



**ŞIRNAK
ÜNİVERSİTESİ**



**VAN YÜZÜNCÜ YIL
ÜNİVERSİTESİ**

8th INTERNATIONAL WEST ASIA CONGRESS OF TOURISM RESEARCH

CONGRESS ABSTRACT BOOK BİLDİRİ ÖZETLERİ KİTABI

25th – 27th April 2024 Şırnak, TÜRKİYE



**International West Asia
Congress of Tourism
Research**

8. ULUSLARARASI BATI ASYA TURİZM ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

25 – 27 Nisan 2024 Şırnak, TÜRKİYE

Düzenleyen Kurumlar

Şırnak Üniversitesi

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Editörler

Doç. Dr. Aysen ERCAN İŞTİN

Dr. Öğretim Üyesi Birsen ÇEVİK ÜNLÜ

Arş. Gör. Dr. Gökhan KADIRHAN

İletişim e-mail:

info@iwact.org

Web: www.iwact.org

Baskı Bilgileri

Baskı Yılı: Temmuz, 2024

e-ISBN: 978-625-98885-2-1

Kitaptaki bilgilerin her türlü sorumluluğu yazarına aittir



Şırnak Üniversitesi Yayınları

Bu kitap, 8. 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. Abdurrahim ALKIŞ
Prof. Dr. Hamdullah ŞEVLİ

Şırnak Üniversitesi
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Rektörü

Davetli Konuşmacılar

Prof. Dr. Doğan Gürsoy
Dr. Hera OKTADIANA
Prof. Dr. Beykan ÇİZEL
Prof. Dr. Omar MOUFAKKİR
Doç. Dr. Bekir Bora DEDEOĞLU
Doç. Dr. Üzeyir KEMENT

Washington State University
James Cook University
Akdeniz Üniversitesi
Gulf University for Science and Technology
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Ordu Üniversitesi

Düzenleme Kurulu

Düzenleme Kurulu Başkanı

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞ LU
Doç. Dr. Sedat ÇELİK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Şırnak Üniversitesi

Düzenleme Kurulu Üyeleri

Doç. Dr. Aysen ERCAN İŞTİN
Dr. Öğr. Ü. Birsan ÇEVİK ÜNLÜ
Dr. Öğr. Ü. Begüm Dilara EMİROĞLU
Dr. Öğr. Üyesi Ceren AVCI
Arş. Gör. Dr. Gökhan KADIRHAN
Arş. Gör. Dr. Rıdvan SOLMAZ
Öğr. Gör. Taner NUR
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
Dr. Öğr. Üyesi Erhan ÇOŞKUN

Şırnak Üniversitesi, Türkiye
Şırnak Üniversitesi, Türkiye
Şırnak Üniversitesi, Türkiye
Şırnak Üniversitesi, Türkiye
Şırnak Üniversitesi, Türkiye
Şırnak Üniversitesi, Türkiye
Şırnak 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
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Portsmouth Üniversitesi, Birleşik Krallık
Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye,

Sekreteryä

Arş. Gör. Dr. Gökhan KADIRHAN
Arş. Gör. Dr. Rıdvan SOLMAZ
Öğr. Gör. Taner NUR
Arş. Gör. Serkan ROL
Arş. Gör. Asef SUBAŞI
Dr. Seda İDİKUT ŞAHİN
Avşın AYHAN KAYA
Mete Yücel ÖZER

Şırnak Üniversitesi
Şırnak Üniversitesi
Şırnak 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. Abdulkadir ÇORBACI	Batman Üniversitesi, Türkiye
Dr. Adnan TÜRKSOY	Ege Üniversitesi, Türkiye
Dr. Agustín Santana TALAVERA	Universidad de La Laguna, İspanya
Dr. AhmadReza SHEİKHİ	Narxoz Üniversitesi, Kazakistan
Dr. Ahmet Akın AKSU	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Dr. Ahmet AKTAŞ	Kapadokya Üniversitesi, Türkiye
Dr. Ahmet ÇAVUŞ	Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Dr. Ahmet ERDEM	Harran 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 EŞİTİ	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
Dr. Çağdaş ERTAŞ	Şırnak 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 GÜRİSOY	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 Tournia	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. Feridun DUMAN	Batman 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. Gökalp Nuri SELÇUK	Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Dr. Gözde EMEKLİ	Ege Üniversitesi, Türkiye
Dr. Hacer Arslan Kalay	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye

Dr. Haktan Erdoğan EKİZ
Dr. Hasan KILIÇ
Dr. Hüseyin ÇEKEN
Dr. İbrahim BİRKAN
Dr. İbrahim YILMAZ
Dr. İclal ATTİLA
Dr. İge PIRNAR
Dr. İsmail KERVANKIRAN
Dr. İhsan BULUT
Dr. İrfan YAZICIOĞLU
Dr. İsmail KIZILIRMAK
Dr. Jennifer HILL
Dr. John T. BOWEN
Dr. Jose Antonio C. SANTOS
Dr. Kemal BİRDİR
Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN
Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA
Dr. Kutay OKTAY
Dr. Kübra CİHANGİR ÇAMUR
Dr. Larisa MISTREAN
Dr. Levent ALTINAY
Dr. Levent Selman GÖKTAŞ
Dr. Lütfullah Sadi TOPRAK
Dr. Mahmut DEMİR
Dr. Mahmut BARAKAZİ
Dr. Manuel ANTÓNIO BRITES
SALGADO
Dr. Maria DOLORES ALVAREZ
Dr. Martin HAIGH
Dr. Martin MOWFORTH
Dr. Mehmet AYGÜN
Dr. Mehmet Emre GÜLER
Dr. Mehmet Oğuzhan İLBAN
Dr. Mehmet SARIİŞİK
Dr. Mehmet SOMUNCU
Dr. Mehmet ŞEREMET
Dr. Mehmet YEŞİLTAŞ
Dr. Mehmet ZAMAN
Dr. Meltem ALTINAY ÖZDEMİR
Dr. Mert UYDACI
Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK
Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU

King Abdul Aziz University, Suudi Arabistan
Doğu Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
Atılım Üniversitesi, Türkiye
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Türkiye
Marmara Üniversitesi, Türkiye
Yaşar Üniversitesi, Türkiye
Süleyman Demirel Üniversitesi, Türkiye
Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
İstanbul Üniversitesi, Türkiye
University of West of the England, İngiltere
University of Houston, ABD
University of Algarve, Portekiz
Mersin Üniversitesi, Türkiye
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Erciyes Üniversitesi, Türkiye
Kastamonu Üniversitesi, Türkiye
Gazi Üniversitesi, Türkiye
Academy of Economic Studies of Moldova, Moldova
Oxford Brookes University
Harran Üniversitesi, Türkiye
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye
Harran Üniversitesi, Türkiye

Instituto Politécnico da Guarda, Portekiz
Boğaziçi Üniversitesi, Türkiye
Oxford Brookes University
Plymouth University, İngiltere
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Türkiye
Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye
Ankara Üniversitesi, Türkiye
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, Türkiye
Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
Marmara Üniversitesi, Türkiye
Anadolu Üniversitesi, Türkiye
Mersin Üniversitesi, Türkiye

Dr. Mirela CRÎSTEA
Dr. Mithat Zeki DİNÇER
Dr. Muhammet Kesgin
Dr. Muharrem TUNA
Dr. Muhsin HALİS
Dr. Murat AKSU
Dr. Murat DOĞDUBAY
Dr. Murat ÇUHADAR
Dr. Murat GÜMÜŞ
Dr. Mustafa BOZ
Dr. Mustafa MUTLUER
Dr. Mustafa TEPECİ
Dr. Muzaffer UYSAL
Dr. Nazir Sarfraz
Dr. Nazmi KOZAK
Dr. Nazmiye ERDOĞAN
Dr. Nedim YÜZBAŞIOĞLU
Dr. Neşe COŞKUN
Dr. Nuray TÜRKER
Dr. Nurhan KESKİN
Dr. Nurten ÇEKAL
Dr. Oğuz DİKER
Dr. Oğuz TÜRKAY
Dr. Okan YAŞAR
Dr. Okan ÇOLAK
Dr. Oktay EMİR
Dr. Olimpia BAN
Dr. Orhan AKOVA
Dr. Orhan BATMAN
Dr. Orhan İÇÖZ
Dr. Osman Avşar KURGUN
Dr. Osman Eralp ÇOLAKOĞLU
Dr. Osman M. KARATEPE
Dr. Osman N. ÖZDOĞAN
Dr. Ozan BAHAR
Dr. Öcal USTA
Dr. Ömer ÇOBAN

Dr. Önder MET
Dr. Özcan YAĞCI
Dr. Özkan TÜTÜNCÜ
Dr. Öznur BOZKURT

University of Craiova, Romania
İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Rochester Institute of Technology, Amerika
Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Kocaeli Üniversitesi, Türkiye
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
Süleyman Demirel Üniversitesi, Türkiye
Batman Üniversitesi, Türkiye
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
Ege Üniversitesi, Türkiye
Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye
University of Massachusetts, ABD
Bicocca Milano University, İtalya
Anadolu Üniversitesi, Türkiye
Başkent Üniversitesi, Türkiye
Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Karabük Üniversitesi, Türkiye
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Pamukkale Üniversitesi, Türkiye
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
Harran Üniversitesi, Türkiye
Anadolu Üniversitesi, Türkiye
University of Oradea, Romanya
İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye
Yaşar Üniversitesi, Türkiye
Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye
Doğu Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
İstanbul Kent Üniversitesi, Türkiye
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Türkiye
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Kırgız Cumhuriyeti
Başkent Üniversitesi, Türkiye
Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
Düzce Üniversitesi, Türkiye

Dr. Pelin KANTEN
Dr. Raul Garcia
Dr. Pramod Pathak
Dr. Rıdvan YURTSEVEN
Dr. Robert GOVERS
Dr. Rüya EHTİYAR
Dr. Sağbetullah MERİÇ
Dr. Said KINGİR
Dr. Salih KUŞLUVAN
Dr. Saliha KODAY
Dr. Sanar Muhyaddin
Dr. Sanem ŞEHRİBANOĞLU
Dr. Sedat ÇELİK
Dr. Sedat ŞAHİN
Dr. Selma MEYDAN UYGUR
Dr. Semra Günay AKTAŞ
Dr. Serhat HARMAN
Dr. Serkan DOĞANAY
Dr. Sevcan YILDIZ
Dr. Sevgi ÖZTÜRK
Dr. Sheela AGARWAL
Dr. Simon Caruana
Dr. Songül ÖZER
Dr. Stanislav IVANOV
Dr. Suna DOĞANER
Dr. Şenol ÇAVUŞ
Dr. Şeyhmus BALOĞLU
Dr. Şule AYDIN
Dr. Tony L. HENTHORNE
Dr. Tuba TÜRKMENDAĞ
Dr. Tülay GÜZEL
Dr. Umut AVCI
Dr. Üzeyir KEMENT
Dr. Ünsal BEKDEMİR
Dr. Veneta HRISTOVA
Dr. Volkan GENÇ
Dr. Vicky Katsoni
Dr. Warren EASTWOOD
Dr. Yaşar SARI
Dr. Yılmaz AKGÜNDÜZ
Dr. Yusuf BAYRAKTAR

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
ESHTE, Portekiz
Indian School of Mines, Hindistan
Ataşehir Adıgüzel Üniversitesi, Türkiye
University of Leuven, Belçika
Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye
İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Türkiye
Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Wrexham Glyndwr University, İngiltere
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Şırnak Üniversitesi, Türkiye
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Anadolu Üniversitesi, Türkiye
Mardin Artuklu Üniversitesi, Türkiye
Giresun Üniversitesi, Türkiye
Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
Kastamonu Üniversitesi, Türkiye
Plymouth Business School, İngiltere
Institute of Tourism Studies - ITS, Malta
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Varna University of Management, Bulgaristan
İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye
University of Nevada, Las Vegas, ABD
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Türkiye
University of Nevada, Las Vegas, ABD
Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye
Ordu Üniversitesi, Türkiye
Giresun Üniversitesi, Türkiye
University of Veliko Tarnovo, Bulgaristan
Batman Üniversitesi, Türkiye
University of West Attica, Yunanistan
University of Birmingham, İngiltere
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Türkiye
Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
Atatürk Üniversitesi, Türkiye

Dr. Yüksel EKİNCİ
Dr. Yüksel ÖZTÜRK
Dr. Zafer ÖTER
Dr. Zafer TÜRKMENDAĞ
Dr. Zeynep ASLAN
Dr. Zuhale AKSAKALLI
BAYRAKTAR
Dr. Zurap Chkhaidze
Lect. Serkan UZUNOĞULLARI
PhD.c Darina Khubaevi
PhD.c Khatia Vashakmadze
Irma Nuralovi

University of Portsmouth, İngiltere
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Türkiye
Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye
Atatürk Üniversitesi, Türkiye
Ivane Javakhishvili Tbilisi State University, Gürcistan
University of Sunderland, İngiltere
The University of Georgia, Gürcistan
The University of Georgia, Gürcistan
University of Georgia, Gürcistan

İÇİNDEKİLER

KONGRE KURULLARI	iii
Onur Kurulu.....	iii
Davetli Konuşmacılar	iii
Düzenleme Kurulu.....	iii
Düzenleme Kurulu Başkanı.....	iii
Sekreteryası.....	iii
Bilim Kurulu.....	iv
DİYARBAKIR'IN GASTRONOMİK ÜRÜNLERİNİN BİLİNİRLİĞİ VE GASTRONOMİ TURİZMİNDEN BEKLENTİLERİ.....	1
Doç. Dr. Aysen ERCAN İŞTİN, Sibel SÖNMEZ	
TURİZM SEKTÖRÜNÜN ÖNEMİ: 11. KALKINMA PLANI ÇERÇEVESİNDE BİR DEĞERLENDİRME	3
Doç. Dr. İbrahim HÜSEYİNİ, Serdar İNAN, Arş. Gör. Dr. Gökhan KADIRHAN	
TURİZM VE KÜLTÜREL DEĞER İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA YEREL HALKIN KÜLTÜREL BİLGİLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: CİZRE ÖRNEĞİ.....	4
Nevzat YILDIZ, Doç. Dr. Sedat ÇELİK	
MEYAN ŞERBETİNİN ŞEKİL VE İÇERİK ÖZELLİKLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	5
Dr. Öğr. Üyesi. İbrahim ÇEKİÇ	
HAYALET MUTFAKLARA YÖNELİK SİSTEMATİK LİTERATÜR TARAMASI	6
Arş. Gör. Günevi GÜZEL	
GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN ŞANLIURFA SADEYAĞININ (URFA YAĞI) DEĞERLENDİRİLMESİ.....	8
Dr. Öğr. Başak Esmer, Prof. Dr. A.Ferit ATASOY, Prof. Dr. İbrahim HAYOĞLU, Doç. Dr. Ali YILDIRIM	
YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDEKİ TEKNOLOJİ KULLANIMININ DAVRANIŞSAL NİYET ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE KURUMSAL İMAJIN ARACI ROLÜ	9
Öğr. Gör. Musa SUIÇER, Doç. Dr. Volkan GENÇ	
SAĞLIK TURİZMİNİN TÜRKİYE EKONOMİSİ İÇİN STRATEJİK ÖNEMİ, TÜRKİYE İÇİN FIRSATLAR VE TEHDİTLER.....	11
Dr. Öğr. Üyesi Nihal KALAYCI OFLAZ, Dr. Öğr. Üyesi Olcay ÖZEN, Prof. Dr. Yeter DEMİR USLU, Dr. Öğr. Üyesi Meryem DEMİRTAŞ	

