic and unique natural features. Since this destination is thought to be a more attractive and preferable destination for tourists traveling for yoga activities, it has been seemed appropriate to determine the profile of yoga tourists and to make alternative suggestions for these tourists. In this context, the aim of the research is to determine the profile of yoga tourists, to determine their attitudes towards yoga activities, and to develop suggestions for the tourists traveling due to yoga activities to show more demand to the Cappadocia Region. Questionnaire method, one of the quantitative research methods, will be used in the research, and an online questionnaire will be applied to tourists who are in Cappadocia for yoga activities. The obtained data will be analyzed with statistical analysis methods.

Keywords: Tourist Profile, Yoga Tourism, Attitude

SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS KAYNAĞI OLARAK MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN TURİZME KAZANDIRILMASINA İLİŞKİN ÖNERİLER: BİLECİK İLİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Sıla KARACAOĞLU

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
sila.karacaoğlu@bilecik.edu.tr

Özet

Yerel yemekler ve gıdalar, turistlerin seyahat etme kararlarını destekleyen önemli bir itici faktördür. Otantik ve lezzetli yemeklerin tadını çıkarmak, özel yemekler yemek ve yerel mutfak ile ilgili kültürel gelenekleri yaşamak günümüz turistlerinin sıklıkla aradığı deneyimlerdir. Bu bakımdan gastronomi turizmi, evrensel olarak ulusal ve bölgesel kimlikleri temsil eden ve destinasyon imajını güçlendiren bir rol oynamaktadır. Aynı zamanda yerel ekonominin çeşitlenmesine fırsat sağlamaktadır ve somut olmayan kültürel mirası koruyarak gelecek kuşaklara aktarılmasına yardımcı olmaktadır. Buradan hareketle araştırmanın amacı zengin bir gastronomi mirasına sahip olan fakat bu alanda tanınırlığı olmayan Bilecik ilinin yerel yeme-içme kültürüne ait öğelerine ve gastronomi turizmi potansiyeline dikkat çekmektir. Söz konusu amaç doğrultusunda öncelikle ilin mutfak kültürüne ilişkin bilgi verilmiştir. Ardından ikincil kaynaklar taranmış, Bilecik mutfağına özgü yerel yiyecekler ve içecekler sınıflandırılarak yazılı hale getirilmiştir. Çalışma sonunda, ilin gastronomi turizmi potansiyelinin ön plana çıkarılması ile mutfak mirasının korunması, sürdürülmesi ve turizme kazandırılması için destinasyon yöneticileri, turizm işletmecileri, turizm pazarlamacıları, yiyecek-içecek işletmeleri, akademisyenler ve turizmle ilgili diğer paydaşlara birtakım öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Somut Olmayan Kültürel Miras, Mutfak Kültürü, Yerel Yiyecekler, Gastronomi Turizmi, Bilecik

SUGGESTIONS FOR THE INTRODUCTION OF CULINART CULTURE INTO TOURISM AS A SOURCE OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE: THE CASE OF BİLECİK PROVINCE

Abstract

Local food and cuisine is an important driving factor supporting tourists' travel decisions. Enjoying authentic and delicious food, eating special dishes and experiencing cultural traditions related to local cuisine are experiences that today's tourists often seek. In this respect, gastronomy tourism plays a role in universally representing national and regional identities and strengthening destination image. It also provides an opportunity to diversify the local economy and helps to preserve intangible cultural heritage and pass it on to future generations. From this point of view, the aim of the research is to draw attention to the elements of local food and beverage culture and gastronomy tourism potential of Bilecik province, which has a rich gastronomy heritage but is not recognized in this field. In line with this purpose, firstly, information about the culinary culture of the province was given. Then, secondary sources were reviewed, local foods and beverages specific to Bilecik cuisine were classified and written. At the end of the study, a number of recommendations were presented to destination managers,

tourism operators, tourism marketers, food and beverage businesses, academicians and other stakeholders related to tourism in order to highlight the gastronomy tourism potential of the province and to protect, maintain and bring the culinary heritage to tourism.

Keywords: Intangible Cultural Heritage, Culinary Culture, Local Foods, Gastronomy Tourism, Bilecik

ZONGULDAK İLİNİN EKOTURİZM POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Gözde OĞUZBALABAN

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
oguzbalaban@beun.edu.tr

Özet

İnsanların eğitim ve kültür seviyelerinin yükselmesiyle beraber çevre bilincinin giderek artması sonucu doğal alanlara yönelik turizm talebi de artma eğilimi göstermiştir. Bu artıştan yola çıkarak gelişen ekoturizm, doğal ve kültürel kaynaklara değer vermeyi amaç edinen, çevreye duyarlı sürdürülebilir bir turizm çeşididir. Zonguldak ilinin, ekoturizm potansiyelinin belirlenmesi ve değerlendirilmesi ilin sosyal, kültürel ve ekonomik olarak gelişimi açısından oldukça önemlidir. Bu çalışmada Zonguldak ilinin ekoturizm potansiyeli; literatür çalışmalarından, Zonguldak ili ile ilgili hazırlanmış olan master planlarından, Tarım ve Orman Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü web sitesinde yer alan verilerden yararlanılarak ayrıca bölgede gözlem yapılarak incelenmiştir. Sonuç olarak; Zonguldak ilinin, botanik turizmi, kuş gözlemciliği, bisiklet turları, kelebek gözlemciliği, foto safari, kamp-karavan turizmi, fauna turizmi, akarsu turizmi, yayla turizmi, sualtı dalış turizmi, festival turizmi, mağara turizmi, doğa yürüyüşleri ve atlı doğa yürüyüşü gibi etkinlikler ve turizm çeşitleri için önemli bir ekoturizm potansiyeli barındırdığı tespit edilmiştir. Zonguldak ilinde ekoturizmin geliştirilmesi için konuyla ilgili paydaşlara öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Ekoturizm, Turizm Potansiyeli, Zonguldak

DETERMINATION AND EVALUATION OF THE ECOTOURISM POTENTIAL OF ZONGULDAK PROVINCE

Abstract

As a result of the increase in people's educational and cultural levels and accordingly the rise in environmental awareness, the demand for tourism towards natural areas tend to grow. The ecotourism, which develops based on this growth, is a sustainable tourism type that aims to value natural and cultural resources and is environmentally friendly. Determination and evaluation the ecotourism potential of Zonguldak province is very important for the social, cultural and economic development of the province. In this study, the ecotourism potential of Zonguldak province has been analyzed using the literature studies, master plans prepared for Zonguldak province, and data on the website of Ministry of Agriculture and Forestry, General Directorate of Nature Conservation and National Parks. Consequently; it has been determined that Zonguldak province had an important ecotourism potential for activities and tourism types such as botanical tourism, bird watching, bicycle tours, butterfly watching, photo safari, camping-caravan tourism, fauna tourism, river tourism, highland tourism, underwater diving tourism, festival tourism, cave tourism, hiking and horse and hiking. In order to develop ecotourism in Zonguldak province, suggestions were made to relevant stakeholders

Keywords: Tourism, Ecotourism, Tourism Potential, Zonguldak.

TÜRKİYE’NİN PEYNİR TURİZMİ POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: DİVLE OBRUĞU PEYNİRİ ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Şevki ULEMA

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
ulema@subu.edu.tr

Arş. Gör. Zeynep MENTEŞE

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
zeynep.mentese@medeniyet.edu.tr

Özet

Türkiye peynir çeşitliliği bakımından zengin bir ülkedir. Ancak Türk peynirlerinin bilinirliği arzu edilen düzeyde değildir. Aynı zamanda önemli bir turizm ülkesi olan Türkiye’nin, peynir turizmiyle hem mevcut turizm faaliyetlerini hem de peynirlerinin tanınırlığını artırabileceği düşünülmektedir. Bu çalışmanın amacı Türkiye’nin peynir turizmi potansiyelinin, Divle obruğu peyniri üzerinden değerlendirilmesini sağlamaktır. Bu amaç kapsamında Dünyaca ünlü Rokfor peynirine muadil gösterilmesi ve önemli turizm destinasyonlarına yakınlığı nedeniyle Divle obruğu peyniri çalışma kapsamına alınmıştır. Divle obruğu peynirinin üretim sürecinin, turistik açıdan yüksek çekiciliğe sahip olabileceği düşünülmüştür. Araştırma amacı kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden mülakat tekniği kullanılmıştır. Katılımcıların büyük bölümü turizm alanındaki akademisyenlerinden seçilmiştir. Araştırma evreni olarak turizm akademisyenlerinin seçilme nedeni Divle obruk peyniri ve peynir turizmi hakkında daha fazla bilgiye sahip olabileceklerinin düşünülmesidir. Araştırma için yapılan görüşmeler 15 katılımcıyla gerçekleşmiştir. Divle obruğu peynirinin peynir turizmi bakımından yüksek potansiyele sahip olduğu düşünülmektedir. Yapılan araştırma sonucunda katılımcıların Divle obruğu peyniri hakkında bilgi düzeyinin düşük olduğu görülmüştür. Ancak Divle obruğu peyniri hakkında yapılan bilgilendirme sonrasında turistik seyahatlerinin bir parçası olarak Divle obruğu peynirinin üretim sürecinin ziyaret edilmesi konusunda istekli oldukları anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Peynir Turizmi, Turizm Potansiyeli, Divle Obruğu

ASSESSMENT OF TURKIYE’S CHEESE TOURISM POTENTIAL: THE CASE OF DIVLE OBRUGU CHEESE

Abstract

Turkiye is a rich country in cheese diversity. However, the awareness of Turkish cheeses is not at the desired level. It is thought that Turkey, which is also an important tourism country in the world, can increase both its current tourism activities and the recognition of its cheeses with cheese tourism. The aim of this study is to evaluate the cheese tourism potential of Turkey through the Divle Obruk cheese. Within the scope of this purpose, Divle Obruk cheese has been included in the study because it is equivalent to the world-famous Roquefort cheese and because of its proximity to important tourism destinations. It has been thought that the production process of Divle Obruk cheese may have a high tourist attraction. The interview technique was used from qualitative research as a research method within the scope of the research purpose.

Most of the participants were selected from academicians in the field of tourism. The reason for choosing tourism academics as the research universe is that they think they can have more information about Divle Obruk cheese and cheese tourism. Interviews for the research were conducted with 15 participants. It is thought that Divle Obruk cheese has a high potential in terms of cheese tourism. As a result of the research, it was seen that the level of knowledge of the participants about Divle Obruk cheese was low. However, after the information about Divle Obruk cheese, it was understood that they were willing to visit the production process of Divle Obruk cheese as part of their touristic trips.

Keywords: Cheese Tourism, Tourism Potential, Divle Sinkhole

TÜRKİYE'DE “TURİZM VE İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ” İLİŞKİLİ KONULARI İÇEREN YAYINLARIN TURİZMİN İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Özgür ÇALKIN

Kafkas Üniversitesi
ozgur.calkin@kafkas.edu.tr

Arş. Gör. Dr. Barış TURAN

Kafkas Üniversitesi
baris.turan@kafkas.edu.tr

Özet

Turizm ve iklim değişikliği birbiriyle ilişkili iki olgudur. Bu nedenle ilgili alanlardaki literatürde önemli çalışma konuları arasında yer almaktadır. İklim değişikliğinin turizm üzerindeki etkilerine yönelik bilimsel çalışmaların sayısı her geçen yıl artsa da turizmin iklim değişikliğine etkileri konusunda sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın amacı “turizm ve iklim değişikliği” konusunda Türkiye’de yayınlanan çalışmaları turizmin iklim değişikliği üzerindeki etkisi açısından değerlendirmek ve konuya olan ilgiyi yıllar içinde farklı parametreler yardımıyla incelemektir. Araştırmanın amacı doğrultusunda nitel araştırma yöntemlerinden biri olan betimsel araştırma benimsenmiş ve bu doğrultuda analizler yapılmıştır. Araştırma kapsamında Türkiye’de yayımlanan araştırmaların başlık ve **Anahtar Kelimelerinde** “Turizm ve İklim Değişikliği” ifadelerini birlikte içeren yayınlar taranmıştır. Araştırma verileri “DergiPark, Türkiye Turizm Dizini, Google Scholar ve Ulusal Tez Merkezi (YÖKTEZ)” veri tabanlarından elde edilmiştir. Bu kapsamda yapılan tarama sonucunda 32 akademik makale ve lisansüstü yayına ulaşılmıştır. Elde edilen bulgulara göre son yıllarda konu ile ilgili çalışmalarda artış olduğu gözlemlenmiştir. Turizm ve iklim değişikliği ile ilgili çalışmaların daha çok “iklim değişikliğinin turizme etkisi” olarak ele alındığı, “iklim değişikliği ve turizm ilişkisi” bağlamındaki çalışmaların da yoğunlukta olduğu belirlenmiştir. Ancak turizmin iklim değişikliğine etkisini inceleyen sınırlı sayıda araştırmanın (2 araştırma) olduğu tespit edilmiştir. Erişilen iki çalışmada turizmin iklim değişikliğine etkisi ana başlık olarak araştırılmış, diğer çalışmalarda bu durum alt başlık olarak verilmiştir. Bulgular, iklim değişikliği ve turizm ile ilgili çalışmaların sadece turizm ve ilgili bölümlerde değil, farklı bilim dallarında da ilgi gördüğünü göstermiştir. Elde edilen bulgular çerçevesinde öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, İklim değişikliği, Türkiye, Betimsel Analiz

ANALYSIS OF PUBLICATIONS CONTAINING RELATED TOPICS OF “TOURISM AND CLIMATE CHANGE” IN TÜRKİYE IN THE CONTEXT OF THE IMPACT OF TOURISM ON CLIMATE CHANGE

Abstract

Tourism and climate change are two interrelated phenomena. For this reason, it is among the important study topics in the literature in related fields. Although the number of scientific studies on the effects of climate change on tourism increases every year, there are limited studies on

the effects of tourism on climate change. In this context, the aim of the research is to evaluate the studies published in Türkiye on "tourism and climate change" in terms of the impact of tourism on climate change and to examine the interest in the subject over the years with the help of different parameters. In line with the purpose of the research, descriptive research, one of the qualitative research methods, was adopted and analyzes were made in this direction. Within the scope of the research, publications containing the expressions "Tourism and Climate Change" together in the titles and **Keywords** of the studies published in Türkiye were scanned. Research data were obtained from the databases of "DergiPark, Türkiye Tourism index, Google Scholar and National Thesis Center (YÖKTEZ)". As a result of the scanning carried out within this scope, 32 academic articles and postgraduate publications were reached. According to the findings, it has been observed that there has been an increase in studies on the subject in recent years. It has been determined that studies on tourism and climate change are mostly handled as "the effect of climate change on tourism", and studies in the context of "climate change and tourism relationship" are also intense. However, it has been detected that there are only a limited number of studies (2 studies) examining the effect of "tourism on climate change". In two studies, the effect of tourism on climate change was investigated as the main title, and this situation was given as a sub-title in other studies. The findings showed that studies on climate change and tourism attract attention not only in tourism and related departments, but also in different scientific fields. Suggestions were developed within the framework of the findings obtained.

Keywords: Tourism, Climate change, Türkiye, Descriptive Analysis

COVID 19 PANDEMESİNİN TURİZM SEKTÖRÜNE YANSIMALARI VE TURİZM SEKTÖRÜNDE YENİ YAKLAŞIMLAR

Prof. Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU

Mersin Üniversitesi
msamirkas@mersin.edu.tr

Doktora Öğrencisi İbrahim Halil ERDOĞAN

Mersin Üniversitesi
erdogan272714@gmail.com

Özet

Turizm sektörü, dünya genelinde hızla büyümekte olan önemli bir sektördür. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'ne göre, turizm sektörü 2019 yılında küresel ekonominin %10,3'ünü oluşturarak yaklaşık 330 milyon işe ve %10,4'a kadar olan bir katma değer yarattı. Ancak, COVID-19 pandemisiyle birlikte turizm sektörü büyük bir darbe aldı. Pandeminin başlangıcından itibaren, turist sayısı dünya genelinde önemli ölçüde azaldı ve bu da turizm sektöründeki gelirlerin düşmesine neden oldu. COVID-19 pandemisinin turizm sektörüne etkileri, ekonomik yansımalarının yanı sıra sosyal etkileri de oldu. Turizm sektöründeki iş kayıpları ve işletmelerin iflas etmesi, turizm sektöründeki çalışanlar ve işletme sahipleri için oldukça zorlu bir dönem yarattı. Bu durum, ekonomik ve sosyal olarak dezavantajlı olan bölgelerdeki insanlar için daha da zorlu hale geldi. COVID-19 pandemisi, turizm sektörü üzerinde uzun vadeli etkilere neden olabilmektedir. Pandemi, turizm endüstrisinde sürdürülebilir turizm uygulamalarına daha fazla odaklanmayı teşvik edebilir. Ayrıca, turizm endüstrisi, pandemiden sonra, çevre dostu turizm uygulamalarının benimsenmesi için bir fırsat da sunabilmektedir. Bu çalışmada Covid-19 salgınıyla ilgili genel bilgilere yer verilecek ve Covid-19'un turizm sektörüne uzun dönemde yaratacağı muhtemel etkiler ele alınıp ve Covid-19 sonrası turizm sektöründe uygulamaya konulması düşünülen yenilikçi uygulamalar (Kitle turizminden bireysel turizme yönelme, kalabalık ortamlardan güvenli ve hijyenik özelliklere sahip daha tenha ortamlara doğru yöneliş, temassız dijital işlemler, sosyal mesafeli turlar ve izole tatillerin ön planda olduğu ve geleneksel turizm anlayışından sürdürülebilir alternatif turizm) hakkında bilgiler verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Sektörü, COVID 19, Dijital Dönüşüm, Sürdürülebilir Turizm

IMPACTS OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE TOURISM SECTOR AND NEW TRENDS IN TOURISM SECTOR

Abstract

The tourism sector is an important industry that is rapidly growing worldwide. According to the World Travel and Tourism Council, the tourism sector accounted for approximately 10.3% of the global economy in 2019, generating around 330 million jobs and a value-added up to 10.4%. However, the tourism sector suffered a major blow with the COVID-19 pandemic. Since the beginning of the pandemic, the number of tourists has significantly decreased globally, leading to a decline in tourism sector revenues. The impacts of the COVID-19 pandemic on the tourism sector included not only economic repercussions but also social effects. Job losses and business

closures in the tourism sector created a challenging period for employees and business owners in the industry. This situation became even more difficult for people in economically and socially disadvantaged areas. The COVID-19 pandemic may have long-term effects on the tourism sector. The pandemic can encourage a greater focus on sustainable tourism practices in the tourism industry. Additionally, the tourism industry can provide an opportunity for the adoption of environmentally friendly tourism practices after the pandemic. This study will provide general information about the COVID-19 outbreak and discuss the possible long-term effects it will have on the tourism sector. It will also present innovative approaches considered for implementation in the tourism sector after COVID-19. Expected changes in the sector towards opportunities (from mass tourism to individual tourism, moving from crowded environments to more secluded environments with safe and hygienic features, non-contact digital transactions, social distance tours and sustainable alternative tourism from traditional tourism understanding where isolated holidays are at the forefront) will be included.