KIRSAL KALKINMA AÇISINDAN ÖNEMLİ BİR SEKTÖR: ÖNOTURİZM.....	12
Dr. Öğr. Üyesi Seda SÜER, Doç. Dr. Nurhan KESKİN	
KANYONLARIN EKOTURİZMİN BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: TAZI KANYONU ÖRNEĞİ	14
Doç.Dr. Abdurrahman DİNÇ	
KÜLTÜR FENOMENİ OLARAK ARKEOLOJİK SERAMİK TOPLULUKLARININ TARİH ÖNCESİ TOPLUMLARI YORUMLAMADA ROLÜ VE ÖNEMİ	15
Güneş ÇİL	
INTERSECTION OF SELF-HELP GROUPS AND TOURISM: UNRAVELING SUSTAINABILITY NEXUS	17
Mishra Shreeansh, A. Vinodan	
ŞIRNAK'TA DOĞAL OLARAK YETİŞEN VE BAZILARI ENDEMİK OLAN BİTKİLERİN ANTİOKSİDAN ÖZELLİKLERİ VE GASTRONOMİ TURİZMİNE KATKILARI	18
Derya ÇAY DEMİR	
TURİZM ALANINDAKİ YÜKSEK LİSANS TEZLERİNİN AKADEMİK YAZIM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: BİR DEĞERLENDİRME FORMU ÖNERİSİ	20
Doç. Dr. Hasan CİNNİOĞLU, Dr. Öğr. Üyesi Dilek EFE, Doç. Dr. Gamze ERYILMAZ	
EKOTURİZMDE KADINLARIN ROLÜ VE ÖNEMİ	22
Dr. Öğr. Üyesi Dicle ÖZCAN ELÇİ	
FELAKET TURİZMİ BAĞLAMINDA DEPREMLER	23
Dr. Öğr. Üyesi Hidayet KIŞLALI	
TURİZM VE MODA ÜZERİNE BİR İNCELEME.....	24
Selcan KEREMOĞLU, Dr. Öğr. Üyesi Hidayet KIŞLALI	
JEOPARK ALANLARINDA SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA AÇISINDAN EKOTURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: BİTLİS NEMRUT JEOPARKI ÖRNEĞİ.....	25
Prof. Dr. Necmettin ELMASTAŞ, Doç. Dr. Fatih ADIGÜZEL	
WEB TABANLI CBS İLE BİTLİS TARİHİ TİCARET ROTALARININ KEŞFİ VE TURİZME ENTEGRASYONU	27
Doç. Dr. Ebru MANDACI, Öğr. Gör. Aslı Deniz ADIGÜZEL	
YİYECEK VE İÇECEK SEKTÖRÜ GASTRONOMİ 4.0 UYGULAMALARINDA BULANIK MANTIK.....	30
Doç. Dr. Murat DOĞAN	

ÇEKİRDEKTEN FİNCANA, FİNCANDAN KASAYA: DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE KAHVE TİCARETİ	32
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet BEYAZGÜL, Öğr. Gör. Hilal ÖZ	
EXPLORING THE IMPACT OF FINANCIAL LITERACY ON THE FINANCIAL BEHAVIOR OF BANK CUSTOMERS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA	34
Larisa MISTREAN	
SEMBOLİZMİN GIDA SEÇİMİNE ETKİSİ: KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA.....	35
Dr. Öğr. Üyesi Şehmus AYKOL, Nesibe GÜZEL	
ŞIRNAK'TA YAŞAYAN YEREL HALKIN SPOR TURİZMİNE YÖNELİK TUTUMLARININ İNCELENMESİ	37
Dr. Öğr. Üyesi Hasan OSMANOĞLU, Öğr. Gör. Veysel DİREKÇİ	
DIRECTIONS FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA.....	39
Associate Professor, Dr. Larisa MISTREAN	
ELAZIĞ MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN TARİHSEL GELİŞİMİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	41
Öğr. Gör. Dr. Suat ARPACI, Öğr. Gör. Mustafa Emre ŞİRİN	
DESTİNASYONLARDA GASTRONOMİNİN STRATEJİK ROLÜNÜN ANLAŞILMASI: KAVRAMSAL MODEL ÜZERİNDEN BİR DURUM ÇALIŞMASI	42
Dr. Öğr. Üyesi Zühal AKSAKALLI BAYRAKTAR	
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİNİN TURİZME KONU OLABİLECEK GİZLİ ÖĞELERİNİN YAPAY ZEKA YÖNTEMLERİ İLE BELİRLENMESİ.....	44
Dr. Öğr. Üyesi Fatih ALAEDDİNOĞLU	
TURİZM GELİŞİMİNİN DESTEKLENMESİNDE YEREL HALK-TURİST DUYGUSAL DAYANIŞMASININ ROLÜ	46
Doç. Dr. Cenk Murat KOÇOĞLU, Prof. Dr. Mehmet PEKKAYA	
TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN KARIYER GELECEĞİ ALGISI: VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ.....	48
Doç. Dr. Tuğçe ÖZOĞUL BALLYALI, Dr. Öğr. Üyesi Bahadır İnanç ÖZKAN, Araş. Gör. Ezgi BAYRAM ÖZ	
TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖN LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZME ALGISI.....	50
Y.L. Öğrenci Günay ATILGAN, Y.L. Öğrenci Hilal GÜNEŞ, Y.L. Öğrenci M. Mustafa ALTUN, Dr. Öğretim Üyesi Dilara BAHTİYAR SARI	
ANILARI PİŞİRMEK: GASTRONOMİ ÖĞRENCİLERİNİN MUTFAK KİMLİĞİ ÜZERİNDE ANNE ROLÜ	52
Doç. Dr. Çağdaş ERTAŞ, Öğr. Gör. Taner NUR	

TURİZM-EDEBİYAT İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA AHMET HAŞİM'İN FRANKFURT SEYAHATNAMESİ	53
Abdülmecit ÇATANAK	
YAPAY ZEKÂ YEME DAVRANIŞINI TAHMİN EDEBİLİR Mİ?	54
Dr. Öğr. Üyesi Yusuf BAYRAKTAR	
HANGİSİ? GASTRONOMİ TURİZMİ, GASTRONOMİK TURİZM, MUTFAK TURİZMİ, YEMEK TURİZMİ Mİ? KAVRAMSAL BİR TARTIŞMA	55
Doç. Dr. Sait DOĞAN, Öğr. Gör. Dr. Yasin ÖZASLAN	
GASTRONOMİ TURİZMİ İLE İLGİLİ ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZ YÖNTEMİYLE İNCELENMESİ	57
Öğr. Gör. Dr. Yasin ÖZASLAN, Doç. Dr. Sait DOĞAN,	
ESKİ TÜRKÇEDE TURİZMLE İLGİLİ SÖZCÜKLER	59
Sevda Özen ERATALAY	
KÜLTÜR ROTALARININ KURGULANMASININ KIRSAL KALKINMA ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ADIYAMAN ÖRNEĞİ	61
Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU, Zafer BABACAN	
KÜLTÜREL ROTALARIN OLUŞTURULMASININ KÜLTÜR MİRAS ALANLARININ KORUNMASINA VE TANITIMINA ETKİSİ ADIYAMAN BESNİ ÖRNEĞİ: “BETHESNA KÜLTÜR YOLU”	63
Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU, Zafer BABACAN	
ŞIRNAK'TAKİ İSLAM VE HİRİSTİYAN MİMARİSİ.....	65
Doç. Dr. Mehmet TOP, Elvan OFLAS	
GELENEKSEL 9 KASIM ETKİNLİKLERİ KAPSAMINDA NENE HATUN TARİHİ MİLLİ PARKINI ZİYARET EDEN KATILIMCILARIN KATILIM MOTİVASYONLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ	68
Doç. Dr. Ahmet ÇAVUŞ, Hacı Yaşar MAZMAN	
TÜRKÇEDE GEZGİN SÖZCÜKLER.....	69
Doç. Dr. Süleyman ERATALAY	
İNANÇ TURİZMİ VE TOPLUMSAL HAFIZA İLİŞKİSİ	71
Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU, Meryem İZİ	
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNİN MUĞLA'YA ÖZGÜ GASTRONOMİK ÜRÜNLERİ DENEYİMLEMELERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA	73
Doç. Dr. Şaban KARGİGLİOĞLU	
AZERBAYCAN'IN ORTA ARAN EKONOMİK BÖLGESİNDE TURİZMİN MEVCUT POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ VE GELİŞME YOLLARI	75
Öğr. Üyesi Hicran NADİROVA	

VAN'IN DESTİNASYON İMAJİ: TRIPADVISOR YORUMLARININ NETNOGRAFİK ANALİZİ	77
Asef SUBAŞI, Serkan ROL, Doç. Dr. Sedat ŞAHİN, Dr.Seda İDİKUT ŞAHİN	
EKOTURİZM VE REKREASYON ALANI TOPRAK KALİTESİ ARASINDAKİ ETKİLEŞİMLER	79
Prof. Dr. Füsün GÜLSER, Prof. Dr. Ahmet TEKELİ	
TURİZM PAZARLAMASINDA OYUNLAŞTIRMANIN ETKİSİ.....	81
Sayeh DAVOODI ILKHECHI, Helia HOSSEINZADEH	
İZMİR YARIMADASINDA TÜRK DÖNEMİ DİNİ MİMARİNİN KÜLTÜR VE İNANÇ TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ	82
Doç. Dr. Mehmet TOP, Sevgi ÇALIŞ	
KIRSAL TURİZM DESTİNASYONLARINDA GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞTİRİLMESİNDE EL SANATLARININ ROLÜ VE KONUMU	84
Helia Hosseinzadeh, Sayeh Davoodi Ilkhechi	
KIRSAL TURİSTLERİN DENEYİM KALİTESİNİN ARTTIRILMASINDA TEKNOLOJİNİN ÖNEMİ	86
Helia Hosseinzadeh, Sayeh Davoodi Ilkhechi	
YAPAY ZEKÂNIN TURİZM PAZARLAMASINDAKİ ROLÜ VE ÖNEMİ	88
Sayeh DAVOODI ILKHECHI, Helia HOSSEINZADEH	
AZERBAIJAN'DA TURİZMİN GELİŞİMİNİN TARİHSEL YOLU.....	89
Gülner Zakeryayeva, Elnare Memmedova	
TURİZM VE YAPAY ZEKÂ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ: EĞİLİMLER VE ÖNGÖRÜLER	91
Dr. Öğr. Üyesi Serhan ORAL	
KARABAĞ'IN KÜLTÜREL ÖZELLİKLERİ: ŞUŞA'NIN TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	93
Dr.Öğrencisi, Aynur Nazarova, Dr. Öğr. Üyesi Nükheth Elutut Kalender	
KOCAELİ İLİNİN SPOR TURİZMİ MEVCUT DURUMU VE	95
POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ Dr. Fatih TURGUT	
VAN'IN EKONOMİK BÜYÜMESİNDE TURİZM SEKTÖRÜNÜN ROLÜ VE KALKINMA STRATEJİLERİ	96
Doç.Dr. Şakir İŞLEYEN	
INVESTIGATING THE ROLE AND IMPORTANCE OF RECREATIONAL CENTERS IN THE DEVELOPMENT OF URBAN TOURISM	98
Mohammad Mokhtari	

TASARLANMIŞ ALANLARIN ÇOCUKLU AİLELERİN TURİSTİK SEYAHAT TERCİHLERİNDEKİ YERİ: OKUL ÖNCESİNDE ÇOCUĞU OLAN EBEVEYNLERİN GÖRÜŞLERİ	99
Prof. Dr. Faik Özgür Karataş, Aslıhan Doğanay	
COVID-19 PANDEMİSİ SONRASI SAĞLIK TURİZMİ ÇALIŞMALARININ BİBLİYOMETRİK ANALİZİ	101
Sıddık KESKİN, Reyhan KESKİN, Harika TEKİNTANGAÇ	
HATAY İLİNİN SOKAK LEZZETLERİ	103
Ata Melih GÜNAY, Birsan BULUT SOLAK	
SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS OLARAK YÖRESEL YEMEKLERİN METAFORİK İNCELENMESİ: BALIKESİR ÖRNEĞİ	105
Rana ŞAT	
TURİZM FAKÜLTESİNDE İKİNCİ YABANCI DİL OLARAK RUSÇA ÖĞRENİMİNDE OYUNLAŞTIRMA VE ÖĞRENCİ BAŞARISINA ETKİLERİ .	106
Dr. Öğr. Üyesi Nükhet ELTUT KALENDER	
ÖRGÜTSEL UTANÇ DAVRANIŞI VE TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ YERİ	107
Prof. Dr. Erdoğan Kaygın, Dr. Öğr. Ü. Burcu Turan Torun, Mehmet Ali Armağan Ağyol	
KABARDEY-BALKAR CUMHURİYETİ'NDE TURİZM ÇEŞİTLİLİĞİNE GENEL BAKIŞ	108
Dilek NİŞANCI	
VAN GÖLÜ HAVZASI SAĞLIK TURİZMİ POTANSİYELİ	110
Doç. Dr. Songül DÜZ ÖZER, Doç. Dr. Sağbetullah MERİÇ, Mete Yücel ÖZER	
MARDİN KIZILTEPE ULU CAMİ'NİN KÜLTÜR VE İNANÇ TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ	112
Öğr. Gör. Hatice BALTA AVUT	
BOTAN VADİSİ'NDE DOĞA, KÜLTÜR VE ARKEOLOJİYE DAYALI TURİZM FAALİYETLERİ İÇERİSİNDE TURİST REHBERLERİNİN ROLLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA	113
Dr. Öğr. Üyesi. Özkan DENİZ, Arş. Gör. Ezgi BAYRAM ÖZ, Dr. Öğr. Üyesi. Merve OFLUOĞLU	
ALTERNATİF TURİZM ÇEŞİTLERİ VE ZONGULDAK MADEN TURİZMİ ÖRNEĞİ	115
Ferhat ÇAVUŞOĞLU, Murat ÇAVUŞOĞLU	
ŞIRNAK TURİZM POTANSİYELİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE SÖZLÜ KÜLTÜR ÜRÜNLERİNİN YERİ	117
Doç. Dr. Metin EREN	

İŞYERİ SOSYAL CESARET DAVRANIŞI VE TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİSİ 119
Dr. Öğr. Ü. Burcu Turan Torun, Prof. Dr. Erdoğan Kaygın, Rozerin ÖZGÖKÇE

ŞIRNAK'IN ÇOK DİLLİ YAPISININ KÜLTÜR VE İNANÇ TURİZMİ
AÇISINDAN ÖNEMİ 121
Doç. Dr. Yaşar ACAT

ŞIRNAK İLİNİN (TÜRKİYE) JEOTURİZM POTANSİYELİ 122
Dr. Öğr. Üyesi Salih DİNÇ

DESTİNASYON SEÇİMİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER: X, Y VE Z
KUŞAKLARI ARASINDA BİR KARŞILAŞTIRMA 124
Dr. Öğr. Üyesi Gürkan ALAGÖZ, Doç. Dr. Erkan GÜNEŞ

ÇORUM'DA UNUTULMAZ TURİZM DENEYİMLERİNİN ARKEOTURİZME
KATILIM NİYETİNE ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI: GEÇMİŞ DAVRANIŞ
SIKLIĞINA DAYALI KARŞILAŞTIRMALI BİR ÇALIŞMA 125
Doç.Dr. Üzeyir KEMENT, Öğr. Gör. Berkan BAŞAR, Öğr. Gör. Zekiye Tuce
GÜNGÖR

EXAMINING THE IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING IN RURAL
TOURISM DEVELOPMENT: A CASE OF KHOUR AND BIABANAK IN
ISFAHAN PROVINCE, IRAN..... 126
Dr. AhmadReza Sheikhi, Faezeh Soltani

TOURISM DEVELOPMENT AND VIRTUAL REALITY IN SELECTED ECO-
DESTINATIONS IN WEST AFRICA 127
Chigozie Jude ODUM

HISTORICAL TOURISM'S IMPACT ON THE EVOLUTION OF SOCIO-
CULTURAL ASPECTS 128
Majid RAHMANI SERYASAT, Doç. Dr. Emir ÖZEREN

TÜRKİYE'DE TURİZM GELİRLERİ İLE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ (1990-
2020) 129
Hasan DURĞUN, Dr. Öğr. Üyesi Şahin NAS

A TOURISM FRAMEWORK FOR SOCIO-ECONOMIC RECONSTRUCTION
AND PEACE IN LIVE CONFLICT ZONE: JAMMU & KASHMİR..... 131
Vishnee SOWAMBER

A COMPREHENSIVE STUDY OF RELIGIOUS TOURISM INFLUENCE ON
SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN BAGHDAD..... 132
Dr. AhmadReza Sheikhi, Ahmed Ghazi Muhammad

A COMPREHENSIVE STUDY OF RELIGIOUS TOURISM INFLUENCE ON
SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN BAGHDAD..... 133
Ahmed Ghazi Muhammad

THE IMPORTANCE OF HUMAN CAPITAL FOR TOURISM INNOVATIONS IN THE DIGITAL TRANSFORMATION CONTEXT	134
Doç. Dr. Mariya IVANOVA, Doç. Dr. Milena KARAILIEVA	
FEEDING OF TOURISTS AND FOOD WASTE RECYCLING IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT	135
Teodora RIZOVA	
IMPACT OF EURO/TL RATE ON TOURISM DEMAND FROM BOSNIA AND HERZEGOVINA TO TURKEY: AN EMPRICIAL ANALYSIS	136
Doç.Dr. Mustafa ŞİT	
EĞİL İLÇESİNİN (DİYARBAKIR) CİTTASLOW YERLEŞİM YERİ POTANSİYELİ, EKO-TURİZM VE KÜLTÜR TURİZMİ AÇISINDAN COĞRAFI ANALİZİ.....	137
Deniz Hatun KALKAN	
FOOD WASTE, ARAB HOSPITALITY, AND ISLAM: A PARADOX STUDY..	139
PROF. DR. Omar MOUFAKKİR	
BEYŞEHİR GÖLÜ VE ÇEVRESİNDE YAPILAN TURİZM VE REKREASYONEL AKTİVİTELER.....	140
Doç. Dr. Serdar CEYLAN, Prof. Dr. İhsan BULUT	
SON YILLARDA TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI TURİSTLERİN MİLLİYETLERİNE GÖRE DAĞILIMI.....	141
Doç. Dr. Serdar CEYLAN, Prof. Dr. İhsan BULUT	
PROSPECTS AND OBSTACLES IN THE TOURISM AND HOTEL&NBSP;INDUSTRY	143
NEELU VERMA, VIJAY KUMAR	
WAGNERIAN ROUTES IN MADRID, SPAIN	144
Dr. María Dolores CASTELLON-PEREZ	
EDEBİYATIN PERSPEKTİFİNDEN ŞIRNAK'IN KÜLTÜREL İMGELEMİNİ YENİDEN DÜŞÜNMEK	145
Prof. Dr. Fethi DEMİR	
TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜNDE COĞRAFI İŞARET TESCİL BELGESİNE SAHİP PEYNİRLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	147
Dr. Öğr. Üyesi Adem ADEMOĞLU	
TOUR GUIDING TRAINING AND QUALIFICATION PROGRAMS IN JORDAN: AN ANALYTICAL STUDY	149
Muna Alfukaha, Prof. Dr. Abdelkader Ababneh	
KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN TATİL SATIN ALMA KARARINA ETKİSİ KAMU PERSONELİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA	150
Recep AYHAN, Doç. Dr. Hacer ARSLAN KALAY	

KAMPÜS TURİZMİ.....	152
Doç. Dr. Hacer ARSLAN KALAY, Gökhan AYDINAY	
INDIAN DIPLOMACY AND SOFT POWER: A BUDDHIST PERSPECTIVE AND CULTURAL AND HISTORICAL BACKGROUND.....	153
Research Scholar Babuli Chandra Nayak	
EVALUATING REGIONAL TOURISM PLANNING APPROACHES	154
Majid RAHMANI SERYASAT, Doç. Dr. Emir ÖZEREN	
TURİZM VE PSİKOLOJİ KONULU ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ.....	155
Dr. Öğr. Üyesi Birsen ÇEVİK ÜNLÜ, Arş. Gör. Dr. Gamze ALP	
COĞRAFİ İŞARET TESCİLLİ ANTEP BAKLAVASININ GAZİANTEP İLİNDE TURİSTİK ÜRÜN OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ	157
Doç. Dr. Ahmet ÇAVUŞ, Öğr. Gör. Dr. Erkan DENK, Gamze NACAR	
URARTU YAZITLARINI TURİZMDE “KONUŞAN TAŞLAR” UYGULAMASI İLE DEĞERLENDİRME	159
Doç. Dr. Orhan VAROL	
SOSYAL MEDYA İLETİŞİMİNİN ORTAYA ÇIKAN GÖRSEL ÖZELLİKLERİ: YAVAŞ ŞEHİR YANSIMALARI	161
Arş. Gör. Eda YAYLA	
GASTRONOMİ EĞİTİMİNDE EKMEKÇİLİK UYGULAMALARI: TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	163
Öğretmen Faruk ÜNAL, Dr. Öğr. Üyesi Serkan ÇALIŞKAN	
THE EFFECT OF OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY CLIMATE ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT: A RESEARCH ON HOTEL EMPLOYEES IN DIYARBAKIR	165
Halime Adıgüzel	
DOĞAL AFETLERİN TURİZME ETKİSİ	167
Doktora Programı Öğrencisi Fırat EROL, Doç. Dr. Faruk KALAY	
YEŞİL TURİZM KAPSAMINDA HAKKARI TURİZMİNİN SWOT ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ.....	169
Öğr. Gör. Dr. Sibel CANAN	
GAZİANTEP MUTFAĞINA ÖZGÜ COĞRAFİ İŞARET TESCİL BELGESİNE SAHİP YOĞURTLU YEMEKLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	170
Dr. Öğr. Üyesi Adem ADEMOĞLU	
TEMATİK YILLAR KAPSAMINDA 2019 GÖBEKLİTEPE YILININ DEĞERLENDİRİLMESİ.....	171
Doç. Dr. Mahmut BARAKAZI, Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ERDEM, Dr. Öğr. Üyesi Merve OFLUOĞLU	

MEDİKAL TURİZMİN PAZARLANMASINDA SANAL GERÇEKLİK VE
ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK UYGULAMALARININ ROLÜ VE ÖNEMİ 173

Ecem DENİZ, Dr. Öğr. Üyesi Erhan COŞKUN

KALKINMA PLANLARINDA TURİZM SEKTÖRÜ VE DİĞER SEKTÖRLERE
YAPILAN YATIRIMLARA YÖNELİK KARŞILAŞTIRMALI BİR İNCELEME 175

Doç. Dr. Mehmet BOZKOYUN

KARAMAN DİVLE OBRUK PEYNİRİ: GASTRONOMİ TURİZMİNDE BİR 177
DEĞERLENDİRME

Dr. Öğr. Üyesi Ali ŞEN, Arş. Gör. Serkan SEMİNT

TURİSTİK DESTİNASYONLARDA JEOMİRAS KORUMA YAKLAŞIMLARI 179

Asst. Prof. Dr. Sajad FERDOWSI

DOES TOURISM CONTRIBUTE TO THE REDUCTION OF POVERTY AND
INEQUALITY IN DESTINATION REGIONS? 181

Alejandro Alcalá-Ordoñez, José Carlos Collado-González, Pablo Juan Cárdenas-
García

TÜRKİYE’NİN TURİZM YÜKSEKÖĞRETİM PROGRAMLARI: KRONOLOJİK
BİR İNCELEME..... 182

Doç. Dr. Gülçin ÖZBAY, Doktorant Vildan TÜYSÜZ, Arş. Gör. Serkan SEMİNT

TURİSTİK DESTİNASYONLARDA JEOMİRASIN SAVUNMASIZLIK
SÜRECİ 184

Asst. Prof. Dr. Sajad FERDOWSI, Asst. Prof. Dr. Faranak RANJBAR
MOTALEGH

THE EFFECTS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON TOURISM
BUSINESSES 186

Assist. Prof. Dr. Mehmet Emin BAYNAZOĞLU, Prof. Dr. Liudmyla Shulhina

SOSYAL MEDYANIN SEYAHAT ÜRÜNÜ TANITIMINDAKİ İLETİŞİM
ETKİNLİĞİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: INSTAGRAM ÖRNEĞİ 188

Dr. Öğr. Üyesi Muhammed TAŞ

ÖLGESEL BİR TURİZM DESTİNASYONU OLARAK HATAY HÖYÜKLERİ. 189

Dr. Öğr. Üyesi Sinan KILIÇ

TARİHİN KİLERİNDEN BİR TÜRK MUTFAĞI MİRASI: PATLİCAN
TURŞUSU..... 190

Halime KAVAS, Doç. Dr. Osman GÜLDEMİR

ALTERNATİF TURİZM BAĞLAMINDA BİTLİS İLİ BİSİKLET TURİZMİ
ROTALARININ DEĞERLENDİRİLMESİ 192

Öğr. Gör. Abdullah KÖSEOĞLU, Öğr. Gör. Özge KORKMAZ.....

İLKÖĞRETİMDE TURİZM EĞİTİMİNİN ÖNEMİ: SOSYAL BİLGİLER DÖRDÜNCÜ SINIF DERS KİTABINDA TURİZM VE BİLEŞENLERİNE YER VERİLME DÜZEYİ.....	194
Doç. Dr. Kemal KAYA	
MAKROEKONOMİK DEĞİŞKENLER İLE TURİZM GÖSTERGELERİ İLİŞKİSİ: VAR ANALİZİ.....	196
Dr. Öğr. Üyesi Seda BAŞAR YILMAZ	
GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER BAĞLAMINDA DESTİNASYON YÖNETİMİNDE SAĞLIKLI VE DAYANIKLI KURUMLAR: SORUNLAR VE ÇÖZÜMLER.....	198
Asst. Prof. Dr. Faranak RANJBAR MOTALEGH, Asst. Prof. Dr. Sajad FERDOWSI	
GASTRONOMİK DENEYİM KAVRAMI HAKKINDA BİR LİTERATÜR TARAMASI.....	200
Arş. Gör. Samuray Hakan BULUT	
UNUTULMAZ TURİZM DENEYİMİ ÖNCÜLLERİNİN DAVRANIŞSAL NİYETLE İLİŞKİSİ: KAPADOKYA ÖRNEĞİ.....	201
Doç.Dr. Ebru GÜNEREN, Öğr. Gör. Özge KORKMAZ	
MOTİVASYON TEMELLİ KÜLTÜR TURİSTİ TİPOLOJİLERİ: ESKİŞEHİR İLİ ÖRNEĞİ.....	203
Doç. Dr. Ahmet ÇAVUŞ, Arş. Gör. Emrah KIRMACI, Metehan Yılmaz	
TERMAL TURİZM DESTİNASYON İMAJI İLİŞKİSİ: HAYMANA ÖRNEĞİ	205
Sezer YAMAN, Doç. Dr. Erkan TAŞKIRAN	
TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ İLE BİREYSEL YENİLİKÇİLİK ALGILARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ.....	206
Doç. Dr. Tuba TÜRKMENDAĞ	
GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA ŞANLIURFA GELENEKSEL MUTFAĞI.....	208
Prof. Dr. İbrahim HAYOĞLU, Berika HAYOĞLU, Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Sabri ÜNSAL	
TRIPADVISOR ZİYARETÇİ YORUMLARININ İÇERİK ANALİZİ: HASANKEYF ÖRNEĞİ.....	210
Dr. Öğr. Üyesi Nur KULAKOĞLU DİLEK, Doç. Dr. Sebahattin Emre DİLEK, Doç. Dr. Mustafa DOĞAN	
TURİZM ALANINDA YAPILMIŞ OLAN KAHVE KONULU ÇALIŞMALARIN VOSVIEWER İLE BİBLİYOMETRİK ANALİZİ	212
Tolgahan DOĞAN	

ARKEOBOTANİK KALINTILARIN KÜLTÜREL MİRAS AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: DEMİR ÇAĞI ÖRNEĞİ	214
Erdal ÖZGÜNER	
TURİZM İŞLETMELERİNDE İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ NASIL BİR SÜREÇ İZLEMEKTEDİR: ŞIRNAK İLİ ÖRNEĞİ	216
Doç. Dr. Ramazan Vedat SÖNMEZ	
TURİZMİN DİNİ VE ETİK BOYUTLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ	218
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Cabir ALTINTAŞ	
AN EMPIRICAL STUDY ON INFLUENTIAL FACTORS IN SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN SUNDERBANS, WEST BENGAL, INDIA	219
Lovely Biswas, Dr. Malay Kumar Ghosh	
KÜLTÜREL DEĞERLER EŞLİĞİNDE ESKİ BAĞLARI İLE BİR BOZKIR ÜZÜMÜ: HASANDEDE	220
Prof. Dr. Birhan KUNTER, Doç. Dr. Nurhan KESKİN. Doç. Dr. Özkan KAYA	
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ALANINDA DOKTORA DÜZEYİNDE YAZILAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ.....	222
Doktorant Dilek KARAKAŞ, Doktorant Melisa ÇELENK	
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ KAMPÜSÜNDE ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİ VE ÇEVRESEL FARKINDALIKTA YEŞİL ALANLARIN VE REKREASYONEL TERCİHLERİN ROLÜ	224
Furkan Zirzakıran, Doç. Dr. Ahmet Çavuş	
EVLİYA ÇELEBİ'NİN BİTLİS YOLCULUĞU: DİJİTAL KÜLTÜR ROTASI İLE TARİHİN YENİDEN CANLANDIRILMASI	226
Doç. Dr. Adnan ALKAN	
X, Y ve Z KUŞAĞININ TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI	229
Prof. Dr. Faruk KALAY, Doktora Öğrencisi Suna TATAR ASLAN	
TURİZMDE İNOVASYON.....	231
Prof. Dr. Faruk KALAY, Doktora Öğrencisi Suna TATAR ASLAN	
KAYADAN OYMA OTEL VE RESTORANLARDA EKOLOJİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK: KAPADOKYA ÖRNEĞİ.....	233
Öğr. Gör. İskender HAKAN, Doç. Dr. Reşat ARICA	
ÇOCUKLU AİLELERİN RESTORAN TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA	235
Dr. Öğr. Üyesi CANER GÜÇLÜ, Dr. Öğr. Üyesi BÜLENT AYDIN, Doç. Dr. FURKAN BALTACI	
SMART TOURISM: THEORETICAL ASPECTS AND RELATED ISSUES&NBSP	237
Dr. Amit Kumar Chakrabarty	

APPLICATION OF AGILE PROJECT MANAGEMENT METHODS IN THE EVENT ORGANIZATION IN THE HOTEL INDUSTRY	238
Djurdjina NOVAKOVIC, Dragana PESIC, Danko MILASINOVIC	
GASTRONOMİ ETKİNLİKLERİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ: DÜZCE ÖRNEĞİ.....	239
Dr. Öğr. Üyesi Emrah ÖZTÜRK, Bilim Uzmanı Sezer YAMAN	
ANADOLU'DA DENİZ KABUĞU KULLANIMININ KÜLTÜREL YANSIMALARI.....	240
Doktora Öğrencisi Selma SANCAK	
THE INFLUENCE OF TURKISH VISITORS ON THE ECONOMY, CULTURE, AND SOCIETY OF THE ISLAND OF CHIOS AND THEIR CONTRIBUTION TO THE TOURISM DEVELOPMENT OF THE DESTINATION	242
Dr. Moschos PSIMOULIS, Styliani ZOANOU	
VAN İLİNDEKİ TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN HİZMET EĞİLİMLERİNİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER AÇISINDAN İNCELENMESİ	243
Gül DOLAZ, Prof. Dr. Öznur BOZKURT, Doç. Dr. Sağbetullah MERİÇ	
TURİZM SEKTÖRÜNDE YENGEÇ SEPETİ SENDROMU VE OLASI SONUÇLAR	245
Murad Alizade, Doç. Dr. Ayşe Atar Yılmaz	
TURİZM GELİŞİMİNİN KIRSAL KALKINMAYA ETKİSİ	247
Neval YILDIRIM BİNGÜL	
KUDAVAS ŞEHALESİ VE ÇEVRESİNİN REKREASYON POTANSİYELİ (TONYA / TRABZON).....	248
Büşra UZUN, Prof. Dr. Mehmet ZAMAN	
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ÖĞRENCİLERİNİN KADININ ÇALIŞMASI VE ÇALIŞAN KADINA YÖNELİK AYRIMCILIĞA DAİR ALGILARININ İNCELENMESİ.....	250
Dr. Öğr. Üyesi. Begüm Dilara EMİROĞLU	
AGRO-TURİZM KAVRAMI; VAN ÖRNEĞİ	252
Prof.Dr. Ahmet TEKELİ, Prof.Dr. Füsün GÜLSER	
TÜRKİYE'DE KALKINMA PLANLARINDA SÜRÜDÜRÜLEBİLİR TURİZM:1963-2028 DÖNEMİ	254
Prof. Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU, Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU, Öğr. Gör. Gökhan KARAKEÇİLİ	
HÜZÜN TURİZMİNİN HATAY'DA UYGULANABİLİRLİĞİ AÇISINDAN SÖYLEM ANALİZİ	256
Öğr. Gör. Gökhan KARAKEÇİLİ, Prof. Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU	