Keywords: Tourism Sector, COVID-19, Digital Transformation, Sustainable Tourism

EKOTURİZM GERÇEKTEN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM GELİŞİMİNE KATKIDA BULUNUYOR MU? EKOTURİZMİN GİZLİ AJANDASINA YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME

Dr. Öğr. Üyesi Yusuf DÜNDAR

Aksaray Üniversitesi
ysfdundar42@gmail.com

Özet

Ekoturizm, manzarayı ve buradaki yabani bitki ve hayvanları ve ayrıca bu alanlarda bulunan mevcut kültürel tezahürleri (hem geçmiş hem de şimdiki) incelemek, hayranlık duymak ve keyfini çıkarmak amacıyla, nispeten bozulmamış veya kirlenmemiş doğal alanlara seyahat etmek olarak tanımlanmaktadır. 1980'lerde akademik literatüre girmesinden bu yana, ekoturizm terimi bir moda kelime haline gelmiş hem skolastik söylemde hem de uluslararası turizm pazarında sürdürülebilir gelişim modeli olarak popülerlik kazanmıştır. Bu, kısmen turizm araştırmalarının katkısının yanı sıra kitle turizmi ürünlerine yönelik hoşnutsuzluk, artan çevre bilinci, sürdürülebilir turizm gelişimine duyulan ihtiyaç, doğa temelli deneyimlere yönelik artan tüketici talebi ve gelişmekte olan dünyanın doğal kaynaklarının sürdürülebilir kullanımına yönelik artan kararlılığından kaynaklanmaktadır. Ekoturizm çalışmalarının çoğu gelişmekte olan ülkelerde yürütülmüş olup alternatif turizm, ekoturizm ve yumuşak turizm gibi eko-kalkınma yaklaşımları, sürdürülebilir doğal kaynak tüketimini sağlamak için potansiyel seçenekler olarak tanıtılmıştır. Bu alternatifler arasında, ekoturizm, küçük ölçekli, yerel olarak sahiplenilen, otantik, katılımcı ve tabandan sürdürülebilir bir turizmi teşvik ettiği için genellikle uygulanabilir bir seçim olarak tasvir edilmektedir. Ancak son zamanlarda ekoturizmin korumaya katkısına yönelik yapılan araştırmalar dünyanın farklı yerlerinde başarılı vakalar olmasına rağmen, daha büyük ölçekte ekoturizmin koruyucu etkisinin belirsizliğini koruduğunu ortaya koymuştur. Anti-ekoturizm tarafında bulunan araştırmacılar, ekoturizmin bozulmamış ve kırılgan ekosistemlere seyahati teşvik ettiğine ve kitle turizminin öncüsü olabileceğine, düzenli turistler için erişilemeyen elit odaklı bir turizm faaliyeti olduğuna, turizm endüstrisi tarafından bir pazarlama hilesi olarak kolayca ele geçirilebileceğine inanmaktadırlar. Bu çalışmanın amacı, ekoturizmin sürdürülebilir turizm gelişimine etkilerine eleştirel bir bakış açısı sunmak ve olumsuz etkilerinin neler olduğunu veya olabileceğini ortaya koymaktır. Bu kapsamda, prestijli ve saygın uluslararası dergilerde anti-ekoturizm düşünce okulunda yer alan akademisyenlerin çalışmaları taranmış, bu sınırlı sayıda güncel çalışmalardan veriler elde edilmiştir. Bu çalışmada nitel araştırma tekniklerinden doküman incelemesi kullanılmıştır. Verilerin analizi maksadıyla betimsel analiz kullanılmıştır. Anti-ekoturizme ilişkin çalışmalar, ekoturizmin koruyucu etkisinin ve sürdürülebilir turizm gelişimine katkısının mikro düzeydeki başarı öykülerine rağmen daha büyük ölçekte belirsizliğini koruduğuna dikkat çekmektedir. Ekoturizmin olumlu etkileri, iyi planlanmış, geliştirilmiş ve yönetilmiş olması koşuluyla ortaya çıkabilirken özellikle gelişmekte olan ülkelerde sürdürülebilir gelişim hedeflerine katkıları zor ve şüphelidir. Sınırlı sayıda çalışmanın yer aldığı literatürün genişlemesine katkıda bulunabileceği düşünülen bu çalışmanın önemli olduğu değerlendirmekte olup uygulayıcılara farklı bir bakış açısı sunacağı kıymetlendirilmektedir. Gelecekte özellikle Türkiye'de ekoturizm odaklı büyümeyi hedefleyen kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgelerinde yapılacak nicel araştırmalarla konu etraflıca incelenebilir.

Anahtar Kelimeler: Ekoturizm, Ekoturizm Araştırmaları, Sürdürülebilir Turizm Gelişimi, Gelişmekte Olan Ülkeler

DOES ECOTOURISM REALLY CONTRIBUTE TO SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT? AN ASSESSMENT ON THE HIDDEN AGENDA OF ECOTOURISM

Abstract

Ecotourism is defined as traveling to relatively undisturbed or uncontaminated natural areas with a specific objective of studying, admiring, and enjoying the scenery and its wild plants and animals, as well as any existing cultural manifestations (both past and present) found in these areas. Since its introduction into academia in the 1980s, the term ecotourism has become a buzzword and gained popularity both in scholastic discourse and in the international tourism market as a model of sustainable development. This is in part due to the contribution of tourism research besides the displeasure towards mass tourism products and growing environmental awareness. The need for sustainable tourism development, growing consumer demand for nature-based experiences, and the developing world's growing determination towards the sustainable use of natural resources have also contributed to the growth of ecotourism. Most of the ecotourism studies have been conducted in developing countries, and eco-development approaches such as alternative tourism, ecotourism and soft tourism have been promoted as potential options for achieving sustainable natural resource consumption. Among these alternatives, ecotourism has often been portrayed as a viable choice since it promotes a small-scale, locally owned, authentic, participative, and grassroots sustainable tourism. However, recent studies on the contribution of ecotourism to conservation have revealed that although there are successful cases in different parts of the world, the protective effect of ecotourism remains unclear. Researchers on the anti-ecotourism side believe that ecotourism encourages travel to pristine and fragile ecosystems and may be a precursor to mass tourism. They also believe that ecotourism is an elite-oriented tourism activity and is introduced as a marketing ploy by the tourism industry. The aim of this study is to present a critical perspective on the effects of ecotourism on sustainable tourism development and to reveal what its negative effects are or may be. In this context, the studies of academics from the anti-ecotourism school of thought in prestigious and respected international journals were scanned, and data were obtained from these limited number of current studies. In this study, document analysis, one of the qualitative research techniques, was used. Descriptive analysis was used to analyze the data. Studies on anti-ecotourism point out that the protective effect and contribution of ecotourism to sustainable tourism development is mostly uncertain despite its micro-level success. While the positive effects of ecotourism can occur provided that it is well planned, developed and managed, its contribution to sustainable development goals is difficult and doubtful, especially in developing countries. This study, which is thought to contribute to the expansion of the limited number of studies, is important and will offer a different perspective to practitioners. In the future, especially in Türkiye, the subject can be examined in detail with quantitative research to be carried out in culture and tourism protection and development regions that aim to grow with an ecotourism focus.

Keywords: Ecotourism, Ecotourism Research, Sustainable Tourism Development, Developing Countries

TURİZM ALANINDA YAYINLANAN KRİZ KONUSUNDAKİ LİSANSÜSTÜ ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Dr. Öğr. Üyesi Süleyman AKKAŞOĞLU

Doğuş Üniversitesi
suleymanakkasoglu@hotmail.com

Özet

Bu çalışmada 1997-2022 yılları arasında turizm alanında kriz ile ilgili lisansüstü düzeyde hazırlanan tez çalışmalarının bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın temel amacı lisansüstü düzeyde turizm alanında yayınlanan kriz konusundaki tez çalışmalarının mevcut durumunun ortaya konulmasıdır. Çalışmada turizm alanında kriz konulu lisansüstü tez çalışmalarının seçilmesinin temel sebebi turizm endüstrisinin krizlerden çok çabuk etkilenebilmesi ve krizlere karşı hassas bir yapıya sahip olmasıdır. Çalışma kapsamında ilgili lisansüstü tezler; tamamlandığı yıl, üniversite, tez türü, enstitü, ana bilim dalı, danışman unvanı, sayfa aralığı, anahtar kelime sayısı, araştırma yöntemleri, veri toplama teknikleri, örnekleme yöntemi gibi ölçütler dikkate alınarak incelenmiştir. Ulusal Tez Merkezi Veri Tabanında çalışma konusu ile ilgili toplam 63 tez çalışması belirlenen ölçütler çerçevesinde içerik analizi tekniği ile analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Çalışma neticesinde krizlerin yaşandığı yıldan birkaç yıl sonrasında turizm alanında kriz ile ilgili lisansüstü tez çalışmalarının sayısında artış yaşandığı, her ne kadar son yıllarda yayınlanan tez çalışmalarında artış olsa da yeterli sayıda lisansüstü çalışmaların gerçekleştirilmediği ve doktora düzeyinde lisansüstü tez sayısının yüksek lisans düzeyindeki tez sayılarına göre düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca ilgili konuda en çok çalışmanın İstanbul ve Dokuz Eylül Üniversitesinde gerçekleştirildiği, çalışmaların büyük bir çoğunluğunun alan araştırmasına dayandığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kriz, Turizm, Bibliyometrik Analiz

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF POSTGRADUATE STUDIES ON CRISIS PUBLISHED IN THE FIELD OF TOURISM

Abstract

In this study, bibliometric analysis of the thesis studies prepared at the graduate level related to the crisis in the field of tourism between 1997-2022 was performed. The main purpose of the study is to reveal the current status of the thesis studies on the crisis published in the field of tourism at the graduate level. The main reason for choosing the postgraduate thesis studies on crisis in the field of tourism in the study is that the tourism industry can be affected very quickly by crises and has a sensitive structure to crises. Related postgraduate theses within the scope of the study; year of completion, university, type of thesis, institute, department, title of advisor, page range, number of **Keywords**, research methods, data collection techniques, sampling method. A total of 63 thesis studies related to the subject of study in the National Thesis Center Database were analyzed within the framework of the determined criteria. As a result of the study, a few years after the crisis, the number of postgraduate thesis studies related to the crisis in the field of tourism increased, although there was an increase in the thesis studies published in recent years, there were not enough postgraduate studies and the number of postgraduate theses at the doctorate level was lower than the number of theses at the master's level

conclusion has been reached. In addition, it was determined that the most studies on the subject were carried out in Istanbul and Dokuz Eylül University, and that the majority of the studies were based on field research.

Keywords: Crisis, Tourism, Bibliometric Analysis

BÖLGESEL TURİZM PAYDAŞLARININ SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZME YÖNELİK TUTUMU: HASANKEYF ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Ülker CAN

Batman Üniversitesi
ulker.can@batman.edu.tr

Öğr. Gör. Erşad TAN

Batman Üniversitesi
ersad.tan@batman.edu.tr

Öğr. Gör. Gülcan DAGAŞAN

Batman Üniversitesi
Gulcan.dagasan@batman.edu.tr

Öğr. Gör. Hüseyin GÜL

Batman Üniversitesi
huseyin.gul@batman.edu.tr

Özet

Toplumsal değişimi yönlendiren etmenler, bir toplumdan diğer topluma göre değişiklik göstermektedir. Her bir paradigma bir yenisinin ortaya çıkmasına mahal oluştururken, bazı olguların çıktılarını dünyayı ortak paydalarda buluşturabilmektedir. Tarihsel süreç içerisinde turizm devinimi, gelişim ve değişim ekseninde yol alırken, hem ulusal hem de uluslararası alanda ortaya çıkan turizm merkezleri ile uluslararası turizm hareketlerinin artmasını sağlamıştır. Dünya çapında uluslararası turizm endüstrisinin ekonomik çıktıları her ne kadar katma değer yaratsa da, bölgelere etki eden diğer unsurları açısından tartışılması önem ifade etmektedir. Bu araştırmanın amacı, Mezopotamya'nın en önemli kültür turizmi destinasyonu olan Hasankeyf'teki turizm paydaşlarının sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik tutumlarını araştırmaktır. Aynı zamanda çeşitli boyutlar kapsamında sürdürülebilirlik ve turizm ilişkisinin bölgesel bazda başlıca karakteristiklerini belirlemek ve turizm potansiyeli içerisinde sürdürülebilirliğin rolünün ne olduğunu ortaya çıkarmak araştırmanın bütünsel amaçları içerisinde yer almaktadır. Sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik turizm paydaşlarının tutumlarını analiz etmek için Sürdürülebilir Turizm Tutum Ölçeği (SUS-TAS) kullanılmıştır. Sürdürülebilir turizm tutum ölçeğinin boyutlarını belirlemek için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. Çalışmanın sonuçları, Hasankeyf'in sürdürülebilir turizm faaliyetlerini desteklemek için gerçekten iyi paydaşlara sahip olduğunu göstermektedir. Paydaşların turizm gelişimine yönelik tutumları üzerine yapılan araştırmalar, bir bölgenin turizm endüstrisinin uzun vadede başarılı ve sürdürülebilir olması için paydaşların desteğinin çok önemli olduğunu göstermektedir. Sağlanan bu genel araştırma çalışmasının sonuçları, Hasankeyf turizm planlaması için paydaşların stratejik konumuna dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Turizm Paydaşları, Hasankeyf

LOCAL TOURISM STAKEHOLDERS' ATTITUDE TOWARDS SUSTAINABLE TOURISM: THE CASE OF HASANKEYF

Abstract

The factors that drive social change differ from one society to another. While each paradigm creates a space for a new one to emerge, the outputs of some cases can bring the world together on common ground. It has increased the international tourism movements with the tourism centers that emerged both nationally and internationally while the tourism movement has progressed on the axis of development and change in the historical process, Although the economic outputs of the international tourism industry create added value around the world, it is important to discuss it in terms of other factors affecting the regions. The aim of this research is to investigate the attitudes of tourism stakeholders towards sustainable tourism development in Hasankeyf which is the most important cultural tourism destination of Mesopotamia. At the same time, determining the main characteristics of the sustainability and tourism relationship on a regional basis within the scope of various dimensions and revealing the role of sustainability in tourism potential are among the holistic objectives of the research. The Sustainable Tourism Attitude Scale (SUS-TAS) is used to analyze the attitudes of tourism stakeholders towards sustainable tourism development. Confirmatory factor analysis (CFA) was conducted to determine the dimensions of the sustainable tourism attitude scale. The results of the study show that Hasankeyf has conscious stakeholders to support sustainable tourism activities. Research on stakeholders' attitudes towards tourism development shows that stakeholder support is crucial for a region's tourism industry to be successful and sustainable in the long run. The results of this overall research study provided draw attention to the strategic position of stakeholders for Hasankeyf tourism planning.

Keywords: Sustainable Tourism, Tourism Stakeholders, Hasankeyf

EVALUATION OF POTENTIAL CHEFS' COGNITIVE PERCEPTIONS OF FOOD WASTE

Asst. Prof. Dr. Ayşe ŞAHİN YILMAZ

Isparta University
ayseyilmaz@isparta.edu.tr

Lect. Kerem ÇIRAK

Giresun University
kerem.cirak@giresun.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Gökhan YILMAZ

Isparta University
gokhanyilmazakademi@gmail.com

Abstract

Food waste is the non-consumption of food due to the misuse of products, materials, and food by the employees responsible for production in hotels or catering establishments, and the consumption behaviors of consumers or tourists. According to the United Nations statistics (2021), 931 million food was wasted annually worldwide and the amount of food waste in Turkey reached 8 million, and consequently food waste has become a global problem with increasing importance. In this context, it is thought that the opinions and thoughts of the chefs, who are important stakeholders in the food and beverage industry, on food waste should be investigated. The purpose of this research is to evaluate the cognitive perceptions of the students studying in the gastronomy and culinary arts department (hereafter potential chefs) about food waste and to understand what this concept means for them. With this purpose, the main questions of the study are as follows: how do potential chefs perceive food waste? and how is food waste reflected by these chefs? In order to explore the cognitive perceptions of potential chefs about food waste, a phenomenological design was chosen within the framework of the qualitative research method. Document analysis was used as a data collection method and content analysis was applied as a data analysis method. The research study group consisted of students studying in the second and third years of the gastronomy and culinary arts department of a state university and taking applied gastronomy lessons. A purposeful sampling method was preferred in this study and participants were included according to the criteria to take applied culinary lessons, continue their professional career as a chef, and participate voluntarily. The research data were collected between April 18-21, 2023. To this end, an online questionnaire with an open-ended question was prepared in Google Forms and each participant was asked to give at least three answers. Sixty-two participants were included in the study and a total of 186 answers were collected. The obtained documents were examined in four stages: naming, elimination and refinement, categorization, and validity, reliability, and trustworthiness. Thus, firstly, 144 concepts were named, then 128 of them were obtained because combining some concepts with related ones, and lastly, these were categorized under eight main themes such as economical, environmental, productional, consumption, sustainability, process, personality traits, and spirituality. In light of all these, suggestions are made for researchers and practitioners.

Keywords: Food waste, Potential chefs, Cognitive perceptions, Gastronomy and culinary arts

CITTASLOW NOTION FOR SUSTAINABLE TOURISM: CITTASLOW MOVEMENT IN TURKEY

Asst. Prof. Dr. Seda SÜER

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
seda.suer@hotmail.com

Abstract

In the last decades cities' own unique structure, architecture, traditions, customs, local cuisine, historical identity, natural resources, and quality of life have been endangered by the pace of rapid development of globalization. In response, a new stream labeled "Cittaslow" was adopted that advocates sustainable urban development focusing on the improvement of quality living. The "Cittaslow" movement envisages the development of urbanism by protecting unique characteristics, structures, arts, cuisine, and social cohesion without harming nature. In fact, the notion of "Cittaslow" embracing the dimensions of sustainability forms a favorable basis for sustainable tourism. Thus, sustainable tourism is oriented toward contributing to the local economy, protecting natural resources and cultural heritage, improving the quality living of residents and visitors by minimizing the negative effects of tourism on both society and the environment. In this study, the notion of "Cittaslow" is considered an important approach that supports the development of urban tourism movements within the framework of sustainable development goals. In this context, the notion of "Cittaslow" concept is embraced within the scope of sustainable tourism as coinciding with the goals of "Cittaslow". Ultimately, the cities in Turkey with the title of "Cittaslow" as of April 2023 are investigated. In conclusion, the importance of "Cittaslow" movement on the development of sustainable tourism is adverted.

Keywords: Sustainable Tourism, Sustainable Development Goals, Cittaslow, Turkey

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE BÖLGESEL KALKINMA BAĞLAMINDA AĞRI İLİNİN EKOTURİZM POTANSİYELLERİNİN İNCELENMESİ

Öğr. Gör. Dr. Yelda KÖKSAL

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
ykoks@agri.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet GÜMÜŞ

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
ahmetgumus4006@gmail.com

Özet

Turizm, seyahat ederek farklı kültürler, toplumlar, gelenek ve görenekleri keşfetmeyi kapsayan faaliyetler bütünüdür. Buna ilaveten turizmin az gelişmiş ve gelişmekte olan bölgelerin ekonomik kalkınmasında önemli bir işlevi vardır. Sürdürülebilir turizm türü olan ekoturizm, doğanın korunmasını hedeflerken yerel halkın refah düzeyine katkıda bulunmaktadır. Sürdürülebilirlik daha yeşil ve temiz bir çevre ile biyoçeşitliliğin sağlanmasında önemli bir kavramdır. Sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirme noktasında ekoturizmin çevresel ve sosyal olmak üzere toplumun gelişimine önemli katkıları vardır. Ekonomik kalkınma hedefli olarak bu kavram küreselleşmiş dünyada gelişmeyi ve büyümeyi sağlayan önemli bir kavramdır. Bu kavramla turizm işletmelerinde ekonomik anlamda sürdürülebilirliğin sağlanması amaçlanmıştır. Başka bir ifadeyle sürdürülebilir kalkınmada işletmelerin topluma karşı sorumluluğu, kurumsal sosyal sorumlulukla ifade edilmektedir. Diğer yandan bu kavram işletmelerin çevreye olan negatif etkilerinin azaltılmasını gütmektedir. Bir anlamda doğal çevrenin korunması sağlanarak, toplumsal gelişimin sağlanması hedeflenmektedir. Diğer yandan bu kavramın gelişimi 80'li yıllara dayanmakta, bölgesel kalkınma bazlı olarak kavram toplumu, toplumsal kültürü ve ekonomiyi etkilemektedir. Çalışmaya konu olan Ağrı ili sahip olduğu flora ve fauna yapısı ile birçok ekoturizm aktivitelerine imkân sağlamaktadır. Bu doğrultuda çalışmada sürdürülebilirlik ile bölgesel kalkınma kapsamında Ağrı ilinin ekoturizm potansiyellerinin (Ağrı Dağı, Balık Gölü, Meteor Çukuru, Diyadin Kaplıcası ve Kanyonu, Meya ve Buz Mağarası) incelenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda sürdürülebilirlik, kurumsal sosyal sorumluluk, bölgesel kalkınma ile ekoturizm kavramlarına ilişkin literatür taraması ile Ağrı ilinin ekoturizm potansiyelleri görsel öğelerle desteklenerek swot analiz yoluyla konuya ilişkin bir değerlendirme yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Bölgesel Kalkınma, Ekoturizm, Ekonomik Gelişme ve Büyüme, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Sürdürülebilirlik

INVESTIGATION OF ECOTOURISM POTENTIALS OF THE CITY OF AGRI IN THE CONTEXT OF SUSTAINABILITY AND REGIONAL DEVELOPMENT

Abstract

Tourism is the whole of activities that covers discovering different cultures, societies, traditions and customs by traveling. Tourism also has important roles in the economic development of underdeveloped and developing areas. Ecotourism, which is a type of sustainable tourism, contributes to the welfare of the local people and aims at the protection of nature. Sustainability

is an important concept for providing a greener and cleaner environment and biodiversity. Ecotourism has important contributions to the development of society, both environmental and social at the point of realizing sustainable development. Based on the aim of economic development, this important concept ensures development and growth in the globalized world and aims at economic sustainability in tourism businesses. With this concept, it is aimed to ensure economic sustainability in tourism enterprises. In other words, the responsibility of businesses towards society in sustainable development is expressed with corporate social responsibility. On the other hand, this concept aims to reduce the negative effects of businesses on the environment. In a sense, the purpose is also to ensure social development by protecting the natural environment. The development of this concept dates back to the 80s, and on the basis of regional development, it also affects society, social culture and the economy. The city of Ağrı, which is the subject of the study, provides many ecotourism activities with its flora and fauna. In this context, the purpose of the present paper is to examine the ecotourism potentials of Ağrı (Ağrı Mountain, Balik Lake, Meteor Pit, Diyadin Thermal Spring and Canyon, Meya and Ice Cave) within the scope of sustainability and regional development. In this direction, a literature review on the concepts of sustainability, corporate social responsibility, regional development and ecotourism and the ecotourism potentials of Ağrı province will be supported with visual elements and an evaluation will be made through swot analysis.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Ecotourism, Economic Development and Growth, Regional Development, Sustainability

FEELINGS AND EMOTIONS FOR DESTINATIONS

Asst. Prof. Dr. Hidayet KİŞLALI

Afyon Kocatepe Üniversitesi
hkislali@aku.edu.tr

Abstract

Importance of longlasting relationships with customers has been acknowledged by scholars and professionals. Creating bonds through longlasting relationships may bring competitive advantages to the brands. Feelings and emotions play paramount roles in creating bonds. As experiential phenomena, tourism practices are dramatically influenced by feelings and emotions.

In this conceptual paper, a literature review is conducted to explore various approaches that conceptualize feelings and emotions. That is followed by discussions on two constructs namely; brand love and place attachment. Conceptualization of a strong emotion such as “love” has been a non-ending endeavour for researchers. Transforming love into a consumption phenomenon has created a new construct, namely; brand love. This paper highlights the extant models on love and their adaptations onto brand love. After that it sheds light onto discussions on place attachment. As an emotional bond between an individual and a particular place, place attachment may not solely be related to physical features of a location. Bonds developed are highly influenced by characteristics of the place and the person. Considering the importance of the time spent in a place to develop high level of attachment this paper problematizes the concept of destination attachment.

Keywords: Feelings, Emotions, Brand Love, Place Attachment

PAYLAŞIM EKONOMİSİ PLATFORMLARININ ŞEHİR İÇİ ULAŞIMDAKİ YERİ

Gülsüm AKSOY

Afyon Kocatepe Üniversitesi
aksygulsumm@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Hidayet KİŞLALI

Afyon Kocatepe Üniversitesi
hkislali@aku.edu.tr

Özet

Son zamanlarda tüketiciler harcadıkları para ile en fazla değeri elde etmeyi amaçlayarak ‘eşten eşe paylaşım modeli’ olan paylaşım ekonomisi platformlarına yönelmişlerdir. Paylaşım ekonomisi, bireylerin atıl durumdaki kaynaklarını başka bireylerle paylaşmasını sağlarken bireylere ekonomik gelir de sağlamaktadır. Turizm endüstrisini ise özellikle konaklama ve ulaşım gibi sektörleri başta olmak üzere derinden etkilemektedir. Bütün bu değişimler kaynakların daha etkin kullanımı gibi avantajları ortaya çıkarırken, mevcutta hizmet sağlayan işletmeler açısından bilinmezlikleri beraberinde getirmektedir. Bunun sonucunda bu işletmeler, düzenleyici kurum ve kuruluşlardan bu bilinmezlikleri giderici adımlar atmalarını talep etmektedirler.

Bu çalışmanın amacı paylaşım ekonomisi platformlarını şehir içi ulaşım yönünden incelemektir. Son zamanlarda bu alanda faaliyette bulunan Martı TAG uygulaması ulusal medyada sıklıkla kendine yer bulmaktadır. Bu çalışmada Martı TAG uygulamasını konu alan medya içeriklerinin incelenmesi bu uygulama özelinde paylaşım ekonomisi modelinin nasıl ele alındığı hakkında bilgi sağlayacaktır. Bilgi kaynaklarının çeşitliliği dikkate alındığında zaman kısıtından dolayı bilgi kaynakları içerisinden ulusal gazete içeriklerinin incelenmesi amaçlanmıştır. İçerik analizi sonucunda Martı TAG uygulaması ve paylaşım ekonomisi modelinin ulusal gazetelerde yer aldığı temalar sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Paylaşım Ekonomisi, Şehir İçi Ulaşım, Martı Tag, Haber Kaynakları

SHARING ECONOMY PLATFORMS IN URBAN TRANSPORTATION

Abstract

Aiming to maximize the value they get for their money; recently, consumers have started to use sharing economy platforms with "peer-to-peer sharing model." While sharing economy enables individuals to share their excess resources with others, it also provides them with economic benefits. It particularly affects the tourism industry, especially sectors such as accommodation and transportation. While all these changes bring advantages such as more efficient use of resources, they also bring uncertainties for the existing service providers. As a result, these businesses demand necessary policies from regulatory agencies to eliminate uncertainties. The purpose of this study is to examine sharing economy platforms in terms of urban transportation. Recently, the Martı TAG -operating in urban transportation- has frequently appeared in the national media. Analyzing the media contents on Martı TAG, this study aims to provide information on how the sharing economy model is projected by information sources. Considering the diversity of information sources and time constraints, national newspapers'

contents were analyzed. As a result of content analysis, the themes in which Martı TAG and the sharing economy model are projected in national newspapers have been presented.

Keywords: Sharing Economy, Urban Transportation, Martı Tag, Information Sources

SANAL TURİST REHBERLİĞİNE YÖNELİK SİSTEMATİK LİTERATÜR TARAMASI

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet TEKELİ

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
tekelimehmet@hotmail.com

Doç. Dr. Ebru KEMER

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
kemer_ebr@hotmail.com

Özet

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızlı gelişimi ile yaşanan gelişmelerden ve dönüşümlerden biri turist rehberliği faaliyetlerinin sanal ortamlarda yapılmaya başlanmasına yöneliktir. Bu kapsamda sanal turist rehberliğine ilişkin gelişmelerin bilimsel olarak incelenmesi önemli bir konu haline gelmektedir. Yapılan araştırma ile sanal turist rehberliği konusu ile ilgili alanyazının sistematik olarak taranması ve bibliyometrik profilinin sunulması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda 08.05.2023 tarihinde Scopus veri tabanında, başlık sekmesi üzerinden “virtual tourist guide,” “virtual tour guide,” “online tourist guide,” “online tour guide,” “on-line tourist guide,” ve “on-line tour guide” anahtar kelimeleri kullanılarak araştırma yapılmıştır. Herhangi bir zaman kısıtlaması yapılmadan gerçekleştirilen araştırma sonucunda 13 adet bilimsel yayına ulaşılmıştır. Ulaşılan bilimsel yayınlar çeşitli parametreler açısından değerlendirilmiş ve VOSviewer programı ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda sanal turist rehberliğine yönelik bilimsel ilginin az olduğu, yıllar itibarı ile az sayıda yayının çıktığı ve bu konuda ilk yayının 2001 yılında yapıldığı tespit edilmiştir. Bu konuda yapılan bilimsel yayınlarda tüm yazarlar sadece birer çalışma ile alana katkı sağlamış ve yapılan yayınlarda genellikle sanal tur uygulamaları üzerinde durulmuştur. Bu bakımdan konuya sosyal bilimler alanında nispeten daha az ilgi gösterildiği görülmektedir. Diğer taraftan yayınların büyük bir çoğunluğu bildirilerden oluşmakta olup kaynaklarda kongre ve sempozyumlar ön plana çıkmaktadır. Çalışmaların genellikle İngilizce olduğu ve yayın sayısı bakımından Çin, Japonya ve Tayvan gibi ülkelerin öne çıktığı saptanmıştır. Ayrıca bu konudaki yayınlar toplam 74 atıf almıştır ve “Virtual Tour,” “Tour Guide” ve “Virtual Reality” en sık kullanılan anahtar kelimelerdir. Son olarak, yapılan analizlerde yazarlar, kurumlar, ülkeler ve anahtar kelimeler arasında zayıf ilişkiler gözlemlenmiştir. Elde edilen sonuçlar, ilgili alanyazının gelişim seyrini ortaya koyması ve araştırmacılara yol gösterici olması açısından önemli görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberi, Sanal Turist Rehberi, Sistematik Literatür Taraması, Scopus

SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW FOR VIRTUAL TOURIST GUIDANCE

Abstract

One of the developments and transformations experienced with the rapid development of information and communication technologies is to start tourist guiding activities in virtual environments. In this context, scientific examination of the developments related to virtual tourist guidance becomes an important issue. The aim of the research is to systematically scan the literature on virtual tourist guidance and present its bibliometric profile. Accordingly, on

08.05.2023, a search was conducted in the Scopus database by using the keywords “virtual tourist guide,” “virtual tour guide,” “online tourist guide,” “online tour guide,” “on-line tourist guide,” and “on-line tour guide” on the title tab. As a result of the research carried out without any time limit, 13 scientific publications were reached. The scientific publications reached were evaluated in terms of various parameters and analyzed with the VOSviewer program. As a result of the research, it has been determined that there is little scientific interest in virtual tourist guidance, few publications have been published over the years, and the first publication on this subject was made in 2001. In the scientific publications on this subject, all authors contributed to the field with only one study, and virtual tour applications were generally emphasized in the publications. In this respect, it is seen that relatively little attention has been paid to the subject in the field of social sciences. On the other hand, the majority of the publications consist of conference papers, and congresses and symposiums come to the fore in the sources. It has been determined that the studies are generally in English and countries such as China, Japan and Taiwan stand out in terms of the number of publications. In addition, publications on this subject received a total of 74 citations, and “Virtual Tour,” “Tour Guide” and “Virtual Reality” are the most frequently used keywords. Finally, weak relationships were observed among authors, institutions, countries, and keywords in the analysis. The results obtained are considered important in terms of revealing the development course of the related literature and guiding the researchers.

Keywords: Tourist Guide, Virtual Tourist Guide, Systematic Literature Review, Scopus

AKILLI DESTİNASYON GELİŞİM MODELİ

Doç. Dr. Burcu Gülsevil BELBER

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

Eda YAYLA

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
edayayla96@gmail.com

Özet

Akıllı destinasyonlar sağladıkları birçok fayda sebebi ile turizm ekosisteminde destinasyon yöneticilerinin dikkatini çekmektedir. Ülkeler destinasyonlarını akıllı hale getirerek rekabette öne çıkmak, turist deneyimini geliştirmek, sürdürülebilir gelişimi sağlamak amacıyla teknolojiden yararlanarak akıllı destinasyon uygulamalarına yönelmektedir. Bilgi iletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte tüketici istek ve ihtiyaçlarında meydana gelen değişimler de destinasyon yönetimlerini akıllılığa yönlendiren itici bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla dünya çapında akıllı destinasyon uygulamalarını faaliyete geçirmek önemli bir konu haline gelmektedir. Akıllı destinasyon yönetimi konusunda birçok ülkede bu konuyla ilgilenen farklı kurum ve kuruluşlar bulunmaktadır. Destinasyonları akıllı hale getiren yönetim örgütlerinin, ziyaretçi sayısını artırarak, destinasyonun rekabet edebilirliğini geliştireceği düşünülmektedir. Ancak Türkiye’de akıllı destinasyon olarak ifade edilebilecek destinasyon sayısı hala yeterli değildir. Bu sebeple destinasyon yönetim örgütlerinin, bir destinasyonun akıllı hale gelmesini sağlayacak gelişim süreçlerini bilip, uygulayabilir hale gelmesi önemli görülmektedir. Buradan yola çıkarak çalışmanın amacı; akıllı destinasyon gelişim sürecine yönelik destinasyon yönetim örgütlerinin işlevlerini belirginleştirmek ve akıllı destinasyon gelişim modeli önerisinde bulunmaktır. Model önerisinin destinasyon yöneticilerine akıllı destinasyon gelişim sürecinde hangi aşamaları takip etmeleri konusunda yol haritası sunacağı öngörülmektedir. Bu amaç doğrultusunda araştırmada ikincil veriler kullanılarak literatür taraması tekniğinden yararlanılacaktır.

Anahtar kelime: Akıllı Destinasyon, Akıllı Destinasyon Gelişimi, Destinasyon Yönetim Örgütleri

INTELLIGENT DESTINATION DEVELOPMENT MODEL

Abstract

Smart destinations attract the attention of destination managers in the tourism ecosystem due to the many benefits they provide. Countries are turning to smart destination applications by making use of technology in order to stand out from the competition by making their destinations smart, to improve the tourist experience and to ensure sustainable development. With the development of information and communication technologies, changes in consumer demands and needs are also a driving factor that directs destination management to smartness. Therefore, it becomes an important issue to activate smart destination applications worldwide.