ENGELLİ TURİSTLER İÇİN ERİŞİLEBİLİR TURİZM UYGULAMALARI	257
Nuran ALİOĞLU, Prof. Dr. Öznur BOZKURT, Doç. Dr. Sağbetullah MERİÇ	
KÖRZÜT KALESİ'NİN TURİZM POTANSİYELİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	259
Yüksek Lisans Öğrencisi Nazmi ÖRENLİ	
GIDA DEMOKRASİSİ: SİSTEMATİK BİR DERLEME	260
Prof. Dr. Nuray Türker, Dr. Öğr. Üyesi Sibel Ayyıldız, Hüseyin Fatih Zararsız	
SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM VE OTANTİK DENEYİMLERİN BİRLEŞİMİ: YEREL KÜLTÜRLERİN KORUNMASI	262
Dr. Öğr. Üyesi Gizem ÇORMAN	
ŞIRNAK İDİL İLÇESİNDE HRİSTİYANLARA AİT MİMARİ ESERLER.....	264
Arş. Gör. Hüseyin ŞAN	
GASTRONOMİ FESTİVALLERİNİN TURİZM ÇEKİCİLİĞİ VE EKONOMİYE KATKISI.....	266
Arş. Gör. Çağlar BAYAR, Dr. Öğr. Üyesi İbrahim ÇEKİÇ	
YAYLA TURİZM DESTİNASYONLARININ GELİŞİMDEKİ ENGELLER: ORDU İLİ ÖRNEĞİ	267
Doç. Dr. Zafer TÜRKMENDAÇ, Zehra TURAN	
ŞEHİR PAZARLAMASINDA SPOR REKABET AVANTAJI OLABİLİR Mİ? TÜRKİYE VOLEYBOL KADINLAR 2.LİĞİ ÜZERİNDEN İÇERİK ANALİZİ ..	268
Dr. Öğr. Üyesi Kazım MERT	
TURİZM ALANINDA SOSYAL MEDYA ÇALIŞMALARINA İLİŞKİN PERSPEKTİF: 2010- 2024 YILLARI ARASINDA BİBLİYOMETRİK BİR İNCELEME.....	269
Dr. Öğr. Üyesi Meral BÜYÜKKURU, Yasin GÜNDEN	
KARANLIK TURİZMİN KÜRESEL VE YEREL BOYUTLARI: KAHRAMANMARAŞ DEPREMLERİ ÜZERİNDEN BİR MODEL ÇALIŞMASI	271
Mine KORKUT, Ayşe Rümeysa Güden	
OTEL YÖNETİCİLERİNİN SOSYAL MEDYA ARAÇLARININ KULLANIMINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: KUZEY KIBRIS ÖRNEĞİ.....	273
Dr. Öğr. Üyesi Sonay DERİCİOĞLU, Dizem ORAÇ, Ayşen BERBEROĞLU, Tolga ÖZ	
CİZRE ÖĞÜNLER VE TOPLU YEMEK GELENEĞİ.....	275
Şahabettin DAĞHAN, Öğr. Gör. İbrahim MUNİS	

DİN KÜLTÜRÜ VE AHLAK BİLGİSİ ÖĞRETMENLERİNİN HELAL TURİZM ALGISI.....	277
Saliha Amine NUR ÇELİK, Dr. Öğr. Üyesi A. Vahap ALTÜRK	
ŞANLIURFA GASTRONOMİ İMAJININ DAVRANIŞSAL NİYETE ETKİSİ.....	278
Bekir Eke, Dr. Öğr. Üyesi Bülent Aydın,	
SORUNLARININ TURİST VATANDAŞLIK DAVRANIŞI VE ELEKTRONİK AĞIZDAN AĞIZA (E-WOM) ÜZERİNE ETKİSİ.....	279
Leyla GÜNEŞ, Doç. Dr. Feridun DUMAN	
GASTRONOMİK ÜRÜN BAĞLAMINDA BİTLİS'TE YENİLEBİLİR OTLAR VE KULLANIM ŞEKİLLERİ.....	281
Dr. Öğr. Üyesi Cesim BEHREMEN	
SOUTH AFRICA TRAVEL INDABA, YOUTH ENTREPRENEURSHIP AND TOURISM MARKETING.....	283
umoh Adetola Elizabth, umoh Samuel uwem	
COĞRAFI İŞARETLİ YÖRESEL ÜRÜNLER ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME: ŞIRNAK İLİ ÖRNEĞİ	285
Mehmet Mürşid MUNİS, Prof. Dr. Orhan ÖZÇATALBAŞ	
TURİST REHBERLİĞİNİN ÖNEMİ VE UZMANLAŞMA GEREKLİLİĞİ.....	286
Prof. Dr. Mustafa BOZ	
GERİLLA PAZARLAMA: SEYAHAT VE TURİZM ENDÜSTRİSİNDEN ÖRNEKLER	287
Prof. Dr. Mustafa BOZ	
VAN İLİNİN İNANÇ TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	288
Dr. Öğr. Üye. Lütfullah Sadi TOPRAK	

DIYARBAKIR'IN GASTRONOMİK ÜRÜNLERİNİN BİLİNİRLİĞİ VE GASTRONOMİ TURİZMİNDEN BEKLENTİLERİ

Doç. Dr. Aysen ERCAN İŞTİN

Şırnak Üniversitesi
aysen_ercan83@hotmail.com

Sibel SÖNMEZ

Şırnak Üniversitesi
sibelsonmez82@hotmail.com

Özet

Diyarbakır destinasyonunda, mutfak kültürünün çeşitliliği ve özgün tatları gastronomi turizmi açısından önemli bir değerdir. Bu değerlerin tanıtımı, pazarlaması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması Diyarbakır destinasyonunun değerini artıracaktır. Bu bağlamda, araştırmada, Diyarbakır'ın gastronomik ürünlerinin yerli turistler tarafından bilinirliğini ve gastronomi turizmine ilişkin beklentilerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırmanın evrenini Diyarbakır'ı ziyaret eden yerli turistler oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini ise araştırmaya gönüllü olarak katılan ve örneklem yeterliliğini sağlayan Diyarbakır'ı ziyaret eden yerli turistler oluşturmaktadır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veriler bir anket formu ile elde edilmiştir. Veri toplama aracı 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik özellikler ve Diyarbakır'ın gastronomik ürünlerinin bilinirliğini tespit etmeye yönelik 4 açık uçlu soru yer almaktadır. İkinci bölümde, gastronomi turizminden beklentilere ilişkin 13 ifadeden oluşan 5'li likert ölçek yer almaktadır. Araştırmaya 330 kişi katılım sağlamıştır. Bir istatistik programı ile veriler araştırma amacına uygun analizlere tabi tutulmuştur. Tanımlayıcı istatistikler yapılmış, eksik veri analizi yapılarak verilerin kontrolü sağlanmıştır. Verilerin normal dağılımdan gelip gelmediğini tespit etmek amacıyla çarpıklık ve basıklık analizlerinden yararlanılmıştır. Sonrasında ölçek ifadelerinin birbiri ile tutarlılığını ve güvenilirliğini belirlemek için güvenirlik (cronbach's alfa) ve faktör analizinden yararlanılmıştır. Bu analizler sonucunda verilerin normal dağılımdan geldiği ve ölçek ifadelerinin birbiriyle tutarlı ve güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Sonrasında çoklu cevaplı analiz, frekans ve yüzde dağılımı analizlerinden yararlanılmıştır. Çoklu cevaplı analiz sonucunda, bölgeye özgü bazı lezzetlerin cevaplar arasında olmadığı görülmüş, dolayısıyla yerli turistlerin Diyarbakır'a özgü lezzetlere yönelik bilinirliği olduğu ancak düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda, gastronomi turizmi anlamında önemli bir potansiyele sahip olan Diyarbakır'da daha fazla tanıtım ve pazarlama çalışmalarına ihtiyaç olduğu görülmektedir. Yerli turistlerin gastronomi turizminden beklentilerine ilişkin algılarını ortaya koymaya yönelik yapılan frekans ve yüzde dağılımları analizi sonucunda elde edilen bir diğer bulgu ise ifadelerle çoğunluklu olarak olumlu yönde katılım sağladıklarının tespit edilmesidir. Özellikle yerli turistler, gastronomi turizmi sayesinde yerel ürünlerin daha fazla ekonomiye dahil olduğuna ve daha fazla kültürel etkileşimin olduğuna yüksek düzeyde katılmışlardır. Ek olarak, gastronomi turizmi sayesinde turistlerin daha fazla memnuniyet duyduklarına ve gastronomi turizminin gelişiminin ülke imajına katkı sağladığına yüksek oranda katılım sağlamışlardır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi Ürünleri, Gastronomi Ürünlerinin Bilinirliği, Gastronomi Turizmi, Gastronomi Turizminden Beklentiler, Diyarbakır

AWARENESS OF DIYARBAKIR'S GASTRONOMIC PRODUCTS AND EXPECTATIONS FROM GASTRONOMY TOURISM

Abstract

In Diyarbakır destination, the diversity of culinary culture and unique tastes are an important value in terms of gastronomy tourism. Promotion, marketing and ensuring the sustainability of these values will increase the value of Diyarbakır destination. In this context, the research aims to reveal the awareness of Diyarbakır's gastronomic products by domestic tourists and their expectations regarding gastronomy tourism. The population of the research consists of domestic tourists visiting Diyarbakır. The research sample consists of domestic tourists visiting Diyarbakır who participated in the research voluntarily and met sample adequacy. Quantitative research method was used in the research. The data was obtained with a survey form. The data collection tool consists of 2 parts. The first section includes 4 open-ended questions to determine demographic characteristics and awareness of Diyarbakır's gastronomic products. In the second part, there is a 5-point Likert scale consisting of 13 statements regarding expectations from gastronomy tourism. 330 people participated in the research. The data were analyzed using a statistical program in accordance with the research purpose. Descriptive statistics were made, and the data was checked by performing missing data analysis. Skewness and kurtosis analyzes were used to determine whether the data came from a normal distribution. Afterwards, reliability (Cronbach's alpha) and factor analysis were used to determine the consistency and reliability of the scale expressions. As a result of these analyses, it was determined that the data came from a normal distribution and the scale expressions were consistent and reliable. Afterwards, multiple response analysis, frequency and percentage distribution analyzes were used. As a result of the multi-answer analysis, it was seen that some flavors specific to the region were not among the answers, therefore it was determined that domestic tourists had awareness of the flavors specific to Diyarbakır, but at a low level. In this case, it seems that more promotional and marketing activities are needed in Diyarbakır, which has a significant potential in terms of gastronomy tourism. Another finding obtained as a result of the frequency and percentage distribution analysis conducted to reveal the perceptions of domestic tourists regarding their expectations from gastronomy tourism is that they mostly agreed with the statements positively. Especially local tourists agreed at a high level that thanks to gastronomy tourism, local products are more included in the economy and there is more cultural interaction. In addition, they agreed at a high rate that tourists are more satisfied thanks to gastronomy tourism and that the development of gastronomy tourism contributes to the country's image.

Keywords: Gastronomy, Gastronomy Products, Awareness of Gastronomy Products, Gastronomy Tourism, Expectations from Gastronomy Tourism, Diyarbakır

TURİZM SEKTÖRÜNÜN ÖNEMİ: 11. KALKINMA PLANI ÇERÇEVESİNDE BİR DEĞERLENDİRME

Doç. Dr. İbrahim HÜSEYİNİ

Şırnak Üniversitesi

ibrahimhuseyni@sirnak.edu.tr

Serdar İNAN

Şırnak Üniversitesi

serdarinan@sirnak.edu.tr

Arş. Gör. Dr. Gökhan KADIRHAN

Şırnak Üniversitesi

gokhankadirhan@sirnak.edu.tr

Özet

Ülkelerin ekonomik olarak kalkınmaları için ihtiyaç duyulan sabit sermaye yatırımlarının önündeki en büyük engellerden biri ülkelerin döviz kısıtıdır. Ülkelerin ihracattan sonra en büyük döviz kaynağı sektörü olan turizm sektörüdür. Turizm sektörü, ülkelerin milli gelire olan katkısının yanında; döviz kazandırıcı yönüyle, ödemeler dengesindeki açıkları kapatma pozisyonu ve sağladığı iş olanakları açısından, ekonomik ve sosyal dengelerin merkezindeki sektörler arasındadır. Bu bağlamda çalışmada 2019-2023 yıllarını kapsayan On Birinci Kalkınma Planı'nın turizm sektörüyle ilgili amaç, hedef, ilke ve politikaları analiz edilecektir. Turizm sektörüyle ilgili gelecek öngörüler ve turizm başlığında yer alan politika önerilerinin gerçekleşip gerçekleşmediği tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir turizm, 11. Kalkınma Planı

THE IMPORTANCE OF THE TOURISM SECTOR: AN ASSESSMENT WITHIN THE FRAMEWORK OF THE 11th DEVELOPMENT PLAN

Abstract

The foreign exchange constraint of countries is one of the major obstacles to the fixed capital investment needed for the economic development of countries. Tourism is the second largest source of foreign exchange for countries after exports. Tourism sector not only contributes to national income of countries, but also plays a crucial role in maintaining economic and social equilibrium, helping to generate foreign exchange earnings, balance of payment deficits and creating employment opportunities. This study analyzes the goals, objectives, principles, and policies of the Eleventh Development Plan for the years 2019-2023. It examines whether the future projections for the tourism sector and policy recommendations under the heading of tourism have been realized.

Keywords: Sustainable tourism, 11th Development Plan

TURİZM VE KÜLTÜREL DEĞER İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA YEREL HALKIN KÜLTÜREL BİLGİLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: CİZRE ÖRNEĞİ

Nevzat YILDIZ

Yüksek Lisans Öğrencisi, Şırnak Üniversitesi,

nev8647@hotmail.com

Doç. Dr. Sedat ÇELİK

Şırnak Üniversitesi,

sedattcelik@gmail.com

Özet

Bu çalışmanın amacı Cizre yerel halkının kültürel değerlerine yönelik farkındalık düzeylerini ortaya koymaktır. Bu amaç çerçevesinde nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak açık ve kapalı uçlu sorulardan oluşan anketten yararlanılmıştır. Örneklem tekniği olarak kolayda örnekleme kullanılmış olup, yerel halktan 384 veri elde edilmiştir. Verilen cevaplar 5 tema (tarihi eserler, yöresel yemekler, geleneksel şenlikler, önemli şahsiyetler, el sanatları) altında incelenmiştir. Halkın; tarihi eser olarak en fazla kırmızı medreseyi, yöresel yemek olarak dolmayı, kültürel etkinlik olarak düğünleri, önemli şahsiyetler olarak Ahmed El Cezeri'yi, el sanatları olarak tahta beşiği kültürel değer olarak bildiği ortaya çıkmıştır. Kültürel değerlerin turizm açısından oldukça önemli olduğu düşünüldüğünde, Cizre'de turizm sektörünün geliştirilmesi için sonuçların doğru okunması adına önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kültürel bilgi, Kültürel farkındalık, Cizre, Şırnak

A RESEARCH ON DETERMINING THE CULTURAL KNOWLEDGE OF LOCAL PEOPLE IN THE CONTEXT OF TOURISM AND CULTURAL VALUE RELATIONSHIP: CIZRE CASE

Abstract

The aim of this study is to reveal the level of knowledge of the local people of Cizre about their cultural values. Within the framework of this purpose, quantitative research method was used. A questionnaire consisting of open and closed-ended questions was used as a data collection tool. Convenience sampling was used as a sampling technique and 384 data were obtained from local people. The responses were analyzed under 5 themes (historical artifacts, local food, traditional festivals, important personalities, handicrafts). It was revealed that the people mostly know the red madrasah as a historical monument, dolma as a local food, weddings as cultural events, Ahmed Al Jazari as important personalities, and wooden cradle as handicrafts as cultural values. Considering that cultural values are very important in terms of tourism, suggestions have been made in order to read the results correctly for the development of the tourism sector in Cizre.

Keywords: Cultural knowledge, Culture awareness, Cizre, Şırnak.

MEYAN ŞERBETİNİN ŞEKİL VE İÇERİK ÖZELLİKLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üyesi. İbrahim ÇEKİÇ

Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi

ibrahim.cekic@gibtu.edu.tr.

Özet

Meyan şerbeti Latince’de *Glycyrrhiza glabra* şeklinde adlandırılan bitkinin kökleri kullanılarak elde edilen doğal ve serinletici bir içecektir. Sağlık açısından birçok faydası olan bu şerbetin, eski çağlardan günümüze kadar farklı kültürlerde değişik formlar ile tüketildiği bilinmektedir. Anadolu’nun hemen hemen tüm yörelerinde bilinen ve özellikle Ramazan ayında tüketilen meyan şerbetinin süreç içerisinde Gaziantep ve Adana illerinin imgesel lezzetlerinden biri haline geldiğini söylemek mümkündür. Bu araştırma meyan bitkisinin kullanım amaçları ve meyan şerbeti etrafında şekillenen algı ve pratikleri belirlemek amacı ile Gaziantep ve Adana illerinde yürütülmüştür. Araştırmanın amaçları doğrultusunda meyan şerbeti hazırlama geleneğine hâkim altı kültür aktarıcısı ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Görüşmeler neticesinde elde edilen veriler üzerinden yapılan içerik analizi sonucunda meyan şerbetinin hazırlama sürecinin karmaşık bir yapıya sahip olduğu; kullanım amaçlarının çeşitlilik gösterdiği ve etrafında somut ve soyut bir takım algı ve pratiklerin şekillendiği dolayısıyla meyan şerbeti hazırlama ve ikram etme geleneğinin UNESCO somut olmayan kültürel bir miras listesine aday olabileceği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Meyan bitkisi, Meyan şerbeti, Gaziantep, Adana.