There are different institutions and organizations dealing with this issue in many countries regarding smart destination management. It is thought that the management organizations that

make the destinations smart will improve the competitiveness of the destination by increasing the number of visitors. However, the number of destinations that can be defined as smart destinations in Turkey is still not enough. For this reason, it is important for destination management organizations to know and implement the development processes that will enable a destination to become smart. Based on this, the aim of the study is; to clarify the functions of destination management organizations for the smart destination development process and to propose a smart destination development model. It is anticipated that the model proposal will provide a roadmap for destination managers to follow which stages in the smart destination development process. For this purpose, literature review technique will be used by using secondary data in the research.

Keywords: Smart Destination, Smart Destination Development, Destination Management Organizations

KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN WEB SİTELERİNİN İÇERİK ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Öğr. Gör. Dr. İrem YILDIRIM

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

Doç. Dr. Şule ARDIÇ YETİŞ

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

Özet

Günümüz koşullarında bilgi teknolojileri, turizmi en fazla etkileyen teknolojiler arasında yer almaktadır. Her geçen gün gelişen bu teknolojiler, şüphesiz konaklama işletmelerini de etkilemektedir. Konaklama işletmelerinin bilgi teknolojileri ile olan ilişkisinde ortaya çıkan en önemli unsurlardan biri de web sitesi kullanımıdır. Mevcut ve potansiyel turistlere aradıkları bilgiyi hızlı ve kolay bir şekilde bulabilme imkânı sunan web siteleri, konaklama işletmelerine önemli avantajlar sağlayabilmektedir. Bu bağlamda çalışmada Kayalık Kapadokya olarak bilinen Nevşehir'deki dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinin web sitesi kullanım durumlarının incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla hazırlanan bir kontrol formu ile konaklama işletmelerine ait web sitelerinden veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi ile analiz edilmiştir. Yapılan değerlendirme sonucunda, Nevşehir'de faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinin neredeyse tamamının web sitesi kullandıkları tespit edilmiştir. Ancak bu konaklama işletmelerinin web sitelerinin günceli takip durumu, kullanıcı dostu olma ve beklentileri karşılama durumu ve web sitelerinde aranan özelliklerin varlığı gibi konularda bazı eksikliklerinin olduğu sonucuna ulaşılmış ve pratik katkı bağlamında konaklama işletmelerinin web sitesi kullanımına yönelik birtakım öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Konaklama İşletmeleri, Nevşehir, Web Sitesi, İçerik Analizi

ASSESSMENT OF ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS' WEBSITES THROUGH CONTENT ANALYSIS

Abstract

In today's conditions, information technologies are among the technologies that affect tourism the most. These technologies, which are developing day by day, undoubtedly affect accommodation establishments. One of the most important elements that arise in the relationship of accommodation establishments with information technologies is the use of web sites. Websites that can offer current and potential tourists the opportunity to find the information they are looking for quickly and easily can provide significant advantages to accommodation establishments. In this context, it is aimed to examine the website usage situations of four and five star accommodation establishments in Nevşehir, known as Rocky Cappadocia. With a control form prepared for this purpose, data were collected from the websites of accommodation establishments. The obtained data were analyzed by content analysis. As a result of the evaluation, it has been determined that almost all of the four and five

star accommodation establishments operating in Nevşehir use websites. However, it has been concluded that these accommodation establishments have some deficiencies in terms of the current status of their websites, being user-friendly and meeting expectations, and the existence of the features sought on their websites, and some suggestions are presented for the use of websites of accommodation establishments in the context of practical contribution.

Keywords: Accomodation Establishments, Nevşehir, Web Sites, Content Analysis

TURİZM SEKTÖRÜNDE SANAL KAYTARMA ve İŞ PERFORMANSI

Aysel DOĞAÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ayseldogac1@gmail.com

Özet

Özellikle internetin yaygınlaşması gibi devrim niteliğindeki teknolojik gelişmeler, insanlar ve kuruluşlar üzerinde önemli bir etkiye sahip olmuştur. İşletmeler, küresel rekabet koşullarında kaynaklarının ötesinde hedeflerine ve müşterilere hızlı ve doğru hizmet sunabilmek için zamanlarını verimli bir şekilde kullanmak zorundadır. Bu bağlamda, internet erişimi işletmelerin verimliliğini artırmak için maliyetleri düşürme, iletişimi kolaylaştırma ve ürünlerini/hizmetlerini tanıtmaya gibi konularda yardımcı olur ve zaman tasarrufu sağlar. Ancak internetin sağladığı faydalar yanında, insanlarda dikkat dağınıklığı gibi olumsuz sonuçlar da doğurabilmektedir. İnternetin hızlı, düşük maliyetli ve mobil olarak kullanılabilir hale gelmesiyle, insanlar internete kolayca erişebilmektedir. Bu nedenle giderek yaygınlaşan internet, insanların sadece özel hayatlarında kullanılan bir araç olmaktan çıkarak özel hayatlarını iş ortamlarına taşıyabilmelerine de olanak sağlamaktadır. "Sanal kaytarma" olarak adlandırılan, iş dışı aktivitelerin işyerinin internet erişimi kullanılarak yapıldığı davranışlar, çalışanların mesai saatleri içerisinde zaman kaybetmesine ve işletmenin verimliliğini düşürmesine neden olabilir. Bu davranışlar, çalışanların iş ve sorumluluklarında performans kaybına sebep olabilir ve işletmeler için ekstra maliyet anlamına gelebilir. Ancak, bazı araştırmacılar bu davranışların olumlu sonuçlara da yol açabileceğini belirtmektedir. Bu nedenle, turizm işletmelerinde sosyal kaytarma davranışlarının performans üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini incelemek ve işletmelerin bu konuda farkındalıklarını arttırmak önemlidir. İşletmelerin, çalışanların mesai saatleri içerisinde iş dışı aktivitelere olan eğilimlerini anlamak ve verimliliği arttırmaya ve işletmenin başarısına katkı sağlayabilir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Sanal Kaytarma ve İş Performansı

VIRTUAL LOSE AND BUSINESS PERFORMANCE IN TOURISM INDUSTRY

Abstract

Revolutionary technological developments, especially the spread of the Internet, have had a significant impact on people and organizations. In global competition conditions, businesses have to use their time efficiently to provide fast and accurate service to their targets and customers, beyond their resources. In this context, internet access helps businesses to reduce costs, facilitate communication and promote their products/services, and saves time to increase productivity. However, in addition to the benefits of the internet, it can also cause negative consequences such as distracting people. With the internet becoming fast, low cost, and mobile available, people can easily access the internet. For this reason, the internet, which is becoming increasingly widespread, allows people to move their private lives to work environments, rather than being a tool used only in their private lives. Behaviors called "virtual loafing", where non-work activities are performed using the internet access of the workplace, can cause employees to waste time during working hours and reduce the efficiency of the business. These behaviors

can cause loss of performance in the work and responsibilities of employees and may mean extra costs for businesses. , some researchers state that these behaviors can also lead to positive results. Therefore, it is important to examine the positive and negative effects of social loafing behaviors on performance in tourism businesses and to increase the awareness of businesses on this issue. Businesses need to understand the tendency of employees to do non-work activities during working hours and to increase productivity and contribute to the success of the business.

Keywords: Tourism, Cyberloafing, and Job Performance

ÇERMİK İLÇESİ'NİN (DİYARBAKIR) JEOPARK POTANSİYELİ³

Dr. Öğr. Üyesi Vedat AVCI

Bingöl Üniversitesi
vavci@bingol.edu.tr

Emine AKTAN

Bingöl Üniversitesi
aktanemine21@gmail.com

Özet

Jeopark, jeolojik-jeomorfolojik ve arkeolojik-kültürel değerlerin turizm amaçlı kullanımı ve korunmasına yönelik olarak literatüre geçen kavramdır. Son yıllarda doğa turizmine olan ilgi, jeopark kavramının da ülkemizde popüler olmasını sağlamıştır. Jeopark kavramı içerisine doğal değerlerle birlikte, beşeri değerler de girmektedir. Bu çalışmada Çermik ilçesinin jeopark potansiyelinin ortaya konması amaçlanmıştır. Diyarbakır iline bağlı olan Çermik ilçesi, jeolojik, jeomorfolojik ve kültürel değerleri ile jeopark potansiyeli yüksek olan bir sahadır. İlçe, kaplıca, kanyon vadi, tarihi kale ve köprü, şelaleler ve karst şekilleri ile zengin bir jeopark potansiyeline sahiptir. Bu çalışmada topoğrafya ve jeoloji haritaları, iklim ve yol ağı verileri temel data olarak kullanılmıştır. Çalışma alanına ait Sayısal Yükseklik Modeli (SYM), topoğrafya haritalarından oluşturulmuş, SYM'den doğal ortam özelliklerini yansıtan eğim, bakı, yükselti haritaları hazırlanmıştır. Jeoloji haritaları kullanılarak litolojik birimler ve tektonik haritası oluşturulmuştur. İklim özellikleri ile turizme katılınılabilecek süre değerlendirilmiş, yol ağı ile ulaşılabilirlik incelenmiştir. Sinek Çayı Kanyonu, Gelincik Dağı Peribacaları, Melike Belkis kaplıcaları, Haburman Köprüsü, Ulucami, Çermik Kalesi, Eski Saray Hamamı, sarnıçlar, kaya altı sığınağı, Şeyhandede ve Yabanardı Şelaleleri turizme konu olabilecek ve jeopark kapsamı içerisinde değerlendirilecek doğal ve beşerî yapıtlardır. Ulaşım güzergahları boyunca tanıtıcı ve yönlendirici levhaların yer aldığı inceleme alanında, bu yüksek potansiyelin henüz turizme kazandırıldığı söylenemez. Bu nedenle bu potansiyelin detaylı araştırılarak ortaya konması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çermik, Diyarbakır, Jeopark Potansiyeli

POTENTIAL OF CERMİK DISTRICT (DIYARBAKIR) AS GEOPARK

Abstract

Geopark is a concept that takes part in literature as the use and protection of geological-geomorphological and archaeological-cultural values for tourism purposes. The interest in nature tourism in recent years have made the concept of geopark popular in our country. Human values are included in the concept of geopark as well as natural values. In this study, it is aimed to reveal the potential of Cermik District as a geopark. Being a district of Diyarbakir Province, Cermik is an area of a high potential of geopark with its geological, geomorphological and cultural values. The district has high potential as a geopark in terms of spa, being a canyon valley,

³ Bu çalışma TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında desteklenmiştir. Desteklerinden ötürü TÜBİTAK'a teşekkür ederiz.

historical castle and bridge, waterfalls and karst landscapes. As the base data in this study, topography and geological maps, climate and road network have been used. Digital Elevation Model (DEM) of the study area has been created using topography maps, and slope, aspect and elevation maps reflecting the natural environment characteristics have been prepared with the DEM. Lithological units and tectonic maps have been created using geological maps. The time needed for working it into tourism has been evaluated, and road network and accessibility have been investigated. Sinek Stream Canyon, Mount Gelincik Fairy Chimneys, Melike Belkis thermal springs, Haburman Bridge, Ulucami, Cermik Castle, Old Palace Bath, cisterns, rock shelter, Seyhandede and Yabanardi Waterfalls can be subject to tourism and evaluated within the scope of geopark. It cannot be said that this high potential has yet been brought into tourism in the study area where there are promotional and guiding signs along the transportation routes. Therefore, this potential needs to be investigated in detail.

Keywords: Cermik, Diyarbakir, Potential of Geopark

SİBER ZORBALIK ve ÖRGÜTSEL VERİMLİLİK: TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİSİ

Dr. Öğr. Üyesi Burcu TURAN TORUN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
burcuturan@yyu.edu.tr

Aysel DOĞAÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ayseldogac1@gmail.com

Özet

Günümüz işletmeleri faaliyetlerinin büyük bir kısmı bilişim teknolojilerinin kullanımı ile gerçekleştirilmektedir. Ancak, bu durum, işletmelerin siber zorbalık gibi dijital risklerle karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır. Siber zorbalık, işyerinde bir bireyin zaman içinde teknoloji aracılığıyla iş bağlamıyla ilgili tekrar tekrar olumsuz eylemlere maruz kaldığı bir durumdur. İş yerinde siber zorbalık, iş arkadaşları, amirler veya astlar tarafından gönderilen saldırgan e-postalar veya açıkça eleştirel iş verimliliği gibi bir dizi olumsuz çevrimiçi davranışı içermektedir. Bu davranışlar, işletmelerin verimliliğini ciddi şekilde etkileyebilir. Özellikle, siber zorbalık işletmelerin çalışanları arasında gerçekleştiğinde, bu durum iş yerinde stres, düşük motivasyon ve iş tatminsizliği yaratabilir. Bu da çalışanların performansını olumsuz etkileyerek, işletmenin verimliliğini düşürebilir. Bu nedenle, bu çalışma, elektronik cihazlar aracılığıyla yapılan yeni zorbalık olaylarını keşfederek ve toplumun teknolojiye yüksek oranda bağımlı olduğu yerlerde, bunun çalışan verimliliği üzerindeki etkisini inceleyerek bu boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Bu çalışma, teorik bir çerçevede yürütülmüştür ve siber zorbalık ile örgütsel verimlilik kavramları ve unsurları hakkında bilgi vermektedir. Bu, işletmelerin siber zorbalıkla mücadele etmek için bilgi sahibi olmalarına ve çalışan verimliliği açısından etkisini anlamalarına yardımcı olabilir. Ayrıca, turizm işletmelerin siber zorbalıkla mücadele etmek için daha etkili stratejiler geliştirmelerine yardımcı olabilir ve turizm işletmelerin verimliliğini artırmalarına katkıda bulunabilir.

Anahtar Kelimeler: Siber Zorbalık, Örgütsel Verimlilik, Turizm

CYBER BULLYING AND ORGANIZATIONAL EFFICIENCY: IMPACT ON TOURISM INDUSTRY

Abstract

A large part of the activities of today's businesses are carried out with the use of information technologies. However, this situation causes businesses to face digital risks such as cyberbullying. Cyberbullying is a situation in the workplace where an individual is repeatedly exposed to negative actions related to the work context through technology over time. Cyberbullying in the workplace includes a range of negative online behaviors, such as offensive emails sent by coworkers, supervisors, or subordinates, or overtly critical work productivity. These behaviors can seriously affect the productivity of businesses. Specifically, when cyberbullying occurs among employees of businesses, it can create stress, low motivation, and job dissatisfaction at work.

This can negatively affect the performance of employees and reduce the efficiency of the business. Therefore, this study aims to fill this gap by discovering new cases of bullying through electronic devices and examining its impact on employee productivity where society is highly dependent on technology. This study was carried out in a theoretical framework and gives information about the concepts and elements of cyberbullying and organizational productivity. This can help businesses gain the knowledge to combat cyberbullying and understand its impact in terms of employee productivity. It can also help tourism businesses develop more effective strategies to combat cyberbullying and contribute to increasing the efficiency of tourism businesses.

Keywords: Cyberbullying, Organizational Efficiency, Tourism

TURİZM İŞLETMELERİ AÇISINDAN YEŞİL YÖNETİM VE YEŞİL İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ: KAVRAMSAL BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üyesi Öznur SİDAL

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
oznuryeksan@hotmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet GÜMÜŞ

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
agumus@agri.edu.tr

Özet

Küresel ısınmanın artması, çevre kirliliğinin tehlikeli boyutlara ulaşması, çevresel korumayı ve buna yönelik toplumsal bir farkındalığın oluşmasına neden olmuştur. Küresel boyutta artan rekabet, tüketicilerin çevreye olan duyarlılıklarının artması ve çevre dostu ürün ve hizmetlere olan eğilimleri birçok işletme gibi turizm işletmelerinin de yeşil yönetim anlayışını benimsemeleri konusunda teşvik eden faktörlerden olmuştur. Yeşil yönetimin işlerlik kazanmasının yolu da işletmelerin fonksiyonlarında yeşil uygulamaların hâkim olmasıdır. İşletmelerin en önemli fonksiyonlarından biri olan insan kaynakları yönetimi (İKY)'nin çevresel politikalarla yürütülmesi, çevresel faaliyetlerde yer alması ve çevreci bir örgüt kültürünün oluşturulmasında yeşil insan kaynakları yönetimi (Yeşil- İKY) kavramı kullanılmaktadır. İşletmelerin işe alımdan itibaren tüm insan kaynakları fonksiyonlarında yeşil uygulamalara öncelik vermesi, yeşil işletme olma ve bu perspektifte yeşil imaj yönetimi oluşturma konusunda büyük destek sağlamaktadır.

Bu perspektiften hareketle bu çalışmanın amacı; turizm işletmeleri açısından yeşil yönetim ve yeşil insan kaynakları yönetimini ve önemini vurgulamak, yapılan çalışmalara yer vermek ve özellikle ulusal alan yazında konu ile ilgili çok kısıtlı olan çalışmalar nedeniyle literatürdeki teorik boşluğu daraltmaktır. Bu çalışma ile turizm işletmeleri yöneticilerinin insan kaynakları süreçlerine yeşil insan kaynakları yönetimi anlayışının geliştirilmesi ile kurumsal olarak çalışanlara benimsetilmesi konusunda önerilere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm İşletmeleri, Yeşil İmaj Yönetimi, Yeşil Yönetim, Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi

GREEN MANAGEMENT AND GREEN HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN TERMS OF TOURISM BUSINESSES: CONCEPTUAL RESEARCH

Abstract

The increase in global warming, environmental pollution reaching dangerous levels, caused environmental protection and a social awareness towards it. Increasing competition on a global scale, the increase in consumers' awareness of the environment and their tendency towards environmentally and friendly products and services have been among the factors that encourage tourism businesses to adopt a green management approach, like many businesses. The way for green management to become functional is the dominance of green practices in the functions of businesses. The concept of green human resources management (Green-HRM) is used to carry out human resources management (HRM), which is one of the most important functions of

businesses, with environmental policies, to take part in environmental activities and to create an environmentalist organizational culture. The fact that businesses prioritize green practices in all human resources functions from recruitment provides great support for becoming a green business and creating green image management in this perspective.

From this perspective, the aim of this study is to emphasize green management and green human resources management and its importance in terms of tourism businesses, to include studies and to narrow the theoretical gap in the literature due to very limited studies on the subject especially in the national literature. In this study, suggestions are given on the development of the green human resources management approach to the human resources processes of the managers of tourism enterprises and the adoption of them by the employees institutionally.

Keywords: Tourism Enterprises, Green Image Management, Green Management, Green Human Resources Management

HİDROTERAPİ ÜZERİNE MAKALELERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Müge DUMAN

Akdeniz Üniversitesi
mge_dumman_96@hotmail.com

Ümmü Gizem UĞURLU

Akdeniz Üniversitesi
gizemugurlu.07@hotmail.com

Doç. Dr. Gülseren YURCU

Akdeniz Üniversitesi
gulserenyurcu@akdeniz.edu.tr

Özet

Bu çalışma ile "Hidroterapi" konusu üzerine yapılmış olan bilimsel çalışmaların bibliyometrik incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda WoS veri tabanı dizinlerinde "Hidroterapi" kelimesiyle tarama yapılarak elde edilen 1453 adet çalışmalardan 1076 makale verilerinden derlenmiştir. Derlenen bu bilgiler çeşitli analizlere tabi tutulmuştur. Bu bilgiler doğrultusunda, konuya katkıda bulunan; yazarlar, kurumlar ve ülkelerle ilgili bibliyometrik bilgilere ulaşılmıştır. Analiz sonucunda; ilgili alanda makalelerin son yıllarda hızlı bir artış gösterdiği gözlenmiştir. 2021 yılında konuyla ilgili en fazla makalenin yazıldığı belirlenmiştir. Analiz sonucunda anahtar sözcüklerin hidroterapi, rehabilitasyon, egzersiz, balneoterapi, ağrı, fiziksel terapi olduğu belirlenmiştir. Araştırma sonucunda, "turizm alanında yapılan hidroterapi çalışmaları" konusunun gelişmeye açık olduğu için araştırmacılar tarafından ele alınması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Hidroterapi, Rehabilitasyon, Egzersiz, Balneoterapi, Ağrı, Fiziksel Terapi

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF ARTICLES ON HYDROTHERAPY

Abstract

This study aims to examine the scientific studies on the subject of "hydrotherapy" with bibliometric. In this context, 1076 articles were compiled from the data of 1453 studies obtained by searching the WoS database indexes with "hydrotherapy". This compiled information was subjected to various analyses. In line with this information, bibliometric information about the authors, institutions and countries contributing to the subject was obtained. As a result of the analysis, it has been observed that articles in the relevant field have increased rapidly in recent years. In 2021, it was determined that the most articles were written on the subject. As a result of the analysis, it was determined that the keywords were hydrotherapy, rehabilitation, exercise, balneotherapy, pain, and physical therapy. Consequently, it was concluded that the topic of "hydrotherapy studies in the field of tourism" should be addressed by researchers as it is open to development.

Keywords: Hydrotherapy, Rehabilitation, Exercise, Balneotherapy, Pain, Physical Therapy

TALASSOTERAPİ ÜZERİNE MAKALELERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Ümmü Gizem UĞURLU

Akdeniz Üniversitesi
gizemugurlu.07@hotmail.com

Müge DUMAN

Akdeniz Üniversitesi
mge_dumman_96@hotmail.com

Doç. Dr. Gülseren YURCU

Akdeniz Üniversitesi
gulserenyurcu@akdeniz.edu.tr

Özet

Bu çalışma ile Talassoterapi konusu üzerine yapılmış olan bilimsel çalışmaların bibliyometrik yöntemlerle incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda WoS veri tabanı dizinlerinde “Talassoterapi, Helioterapi, Klimaterapi” kelimeleriyle tarama yapılarak elde edilen 453 adet çalışmadan derlenmiştir. Derlenen bu bilgiler çeşitli analizlere tabi tutulmuştur. Bu bilgiler doğrultusunda, konuya katkıda bulunan; yazarlar, kurumlar ve ülkelerle ilgili bibliyometrik bilgilere ulaşılmıştır. Analiz sonucunda; ilgili alanda makalelerin yıllara göre dağılımında inişli çıkışlı bir seyir gözlenmektedir. 2018 yılında Talassoterapi alanında en fazla makalenin yazıldığı belirlenmiştir. Analiz sonucunda anahtar sözcüklerin talassoterapi, helioterapi, klimaterapi, balneoterapi, fibromiyalji, sedef hastalığı olduğu belirlenmiştir. Araştırma sonucunda, “turizm alanında yapılan talassoterapi çalışmaları” konusunun gelişmeye açık olduğu için araştırmacılar tarafından ele alınması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Talassoterapi, Helioterapi, Klimaterapi

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF ARTICLES ON TALASSOTHERAPY

Abstract

The aim of this study is to investigate the scientific studies about the topic Thalassotherapy with bibliometric methods. In this context it was compiled from 453 studies by scanning the WoS database directories with the words “Thalassotherapy, Heliotherapy, Climatotherapy”. This collected information has been subjected to various analyses. In relation to this information bibliometric Information about the authors, institutions and countries that contributed to the topic. As the result of the analysis there is a fluctuating course over the years in the articles in the relevant field. In the year 2018 the most written articles was in the area Thalassotherapy. In the end of the analysis the keywords were thalassotherapy, heliotherapy, climatotherapy, balneotherapy, fibromyalgia, psoriasis. Consequently, it was concluded that the topic of "thalassotherapy studies in the field of tourism" should be addressed by researchers as it is open to development.

Keywords: Thalassotherapy, Heliotherapy, Climatotherapy

THE EFFECT OF RESTAURANT EXPERIENCE ON CUSTOMER SATISFACTION AND BEHAVIORAL INTENTION: THE CASE OF VAN

Ahmet ŞAHİNOĞLU

Atatürk Üniversitesi
esahinoglu09@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Fatma BAŞAR

Atatürk Üniversitesi
fatma.basar@atauni.edu.tr

Abstract

A restaurant experience refers to an activity of going to a restaurant to eat or drink. The restaurant experience can involve many different elements and is typically a process where customers evaluate the food, service, and overall atmosphere. The goal of a restaurant experience is to provide enjoyable dining for customers by combining elements such as the menu, service, dishes, atmosphere, and price. There is a strong relationship between customer satisfaction and the restaurant experience. Ensuring customer satisfaction is an important factor for the success of a restaurant. Customer satisfaction is vital for a restaurant's success and building a loyal customer base. Satisfied customers are more likely to revisit and recommend the restaurant to others. Therefore, restaurants should make continuous efforts to keep customer satisfaction at the highest level. As part of the research, an online survey was conducted with customers who had purchased services from restaurant establishments operating in the Van province to collect data. Since the exact number in the research population could not be calculated, efforts were made to reach the sample size commonly used in unknown populations. Consequently, 400 surveys were conducted using convenience sampling, and analyses were applied using 390 surveys that met the evaluation criteria. The conducted impact analysis revealed that customer satisfaction has a strong impact of 92% on behavioral intention. Thus, restaurant businesses may need to make continuous efforts to maintain high levels of customer satisfaction.

Keywords: Restaurant Experience, Customer Satisfaction, Behavioral Intention

TÜRKİYE'DE EKOTURİZME TATUTA ÇİFTLİKLERİ ÖRNEĞİNDEN BAKIŞ

Öğr. Gör. Dr. Mehmet Tevfik İZGİ

İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa
mehmettevfik.izgi@iuc.edu.tr

Öğr. Gör. Seyit Ali EREN

İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa
seyitali.eren@iuc.edu.tr

Özet

Dünya'nın geoit şekli, yaklaşık 23.4 derece eksen eğikliği, güneşin etrafında ve kendi etrafında dönüşü, sıcak ve soğuk su akıntıları, genel hava dolaşımı ile kara ve denizlerin dağılışı gibi sebeplerle yeryüzünde farklı iklim kuşakları ortaya çıkmıştır. Dünyada yaygın olarak kullanılan Köppen-Geiger iklim sınıflandırmasında, aylık sıcaklık ve yağış verilerine göre belirlenmiş 10 alt iklim tipi görülmektedir. Türkiye ise matematiksel olarak orta enlem ılıman iklim kuşağında yer almaktadır. Bu avantajlı durum nedeniyle Anadolu topraklarında (üç tarafının denizlerle çevrilmiş olması, gölleri, nehirleri, dağları, platoları ve verimli ovaları ile) eşsiz bir ekoturizm potansiyeli vardır. Bu potansiyel ile yedi bölgede endemik flora, fauna ve kültürel mirastan oluşan çok sayıda cazibe merkezinde gönüllülere, yerli ve yabancı turistlere hizmet veren TaTuTa çiftlikleri oluşturulmuştur. ECEAT (Avrupa Ekolojik Tarım Turizm Merkezi) ve WWOOF (Organik Çiftlikler Üzerindeki Dünya Çapındaki Fırsatlar) hareketiyle organik bağları bulunan TaTuTa (Tarım Turizm Takas) projesi başlangıcı 1993 yılına uzanmaktadır. Türkiye'de Marmara Bölgesinden Doğu Anadolu Bölgesine kadar 8'i Çanakkale'de, 17'si Muğla'da, 6'sı Antalya'da, 8'i Samsun'da, 5'i Artvin'de olmak üzere toplamda 92 tane TaTuTa çiftliği bulunmaktadır. Doğa dostu, organik, zehirsiz tarımı ve sürdürülebilir yaşam tarzlarını uygulamalı olarak keşfetmek isteyen yerli ve yabancı turistlerin gönüllü olduğu bu aktif deneyim ayrıca yavaş turizm bağlamında da değerlendirilmektedir. Bu çalışmanın amacı ülkemizde tarım ve turizmin içiçe geçtiği bu anlayışın sadece doğal alanlara karşı duyarlı bir faaliyetin dışında da turizm amaçlı bir seçenek olduğunu ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler: Ekoturizm, Yavaş Turizm, TaTuTa Çiftlikleri

A VIEW OF ECOTOURISM IN TURKEY FROM THE CASE OF TATUTA FARMS

Abstract

Different climatic zones have emerged on earth due to reasons such as the Earth's geoid shape, its axial tilt of approximately 23.4 degrees, its rotation around and around the sun, hot and cold water currents, general air circulation, and the distribution of land and seas. In the Köppen-Geiger climate classification, which is widely used in the world, there are 10 sub-climate types determined according to monthly temperature and precipitation data. Türkiye is mathematically located in the middle latitude temperate climate zone. Due to this advantageous situation, Anatolian lands (surrounded by seas on three sides, lakes, rivers, mountains, plateaus and fertile plains) have a unique ecotourism potential. With this potential, TaTuTa farms serving volunteers, local and foreign tourists have been established in a large number of attractions consisting of

endemic flora, fauna and cultural heritage in seven regions. The TaTuTa (Agriculture Tourism Swap) project, which has organic ties to the ECEAT (European Center for Ecological Agricultural Tourism) and WWOOF (Worldwide Opportunities on Organic Farms) movement, dates back to 1993. From the Marmara Region to the Eastern Anatolia Region in Turkey, 8 TaTuTa farms are located in Çanakkale, 17 in Muğla, 6 in Antalya, 8 in Samsun, and 5 in Artvin. exists. This active experience, which is volunteered by local and foreign tourists who want to explore nature-friendly, organic, non-toxic agriculture and sustainable lifestyles, is also evaluated in the context of slow tourism. The aim of this study is to reveal that this understanding, in which agriculture and tourism are intertwined in our country, is not only an activity sensitive to natural areas, but also an option for tourism purposes.

Keywords: Ecotourism, Slow Tourism, TaTuTa Farms

GASTRONOMY AND CULINARY ARTS STUDENTS' PERCEPTIONS OF “ROBOT CHEF” IN TERMS OF DIGITALIZATION IN GASTRONOMY

Assoc. Prof. Nihan YARMACI GÜVENÇ

Istanbul Gedik University
nihan.yarmaci@gmail.com

Asst. Prof. Ela Nazlı KÖZ

Istanbul Gedik University
ela.koz@gedik.edu.tr

Res. Asst. Seray EVREN

Istanbul Gedik University
seray.evren@gedik.edu.tr

Abstract

Technological developments in recent years have led to a digital transformation in gastronomy, as in other industries. Digital transformation in gastronomy is evident in the following examples: 3D food printers, cloud kitchens, QR menus, visual and auditory digitized displays and robot chefs. These technological innovations in the food and beverage sector are seen as beneficial for increasing efficiency, enriching the customer's dining experience, enabling healthier preparation and cooking methods, providing energy savings and reducing waste and labor costs. As a result of the convenience they provide, these technological innovations are rapidly accepted by producers and consumers. Therefore entrepreneurs, managers and employees need to embrace digitalization and be able to follow technological developments in order to succeed. Adopting and effectively managing digitalization are essential competencies for Gastronomy and Culinary Arts students who are the future stakeholders of the sector. To provide this competence, it is necessary to first determine the Gastronomy and Culinary Arts students' perception regarding digitalization in gastronomy. In this regard, the aim of the research is to determine Gastronomy and Culinary Arts students' perceptions of the concept of 'robot chef' through metaphors. The data will be collected via an open-ended interview form, for example: “Robot chef is like a because.....”. The data collected from Gastronomy and Culinary Arts students who are studying in state and private universities will be analyzed using content analysis, a qualitative research method. The metaphors produced by the Gastronomy and Culinary Arts students will be coded and categorized into conceptual themes. The results of this research are predicted to determine the aforementioned perception and guide Gastronomy and Culinary Arts academics, students, future entrepreneurs and managers.

Keywords: Gastronomy 4.0, Robot Chef, Digitalization, Gastronomy and Culinary Arts

BATI AKDENİZ'DE YEREL HALKIN TURİZME BAKIŞI VE BEKLENTİLERİ

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
alaeddinoglu@yyu.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Ramazan OKUDUM

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ramazanokudum@yyu.edu.tr

Avşin AYHAN KAYA

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
avsinayhan@gmail.com

Arş. Gör. Ezgi BAYRAM ÖZ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ezgibayramoz@yyu.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Muhammed Fatih ALAEDDİNOĞLU

Atatürk Üniversitesi
f.alaeddinoglu@atauni.edu.tr

Doç. Dr. Mehmet ŞEREMET

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
mseremet@yyu.edu.tr

Özet

Batı Akdeniz Bölgesi kısmen de olsa kitle turizminden uzak kalabilmiş ve daha soft bir turizm anlayışının benimsendiği özel bir alan niteliğindedir. Şüphesiz, bu durumun yaratılmasında birçok faktör etkili olmuştur. Bu faktörlerden biri de hiç şüphe yok ki yerel halktır. Dolayısıyla yerel halkın turizme ve turiste ilişkin düşünceleri oldukça önemli kabul edilmiştir. Bu bağlamda, Antalya ve Muğla il sınırları içerisinde kalan Çıralı Mevkii ve Dalyan'da yaşayan yerel halkın yerli ve yabancı turistler hakkındaki algıları ölçülmeye çalışılmıştır. Temel problemi, araştırma sahasında yaşayan yerel halkın yabancı ve yerli turistlere (ziyaretçilere) yönelik algılarının nasıl olduğunu tespit etmek olan bu çalışmada yarı yapılandırılmış anket soruları kullanılmıştır. Bu kapsamda Çıralı Mahallesi'nde 13, Dalyan Mahallesi'nde 127 ve Sarıgerme Plajı'nda 54 olmak üzere toplamda 194 anket gerçekleştirilmiştir. Kategorik ve açık uçlu sorulardan oluşan ankete verilen cevaplar araştırma sahasındaki yerli ve yabancı turistlerin yerel halk için ne anlam ifade ettiğini açık bir şekilde ortaya koymuştur. Elde edilen sonuçlar hem turizmin sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel etkilerini ölçmeye hem de yerel halkın turizm konusuna ne kadar açık ve hazır olduklarını anlamaya katkı sunmuştur. Zira yerel halkın yerli ve yabancı turistleri farklı tanımladıkları anlaşılmaktadır. Ayrıca iletişim kurma ve memnuniyet konularında da önemli farklılıkların olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Batı Akdeniz, Çıralı, Dalyan, Sürdürülebilir Turizm, Algı

LOCAL PEOPLE'S PERSPECTIVES AND EXPECTATIONS FOR TOURISM IN THE WESTERN MEDITERRANEAN

Abstract

The Western Mediterranean Region has been able to stay away from mass tourism, albeit partially, and is a special area where a softer tourism understanding is adopted. Undoubtedly, many factors were effective in creating this situation. One of these factors is undoubtedly the local people. Therefore, local people's thoughts on tourism and tourists are considered very important. In this context, it has been tried to measure the perceptions of local people living in Çıralı Mevkii and Dalyan, which are within the borders of Antalya and Muğla provinces, about domestic and foreign tourists. Semi-structured survey questions were used in this study, whose main problem is to determine the perceptions of the local people living in the research area towards foreign and domestic tourists (visitors). In this context, a total of 194 surveys were conducted, 13 in Çıralı District, 127 in Dalyan District and 54 in Sarigerme Beach. The answers to the questionnaire, which consisted of categorical and open-ended questions, clearly revealed what the meaning of domestic and foreign tourists in the research area for the local people. The results obtained contributed to both measuring the social, economic, cultural and environmental effects of tourism and understanding how open and ready the local people are to the subject of tourism. Because it is understood that local people define domestic and foreign tourists differently. In addition, it has been determined that there are significant differences in communication and satisfaction.