A RESEARCH ON THE SHAPE AND CONTENT CHARACTERISTICS OF LICORICE SHERBET

Abstract

Licorice sherbet is a natural and refreshing drink obtained from the roots of the plant called *Glycyrrhiza glabra* in Latin. It is known that this sherbet, which has many health benefits, has been consumed in different forms in different cultures from ancient times to the present day. It is possible to say that licorice sherbet, known in almost all regions of Anatolia and consumed especially during Ramadan, has become one of the iconic flavors of Gaziantep and Adana provinces. This research was conducted in Gaziantep and Adana provinces with the aim of determining the purposes of use of the licorice plant and the perceptions and practices shaped around licorice sherbet. For the purposes of the research, face-to-face interviews were held with six cultural transmitters who are familiar with the tradition of preparing licorice sherbet. As a result of the content analysis conducted on the data obtained from the interviews, it was determined that the preparation process of licorice sherbet has a complex structure. It has been identified that the tradition of preparing and serving licorice sherbet may be a candidate for a UNESCO intangible cultural heritage list, as its purposes of use vary and a number of concrete and abstract perceptions and practices are shaped around it.

Keywords: Gastronomy, Licorice plant, Licorice sherbet, Gaziantep, Adana.

HAYALET MUTFAKLARA YÖNELİK SİSTEMATİK LİTERATÜR TARAMASI

Arş. Gör. Günevi GÜZEL

Mardin Artuklu Üniversitesi,

guneviguzel@artuklu.edu.tr

Özet

Hayalet mutfak iş modelini kullanan yiyecek-içecek işletmelerinin sayısı 2020 yılından tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi sonrası yükselme eğilimi göstermiştir. Buna bağlı olarak, konu üzerine gerçekleştirilen akademik çalışmaların sayısında da artış gözlemlenmektedir. Ancak çalışma sayısının henüz konuya dair akademik bilgiyi doygunluğa ulaştıracak düzeyde olmadığı bulgulanmıştır. Dolayısıyla, bu konuda daha fazla çalışmaya ihtiyaç duyulduğu söylenebilmektedir. Bu çalışma, sistematik bir literatür taraması yoluyla hayalet mutfaklarla ilgili çalışmaların durumunu ve içeriklerini aydınlatmayı amaçlamaktadır. İlgili makaleleri belirlemek için önemli veri tabanlarından Scopus'ta araştırma yapılmıştır. Yapılan araştırma hayalet mutfakların literatürde farklı isimlerle de anıldığını ortaya koymuş ve bu isimlerle yapılan çalışmalar da incelemeye dahil edilmiştir. 05.02.2024 tarihinde bu amaçla yapılan aramalarda çalışmaların, 2018 ile 2024 arasında yapıldı tespit edilmiştir. Arama sonucunda tespit edilen 20 çalışmanın incelemesinden elde edilen bulgular değerlendirmeye dahil edilmiştir. Bulgular, bu çalışma alanında yapılan çalışmaların; ilgilendikleri konuları, yapılan çalışmaların temalarını, ağırlıklı çalışma konumunun Asya olduğunu ve çalışmaların talep yönü üzerine odaklandığını ortaya koymaktadır. Çalışmalar 2 ana kategori altında incelenmiştir. Arz yönünde yapılan çalışmaların işletmelerin sürdürülebilirliği ve stratejik yönetim alanında, talep yönünden yapılan çalışmaların ise deneyim ve davranışsal niyet üzerine yapıldığı bulgulanmıştır. Teorik olarak nicel ve ampirik yaklaşım en sık kullanılan yöntemdir ve çalışmaların çoğunluğu konuyu restoran müşterileri üzerinden incelemiştir. Ancak halen bu alanda yapılacak çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda, bu çalışmanın bir diğer önemli sonucu yiyecek-içecek alan yazınında hayalet mutfak konusundaki literatürde eksiklikler olduğudur.

Anahtar Kelimeler: Hayalet mutfaklar, Bulut mutfaklar, Karanlık mutfaklar

SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW OF GHOST KITCHENS

Abstract

The number of food and beverage businesses using the ghost kitchen business model has shown an upward trend after the Covid-19 pandemic, which affected the whole world in 2020. Accordingly, an increase is observed in the number of academic studies on the subject. However, it has been found that the number of studies is not yet at a level that saturates the academic knowledge on the subject. Therefore, it can be said that more studies are needed on this subject. This study aims to elucidate the status and content of studies on ghost kitchens through a systematic literature review. Search was conducted in Scopus, one of the important databases, to identify relevant articles. In the research, it was revealed that ghost kitchens are referred to by different names in the literature, and studies carried out with these names were also included in the review. In the searches carried out for this purpose on 05.02.2024, it was determined that the works were carried out between 2018 and 2024. Findings obtained from the review of 20 studies identified as a result of the search were included in the evaluation. The findings show that the studies carried out in this field; It reveals the subjects they are interested

in, the themes of the studies, the predominant study location is Asia, and the studies focus on the demand side. The studies were examined under 2 main categories. It has been found that the studies carried out on the supply side are in the field of sustainability of businesses and strategic management, while the studies on the demand side are based on experience and behavioral intention. In theoretical terms, the quantitative and empirical approach is the most frequently used method, and the majority of studies have examined the subject through restaurant customers. However, there is still a need for studies in this field. In this context, another important result of this study is that there are deficiencies in the literature on ghost kitchens in the food and beverage literature.

Keywords: Ghost kitchens, Cloud kitchens, Dark kitchens

GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN ŞANLIURFA SADEYAĞININ (URFA YAĞI) DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Öğr. Başak Esmer

Harran Üniversitesi

esmerbasak@icloud.com

Prof. Dr. A.Ferit ATASOY

Harran Üniversitesi

fatasoy@harran.edu.tr

Prof. Dr. İbrahim HAYOĞLU

Harran Üniversitesi

ihayoglu@harran.edu.tr,

Doç. Dr. Ali YILDIRIM

Harran Üniversitesi

ayildirim@harran.edu.tr,

Özet

Yörelere özgü geleneksel gıdalar gerek bölgelerin gerekse ülkelerin turizm haritasında hak ettiği yerde konumlandırılmasında ve diğer turizm alanları arasında tanınmasında etkili olan faktörlerden biridir. Türkiye’de Güneydoğu Anadolu bölgesi, dünya tarihinde önemli etkilere sahip olduğu gibi köklü bir yemek kültürü ile birçok kültürden toplulukların damak zevkine, sofrasına, mutfağına da öncülük etmiştir. Şanlıurfa ise başta sadeyağ (Urfa yağı) olmak üzere sahip olduğu birçok geleneksel gıda ve bu gıdalardan üretilen lezzetli yemekler sayesinde bölgede eşsiz bir gastronomi kültürüne sahiptir. Şanlıurfa Sadeyağı (Urfa Yağı) koyun yoğurdundan elde edilen tereyağının düşük sıcaklıklarda eritilmesiyle üretildiği için, Asya’da, Orta Doğu’da ve Afrika’da da üretilen benzerlerinden farklılık göstermektedir. Şanlıurfa hem tarihi ve dini hem de gastronomi ürünleriyle turizmde önemli destinasyonlar arasında yer almaktadır. Bölgenin hem Türkiye’den hem de Dünya’dan daha fazla gastronomi turizminden pay alması için başta sadeyağ (Urfa yağı) olmak üzere geleneksel olarak üretilen ve yöreye has bir tadı olan ürünlerin daha fazla tanıtılması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Sadeyağ, Urfa yağı

EVALUATION OF ŞANLIURFA GHEE (URFA OIL) IN TERMS OF GASTRONOMY TOURISM

Abstract

Local traditional foods are one of the factors that are effective in placing both regions and countries in their deserved place on the tourism map and being recognized among other tourism areas. The Southeastern Anatolia region in Turkey has not only had a significant impact on world history, but also pioneered the taste, table and cuisine of communities from many cultures with its deep-rooted food culture. Şanlıurfa, on the other hand, has a unique gastronomy culture in the region, thanks to its many traditional foods, especially clarified butter (Urfa oil), and the delicious dishes produced from these foods. Since Şanlıurfa Ghee (Urfa Butter) is produced by melting the butter obtained from sheep yoghurt at low temperatures, it differs from its counterparts produced in Asia, the Middle East and Africa. Şanlıurfa is among the important destinations in tourism with its historical, religious and gastronomy products. In order for the region to get a larger share of gastronomy tourism from both Turkey and the world, traditionally produced products with a unique taste, especially clarified butter (Urfa oil), need to be promoted more.

Key Words: Gastronomy, Ghee, Urfa butter

YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDEKİ TEKNOLOJİ KULLANIMININ DAVRANIŞSAL NİYET ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE KURUMSAL İMAJIN ARACI ROLÜ

Öğr. Gör. Musa SUIÇER

Muş Alparslan Üniversitesi,
m.suicer@alparslan.edu.tr

Doç. Dr. Volkan GENÇ

Batman Üniversitesi
volkangnc@yahoo.com

Özet

Bu araştırma Muş ilinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerindeki teknoloji kullanımının yerel halkın davranışsal niyeti üzerindeki etkisinde kurumsal imajın aracı rolünün ne düzeyde olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Yapılmış olan alanyazın taraması neticesinde elde edilen teorik temeller ışığında değişkenleri kapsayan bir model oluşturulmuş ve bu modele ilişkin analiz sonuçları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda, araştırmada örnekleme yöntemi olarak, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılıp, yerel halka anket yöntemiyle uygulanmış ve 344 anket verisi toplanmıştır. Elde edilmiş olan veriler istatistik programlarına yüklenip uygun analiz teknikleri belirlenerek analizler yapılmıştır. Teknoloji kullanımının davranışsal niyet üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı, teknoloji kullanımının kurumsal imajı doğrusal yönde anlamlı bir şekilde etkilediği görülmüş olup, kurumsal imajın davranışsal niyet üzerindeki anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Araştırmada değişkenler arasındaki ilişkide aracılık rolünün olup olmadığı Hayes Proses Makro ve model 4 ile ortaya koyulmuştur. Yapılan aracılık testi sonucunda teknoloji kullanımının davranışsal niyet üzerinde bir etkiye sahip olmadığı, kurumsal imaj üzerinde etkili olduğu ve kurumsal imajın davranışsal niyet üzerinde etkili olduğu sonucundan tespit edilmiştir. Aynı zamanda aracılık boyutu belirlenmiştir. Son olarak elde edilmiş olan sonuçlar değerlendirilip gelecek çalışmalara ve sektöre önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm teknoloji kullanımı, Davranışsal niyet, Kurumsal imaj, Yiyecek içecek işletmeleri

THE MEDIATING ROLE OF CORPORATE IMAGE IN THE EFFECT OF TECHNOLOGY USE ON BEHAVIORAL INTENTION IN FOOD AND BEVERAGE ESTABLISHMENTS

Abstract

This research aims to reveal the level of the mediating role of corporate image in the effect of technology use on the behavioral intention of local people in food and beverage establishments operating in Muş province. In the light of the theoretical foundations obtained as a result of the literature review, a model covering the variables was created and the analysis results related to this model were tried to be determined. In this context, as the sampling method in the research, convenience sampling method, one of the non-random sampling methods, was used and applied to the local people by survey method and 344 survey data were collected. The data obtained were uploaded to statistical programs and analyzed by determining appropriate analysis techniques. It has been observed that technology use does not have a significant effect on behavioral intention,

technology use has a significant linear effect on corporate image, and corporate image has a significant effect on behavioral intention. In the research, whether there is a mediating role in the relationship between the variables was revealed with Hayes Process Macro and model 4. As a result of the mediation test, it was determined that the use of technology does not have an effect on behavioral intention, it has an effect on corporate image and corporate image has an effect on behavioral intention. At the same time, the mediation dimension was determined. Finally, the results obtained were evaluated and suggestions were made for future studies and the sector.

Keywords: Technology use, Behavioral intention, Corporate image, Food and beverage establishments

SAĞLIK TURİZMİNİN TÜRKİYE EKONOMİSİ İÇİN STRATEJİK ÖNEMİ, TÜRKİYE İÇİN FIRSATLAR VE TEHDİTLER

Dr. Öğr. Üyesi Nihal KALAYCI OFLAZ

İstanbul Medipol Üniversitesi
nkalayci@medipol.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Olcay ÖZEN

İstanbul Medipol Üniversitesi
oozen@medipol.edu.tr

Prof. Dr. Yeter DEMİR USLU

İstanbul Medipol Üniversitesi
yuslu@medipol.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Meryem DEMİRTAŞ

Şırnak Üniversitesi
meryem.demirtas@sirnak.edu.tr

Özet

Sağlık turizmi, bireylerin fiziksel ve ruhsal iyilik halini iyileştirmek ve devamlılığını sağlamak için farklı ülkelere gerçekleştirdiği ziyaretlerdir. Sağlık turizmi, turizm sektörü yanında seyahat, inşaat ve finans gibi farklı sektörler için de ekonomik sonuçlar yaratmaktadır. Bu çalışmanın amacı sağlık turizminin Türkiye ekonomisi için önemini GSYİH içindeki payı, turizm gelirleri içindeki payı ve dış ticarete olan katkıları gibi göstergeler açısından değerlendirmektedir. Sağlık turizmi için Türkiye'ye yönelik bir SWOT analizi ile Türkiye'nin sağlık turizminde güçlü ve zayıf yönleri ile karşı karşıya olduğu fırsat ve tehditlere yönelik mevcut durum analizi yapılmıştır. Sonuç olarak, devletin sağlık turizmine olan teşviklerini artırması bu alanda hizmet vermek isteyen kuruluşlar için sağlık turizminin cazibesini artırmaktadır. Bununla birlikte sağlık turizminin ödemeler dengesi üzerindeki olumlu etkileri, sağlık hizmetlerinde fiyat ve kalite olarak ülkeler hakkında bilgiye erişimin artması, ulaşımın kolaylaşması, sunulan sağlık hizmetlerinin çeşitliliği Türkiye'de sağlık turizmi sektörünün büyümesi için fırsatlar sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık turizmi, SWOT analizi, Ekonomi.

THE STRATEGIC IMPORTANCE OF HEALTH TOURISM FOR THE TURKISH ECONOMY, OPPORTUNITIES AND THREATS FOR TÜRKİYE

Abstract

Health tourism refers to the practice of individuals visiting different countries to improve and maintain their physical and spiritual well-being. Health tourism has a significant impact on various sectors, including travel, construction, finance, and tourism. This study aims to assess the significance of health tourism for the Turkish economy by considering indicators such as its contribution to the GDP, tourism revenues, and foreign trade. To evaluate Turkey's position in health tourism, a SWOT analysis was conducted, which assessed its strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The study revealed that the government's increased incentives for health tourism have made it more attractive for organizations operating in this field. Additionally, health tourism has had a positive influence on the country's balance of payments, improved access to information about the price and quality of health services in different countries, enhanced transportation, and expanded the range of available health services. Ultimately, these factors offer favorable opportunities for the growth of the health tourism sector in Turkey.