Keywords: Western Mediterranean, Çıralı, Dalyan, Sustainable Tourism, Perception

SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS KAPSAMINDA GELENEKSEL TÜRK MEYHANE KÜLTÜRÜ VE YENİ NESİL MEYHANELER

Lokman GÜZEL

Çanakkale 18 Mart Üniversitesi
lkmn.gzll@gmail.com

Prof. Dr. Erol DURAN

Çanakkale 18 Mart Üniversitesi
eroldurantr@yahoo.com

Öğr.Gör. Bahattin HAMARAT

Çanakkale 18 Mart Üniversitesi
b_hamarat@hotmail.com

Özet

Turizm sektörünün gelişimi ve ekonomik anlamda getirisinin yükselmesi ile yeni modernleşmiş kültürler ve gelenekler toplumsal yaşama hakim olmaya başlamaktadır. Bir bölgede plansız ve hızlı gelişim gösteren turizm sektörü eski geleneklerin ve kültürel ritüellerin yavaş yavaş insan hayatından yok olmasına da sebep olabilmektedir. Bu çerçevede günümüzde yerini yeni nesil meyhanelere bırakmaya başlayan ve varlık alanı ve özgün davranışsal ritüellerini kaybetmeye başlayan geleneksel Türk meyhaneciliği kavramı bu sorunsalın önemli bir örneği olup somut olmayan kültürel miras değeri olma potansiyeline sahip özgün bir değer niteliğindedir. Çalışmada somut olmayan kültürel miras kapsamında geleneksel Türk meyhaneciliği kavramı ve Türk meyhanelerindeki geleneksel kültürlerin irdelenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda kaybolmaya yüz tutmuş geleneksel Türk meyhaneciliğinin tüm özgün ritüelleri ile somut olmayan miras kapsamında incelenerek ve sürdürülebilir bir turizm ürünü olma potansiyeli irdelenmektedir. Buna ek olarak günümüz turizm sektörünün hızlı gelişimi çerçevesinde modernleşen yeni eğlence anlayışı ile ortaya çıkan yeni nesil meyhanecilik kavramının geleneksel Türk meyhaneciliğine etkisi araştırılmıştır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden görüşme gözlem teknikleri bir arada kullanılmıştır. Bu kapsamda hazırlanmış olan yarı-yapılandırılmış görüşme formu ile geleneksel meyhanelere ilişkin kültür ve ritüellere hakim olduğu bilinen geleneksel meyhane sahipleri, çalışanları ve müdavimleri ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Aynı zamanda alana ilişkin hazırlanmış olan gözlem formuyla veri araştırmada veri çeşitlendirmesine gidilmiştir. Araştırma sonuçları geleneksel meyhane kültürünün sürdürülebilir turizm kapsamında önemli potansiyeller barındıran somut olmayan bir kültür mirası olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Miras, Kültürel Miras, Geleneksel Meyhane Kültürleri, Yeni Nesil Meyhaneler

TRADITIONAL TURKISH MEYHAN CULTURE AND NEW GENERATION MAYHANS WITHIN THE SCOPE OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE

Abstract

With the development of the tourism sector and the increase in its economic return, new modernized cultures and traditions are beginning to dominate social life. The tourism sector, which shows an unplanned and rapid development in a region, can also cause old traditions and cultural rituals to gradually disappear from human life. In this context, the concept of traditional Turkish taverns, which has begun to leave its place to new generation taverns and has begun to lose its area of existence and original behavioral rituals, is an important example of this problematic and has the quality of an original value with the potential to be an intangible cultural heritage value. In this study, it is aimed to examine the concept of traditional Turkish taverns and traditional cultures in Turkish taverns within the scope of intangible cultural heritage. In this direction, all the original rituals of traditional Turkish taverns, which are about to disappear, are examined within the scope of intangible heritage and its potential to be a sustainable tourism product is scrutinized. In addition, the effect of the new generation tavern concept, which emerged with the modernized new entertainment concept within the framework of the rapid development of today's tourism sector, on traditional Turkish taverns was investigated. Interview and observation techniques, one of the qualitative research methods, were used together as a data collection method in the research. With the semi-structured interview form prepared in this context, in-depth interviews were conducted with traditional tavern owners, employees and regulars, who are known to have mastered the culture and rituals of traditional taverns. At the same time, data diversification was made in the data research with the observation form prepared for the field. Research results are traditional tavern culture is important within the scope of sustainable tourism. It shows that it is an intangible cultural heritage with potential.

Keywords: Heritage, Cultural Heritage, Traditional Tavern Cultures, New Generation Taverns

TURABDİN BÖLGESİNDEKİ HİRİSTİYAN KÜLTÜREL MİRASININ SOMUT ÖRNEKLERİ ⁴

Dr.Öğr. Üyesi Tahsin KORKUT

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
tahsinyyu@gmail.com

Dr.Öğr. Üyesi Ufuk ELYİĞİT

Bandırma 17 Eylül Üniversitesi
ufuksanat@hotmail.com

Özet

Turabdin, Pers, Asur ve Roma gibi tarihte bilinen birçok köklü uygarlığı bünyesinde barındıran ve Türkiye'nin güneydoğusunda Hristiyan dini mimarisine ait manastır ve kiliseler açısından zengin bir turizm potansiyeline sahip önemli tarihi coğrafyalardan biri olarak ön plana çıkmaktadır. Bölge, önemli kültürlerin, dinlerin, dillerin kesiştiği ve birbirini etkilediği Kuzey Mezopotamya coğrafyası sınırları içinde bulunmaktadır. Süryani cemaati için kutsal sayılan bu bölge, Hristiyanlık inancının aktif olarak yaşatıldığı manastırlara sahiptir. Süryani Ortodoks dini mimarisine ait bu anıtsal manastır ve kiliseler gibi taşınmaz kültür varlıkları, Hristiyanlığın erken dönemlerinden itibaren bölgenin bir inanç merkezi haline geldiğinin kanıtı olarak gösterilebilir. Bu bildirimizde, Kültür ve Turizm Bakanlığı izinleri çerçevesinde, Mardin ili, Midyat ilçesi ve çevresini kapsayan Turabdin bölgesinde son beş yıldır sürdürdüğümüz arkeolojik yüzey araştırmaları esnasında incelemiş olduğumuz anıtsal bazı yapılar ele alınacaktır. Mardin ili ve çevresinde bilinen ve sıkça ziyaret edilen Deyrulzafaran Manastırı ve Mor Gabriel Manastırı gibi sayılı birkaç manastır dışında, bu bölgede günümüzde aktif olarak kullanılmadığı için pek bilinmeyen birçok taşınmaz kültür varlığımız, modern tekniklerle görseller eşliğinde aktarılacaktır. Çalışmada, bölgenin Hristiyan dini mimarisi ana hatlarıyla tanıtıldıktan sonra, kırsal alanda kaldığı için fazla dikkat çekmemiş ve incelenememiş olan kültürel miras örnekleriyle Turabdin bölgesinin ortaçağ dönemi Hristiyan dini mimari dokusunun bir bütün olarak anlaşılması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turabdin, Midyat, Manastır, Kuzey Mezopotamya, Mardin

EPITOME OF THE CHRISTIAN CULTURAL HERITAGE IN THE TURABDIN REGION

Abstract

Turabdin stands out as one of the important historical geographies, which includes many deep-rooted civilizations known in history such as Persia, Assyria and Rome, and has a rich tourism potential in terms of monasteries and churches of Christian religious architecture in the southeast of Turkey. The region is located within the borders of Northern Mesopotamia geography where important cultures, religions and languages intersect and affect each other. This region, which is considered sacred for the Syriac community, has monasteries where the

⁴ Bu çalışma Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Başkanlığı tarafından SBA-2023-10612 Numaralı Proje olarak desteklenmiştir. Desteklerinden dolayı Bilimsel Araştırma Projeleri Başkanlığı çalışanlarına teşekkürlerimizi sunarız.

Christian faith is actively kept alive. Immovable cultural assets, such as monumental monasteries and churches belonging to Syriac Orthodox religious architecture, can be shown as proof that the region has become a centre of faith since the early periods of Christianity. In this paper, some monumental structures that we have examined during the archaeological surveys, including Mardin province, Midyat district and its surroundings, within the framework of the permission of the Ministry of Culture and Tourism for the last five years, will be discussed. Apart from a few monasteries such as Deyrulzafaran Monastery and Mor Gabriel Monastery, which are known and frequently visited in and around Mardin, many of our immovable cultural assets, which are not actively used in this region today, will be conveyed visually with modern techniques. In the study, after the Christian religious architecture of the region is introduced with main lines, it is aimed to understand the medieval Christian religious architectural texture of the Turabdin region as a whole, with examples of cultural heritage that has not attracted much attention and has not been studied due to remaining in a rural area.

Keywords: Turabdin, Midyat, Monastery, Northern Mesopotamia, Mardin

REFLECTIONS OF "THE DAY OF THE POET AND HOMER READINGS" ON BOZCAADA TOURISM WITHIN THE SCOPE OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE

Doktora Öğrencisi Gökhan TURAK

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
gkturak@gmail.com

Doktora Öğrencisi Mutlu CAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
cm.mutlucan@gmail.com

Prof. Dr. Tülay GÜZEL

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
tguzel@comu.edu.tr

Abstract

Homer, a famous poet who lived in the ancient world, is known for his epic poems, the Iliad and the Odyssey, which have survived to the present day. In these works, he focused on the Trojan War, which he immortalized through his poetic talent. To commemorate Homer, the "Day of the Poet and Homer Readings" event has been held regularly since 2002 in Bozcaada. In the event attended by literature enthusiasts from all over the world, verses from the Iliad and the Odyssey are recited under the leadership of a poet invited that year with the first light of the morning. In this event, which is one of the most important cultural values of Bozcaada, Homer's works have been read in 26 different languages. This event, in which the oldest and most important works of known western literature and its author have been commemorated for many years, can be evaluated within the scope of intangible cultural heritage (IHC). Intangible cultural heritage is defined by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) as follows: "the practices, representations, expressions, knowledge, skills and related tools, equipment and cultural spaces that communities, groups and in some cases individuals define as part of their cultural heritage." The Day of the Poet and Homer Readings event is directly related to oral traditions, expressions, social practices, rituals, and festive events, which are all part of intangible cultural heritage. As stated in the objectives of the Convention on the Protection of Intangible Cultural Heritage signed in Paris on October 17, 2003, this event contributes to the sustainability and protection of cultural heritage by transferring it from generation to generation. Within the scope of the study, data will be obtained through interviews with tourism stakeholders, local people and participants of the event. Interviews continue with people who played an important role in the emergence of the idea of the event and who have been organizing it regularly for years. At the end of the interviews, discourse analysis will be conducted, which is a qualitative research method commonly used in social and cultural research that involves a detailed analysis of language used in text or speech. In addition, oral history method will be used to examine information based on previously written documents and the memories of living people. In addition, participant observation method will be used to understand and describe the situation, values, beliefs, cultures and norms of a particular group.

Since the event is organized every year in July, the data collection process of the study will be completed in July. As a result of the study, the reflections of the event on Bozcada tourism will be analyzed and recommendations will be developed for the event to have an important place in the tourism showcase in the national and international framework.

Keywords: Tourism, Bozcaada, Tenedeos, Intangible cultural heritage, Homer

ÖRGÜTSEL DEĞİŞİM VE YÖNETİMİ ÇERÇEVESİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM İLE YAPAY ZEKÂ TEKNOLOJİLERİNİN TURİZM İŞLETMELERİNE OLAN ETKİLERİYLE İLGİLİ KAVRAMSAL BİR İNCELEME

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet GÜMÜŞ

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
agumus@agri.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Öznur SİDAL

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
oznuryeksan@hotmail.com

Özet

İşletmelerde teknolojik yetkinliklerin geliştirilmesi yoluyla yenilikler yaparak rekabet avantajı elde etmede dijital dönüşüm hareketinden söz edilmektedir. Teknolojik bilginin üretilmesi, örgütsel öğrenme yoluyla da aktarılması ile dijital dönüşümün başlaması işletmeleri büyük ölçüde etkilemiş; işletmelerin faaliyetlerinde ve iş yapış şekillerinde değişikliğe neden olmuştur. Başka bir ifade ile bilgi işleme, teknolojik araçlar ile dijital iletişim anlamına gelen dijital dönüşüm kavramı, işletmelerin inovasyonda beceri ve yetkinlik kazanmasına yol açmıştır. Dönüşen iş süreçleri, yapay zekâ, robot teknolojileri ve dijital iletişim araçları ile birlikte işletmelerin insan kaynaklarına ayırdığı maliyet azalmış; bu yenilikçi teknolojiler işletmelerin rekabet edebilme kapasitelerini arttırmıştır.

İşletmelerde teknolojik bilginin üretilmesi, örgütsel öğrenme yoluyla da aktarılması dijital dönüşümü sağlamıştır. İşletmelerde dijital dönüşüm teknolojileri sanayi 4.0 süreciyle ortaya çıkmış olmasına rağmen, yaşanan Covid-19 salgını işletmelerde inovasyon, teknolojik araştırma-geliştirme (Ar-Ge) ve yapay zekâ teknolojilerinin önemini arttırmış ve kullanımını yaygınlaştırmıştır. İşletmelerin iş yapış şekilleri ve faaliyetleri, bu gelişen yenilikçi teknolojilere uyum sağlayarak değişim yönetimi çerçevesinde ciddi biçimde dönüşmüştür. Diğer yandan bu değişim yönetiminin başarılı olabilmesi ile sistemli ve planlı bir süreç olarak yönetilebilmesinde üst düzey işletme yöneticilerinin liderlik beceri ve yeteneklerine sahip olması önemlidir. Bu çerçevede sektörde bulunan yöneticilerin dijital dönüşüm ile yapay zekâ teknolojilerinin örgütlerindeki uygulama sürecini örgütsel değişim yönetimi perspektifinde ele alması, liderlerinde değişimi örgüt çalışanların gönüllü katılımıyla birlikte yönetmesi gereklidir.

Dijitalleşme ve dijital dönüşüm hareketinin birçok sektörü kökten etkilediği gibi bir hizmet sektörü olan turizmi de etkisi altına alacağı kaçınılmaz bir gerçektir. Nesnelerin interneti (Iot), yüksek performanslı bilgisayarlar, büyük veri, bulut bilişim, arttırılmış gerçeklik, blok zincir ve yapay zekânın turizm alanında daha ön planda olduğu teknolojileridir. Ayrıca turizm sektöründe yer alan bu teknolojilerin hem ziyaretçiler için bir avantaj hem de sektör paydaşları için önemli bir rekabet avantajı haline geldiği söylenebilir. Bu çerçevede bu çalışmanın amacı; değişim yönetimi bağlamında dijital dönüşüm ve yapay zekâ teknolojilerinin turizm işletmelerine olan etkilerinin neler olduğuyla ilgili kavramsal taramanın yapılmasıdır. Bu çalışmanın hem literatüre hem de üst düzey turizm yöneticilerine dijital dönüşüm ile yapay zekâ teknolojilerini örgütsel değişim ve yönetimi çerçevesinde liderlik süreçleriyle birlikte örgütlerinde değerlendirmeleri açısından faydalı olabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Dönüşüm, İnovasyon, Liderlik, Örgütsel Değişim ve Yönetimi, Yapay Zekâ

A CONCEPTUAL INVESTIGATION OF THE EFFECTS OF DIGITAL TRANSFORMATION AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES ON TOURISM BUSINESSES WITHIN THE FRAMEWORK OF ORGANIZATIONAL CHANGE AND MANAGEMENT

Abstract

The digital transformation movement is discussed in acquiring competitive advantage by making innovations through the development of technological competencies in businesses. The digital transformation with the production of technological knowledge and its transfer through organizational learning has greatly affected businesses, causing a change in the activities and ways of doing business of businesses. In other words, the concept of digital transformation, which means information processing, technological tools and digital communication, caused that businesses acquired skills and competence in innovation. The cost of businesses for human resources has decreased with the transformation of business processes, artificial intelligence, robot technologies and digital communication tools and these innovative technologies increased the competitiveness of businesses.

The production of technological knowledge in businesses and its transfer through organizational learning brought digital transformation. Although digital transformation technologies emerged with the process of industry 4.0 in businesses, the Covid-19 pandemic increased the importance of innovation, technological research and development (R & D), and artificial intelligence technologies and made their use widespread. The way businesses do business and their activities were transformed significantly within the framework of change management by adapting to these developing innovative technologies. On the other hand, it is important for senior business managers to have leadership skills and abilities in order for this change management to be successful and to be managed as a systematic and planned process. In this context, it is necessary for the managers in the sector to consider the application process of digital transformation and artificial intelligence technologies in their organizations from the perspective of organizational change management, and to manage the change in their leaders with the voluntary participation of the employees of the organization.

It is an inevitable fact that the digitalization and digital transformation movement will affect many sectors along with tourism, which is a service sector. The Internet of Things (IoT), high-performance computers, big data, cloud computing, augmented reality, blockchain and artificial intelligence are the technologies used more prominently in the field of tourism. It can also be argued that these technologies in the tourism sector have become both an advantage for visitors and an important competitive advantage for the stakeholders of the sector. In this context, the purpose of the present study was to conduct a conceptual review of the effects of digital transformation and artificial intelligence technologies on tourism businesses in the context of change management. It can be said that this study can be beneficial for both the literature and senior tourism managers in terms of evaluating digital transformation and artificial intelligence technologies together with in their organizations leadership processes within the framework of organizational change and management.

Keywords: Artificial Intelligence, Digital Transformation, Innovation, Leadership, Organizational Change and Management

AİLELERİN TATİL SÜREÇLERİNDE İŞLETME SEÇİMİ DAVRANIŞLARI ÜZERİNDE ÇOCUK DOSTU TURİZM KAVRAMININ ROLÜ VE ÖNEMİ

Dr. Öğr. Üyesi Perihan CİVELEK

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
perihan.civelek@bilecik.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Makbule CİVELEK

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
makbule.civelek@beun.edu.tr

Özet

Artan rekabet anlayışı ile birlikte işletmelerin çocuklu ailelerin ihtiyaçlarına yönelik olarak verecekleri hizmetler önem kazanmaya başlamıştır. Bununla birlikte çocuklar, ailelerin tatil süreçlerinin planlamasında oldukça etkilidir. Dolayısıyla aileler tatil süreçlerine karar verirken sadece kendilerinin değil, çocuklarının istek ve beklentilerine de önem vererek hareket etmektedir. Bu kapsamda çalışmanın amacı çocuklu ailelerin tatil planlama süreçlerinde işletme seçimleri üzerinde çocuk dostu işletmelere ilişkin farkındalıklarının ve beklentilerinin ortaya konulmasıdır. Karma yöntemin kullanıldığı çalışmada oluşturulan soru formu aracılığıyla 17 ebeveyninden veriler elde edilmiştir. Çalışma sonuçları bir bütün olarak değerlendirildiğinde katılımcıların çocuk dostu turizm ve çocuk dostu turizm işletmesi kavramına ilişkin bilgilerinin olduğu görülmüştür. Bunun yanı sıra katılımcıların tatillerini planlarken çocuklarına uygun işletme araştırıp tatile karar verdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bir diğer sonuç ise katılımcıların çocuk dostu turizm işletmelerinden aldıkları hizmetten genel olarak memnun kaldığı ve bu deneyimi çevresine önerdiği yönündedir.