Keywords: Health tourism, SWOT analysis, Economy

KIRSAL KALKINMA AÇISINDAN ÖNEMLİ BİR SEKTÖR: ÖNOTURİZM

Dr. Öğr. Üyesi Seda SÜER

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi

seda.suer@ikcu.edu.tr

Doç. Dr. Nurhan KESKİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

keskin@yyu.edu.tr

Özet

Dinamik bir olgu olan turizm, doğal ve teknolojik faktörlerin yanı sıra sosyal, kültürel, ekonomik ve politik faktörler tarafından sürekli büyüme ve çeşitlenme içerisinde. Bu çeşitlenmenin en güzel örneklerinden biri de günümüzde birçok bağcı ülkede ilgi duyulan, desteklenen ve gelişen bir turizm dalı olan Önoturizm (Bağ ve Şarap Turizmi)'dir. Agroturizmin önemli bir parçası olan önoturizm, tam olarak gastronomi ve kültür turizminin buluşma noktasında yer almaktadır. Tanımını daha da genişletecek olursak üzümde elde edilen ürünlerin doğal, tarihi ve beşeri mirasının keşfine yarayan, içinde konaklama, doğa aktiviteleri, gastronomik deneyimler ve doğrudan ürün satışını da barındıran, sürdürülebilir, yüksek katma değerli, butik ve insani ölçekte bir turizmdir. Turizm kalkınmayla yakından ilişkili olup sosyoekonomik ilerlemenin önemli bir itici gücüdür. Önoturizm kırsal kalkınma açısından da çok önem arz eden ve desteklenmesi gereken bir turizmdir. Önoturizm yalnızca şarabın değil sofralık (taze) üzüm, kuru üzüm, sirke, üzüm suyu, hardaliye, pekmez, pestil, sucuk, köfter, koruk ekşisi, reçel, konserve, marmelat, jöle, hoşaf, komposto, çekirdek ekstraktı, çekirdek yağı, tartarik asit, tanen, kırmızı renk maddesi (antosiyenin-gıda renklendiricisi olarak), rakı, kanyak, likör ve yemeklik yaprak gibi üzümde elde edilen diğer ürünlerin de katma değer kazanmasına hizmet etmektedir. Tarihi ülkelere ve bölgeden bölgeye göre farklılık göstermekle birlikte Dünya çapında en popüler enoturizm destinasyonları ABD (Napa Vadisi), İtalya (Toskana), Fransa (Bordeaux), İspanya (La Rioja), Almanya (Mosel), Portekiz (Douro Vadisi), Güney Afrika (Cape Town), Yeni Zelanda (Otago), Avustralya (Barossa Vadisi) Arjantin ve Şili'dir. Türkiye'de de son yıllarda bağcı üreticilerin girişimleriyle bağ rotaları oluşturulmaya başlanmıştır. Bilinen başlıca rotalar Trakya Bağ Rotası, Urla Bağ Yolu ve yeni oluşturulan Çal Bağ Yolu'dur. Bu çalışmada Dünyada ve Türkiye'de gelecek vadeden bir turizm alanı olarak bağcılık ve şarapçılığın gelişmesinde son derece etkili olan önoturizmin kırsal kalkınma açısından önemine vurgu yapmak amaçlanmıştır ve bu konu üzerine yapılmış çalışmalar derlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Bağcılık ve şarapçılık, Bağ ve şarap rotaları, Üzüm ürünleri, Özel ilgi turizm destinasyonları

A PROMINENT SECTOR FOR RURAL DEVELOPMENT: ENOTOURISM

Abstract

Tourism, which is a dynamic phenomenon, is in constant growth and varied due to social, cultural, economic and political factors as well as natural and technological factors. Enotourism (Vineyard and Wine Tourism), as one of the prominent classifications of special interest tourism type is interested, supported and developed in many wine-growing countries today. Enotourism, as a backbone of agritourism, is outrightly emplaced at the junction point of gastronomy and cultural tourism. With an attempt to broader its definition, it is a sustainable, high value-added, boutique

and human-scale tourism that enables to explore the natural, historical and human heritage of the products obtained from grapes, and encompasses accommodation, nature activities, gastronomic experiences and direct product sales. Tourism is closely associated to the development of socioeconomic progress as an important driver. Enotourism is a prominent special interest tourism type in terms of rural development that should be supported. Enotourism includes not only wine but also serves to add value to other products obtained from grapes such as table grape, raisin grape, vinegar, grape juice, wine, hardaliye, molasses, pestil, grape sausage, köfter, koruk sour, jam, canned, marmalade, jelly, compote, seed extract, seed oil, tartaric acid, tannin, red coloring matter (anthocyanin-as a food colorant), raki, brandy, liqueur and edible leaves. Although its history varies from country to country and region to region, the most popular enotourism destinations worldwide are the USA (Napa Valley), Italy (Tuscany), France (Bordeaux), Spain (La Rioja), Germany (Mosel), Portugal (Douro Valley), South Africa. (Cape Town), New Zealand (Otago), Australia (Barossa Valley), Argentina and Chile. In recent years, vineyard routes embarked upon to be established in Türkiye with the initiatives of winegrowers. The main well-known routes are the Thrace Vineyard Route, Urla Vineyard Route and the newly engendered Çal Route. In this study, it is aimed to emphasize the importance of enotourism, which is extremely effective in the development of viticulture and winemaking as a promising field of tourism in the world and in Türkiye, in terms of rural development, and studies on this subject are reviewed.

Key words: Vitiviniculture, Vineyard and wine routes, Grape products, Special interest tourism destinations

KANYONLARIN EKOTURİZMİN BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: TAZI KANYONU ÖRNEĞİ

Doç.Dr. Abdurrahman DİNÇ
Necmettin Erbakan Üniversitesi
a.dinc@erbakan.edu.tr

Özet

Doğal çevreye zararı en az olan ve yöre halkına ekonomik faydalar sağlayan ekoturizmin önemi her geçen gün artmaktadır. Ekoturizm kavramı, çevre (ekoloji) ve turizm arasındaki ilişkinin önemi ve sürdürülebilirlik üzerine tartışmalarla birlikte önem kazanmıştır. Bu çalışmada Antalya İli Manavgat İlçesinde yer alan Tazı Kanyonu incelenmiştir. Tazı Kanyonu ve çevresinin biyolojik, doğal ve kültürel zenginliği üzerine yapılan çalışmalar incelenmiş ve kanyona saha ziyareti gerçekleştirilmiştir. Böylece, alanda yapılan ve yapılması öngörülen ekoturizm aktiviteleri belirlenmiştir. Bu bağlamda, Tazı Kanyonu ve çevresinin trekking, atv safari, manzara fotoğrafçılığı, zipline, rafting, buggy safari, kamp-karavan turizmi, kültür turizmi, botanik turizmi gibi ekolojik turizm olanaklarına sahip olduğu anlaşılmıştır. Ekoturizm potansiyeli yüksek olan Tazı Kanyonu'nun olumsuz ve olumlu özellikleriyle değerlendirildiği bu çalışmada sonuç olarak bölgedeki ekolojik turizm potansiyelini değerlendirmek, geliştirmek ve ekoturizm aracılığıyla sürdürülebilirliği sağlamak için önerilerde bulunulmuştur. Nitel araştırma yöntemi ile yapılan çalışmanın, gelecekte yapılacak olan çalışmalar için temel olması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ekoturizm, Tazı Kanyonu, Sürdürülebilir turizm, Kanyoning

EXAMINING CANYONS IN THE CONTEXT OF ECOTOURISM: THE CASE OF TAZI CANYON

Abstract

The importance of ecotourism, which has minimal damage to the natural environment and provides economic benefits to the local people, is increasing day by day. The concept of ecotourism has gained importance with discussions on the importance of the relationship between environment (ecology) and tourism and sustainability. In this study, Tazı Canyon located in Manavgat District of Antalya Province was examined. Studies on the biological, natural and cultural richness of Tazı Canyon and its surroundings were examined and a field visit to the canyon was made. Thus, the ecotourism activities carried out and planned to be carried out in the area were determined. In this context, it has been understood that Tazı Canyon and its surroundings have ecological tourism opportunities such as trekking, ATV safari, landscape photography, zipline, rafting, buggy safari, camping-caravan tourism, cultural tourism and botanical tourism. In this study, where Tazı Canyon, which has a high ecotourism potential, was evaluated with its negative and positive features, suggestions were made to evaluate and develop the ecological tourism potential in the region and to ensure sustainability through ecotourism. The study, conducted with the qualitative research method, is intended to be the basis for future studies.

Keywords: Ecotourism, Tazı Canyon, Sustainable tourism, Kanyoning

KÜLTÜR FENOMENİ OLARAK ARKEOLOJİK SERAMİK TOPLULUKLARININ TARİH ÖNCESİ TOPLUMLARI YORUMLAMADA ROLÜ VE ÖNEMİ

Güneş ÇİL

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi,
gunes_cil@hotmail.com

Özet

Kilin binlerce yıl varlığını koruyabilecek şekilde işlenerek bir kap haline getirilmesi, modern insan düşüncesi ve eylemliliğinin ilk ürünleri olarak kabul edilmektedir. Seramikler işlevsel ve morfolojik özellikleri göz önünde bulundurulduğunda coğrafi ve kültürel çevrenin bir parçası olarak insan etkileşiminden ortaya çıktıkları varsayılabilir. Üretildikleri toplumlar hakkında önemli bilgiler sağlamaktadır ve dekoratif sanatların en eskilerinden biridir. Seramiklerin tarihöncesi toplumlarda kültürel kimliğin inşasında ve iletişimde sosyal ve sembolik roller yüklenilerek yeni anlamlar kazandığı açıktır. Sosyal ve ekonomik hayat içerisinde gündelik yaşamdan uzun süreli göç olaylarına kadar insan pratiklerine ve hareketliliklerine katıldıkları ortadadır. Nitekim bir toplumun üyeleri tarafından üretilen ve kullanılan kaplarda, günlük yaşama dair kavrayışlar somutlaştırılabilir ve binlerce yıl boyunca korunabilir. Bu makalenin amacı, arkeolojik kazılar ile ortaya çıkarılan seramik gruplarının maddi kültür kalıntısı olarak tarihöncesi toplumlara ait yerleşim yerlerinde gündelik yaşamı ve insan etkileşimini tanımlamada ve açıklama da önemine değinmektir. Kültür araştırmalarında seramik guruplarının tanımı, kullanımı ve incelemesi özel bir ilgi konusu olmaktadır. Tarihöncesi insan topluluklarının düşün dünyasının ve eylemliliğinin en açık kanıtları olarak seramik kaplar üzerine yapılan çalışmalar çoğunlukla arkeologlar ve antropologlar tarafından yürütülmektedir. Maddi kalıntılarına dayanarak belirli kültürleri, etnik grupları tanımlamada ve kültürel dönüşümleri açıklamada en önemli veri kaynakları olarak görülmektedir. Çanak çömlek morfolojisine dayandırılarak yapılan taksonomik sınıflandırmalar özellikle tarihöncesi arkeolojide kronolojik ve kültürel kavramların temelini oluşturmaktadır. Ayrıca şekil ve kullanılan hammadde gibi yönlerini inceleyerek, farklı toplumlar arasındaki dolaşım ve hareketlilikle ilgili çeşitli olguları tespit etmeyi mümkün kılmaktadır. Daha özde bir toplumda meydana gelen bilişsel, deneyimsel ve evrimsel gelişmeler hakkında kayda değer bilgiler sağlamaktadır. Antropoloji alanında yapılan çalışmalar, tek bir kültürel yapı içinde bile seramiklerin bileşim ve işlev açısından ne kadar farklı anlamlar taşıyabileceğini göstermektedir. Sonuç olarak arkeolojik seramik gurupları tarih öncesi toplumlara ait düşünsel ve fiziki eylemliliğin izlerini taşıyan önemli kültürel miras kalıntılarıdır. Dolayısıyla taşıdıkları zaman ve mekan anlamlılığı bağlamında tarih öncesi insana ait imgeleri yaratması bakımından kültür turizmne de önemli katkılar sağladığı söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Çanak çömlek, Kültür, Antropoloji, Tarihöncesi, Arkeoloji

THE ROLE AND IMPORTANCE OF ARCHAEOLOGICAL CERAMIC ASSEMBLAGES AS CULTURAL PHENOMENA IN INTERPRETING PREHISTORIC SOCIETIES

Abstract

The processing of clay into a vessel that can survive for thousands of years is considered to be the first products of modern human thought and action. Considering the functional and morphological characteristics of ceramics, it can be assumed that they emerged from human interaction as part of the geographical and cultural environment. They provide important information about the

societies in which they were produced and are one of the oldest decorative arts. It is clear that ceramics acquired new meanings in prehistoric societies by assuming social and symbolic roles in the construction and communication of cultural identity. It is obvious that they participate in human practices and mobilities, from daily life to long-term migration events in social and economic life. Indeed, in the vessels produced and used by members of a society, insights into daily life can be embodied and preserved for thousands of years. The aim of this article is to emphasize the importance of ceramic groups unearthed by archaeological excavations as material culture remains in describing and explaining daily life and human interaction in the settlements of prehistoric societies. The definition, use and examination of ceramic groups are a matter of special interest in cultural research. Studies on ceramic vessels as clear evidence of the world of thought and activity of prehistoric human societies are mostly carried out by archaeologists and anthropologists. Based on their material remains, they are seen as the most important sources of data in defining specific cultures and ethnic groups and explaining cultural transformations. Taxonomic classifications based on pottery morphology form the basis of chronological and cultural concepts, especially in prehistoric archaeology. It also makes it possible to identify various phenomena related to circulation and mobility between different societies by analyzing aspects such as shape and raw materials used. More specifically, it provides significant information about the cognitive, experiential and evolutionary developments that take place in a society. Studies conducted in the field of anthropology show how ceramics can carry different meanings in terms of composition and function, even within a single cultural structure. As a result, archaeological ceramic groups are important cultural heritage remains that bear the traces of the intellectual and physical activity of prehistoric societies. Therefore, it can be said that they make significant contributions to cultural tourism in terms of creating images of prehistoric people in the context of the time and space significance they carry.

Keywords: Pottery, Culture, Anthropology, Prehistory, Archaeology

INTERSECTION OF SELF-HELP GROUPS AND TOURISM: UNRAVELING SUSTAINABILITY NEXUS

Mishra Shreeansh

Central University of Tamil Nadu
Shreeansh.galaxy@gmail.com

A. Vinodan

Central University of Tamil Nadu
vinodan_tt@yahoo.co.in

Abstract

Self-help groups have emerged as important actors in various development sectors, including tourism. This research delves into the intersection of self-help groups (SHGs) and tourism, with a primary focus on unraveling the sustainability nexus at the local level. The study addresses a significant research gap in the existing literature by examining the symbiotic relationship between SHGs and tourism from a sustainability perspective. While previous studies have explored the impact of SHGs on various socio-economic dimensions and tourism as a local development force, sustainability dynamics at the intersection of these entities have not been investigated. The research employs Methodological Triangulation as its primary approach, leveraging both participant observation and in-depth interviews. The study seeks to capture a nuanced understanding of the perspectives and experiences of key stakeholders, namely office bearers of SHGs and beneficiaries of tourism destinations. This research makes several contributions to the current body of knowledge by illuminating the complex relationships between SHGs and tourism within the sustainability realm. Firstly, it addresses a notable research gap by extending the understanding of how SHGs, as grassroots institutions, engage with and contribute to sustainable tourism practices. Secondly, it offers valuable perspectives on the challenges and benefits the community earns, assisting in the development of tailored approaches to improve sustainability in both SHGs and tourism settings. The research focuses specifically on the perspectives of SHG office bearers and beneficiaries in a particular geographic context i.e. Kerala, India thereby it might restrict the broader applicability of findings across diverse settings. The significance of this study lies in its potential to inform policy, practice, and future research initiatives aimed at fostering sustainable development through the integration of SHGs and tourism at the grassroots level. By unraveling the intricate web of relationships and dynamics at the convergence of SHGs and tourism, this research lays the foundation for a more holistic and nuanced approach to community development, emphasizing the importance of sustainability as a fundamental principle. The study strengthens the sustainability transition theory by focusing on the process of societal change towards sustainability owing to the intervention of grassroots-level institutions like SHG. It examines how tourism and community development go hand in hand through SHGs, promoting the transition towards more sustainable practices at destinations while strengthening community collaboration and institutional intervention.

Keywords: self-help, sustainability, development

ŞIRNAK'TA DOĞAL OLARAK YETİŞEN VE BAZILARI ENDEMİK OLAN BİTKİLERİN ANTİOKSİDAN ÖZELLİKLERİ VE GASTRONOMİ TURİZMİNE KATKILARI

Derya ÇAY DEMİR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
imgesel_yasam@hotmail.com

Özet

Antioksidanlar vücudu oksidatif hasara karşı koruyan, serbest radikalleri temizleyip hücre hasarını engelleyen ve bununla birlikte birçok hastalığı önleyen maddelerdir. Savunma sisteminin etkisini artırarak hastalık riskini azaltan antioksidanlar, vücut tarafından doğal olarak üretilbildiği gibi dışarıdan eksojen olarak da alınırlar. Eksojen antioksidanlar ya besinlerle ya da ilaç olarak alınabilirler. Şırnak ili, biyo-fiziki ve sosyoekonomik özellikler bakımından birbirinden farklı özelliklere sahip iki agroekolojik alt bölgeye ayrılmakta olup birinci alt bölge 1.000 - 1.500 metre yükseklikte genellikle engebeli, mera ve yaylakların bulunduğu Merkez, Beytüşşebap, Güçlükönak ve Uludere ilçelerini kapsayan alt bölgedir. İkinci alt bölge ise ortalama 400 - 500 metre yükseklikte ve taban arazilerin yer aldığı; Cizre, İdil ve Silopi ilçelerini içine alan alt bölgedir. Şırnak'ın bu ekolojik durumu, bölgenin hem tarıma elverişli olmasını hem de doğal olarak yetişen ot, çiçek gibi bitkilerin çeşitliliğini sağlamaktadır. Şırnak ilinde doğal olarak yetişen ve bazıları endemik olan bitkiler, antioksidan ve antimikrobiyal özellikleri nedeniyle başta yemeklerde olmak üzere veya taze tüketilmesi ile geleneksel tıp ve tedavi, aromaterapi gibi alanlarda kullanılmaktadır. Ayrıca bu otlar gıda olarak kullanılmasının yanında baharat, boyar madde veya ilaç olarak da kullanılmaktadır. Bu çalışmada bölgede doğal olarak yetişen, bazıları da endemik olan ve yemeklerde kullanılan bazı bitkilerin antioksidan özellikleri değerlendirilmiş ve bu bitkilerin bölgenin gastronomi turizmne katkıları tartışılmıştır. Günümüzde oksidatif strese ve kimyasallara bağlı olarak gerçekleşen birçok hastalığa karşı insanlar doğal ve organik besinlere yönelmiştir. Bu bağlamda Şırnak bölgesinde yetişen bitkilerin ve çeşitli otlarla yapılan yemeklerin de gastronomi açısından ulusal ve küresel ölçekte ilgi çekeceğini düşünüyoruz.

Anahtar kelimeler: Şırnak, Endemik bitkiler, Gastronomi turizmi

ANTIOXIDANT PROPERTIES OF PLANTS THAT GROW NATURALLY IN ŞIRNAK AND SOME OF THEM ARE ENDEMIC AND THEIR CONTRIBUTION TO GASTRONOMY TOURISM

Abstract

Antioxidants are substances that protect the body against oxidative damage, scavenge free radicals, prevent cell damage and prevent many diseases. Antioxidants reduce the risk of disease by increasing the effect of the defense system. They can be produced naturally by the body or taken exogenously. Exogenous antioxidants can be taken either through food or as drugs. Şırnak province is divided into two agroecological sub-regions with different bio-physical and socioeconomic characteristics. The first sub-region covers the districts of Merkez, Beytüşşebap, Güçlükönak and Uludere, where there are generally hilly, pastures and plateaus at an altitude of 1,000 - 1,500 meters. The second sub-region covers the districts of Cizre, İdil and Silopi, which have an average altitude of 400 - 500 meters and have grasslands. This ecological situation of Şırnak makes it both suitable for agriculture and has a high diversity of naturally growing plants

such as herbs and flowers. Plants that grow naturally in Şırnak province and some of which are endemic to the region are known for their antioxidant and antimicrobial properties. These are used in cooking, consumed fresh, used in traditional medicine and treatment, aromatherapy, etc. In addition to being used as food, these herbs are also used as spices, dyes or medicines. In this study, the antioxidant properties of some plants that grow naturally in the region, some of which are endemic and used in meals, were evaluated and the contributions of these plants to the gastronomy tourism of the region were discussed. We think that the plants grown in the region and dishes made with various herbs will attract national and global attention in terms of gastronomy, as people today turn to natural and organic foods against many diseases caused by oxidative stress and chemicals.

Keywords: Şırnak, Endemic plants, Gastronomy tourism

TURİZM ALANINDAKİ YÜKSEK LİSANS TEZLERİNİN AKADEMİK YAZIM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: BİR DEĞERLENDİRME FORMU ÖNERİSİ

Doç. Dr. Hasan CİNNİOĞLU

İskenderun Teknik Üniversitesi

hasan.cinnioglu@iste.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Dilek EFE

İskenderun Teknik Üniversitesi

dilek.efes@iste.edu.tr

Doç. Dr. Gamze ERYILMAZ

İskenderun Teknik Üniversitesi

gamze.eryilmaz@iste.edu.tr

Özet

Yüksek lisans tezlerinin bilimsel geçerlilik ve güvenilirlik düzeyi sistemli ve organize edilmiş bilgilere bağlıdır. Bu süreçte bazı eksiklikler ve hataların olması bu düzeyin düşmesine sebep olabilmektedir. Bu olumsuzluğun en aza indirilebilmesi için de tezlerin yöntem ve içerik açısından bazı standartlara sahip olması gerekmektedir. Literatür incelendiğinde lisansüstü tezlerde bulunması gereken standartlara yönelik net bir ortak görüşün olmaması bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın temel amacı, turizm işletmeciliği anabilim dalında hazırlanan tezlerde yöntem ve içerik açısından olması gereken bilgilerin belirlenmesi ve buna yönelik bir değerlendirme formunun oluşturulmasıdır. Yöntem süreci üç aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada akademik yazım koşulları bakış açısı dikkate alınarak lisansüstü tezlerde yer alması gereken yerli ve yabancı literatür kapsamlı bir şekilde taranmıştır. İlgili taramalar doğrultusunda tez çalışmalarının 5 temel kategori 35 kod özelinde incelenebileceği belirlenmiştir. İkinci aşamada belirlenen kategori ve kodlar için üç ayrı uzman görüşü alınmış ve bir değerlendirme formu hazırlanmıştır. Üçüncü aşamada turizm alanında yayınlanan tezler taranarak, değerlendirme formunun geçerliliği ve güvenilirliği test edilmek istenmiştir. Tez tarama süreci 2024 yılı Mart ayında gerçekleşmiştir. Yüksek lisans tezleri YÖK Tez Merkezinden belirli sınırlandırmalar (turizm alanı, sosyal bilimler grubunda, sadece 2023 yılı, yayınlanmış, izinli, Türkçe olma koşulları) bağlamında taranmıştır. Bu kapsamda 131 tez tespit edilmiştir. Tespit edilen tezlerin içerikleri belirlenen kategori ve kodlar dikkate alınarak, tezler taranmıştır. Tarama aşamasında tezlerde aranan bilgilerin akademik yazım kurallarına göre doğru konumlanıp konumlanmadığı gözetilerek veriler elde edilmiştir. Analizlere göre yüksek lisans tezlerinin özellikle “özet”, “kuramsal yapı” ve “sonuç” bölümlerinde karşıladıkları akademik yazım kriterlerinin oran olarak daha çoğunlukta olduğu belirlenmiştir. “Giriş” ve “yöntem” bölümlerinde de akademik yazım kurallarına uygunluk söz konusu olmakla birlikte, tezlerin bu bölümlerinde yer verilmeyen (konumlandırılmayan) kod (alt başlık) oranının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu aşamada kod olarak tanımlanan özelliklerin çoğunlukla tez içeriklerinde yer aldığı, ancak akademik yazım koşullarına göre doğru bölümde konumlanmadığı gözlenmiştir. Çalışmada yürütülen üç aşama sonucunda akademik yazım kurallarına göre yüksek lisans tezlerinin oluşturulabileceği ve incelenebileceği standart bir değerlendirme formu sunulmuştur. Bu sebeple bu çalışmanın sonraki tez araştırmalarına ve enstitü kurumlarına yol gösterebileceği düşünülmektedir. Uygulayıcılara ve araştırmacılara oluşturulan form üzerinden incelemeler yapmalarını ve formun gelişimine ve sürdürülebilirliğine katkı sağlamaları önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: Akademik Yazım, Değerlendirme Formu, Turizm, Tez

EVALUATION OF MASTER'S THESES IN TOURISM IN TERMS OF ACADEMIC WRITING: AN EVALUATION FORM PROPOSAL

Abstract

The level of scientific validity and reliability of master's theses depends on systematic and organized information. Some deficiencies and errors in this process may cause a decrease in this level. In order to minimize this negativity, theses should have some standards in terms of method and content. When the literature is examined, the lack of a clear common view on the standards that should be found in graduate theses constitutes the starting point of this study. In this context, the main purpose of the study is to determine the information that should be included in the theses prepared in the department of tourism management in terms of method and content and to create an evaluation form for this purpose. The methodology process consists of three stages. In the first stage, the domestic and foreign literature that should be included in graduate theses was extensively reviewed by taking into account the academic writing conditions. In line with the relevant scans, it was determined that thesis studies could be analyzed in 5 basic categories and 35 codes. In the second stage, three separate expert opinions were taken for the categories and codes determined and an evaluation form was prepared. In the third stage, theses published in the field of tourism were scanned to test the validity and reliability of the evaluation form. The thesis screening process took place in March 2024. Master's theses were scanned from the YÖK Thesis Center within the context of certain restrictions (tourism field, social sciences group, only 2023, published, permitted, Turkish). In this context, 131 theses were identified. The theses were screened by taking into account the categories and codes determined in the content of the identified theses. During the screening phase, data were obtained by considering whether the information sought in the theses was correctly positioned according to the rules of academic writing. According to the analysis, it was determined that the academic writing criteria met by master's theses, especially in the "abstract", "theoretical structure" and "conclusion" sections, were more prevalent. Although there is also compliance with academic writing rules in the "introduction" and "method" sections, it was determined that the rate of codes (sub-headings) that were not included (not positioned) in these sections of the theses was higher. At this stage, it was observed that the features defined as codes were mostly included in the content of the thesis, but were not positioned in the correct section according to the academic writing conditions. As a result of the three stages carried out in the study, a standard evaluation form was presented in which master's theses can be created and examined according to academic writing rules. For this reason, it is thought that this study can guide future thesis research and institute institutions. It is recommended that practitioners and researchers conduct reviews on the form and contribute to the development and sustainability of the form.

Keywords: Academic Writing, Evaluation Form, Tourism, Thesis

EKOTURİZMDE KADINLARIN ROLÜ VE ÖNEMİ

Dr. Öğr. Üyesi Dicle ÖZCAN ELÇİ

Şırnak Üniversitesi,
dicleozcan88@gmail.com

Özet

Turizm sektörü ve akademik disiplininde son yıllarda ilgiyle karşılanan bir kavram olarak ekoturizm faaliyetleri, bir yöreye özgü doğal güzellikler ya da kültürel öğeleri cazip kılarken aynı zamanda yörenin kültürel dokusu ve doğası/çevresine duyarlı davranmayı gerektirmektedir. Ekoturizm “doğa” ve “çevre” odaklı olduğu için kadınların cinsiyet rolleri gereği “doğal olarak” ekoturizm faaliyetlerinde gittikçe baskın biçimde yer aldığı göze çarpmaktadır. Başka bir deyişle, kadınların toplumsal cinsiyet rolleri gereği doğa ile ilişkilendirilmesi, çevreye daha duyarlı ya da yakın olduğu fikrinden hareketle özellikle doğaya dayalı ekoturizm faaliyetlerinin kadınların öncülüğünde yürütüldüğü açığa çıkmaktadır. Bu çalışmada da “ekoturizm ve kadın” eksenli yapılmış akademik çalışmalara dayalı literatür taraması üzerinden bir derleme çalışması yapılması hedeflenmektedir. Ulaşılan çalışmalara dair bir içerik analizi yapılarak ekoturizmde kadınların rolü ve önemine ilişkin çıkarımlarda bulunulması amaçlanmaktadır. Bu anlamda kadınların bu alanda “aktör” mü yoksa “araç” mı olduğu sorusuna cevap aranmaktadır. Sonuç itibarıyla ekoturizm faaliyetlerinde yer alan kadınların kısmen de olsa ekonomik açıdan güçlendiği, ev-içi ücretsiz emeği gelir getirici bir ekonomik faaliyete dönüştürdükleri, faaliyetlerin toplumsal cinsiyet rolleriyle uyumlu olduğu açığa çıkmıştır. Ayrıca kadınların ekoturizm faaliyetlerinde yer almaktan kısmen memnun; bazı hususlarda da (değerlerin ticari kazanca dönüşmesi, doğal güzelliklerin tahribi, çifte vardiya ile iş yükünün artması gibi) memnun olmadığı söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Ekoturizm, Kadın, Toplumsal cinsiyet, Kırsal kalkınma, Sürdürülebilir kalkınma

THE ROLE AND IMPORTANCE OF WOMEN IN ECOTOURISM

Abstract

Ecotourism activities, as a concept that has attracted attention in the tourism sector and academic discipline in recent years, require sensitivity to the cultural texture and nature/environment of a region while making the natural beauties or cultural elements specific to a region attractive. Since ecotourism is "nature" and "environment" oriented, it is noticeable that women are increasingly taking part in ecotourism activities "naturally" due to their gender roles. In other words, based on the idea that women are associated with nature due to their gender roles and are more sensitive or close to the environment, it becomes clear that nature-based ecotourism activities are led by women. In this study, it is aimed to conduct a compilation study based on a literature review of academic studies on "ecotourism and women". It is aimed to make inferences about the role and importance of women in ecotourism by conducting a content analysis of the studies. In this sense, an answer to the question of whether women are "actors" or "tools" in this field is sought. As a result, it has been revealed that women involved in ecotourism activities are partially economically empowered, that they transform unpaid domestic labor into an income-generating economic activity, and that their activities are compatible with gender roles. In addition, it can be said that women are partially satisfied with taking part in ecotourism activities and dissatisfied with some issues (such as the transformation of values into commercial gain, destruction of natural beauties, increase in workload with double shifts).

Keywords: Ecotourism, Women, Gender, Rural development, Sustainable development.

FELAKET TURİZMİ BAĞLAMINDA DEPREMLER

Dr. Öğr. Üyesi Hidayet KİŞLALİ

Afyon Kocatepe Üniversitesi

hkislali@aku.edu.tr

Özet

Doğal ve insan kaynaklı felaketler, bireyler ve topluluklar üzerinde yıkıcı etkiler yaratır ve arkasında kalan yıkım için iyi planlanmış felaket sonrası iyileştirme çalışmaları gerekir. Bu çabalar, etkilenen bölgelerin yeniden canlanması ve kayıpları yaşayan insanların genel refahı için hayati öneme sahiptir. Felaket turizmi, hem turizm akademisyenlerinin hem de uygulayıcılarının dikkatini çeken bir olgu olarak ortaya çıkmıştır. Turizm literatürünün incelenmesi, felaket turizminin, felaket kalıntıları veya anıtlarının odak noktası olduğu bir turizm türü olarak sınıflandırılabilirliğini göstermektedir. Genellikle trajedi ve ölümle ilişkili alanlara odaklanan hüzn turizmi şemsiyesi altında sınıflandırılmaktadır. Ayrıca, felaket sonrasında ekonomik toparlanma aracı olarak kriz yönetimi bakış açısıyla da ele alınmaktadır. Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde felaketlerin sıklığı ve 2023'te yaşanan deprem kaynaklı yıkım göz önüne alındığında, felaket turizmi üzerine araştırmalar özellikle önem kazanmaktadır. Bu tür araştırmalar, turizm alanında çalışan akademisyenlerin gerçekleştirdiği bilimsel araştırmalardan elde edilen yeni bulgular sunabilir. Bu makale, literatür taraması aracılığıyla felaket turizminin detaylarını aydınlatmayı amaçlamaktadır. Bu taramanın birincil kaynağı, Web of Science veri tabanında indekslenen turizm dergileri olacaktır. Bu araştırma, mevcut literatürü inceleyerek felaket turizmi etrafındaki söylemlere ışık tutmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Felaket turizmi, Hüzn turizmi, Depremler ve turizm

EARTHQUAKES IN THE CONTEXT OF DISASTER TOURISM

Abstract

Natural and human-made disasters wreak havoc on individuals and communities, leaving a trail of destruction that demands well-planned post-disaster recovery efforts. These attempts are vital for the revival of affected regions and the overall well-being of the people who have endured the losses. Disaster tourism has emerged as a phenomenon drawing attention from both tourism scholars and practitioners. Review of tourism literature suggests that disaster tourism can be classified as a distinct type of tourism, where the focal points are the remains or memorials of disasters. It is often classified under the umbrella term of dark tourism, focusing on sites associated with tragedy and death. Moreover, it has been explored with crisis management lenses as a tool for economic recovery after a disaster. Considering the frequency of disasters in various parts of Türkiye and the recent earthquake-induced devastation in 2023, research on disaster tourism becomes particularly relevant. Such investigations could offer fresh insights derived from academic research conducted by scholars in the field of tourism. This paper seeks to illuminate the details of disaster tourism through a narrative literature review. The primary source of this review will be tourism journals indexed in the Web of Science database. By examining existing literature, this research aims to shed light on the discourses surrounding disaster tourism

Keywords: Disaster tourism, Dark tourism, Earthquakes and tourism

TURİZM VE MODA ÜZERİNE BİR İNCELEME

Selcan KEREMOĞLU

Afyon Kocatepe Üniversitesi

keremogluselcan@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Hidayet KIŞLALI

Afyon Kocatepe Üniversitesi

hkislali@aku.edu.tr

Özet

Tüketiciler kendi referans gruplarının tercih ettiği marka, ürün ve destinasyonları tercih etme eğilimi gösterirler. Potansiyel ziyaretçilerde olumlu bir imaj oluşturarak onlarda ziyaret etme isteği oluşturabilen destinasyonlar popülerlik kazanırlar ve bu durum onlara alt yapı yatırımları, istihdam olanakları ve döviz gelirlerinde artış gibi avantajlar sunar. Bu yüzden destinasyonlar hedef kitle için popüler olma özelliğini elde etmeye gayret ederler. Moda ve turizm arasındaki ilişki oldukça karmaşık ve aynı zamanda az araştırılmış görünmektedir. Bir yandan turizm destinasyonlarının veya turistik ürün ve hizmetlerin bir trend haline gelmesi söz konusu iken bir yandan da turizmin doğrudan modanın kendisini etkilediğini gözlemlemekteyiz. Örneğin, bugün şehirlerde yaşayan ve gerçek anlamda doğa sporlarıyla ilgilenmeyen kişilerin belli doğa sporlarıyla bilinir hale gelen markaların ürünlerini tercih etmesi bu iki yönlü ilişkiye bir örnek olarak sunulabilir. Özü itibariyle moda severleri hedefleyen festival benzeri etkinlikler ise etkinliğin düzenlendiği destinasyona ziyaretçi akışı sağlayarak hem ekonomik fayda elde edilmesine hem de destinasyon imajının gelişimine katkı sunmaktadır. Moda ve turizm arasındaki ilişkiye değinen çalışmaların oldukça kısıtlı olduğu gözlemlenmektedir. Bu çalışmanın amacı turizm ve moda arasındaki ilişkiye ışık tutmaktır. Bu çalışmanın yöntemini alan yazın incelemesi oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Moda, Moda ve turizm, Moda ve seyahat

STUDY ON FASHION AND TOURISM

Abstract

Consumers tend to prefer brands, products, and destinations favored by their reference groups. Additionally, being in fashion offers advantages to a destination such as infrastructure investments, employment opportunities, and increased foreign exchange income. Therefore, destinations strive to achieve popularity among the target audiences. The relationship between fashion and tourism appears to be quite complex and underresearched. On the one hand, tourism destinations or tourism products and services may become trends, while on the other hand, we observe that tourism itself directly influences fashion. For instance, individuals living in cities today, who are not really interested in outdoor sports, may prefer products of brands associated with specific outdoor activities. As an illustration to this mutual relationship, events targeting fashion enthusiasts contribute to both the economy and the image of a destination by attracting visitors to the destination where the event takes place. It is observed that studies addressing the relationship between fashion and tourism are quite limited. This study, expected to shed light on the relationship between tourism and fashion, consists of a literature review.