Anahtar Kelimeler: Çocuk Dostu Turizm, Çocuk Dostu İlkeler, Çocuk Dostu Turizm İşletmeleri

THE ROLE OF CHILD-FRIENDLY TOURISM ON HOTELS SELECTION BEHAVIORS OF FAMILIES IN HOLIDAY PROCESSES

Abstract

With the understanding of increasing competition, the services that businesses will provide for the needs of families with children have started to gain importance. However, children are very effective in planning the holiday process of families. Therefore, families act not only by giving importance to their own but also to their children's wishes and expectations when deciding on their holiday process. In this context, the aim of the study is to reveal the awareness and expectations of families with children regarding child-friendly businesses on their choice of business in the holiday planning processes. Data were obtained from 17 parents through the questionnaire created in the study in which the mixed method was used. When the results of the study were evaluated as a whole, it was seen that the participants had knowledge about the concept of child-friendly tourism and child-friendly tourism business. In addition, it was concluded that the participants, while planning their holidays, searched for a suitable business for their children and decided to take a vacation. Another result is that the participants are

generally satisfied with the service they receive from child-friendly tourism businesses and recommend this experience to their surroundings.

Keywords: Child-Friendly, Child-Friendly Policies, Child-Friendly Tourism

ALANYA'DA AŞIRI TURİZM RİSKİ VE PROAKTİF POLİTİKA ÖNERİLERİ

Arş. Gör. Muhammet Necati ÇELİK

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
muhammet.celik@alanya.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Aydın ÇEVİRGEN

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
aydin.cevirgen@alanya.edu.tr

Özet

Aşırı turizm, yoğun bir şekilde ziyaret edilen destinasyonlarda yerel halkın yaşam kalitesinin veya ziyaretçi deneyiminin olumsuz yönde etkilenmesi durumu olarak tanımlanabilir. Bu kavram, son yıllarda buna çözüm arayan araştırmacılar ve politikacılar tarafından sıklıkla tartışılmaktadır. Alanya, uluslararası turizm pazarından aldığı pay ile turizm istatistiklerinde önde gelen destinasyonlardan biridir. Eğer sürdürülebilir bir yönetim anlayışı ile doğru bir şekilde yönetilemezse gelecekte bu destinasyonda aşırı turizmden kaynaklanabilecek olumsuz etkilere yönelik potansiyel tepkiler ortaya çıkabilecektir. Dolayısıyla, Alanya'da turizm politikaları belirlenirken proaktif bir bakış açısıyla yaklaşılarak potansiyel olumsuz etkilerin minimuma indirilmesi ve potansiyel tepkilerin ortaya çıkmadan engellenmesi için sürdürülebilir politikalar geliştirilmelidir. Bu araştırmanın temel amacı ihtiyaç duyulan bu politikaları ortaya koymaktır. Bu kapsamda, öncelikle literatürdeki bilimsel kriterler kullanılarak Alanya'nın aşırı turizm riski ortaya koyulmuştur. Daha sonra, araştırma konusuyla ilgili ulusal ve uluslararası çalışmalar döküman analizi yöntemiyle incelenmiş ve Alanya'ya yönelik sürdürülebilir politika önerileri sunulmuştur. Elde edilen bulgulara dayalı olarak Alanya'da uzun dönemli bir planlama yapılması, destinasyon paydaşlarının planlama sürecine dahil edilmesi, turizmin etkilerinin sürekli olarak izlenmesi, planlama sürecinde güncel bilimsel bilginin kullanılması, teknolojik çözümlerden yararlanılması, doğal ve tarihi alanların taşıma kapasitelerinin belirlenerek yönetilmesi gerektiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Ayrıca, Alanya'da turistlere geceleme bazlı ziyaretçi vergisi getirilmesinin destinasyonun sürdürülebilir yönetimi açısından oldukça önemli olduğu vurgulanmıştır. Son olarak, turizm gelişiminde nicelikten çok niteliğe dayalı bir politikanın izlenmesi gerektiği de önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Aşırı Turizm, Sürdürülebilir Politikalar, Destinasyon Yönetimi, Destinasyon Paydaşları, Turizmin Etkileri, Alanya

OVERTOURISM RISK IN ALANYA AND PROACTIVE POLICY RECOMMENDATIONS

Abstract

Overtourism can be defined as a situation negatively affecting residents' quality of life or the visitor experience at intensively visited destinations. This concept has been frequently discussed by researchers and politicians, who have sought solutions to it in recent years. Alanya is one of the leading destinations with a large share of the international tourism market in terms of tourism statistics. If it cannot be managed correctly with a sustainable management approach,

it is predicted that potential reactions towards negative impacts because of overtourism may occur at this destination in the future. Therefore, sustainable policies should be developed in order to minimize negative impacts and prevent potential reactions before they occur by approaching with a proactive perspective while determining tourism policies in Alanya. The primary purpose of this research is to reveal these needed policies. In this context, firstly, the overtourism risk of Alanya has been revealed by using scientific criteria in the literature. Then, national and international studies related to the research subject were examined by the document analysis method, and sustainable policy recommendations for Alanya were presented. Based on the findings, some policies were recommended, such as long-term planning, realizing the involvement of destination stakeholders in the planning process, continuous monitoring of tourism impacts, the usage of up-to-date scientific knowledge for planning, taking advantage of technological solutions, and determining the carrying capacity of natural and historical attractions. In addition, it was emphasized that the introduction of an overnight-based visitor tax for tourists is very important for the sustainable management of Alanya. Finally, it has been also suggested that a policy should be followed based on quality rather than quantity in tourism development.

Keywords: Overtourism, Sustainable Policies, Destination Management, Destination Stakeholders, Impacts of Tourism, Alanya

DOĞADA KENDİLİĞİNDEN YETİŞEN BİTKİLERİN GASTRONOMİK DEĞERİ: ORDU İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

Emrah KARA

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
emrahkara4852@gmail.com

Doç. Dr. Taner DALGIN

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
tanerdalgin@mu.edu.tr

Prof. Dr. Hüseyin ÇEKEN

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
hceken@mu.edu.tr

Özet

Tarihsel süreç içerisinde tarımın ve hayvancılığın gelişiminden önce avcı-toplayıcı toplum özelliğine sahip insanoğlu, bugün de bu özelliğini genetik hafızasında taşımaktadır. Doğada kendiliğinden yetişen bitkiler bu açıdan birçok insan için keşfedilmeye değer niteliktedir. Gastronomi alanında yenilik arayışı kapsamında doğada kendiliğinden yetişen bitkilere olan ilgi son yıllarda ön plana çıksa da aslında doğa ile bütünleşik yaşayan yerel toplumlarda bu bitkilerin mutfakta oldukça yaygın şekilde kullanıldığı bilinmektedir. Deniz seviyesinden başlayarak 3 bin metreye uzanan bir coğrafyaya yayılmış Ordu ili hem yükselti farkı hem de deniz ve karasal iklimin varlığı ile zengin bir bitki örtüsüne sahiptir. Ordu'nun mutfak kültüründe yükselti ve iklim önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle, Ordu mutfağında doğada kendiliğinden yetişen bitkilerden bolca yararlanılmaktadır. "Karşılık beklemeksizin vermek" konusunda Ordululara karşı bonkör olan doğa zamanı geldiğinde hiçbir ilaçlama, gübreleme, sulama ya da çapalama gerektirmeksizin sadece bitkileri doğadan toplayarak yemenin hazzını yaşatmaktadır. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, Ordu ilinde kendiliğinden yetişen bitkileri ve bu bitkilerden elde edilen yemekleri betimlemektir. Kavramsal bir çerçevede oluşturulan bu çalışmada ikincil verilerden yararlanılmıştır. Bu çalışmanın, ortaya koyduğu betimleyici bilgilerle Ordu ilindeki doğada kendiliğinden yetişen bitkiler ve bu bitkilerden oluşturulan yemeklerle ilgili bütünsel bir kaynak oluşturacağı düşünülmektedir. Böyle bir kaynak farklı gastronomi turizmi deneyimi arayışında olan turist kitlesini bölgeye çekmek ve bölge için alternatif bir turizm aktivitesi oluşturulmasını teşvik etmek açısından önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kendiliğinden Yetişen Bitkiler, Gastronomi, Ordu

GASTRONOMIC VALUE OF SHELF-GROWING PLANTS IN NATURE: A RESEARCH IN ORDU PROVINCE

Abstract

In the historical process, before the development of agriculture and animal husbandry, human beings had the characteristics of a hunter-gatherer society, and today they carry this feature in their genetic memory. Plants that grow spontaneously in nature are worth exploring for many

people in this respect. Although the interest in plants that grow in nature within the scope of innovation in the field of gastronomy has come to the fore in recent years, it is known that these plants are widely used in the kitchen in local societies living in harmony with nature. Ordu province, which is spread over a geography starting from sea level to 3 thousand meters, has a rich vegetation with both the altitude difference and the presence of sea and terrestrial climate. Altitude and climate play an important role in Ordu's culinary culture. In particular, naturally grown plants are used abundantly in Ordu cuisine. The nature, which is generous towards the people of Ordu in the subject of "giving without expecting in return", gives the pleasure of eating only the plants from nature without the need for any spraying, fertilization, irrigation or hoeing when the time comes. In this context, the aim of this study is to describe the plants that grow spontaneously in Ordu province and the dishes obtained from these plants. In this study, which was created in a conceptual framework, secondary data was used. It is thought that this study, with the descriptive information it provides, will create a holistic resource about the plants that grow in nature in Ordu province and the dishes made from these plants. Such a resource is important in terms of attracting the tourist mass who are looking for a different gastronomic tourism experience to the region and encouraging the creation of an alternative tourism activity for the region.

Keywords: Self-Growing Plants, Gastronomy, Ordu

BİLİM TURİZMİ: KAVRAMSAL BİR ÇÖZÜMLEME

Nuran ALİOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
alioglunuran65@gmail.com

Doç. Dr. Sağbetullah MERİÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
smeric@yyu.edu.tr

Özet

Bilim, sistematik yöntemler kullanılarak yeni bilgilerin üretilmesine olanak tanır. Bilimin amacı, insan hayatını kolaylaştırmaktır. Bilimsel yöntemler ile ortaya konulan her bilgi, geleceği şekillendirmede önemli bir araçtır. Dolayısı ile bilimsel süreçler kullanılarak elde edilen bilgi Turizm sektörünün de gelişimine önemli katkılar sağlamaktadır. Bilimsel araştırmalar, turizm sektörünün gelişimine ışık tutmanın yanı sıra yeni bir turizm eğiliminin de ortaya çıkmasına vesile olmuştur. Bilime meraklı olan bireylerin keşfetme ve seyahat etme arzusu, turizm hareketliliğinin artmasına yol açmıştır. Araştırma merkezleri, müzeler, laboratuvarlar, üniversiteler ve gözlemcileri turistleri cezbeden önemli turizm ürünleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilim turizmi insanların; deneyimleyerek öğrendiği, araştırmaya dahil olma şansı elde ettiği, keşif gezileri yaptığı ve bu araştırmalar sonucunda elde ettiği verilerle ortaya çıkardığı bilimsel yazıları yayınlamaya ekonomik sermayeye dönüştürebileceği bir turizm türüdür. Turizm literatürü incelendiğinde bilim turizminin yeni bir kavram olduğu ve bu konudaki araştırmaların oldukça kısıtlı olduğu görülmüştür. Türkiye’de bilim turizmi bir çalışma alanı olarak henüz ele alınmamış olmasına rağmen bu bağlamda ziyaret edilecek noktaların mevcudiyeti dikkat çekmektedir. Bu araştırmada, bilim ve turizm ilişkisinin ortaya konulması ve bilim turizminin kavramsal alt yapısının oluşturulması için içerik analizi yöntemi kullanılarak literatür taraması yapılması amaçlanmaktadır. Araştırmada ayrıca Dünya’daki ve Türkiye’deki durum ortaya konularak bilim turizminin gelişimine katkı sağlayacak öneriler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Bilim, Turizm, Bilim Turizmi

SCIENCE TOURISM: A CONCEPTUAL ANALYSIS

Abstract

Science allows the production of new knowledge using systematic methods. The purpose of science is to make human life easier. Every knowledge revealed by scientific methods is an important tool in shaping the future. Therefore, the information obtained by using scientific processes also provides important contributions to the development of the tourism sector. Scientific researches not only shed light on the development of the tourism sector, but also led to the emergence of a new tourism trend. The desire of individuals who are interested in science to explore and travel has led to an increase in tourism mobility. Research centers, museums, laboratories, universities and observatories are important tourism products that attract tourists. Science tourism people; It is a type of tourism that he learns by experience, gets the chance to be involved in research, makes expeditions and publishes scientific articles that he has obtained

as a result of these researches, and can convert them into economic capital. When the tourism literature is examined, it is seen that science tourism is a new concept and research on this subject is quite limited. Although science tourism has not yet been addressed as a field of study in Turkey, the presence of points to be visited in this context draws attention. In this research, it is aimed to make a literature review by using content analysis method in order to reveal the relationship between science and tourism and to create the conceptual infrastructure of science tourism. In the study, the situation in the world and in Turkey will be revealed and suggestions will be presented that will contribute to the development of science tourism.

Keywords: Science, Tourism, Science Tourism

CITTASLOW MOVEMENT ON TOURISM MARKETING: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF STUDIES ON WOS DATABASE

Asst. Prof. Dr. Mehmet SAĞLAM

Istanbul Ticaret University
mehmetsaglamiticu@gmail.com

Abstract

The aim of this study is to evaluate the studies on tourism marketing and cittaslow movement with bibliometric analysis and to present future study suggestions. The analysis was carried out on the VOSviewer program. Study data were taken from the Web of Science (WoS) database. The reason for choosing the Web of Science database is that it is a database that sheds light on the field and contains qualified scientific publications. During the data download process, click on the search tab with the concepts of "cittaslow" or "slow city" and "marketing" or "tourism marketing" or "brand" or "branding" or "intention" or "consumer behavior" or "consumer behavior" or "tourist behavior" or "tourist behaviour" and a search was made by typing the these terms. As a result of the scanning, 81 studies were obtained, but 5 book chapters studies were not excluded. The analysis was carried out on 76 studies consisting of research and review articles and early access articles and conference proceedings. In the results of study; It was observed that the first study was carried out in 2008, and the number of studies in these areas increased in 2021 and 2022. Most of the studies (66) are research articles. Considering the research areas of the studies, it was seen that the majority of the studies were carried out in the fields of Hospitality Leisure Sport Tourism, Environmental Studies and Geography, respectively, according to the Web of Science research categories. When evaluated according to countries, it was determined that writers from Turkey and Poland came to the fore more. It was determined that 71 studies were published in English, 3 studies in Turkish, and one study in German and French. 32 of the studies are in the ESCI index, 30 in the SSCI index, 9 in the Conference Proceedings Citation Index, 8 in the SSCI Expanded and 4 in the AHCI index category. The journals that publish the most about the concepts in the study are Tourism Planning Development and Sustainability. As a result of the analyzes according to the Keywords, it has been seen that the concepts of cittaslow and slow city are used together with the concepts of sustainable development, sustainable tourism, sustainability, slow food, slow tourism, quality of life and destination marketing. Other concepts that are less used with these concepts are small cities and towns, globalization, urban planning, smart cities, compact, creative, green, happy and learning city, place marketing, mental well-being, sensing of belonging, revisit intention and behavioral intention. As a result of the abstract analysis, it has been concluded that concepts such as movement, sustainability, membership, person, implementation, culture, practice, change and experience are frequently used themes in studies conducted in this field. It is thought that the findings of the study are important in terms of showing how the concept of cittaslow movement has developed in the field of tourism marketing. Also, especially since it reveals concepts related to each other as a result of keyword and abstract analysis it will support the hypothesis development process and research model formation in future studies.

Keywords: Cittaslow Movement, Tourism Marketing, VOSviewer, WoS, Bibliometric Analysis

VAN MÜZESİ'NDE BULUNAN BİR GRUP OSMANLI MÜHRÜ⁵

Murat ÇABAZ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
muratcabaz@yyu.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet KULAZ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
mkulaz@yyu.edu.tr

Özet

Doğu Anadolu Bölgesinde bulunan müzeler içerisinde önemli bir yere sahip olan Van Müzesi ilin turizm gelirleri açısından değerlidir. Van Müzesinde Paleolitik, Neolitik, Kalkolitik, Urartu, Pers, Roma Bizans, İslami, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerine ait birçok eser sergilenmektedir. Bu eserler içerisinde yer alan Osmanlı dönemi mühürleri önemli bir yere sahiptir. Tılsım, şahıs ve resmi (kurum) mühürler olarak gruplandırılan bu eserler 39 adettir. Bu eserler içerisinde resmi (kurum) mühür olarak adlandırılan 10 adet mühür ele alınmıştır. Bu çalışmadaki mühürler ait oldukları dönem, form, malzeme, yazı ve süsleme, ait olduğu yöre açısından incelenmiştir. Eserler hibe, depo fazlası, satın alma ve toprak altında bulunarak müzeye kazandırılmıştır. Ele alınan mühürlerde bakır, piring, bronz, tunç ve gümüş malzeme kullanılmıştır. İslam sanatı eserlerinin çoğunda karşımıza çıkan hat sanatı mühür sanatında da önemli bir yer tutmaktadır. Eserlerde ta'lik, rika, sülüs ve mahalli yazı gibi farklı hatlardaki yazı çeşitleriyle kazımlar yapılmıştır. Üzerlerine kazınan Van, Bergos (Lüleburgaz), Ordu, Tatvan isimlerinden yola çıkarak hangi yöreye ait olduğu anlaşılmaktadır. 19. ile 20. yüzyıllara ait oldukları belirlenen mühürlerin tamamında döküm ve kazıma tekniği kullanıldığı görülmektedir. Mühür formları dairesel ve elips formlarda karşımıza çıkmaktadır. Van Müzesi'nde bulunan Osmanlı dönemine ait damga mühürler üzerinde yaptığımız bu çalışmada mühür baskılarında betimlenen konuların genellikle kıvrık dal, palmet, rumi, imame, penç, motifleri karşımıza çıkmaktadır. Palmet, rumi ve imame motifleri genellikle tutamak kısmında karşımıza kullanılmıştır. Bu süslemeler Osmanlı Devleti mimarisinde önemli bir yere sahip olan eserlerde de kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı Dönemi, Mühür, Maden Sanatı, Süsleme, Hakkâk

A GROUP OF OTTOMAN SEALS FOUND IN VAN MUSEUM

Abstract

The Van Museum, which has an important place among the museums in the Eastern Anatolia Region, is valuable in terms of annual tourism income. The Van Museum exhibits many artifacts from the Paleolithic, Neolithic, Chalcolithic, Urartian, Persian, Roman, Byzantine, Islamic, Seljuk and Ottoman periods. Among these works, seals belonging to the Ottoman period have an

⁵ Bu çalışma Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından 2015 Sob YI5028 nolu proje ile desteklenen Van Bölge Müzesi'nde Bulunan Osmanlı Dönemi Mühürleri adlı Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

important place. There are 39 pieces of these artifacts grouped as talismans, personal and official (institutional) seals. 10 seals, called official (institutional) seals, were taken from these works. In this study, seals were examined in terms of period, form, material, writing and decoration and the region they were found in. The artifacts were brought to the museum through donations, surplus storage, purchasing and undergrounding. Copper, brass, bronze, bronze and silver materials were used in the seized seals. Calligraphy, which is found in most of the Islamic art works, also has an important place in the art of seals. The works were embroidered with different calligraphy types such as talik, rika, thuluth and local calligraphy. The names Van, Bergos (Lüleburgaz), Ordu and Tatvan engraved on them indicate which region they belong to. It is seen that casting and scraping techniques were used in all of the seals determined to belong to the 19th and 20th centuries. Seal forms are circular and elliptical. In this study on stamps belonging to the Ottoman period in the Van Museum, we come across the curved branch, palmette, rumi, imame, pen and motif motifs depicted in seal impressions. Palmet, rumi and imame motifs are generally used on the handle part. These decorations were also used in the works that have an important place in Ottoman architecture.

Keywords: Ottoman Period, Seal, Metal Art, Ornament, Hakkâk

MÜZE ZİYARETLERİNDE ALGILANAN FAYDA ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA⁶

Doç. Dr. Hacer ARSLAN KALAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
hacerkalay@yyu.edu.tr

Doç. Dr. Faruk KALAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
farukkalay@yyu.edu.tr

Gökhan AYDINAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
gokhanaydinay@gmail.com

Özet

Müzeler turizm hareketleri içinde merak edilen ve görülmek istenen yerlerin başında gelmektedir. Bu merak etme isteği zamanla öğrenme isteği ile de birleşince kültürel miras turizmi kapsamında önemli bir kol olarak uygulanmaya başlanmıştır. Müzeler sahip oldukları çok boyutlu nitelikler sayesinde ziyaretçiler için "faydalı olma" bağlamında oldukça sık değerlendirilmektedir. Bu bağlamda fayda algısına göre çeşitli çalışmalar yapılarak modern düzenlemeler gündeme gelmiştir. Aynı zamanda önemli rekreasyon alanları olarak da kullanılan müzeler sadece eserlerin teşhiri ile sınırlı kalmamış günümüzde yeme-içme, dinlenme ya da farklı aktiviteleri de içerisinde barındıran turistik alanlar olmuştur. Fayda boyutunun ön plana çıktığı bu çalışmanın amacı müze ziyaretçilerinin yaptıkları ziyaretlerden algıladıkları faydaları ortaya çıkarmaktır. Bu amaç kapsamında nicel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır. Çeşitli müzeleri ziyaret eden katılımcılara iki bölümden oluşan bir anket uygulanmıştır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular ikinci bölümde ise müze ziyaretlerinden algıladıkları faydalara yönelik ifadeler yer almaktadır. Çalışma sonucunda katılımcıların müze ziyaretleri sırasında ruhsal olarak yenilenme, kişisel olarak gelişme, kültürel farkındalık hissetme ve topluma bağlılıklarını artırma gibi faydalar gördükleri belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Müze, Algılanan Fayda

A RESEARCH ON THE PERCEIVED BENEFIT OF MUSEUM VISITS

Abstract

Museums are one of the places that are curious and desired to be seen in tourism movements. When this desire to wonder is combined with the desire to learn over time, it has started to be applied as an important branch within the scope of cultural heritage tourism. Thanks to their multidimensional qualities, museums are frequently evaluated in the context of "usefulness" for visitors. In this context, various studies have been carried out according to the perception of benefit and modern regulations have come to the fore. At the same time, museums, which are

⁶ Bu çalışma SBA- 2022- 9290 numaralı proje kapsamında Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi (BAP) tarafından desteklenmiştir.

also used as important recreation areas, are not only limited to the exhibition of artifacts, but today they have become touristic areas that include eating-drinking, resting or different activities. The purpose of this study, in which the benefit dimension comes to the fore, is to reveal the benefits perceived by museum visitors from their visits. For this purpose, quantitative research methods were used. A questionnaire consisting of two parts was applied to the participants who visited various museums. In the first part, there are questions to determine the demographic characteristics of the participants, and in the second part, statements about the benefits they perceive from museum visits. As a result of the study, it was determined that the participants saw benefits such as being spiritually renewed, developing personally, feeling cultural awareness and increasing their commitment to the community during their museum visits.

Keywords: Tourism, Museums, Perceived Benefit

YİYECEK - İÇECEK İŞLETMELERİNE YÖNELİK E- ŞİKAYETLERİN ANALİZİ: MARDİN ÖRNEĞİ

Sultan UZUT

Mardin Artuklu Üniversitesi
sultan-uzut@hotmail.com

Prof. Dr. Serhat HARMAN

Mardin Artuklu Üniversitesi
harmanserhat@gmail.com

Özet

İşletmelerin pazarlama süreçlerinde paydaşları ile olan etkileşimlerinin daha hızlı, kolay ve daha fazla gerçekleşmesinde bilgi iletişim teknolojilerinin önemi her geçen gün artmaktadır (Hvass & Munar, 2012: 93). İşletmelerin pazarlama süreçlerinde aktif olarak kullandıkları sosyal medya platformları, tüketiciler tarafından da özellikle deneyim, şikâyet ve memnuniyet paylaşımı konularında aktif bir şekilde kullanılmaktadır (Eröz & Doğdubay, 2012: 134). Günümüzde, TripAdvisor ve benzeri araçlar, tüketicilerin satın alma kararlarında etkili olmakta ve turizm işletmeleri de bu araçlardan yararlanarak müşterileriyle iyi ilişkiler kurmaya ve işletme imajını korumaya çalışmaktadırlar (Aydın, 2016: 14).

Çalışmada, turistik bir destinasyon olan Mardin ilinde işletme belgeli olarak faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerine yönelik çevrimiçi şikâyetlerin incelenmesi ve tüketicilerin sıklıkla rahatsız oldukları unsurların belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada veriler TripAdvisor kaynağından elde edilmiştir. Analiz birimini oluşturan ildeki işletme belgeli 10 adet yiyecek-içecek işletmesinin tamamı çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışma nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. TripAdvisor üzerinden gerçekleştirilen taramalarda çalışma amacı doğrultusunda 2010-2023 yılları arasında yazılmış, 5 puan üzerinden değerlendirilen ve olumsuz olarak değerlendirilebilen yorumlar içerisinde 3 puan ve altındaki 197 adet olumsuz yorum analizlere dâhil edilmiştir. Analizler sonucunda şikâyetler DeFranco, Wortman, Lam & Countryman'ın (2007), çalışmasında yer alan faktörler doğrultusunda “Yiyecek ve İçecek İle İlgili Şikâyetler”, “Hizmet İle İlgili Şikâyetler”, ve “Atmosfer ile İlgili Şikâyetler” temaları altında kodlanarak gruplandırılmıştır. Alt kodlar oluşturulurken ise literatürde bulunan farklı kaynaklardan faydalanılmıştır.

Çalışmanın bulgularına göre Mardin'deki işletme belgeli restoranlara yönelik yapılan en sık şikâyetlerin fiyat/performans, lezzet ve doyuruculuk, servis personelinin tutum ve davranışı ile hijyen ve konfor konuları kapsamında olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda Mardin'de faaliyet gösteren işletme belgeli tesislerin yukarıda sıralanan konular kapsamında değerlendirme yapması ve önlemler alması, hem destinasyona hem de işletmelere fayda sağlayacaktır. Farklı araştırmacılara ise; farklı bölge ya da şehirlerdeki yiyecek içecek işletmelerine ait müşteri şikâyetlerini çalışma konusu olarak ele almaları önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: Mardin, TripAdvisor, E-Şikâyet

ANALYSIS OF E-COMPLAINTS AGAINST FOOD AND BEVERAGE BUSINESSES: THE EXAMPLE OF MARDIN

Abstract

The importance of information and communication technologies is increasing day by day in facilitating faster, easier, and more extensive interactions between businesses and their stakeholders in marketing processes (Hvass & Munar, 2012: 93). Social media platforms, which businesses actively utilize in their marketing processes, are also extensively used by consumers, particularly for sharing experiences, complaints, and satisfaction (Eröz & Doğdubay, 2012: 134). In today's context, TripAdvisor and similar platforms play a significant role in influencing consumers' purchasing decisions, and tourism businesses strive to establish favorable relationships with their customers and protect their business image by leveraging these tools (Aydın, 2016: 14).

The aim of this study is to examine online complaints directed at food and beverage businesses operating with business licenses in Mardin, a tourist destination, and identify the elements that frequently cause dissatisfaction among consumers. The data for this study were obtained from the TripAdvisor platform. All ten food and beverage businesses with business licenses in the selected city were included as the unit of analysis in the study. The study was conducted using qualitative research methods, specifically employing content analysis technique. During the scans conducted on TripAdvisor, a total of 197 negative reviews, written between 2010 and 2023, were included in the analysis. These reviews were rated on a scale of 5 points and considered negative if they received a rating of 3 or below. As a result of the analysis, the complaints were coded and grouped under the themes of “Food and Beverage-related Complaints”, “Service-related Complaints”, and “Atmosphere-related Complaints” based on the factors identified by DeFranco, Wortman, Lam, and Countryman (2007). Different sources from the literature were utilized to create sub-codes during the process of coding.

According to the findings of the study, the most frequent complaints directed at licensed restaurants in Mardin pertain to price-performance ratio, taste and portion size, attitude and behavior of the service staff, as well as hygiene and comfort. In line with these findings, it would be beneficial for licensed establishments operating in Mardin to assess and take measures regarding the aforementioned areas of concern. This would not only benefit the destination but also the businesses themselves. It is recommended that different researchers consider customer complaints regarding food and beverage establishments in different regions or cities as a research topic.

Keywords: Mardin, TripAdvisor, E-Complaints

References

- Aydın, B. (2016). Sosyal medyada restoran imajı: Tripadvisor örneği. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 1(1), 13-30.
- Defranco, A., Wortman, J., Lam, T., & Countryman, C. (2005). A cross-cultural comparison of customer complaint behavior in restaurants in hotels. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 10(2), 173-190.
- Eröz, S. S., & Doğdubay, M. (2012). Turistik ürün tercihinde sosyal medyanın rolü ve etik ilişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(1), 133-157.
- Hvass, K. A., & Munar, A. M. (2012). The takeoff of social media in tourism. *Journal of vacation marketing*, 18(2), 93-103.

AKDAMAR ADASI'NDA REKREASYONEL ETKİNLİKLERİN UYGULANABİLİRLİĞİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME

Betül TOP

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
betul.top34@gmail.com

Doç. Dr. Songül DÜZ ÖZER

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
songulduz@yyu.edu.tr

Doç. Dr. Mehmet TOP

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
mtop@yyu.edu.tr

Özet

Van Gölü'nde bulunan adalar doğal ve kültürel öğelerin bir araya getirdiği özgün bir turistik gezi yapısını ve sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde çok çeşitli rekreasyonel imkânları içinde barındırmaktadır. Bu adaların tarihi, kültürel ve dini bir önemi olmakla birlikte doğal güzelliği, yabani hayvanları ve kuş türleriyle çekiciliği artmaktadır. Ancak Vangölü'nde bulunan bu adalardan Çarpanak, Adır ve Kuzu Adası ziyarete kapalı, Akdamar Adası ise Anıt Müze olarak ziyarete açıktır. Akdamar Adası'nı yıllık ortalama 260 bin kişi ziyaret etmektedir. Bu durum bölge halkı için potansiyel gelir kaynağı olarak değerlendirilebilir. Bu çalışmada dünyadaki ve Türkiye'deki doğal ve tarihi cazibe alanlarındaki sürdürülebilir turizm ve rekreasyonel etkinlik örneklerinden hareketle Akdamar Adası ele alınmıştır. Çalışma kapsamında Adada uygulanabilecek rekreasyonel etkinliklerin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda Akdamar adası ile ilgili çalışmalar literatür taraması ile toplanmış olup çalışmada tarama modelinden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda kültürel ve turistik bir değere sahip olan Akdamar adasının rekreasyonel etkinlik alanlarına sahip olduğu söylenebilir. Adada inanç turizmi kapsamında önemli bir yere sahip olan Kutsal Hac Manastırı ve beraberindeki yapıların yanı sıra yürüyüş alanları ve sahiller de mevcuttur. Bu doğrultuda adanın karada, kıyıda ve gölde uygulanabilecek rekreasyonel etkinlik alanlarına sahip olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Rekreasyon, Akdamar Adası, Van

A CONCEPTUAL EVALUATION ON THE APPLICABILITY OF RECREATIONAL ACTIVITIES ON AKDAMAR ISLAND

Abstract

The islands in Lake Van contain a unique touristic structure brought together by natural and cultural elements and a wide variety of recreational opportunities within the framework of the sustainability principle. Although these islands have historical, cultural, and religious importance, their natural beauty, wild animals, and bird species are increasing their attractiveness. However, Çarpanak, Adır, and Kuzu Islands, which are among these islands in Vangölü, are closed to visitors, while Akdamar Island is open to visit as a Monument Museum. Akdamar Island is visited

by an average of 260 thousand people per year. This situation can be considered a potential source of income for the local people. In this study, Akdamar Island is discussed concerning the examples of sustainable tourism and recreational activities in natural and historical attraction areas in the world and Turkey. After within the scope of the study, it is aimed to determine the recreational activities that can be applied on the island. In this context, studies related to Akdamar island were collected by literature review and the scanning model was used in the study. In this direction, it can be said that the island of Akdamar, which has a cultural and touristic value, has recreational activity areas. There are walking areas and beaches as well as the Holy Pilgrimage Monastery and its accompanying structures, which have an important place within the scope of faith tourism on the island. In this respect, it can be said that the island has recreational activity areas that can be applied on land, on the coast, and in the lake.

Keywords: Recreation, Akdamar Island, Van

MICHELIN YILDIZLI RESTORANLARIN SOSYAL MEDYA PAZARLAMASINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Arş. Gör. Serkan ROL

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
serkanrol@yyu.edu.tr

Prof. Dr. Selma MEYDAN UYGUR

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
selma.meydan@hbv.edu.tr

Özet

Sosyal medya, giderek artan kullanıcı sayısı ve kullanım çeşitliliği ile birlikte başarılı bir pazarlama stratejisinin çok önemli bir parçası haline gelmiştir. Günümüzde küresel markalardan yerel markalara, büyük holdinglerden küçük işletmelere kadar her boyutta ve her alanda kuruluş ya da kişiler, sosyal medya pazarlamasını bir dijital pazarlama kanalı olarak kullanmaktadır. Turizm sektörü açısından sosyal medya, turistik satın alma sürecinin tüm adımlarında, yani tatil öncesinde, sırasında ve sonrasında tüketici davranışlarını farklı kapsamlarda etkilemektedir. Bu çalışmada Türkiye’de bulunan ve dünyanın en saygın restoran değerlendirme sistemlerinden Michelin Guide’in 2023 restoranları arasında yer alarak Michelin yıldızı almaya hak kazanan 5 restoran işletmesi ele alınmıştır. Bu restoranlara ait instagram hesaplarında yaptıkları paylaşımlar içerik analizi yöntemi ile incelenerek uyguladıkları sosyal medya pazarlama stratejileri değerlendirilecektir. Araştırmaya dahil edilen restoranların sosyal medya paylaşımlarının içerikleri; rasyonel, duygusal ve işlemsel olmak üzere üç farklı kategoriye ayrılacaktır. Ardından bu gönderilerin aldığı yorum, paylaşım ve beğeni gibi etkileşimler değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Pazarlaması, Sosyal Medya Uygulamaları, Sosyal Medya Etkileşimi

A STUDY ON SOCIAL MEDIA MARKETING OF MICHELIN-STARRED RESTAURANTS

Abstract

Social media has become a very important part of a successful marketing strategy with the increasing number of users and diversity of use. Today, organizations or individuals of all sizes and fields, from global brands to local brands, from large holdings to small businesses, use social media marketing as a digital marketing channel. In terms of the tourism sector, social media affects consumer behavior in different contexts at all steps of the touristic purchasing process, that is, before, during and after the holiday. In this study, 5 restaurant businesses in Turkey, which are among the 2023 restaurants of the Michelin Guide, one of the most respected restaurant evaluation systems in the world, and deserved to receive a Michelin star, are discussed. The social media marketing strategies they apply will be evaluated by examining the posts made by these restaurants on their instagram accounts with the content analysis method. The contents of the restaurants' social media posts included in the research; will be divided into three different categories as rational, emotional and operational. And then the interactions

taken by those posts such as comments, sharing and likes that the content has received will be evaluated.

Keywords: Social Media Marketing, Social Media Applications, Social Media Engagement