Keywords: Fashion, Fashion and tourism, Fashion and travel

JEOPARK ALANLARINDA SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA AÇISINDAN EKOTURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: BITLİS NEMRUT JEOPARKI ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Necmettin ELMASTAŞ

Bitlis Eren Üniversitesi
elmastas@harran.edu.tr

Doç. Dr. Fatih ADIGÜZEL

Bitlis Eren Üniversitesi
fadiguzel@beu.edu.tr

Özet

Son yıllarda küreselleşme ve teknolojiye bağlı olarak ulaşım olanaklarının gelişmesi, dijital platformlara erişiminin kolaylaşması ve boş zaman deneyiminin artması ile birlikte turizm faaliyetlerine yönelik ilgi artmıştır. Dolayısı ile her geçen gün yeni alternatif turizm aktiviteleri geliştirilmekte, bazı destinasyonlarda aşırı turist akını, alt yapı yetersizliği ve çevre yönetiminde birtakım aksaklıklar meydana gelmektedir. Popüler turizm destinasyonlarındaki doğal ve kültürel varlıkların erozyona uğraması açısından duyulan endişe, çevresel farkındalık ve sürdürülebilir turizm uygulamalarını gerekli kılmaktadır. Jeolojik mirasın ve doğal peyzajın korunması, eğitim konusunda farkındalık, yerel ekonominin kalkınması ve uluslararası iş birliğini kapsayan jeoparklar sürdürülebilir kalkınmayı hedefleyen, jeolojik, arkeolojik, kültürel ve ekolojik değerlerin nitelikli turizm uygulamalarına kazandırılmasına öncülük eden coğrafi bir bölgeyi kapsamaktadır. Bu alanlar benzersiz jeolojik oluşumları, doğal manzarası ve zengin biyolojik çeşitliliği ile ekoturizm gelişimi için uygun bir platform sunmaktadır. Ekoturizm faaliyetleri yerel toplulukların refahını desteklerken, doğal habitatlar, jeolojik ve kültürel varlıkların korunmasını sağlayacak sorumlu turizm anlayışını benimsemektedir. Türkiye'nin Doğu Anadolu bölgesinde yer alan Bitlis ili sınırları içerisinde birçok özgün jeolojik miras unsurları yer almaktadır. Bitlis, özellikle milyonlarca yıl önce volkanik faaliyetler sonucu oluşmuş Nemrut Kalderası başta olmak üzere çeşitli akarsular tarafından oyulmuş derin ve dar vadileri, zengin biyolojik çeşitliliği, kültürel ve jeolojik mirası ile sürdürülebilir ekoturizm faaliyetleri için ideal bir destinasyondur. Mikro klima alanına sahip kaldera aynı zamanda sıcak su kaynakları ile birçok flora ve faunaya ev sahipliği yapmaktadır. Bölge doğa ve macera tutkunlarını cezbederken, eğitim turizmi açısından da uygun bir platform sunmaktadır. Dolayısıyla bölgede ekoturizm faaliyetleri sürdürülebilir turizm ile doğal ve kültürel varlıkların uzun vadede korunmasının yanı sıra bölgenin ekonomik açıdan kalkınmasına da olanak tanıyacak çevre dostu strateji benimsemektedir. Bölgedeki ekoturizm faaliyetleri doğa yürüyüşleri, vahşi yaşam gözlemciliği, kuş gözlemciliği, kampçılık ve kültürel turlar gibi aktiviteleri ile ziyaretçilere zenginleştirilmiş bir deneyim sunmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı Bitlis ilindeki potansiyel ekoturizm alanlarının belirlenmesidir. Ekoturizm alanlarını belirlemede kullanılan birçok yöntem mevcuttur. Bu yöntemlerden biri de Ecotourism Opportunity Spectrum/Ekoturizm Fırsat Spektrumu (ECOS) yöntemidir. ECOS ile potansiyel ekoturizm alanları belirlenirken Coğrafi Bilgi Sistemi (CBS) yazılımlarından ArcGIS Pro kullanılmıştır. ArcGIS Pro yazılımında belirli hesaplamalar ve puanlandırma sistemi ile Bitlis ili potansiyel ekoturizm alanları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir kalkınma, Ekoturizm, Jeopark, Bitlis

EVALUATION OF ECOTOURISM POTENTIAL IN GEOPARK AREAS IN TERMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT: THE CASE OF BİTLİS NEMRUT GEOPARK

Abstract

In recent years, due to globalization and technological advances, interest in tourism activities has increased with the development of transportation facilities, more accessible access to digital platforms, and increased leisure time experience. Therefore, new alternative tourism activities are being developed daily, and some destinations are experiencing an excessive influx of tourists, inadequate infrastructure, and some failures in environmental management. Concern about natural and cultural heritage erosion in popular tourism destinations requires environmental awareness and sustainable tourism practices. Geoparks, which include the protection of geological heritage and natural landscapes, educational awareness, the development of the local economy, and international cooperation, cover a geographical region that aims for sustainable development and brings geological, archaeological, cultural, and ecological values to qualified tourism practices. These areas offer a suitable platform for ecotourism development with their unique geological formations, natural scenery, and rich biodiversity. Ecotourism activities support the well-being of local communities and adopt a responsible tourism approach to ensure the protection of natural habitats and geological and cultural assets. There are many unique geological heritage elements within the borders of Bitlis province, located in the Eastern Anatolia Region of Turkey. Bitlis is an ideal destination for sustainable ecotourism activities with its deep and narrow valleys carved by various rivers, rich biodiversity, and cultural and geological heritage, especially the Nemrut caldera formed from volcanic activities millions of years ago. The caldera, which has a microclimate area, is also home to hot water springs and many flora and fauna. While the region attracts nature and adventure enthusiasts, it also offers a suitable platform for educational tourism. Therefore, ecotourism activities in the region adopt an environmentally friendly strategy that will enable the economic development of the region as well as the long-term protection of natural and cultural assets through sustainable tourism. Ecotourism activities in the region offer visitors an enriched experience with nature walks, wildlife watching, bird watching, camping, and cultural tours. In this context, the study's main objective is to identify potential ecotourism areas in Bitlis province. There are many methods used to identify ecotourism areas. One of these methods is the Ecotourism Opportunity Spectrum (ECOS) method. ArcGIS Pro, a Geographic Information System (GIS) software, was used to identify potential ecotourism areas with ECOS. Potential ecotourism areas in Bitlis province were determined using specific calculations and a scoring system in ArcGIS Pro software.

Keywords: Sustainable development, Ecotourism, Geopark, Bitlis

WEB TABANLI CBS İLE BİTLİS TARİHİ TİCARET ROTALARININ KEŞFİ VE TURİZME ENTEGRASYONU

Doç. Dr. Ebru MANDACI

Bitlis Eren Üniversitesi

mandaciebru@hotmail.com

Öğr. Gör. Aşlı Deniz ADIGÜZEL

Bitlis Eren Üniversitesi

adeniz4250@gmail.com

Özet

Bireylerin genellikle dinlenme, eğlenme, spor, öğrenme, sağlık veya iş amaçlı seyahat etme faaliyetlerinden ortaya çıkan hareketliliğin bölgeye sağladığı ekonomik etki turizmi bir sektör haline getirmiştir. Özellikle küreselleşme ve teknolojik gelişmelerin beraberinde getirdiği ulaşım olanaklarının çeşitliliği, sosyal medya ve çevrim içi platformların erişim kolaylığı insanları farklı kültürlerle daha fazla etkileşim kurmaya ve yeni deneyimler keşfetmeye teşvik etmektedir. Nitekim günümüz turizm algısı çok yönlü ve dinamik bir şekilde gelişim göstermekte, çevresel sürdürülebilirlik, toplumsal refah ve ekonomik büyüme ile orantılı olarak ilerleme kaydetmektedir. Bu faktörlere paralel olarak insanların seyahat etme motivasyonlarında da birtakım değişimler gözlenmekte, bu değişimlere göre özel ilgi ve beklentilerini karşılayacak nitelikte turizm türlerinin çeşitlenmesi ve kitlesel turizmden bireyselliği öne çıkaran esnek bir anlayışla karşılaşılmaktadır. Tarihi devirlerden önce ve sonra üretilmiş, şekillendirilmiş; kültür, bilim, inanç ve sanat eserleri ile ilgili olan bütün soyut ve somut ürünler olarak değerlendirilen kültürel miras bireylerin başka kültürler ile tanışma ve anlama isteğini artırarak turizmde önemli bir rol oynamaktadır. Bu durum kültürel miras turizminin gelişimine katkıda bulunarak turistlerin bireysel ilgi alanlarına yönelik kişiselleştirilmiş bir seyahat deneyimi aramalarına neden olmaktadır. Dolayısı ile turizm sektörü bireysel ihtiyaçlara daha duyarlı hale gelmiştir ve genel turizm faaliyetlerinden çok spesifik bir deneyim arayan ve belirli bir konuda derinlemesine bilgi edinmek isteyenlere yönelik çeşitli ürün ve hizmetler geliştirme eğilimi sergilenmektedir. Özelleştirilmiş tur paketleri, tematik rotalar ve kişiye özel seyahat planları gibi yenilikçi yaklaşımlar sektörde rekabet avantajı sağlamanın yanı sıra nitelikli turizm anlayışı ile çevresel ve kültürel etkileri gözeterek destinasyonların korunması ve sürdürülebilirliğini artırmaktadır. Özellikle kültürel miras rotaları kültür ve tarihi mirasın keşfi ile modern seyahat deneyimini birleştirerek ziyaretçilere farklı kültür ve dönemlerin izlerini sürme imkânı tanımaktadır. Günümüzde varlığını koruyabilmiş tarihi kent merkezleri, kaleler, hanlar, kervansaraylar, köprüler ve antik yollar çoğunlukla geçmişte farklı medeniyet ve kültürlerin buluşma noktası olan ticaret merkezleridir. Dolayısı ile geçmişte mal ve hizmetlerin, kültürel ve teknolojik bilgilerin, hatta inançların farklı bölgelere taşındığı ve etkileşimlerin sağlandığı tarihi ticaret yol güzergahlarını ziyaret etmek, insanlara geçmişe bir yolculuk yapma hissi vererek, dönemin atmosferini deneyimleme ve zamanda yolculuk yapmanın metaforik bir biçimi olarak düşünülebilir. Bitlis ili tarihi süreç boyunca coğrafi konumu itibarıyla önemli bir ticaret merkezi olarak Anadolu coğrafyasında yer edinmiştir. Tarihi İpek Yolu'nun bir kolu olan Doğu Anadolu'yu İran platosu ile bağlayan Zahab Yolu üzerinde yer almasının yanı sıra Nemrut Dağı çevresinde bulunan obsidyen yatakları nedeniyle tarih öncesi dönemlerde de Anadolu ve Mezopotamya'daki çeşitli kültürler arasında ticaretin yapıldığı bir konuma sahiptir. Bu tarihi ticaret yolları üzerindeki stratejik konumu şehrin mimari yapısına, kültürel dokusuna, zaman-mekân-insan üçgeni içerisinde şekillenen eserlere yeni anlamlar kazandırmaktadır. Bu yapılar bölgenin yaşayış biçimi, gelenekleri ve kimliği ile ilgili bilgi verirken turizme entegrasyonu ile kültürel mirasın korunması, sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi ve bölgesel kalkınma açısından katkı sağlayabilir. Bu

bağlamda bir mola noktası olan tarihi ticaret yolları üzerinde bulunan kültürel miras varlıklarını tespit etmek, il turizminin çeşitlenmesine ve yeni alternatiflerin üretilmesi ile cazibesinin artırılmasına olanak tanımaktadır. Çalışmada Web tabanlı coğrafi bilgi sistemleri yardımı ile Bitlis tarihi ticaret yollarının dijital haritaları oluşturularak rota planlaması yapılmıştır. Turistlere interaktif bir deneyim sunarak bulunduğu lokasyonlar da kültürler ve destinasyon alanları ile ilgili birçok bilgiye kolaylıkla erişim imkanı sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kültürel miras, Tarihi ticaret yolları rotası, Web CBS, Bitlis

EXPLORATION OF BİTLİS HISTORICAL TRADE ROUTES AND INTEGRATION INTO TOURISM WITH WEB-BASED GIS

Abstract

The economic impact of the mobility of individuals traveling for rest, entertainment, sports, learning, health, or business purposes has turned tourism into a sector. In particular, globalization and technological advancements have encouraged people to interact more with different cultures and discover new idioms through the diversity of transportation options and the ease of access to social media and online platforms. Today's perception of tourism is developing in a multifaceted and dynamic way, making progress in proportion to environmental sustainability, social welfare, and economic growth. In parallel with these factors, some changes are observed in people's motivation to travel, the diversification of tourism types to meet their unique interests and expectations according to these changes, and a flexible understanding that emphasizes individuality over mass tourism. Cultural heritage, considered all tangible and intangible products related to culture, science, belief, and artworks produced and shaped before and after historical periods, plays a vital role in tourism by increasing individuals' desire to meet and understand other cultures. This situation has contributed to cultural heritage tourism development and led tourists to seek a personalized travel experience tailored to their interests. Therefore, the tourism sector has become more sensitive to individual needs, and there is a tendency to develop various products and services for those looking for a specific experience and in-depth knowledge of a particular topic rather than general tourism activities. Innovative approaches such as customized tour packages, thematic routes, and personalized travel plans not only provide a competitive advantage in the sector but also increase the protection and sustainability of destinations by considering environmental and cultural impacts with a qualified tourism approach. In particular, cultural heritage routes combine the discovery of cultural and historical heritage with the modern travel experience, allowing visitors to trace the footsteps of different cultures and eras. Historical city centers, castles, inns, caravanserais, bridges, and ancient roads that have survived today are mostly trade centers that were the meeting points of different civilizations and cultures in the past. Therefore, visiting historical trade routes, where goods and services, cultural and technological knowledge, and even beliefs were transported and interacted in the past, can be considered a metaphorical way of experiencing the atmosphere of the period and traveling through time by giving people the feeling of traveling back in time. Bitlis Province has been an important trade center in Anatolia due to its location throughout history. In addition to being located on the Zahab Road connecting Eastern Anatolia with the Iranian plateau, which is a branch of the historical Silk Road, it has a position where trade was carried out between various cultures in Anatolia and Mesopotamia in prehistoric times due to the obsidian deposits around Mount Nemrut. Its strategic location on these historical trade routes gives new meaning to the city's architectural structure, cultural texture, and works shaped within the time-space-human triangle. While these structures provide information about the region's lifestyle, traditions, and identity, their integration into tourism can contribute to the protection of cultural heritage, sustainable tourism, and regional

development. In this context, identifying cultural heritage assets located on historical trade routes, which are a stopover point, allows provincial tourism to diversify and increase its attractiveness by producing new alternatives. In this study, route planning was done by creating digital maps of Bitlis historical trade routes with the help of Web-based geographical information systems. By offering an interactive experience to tourists, they can easily access much information about cultures and destination areas in their locations.

Keywords: Cultural heritage, Historic trade routes, Web GIS, Bitlis

YİYECEK VE İÇECEK SEKTÖRÜ GASTRONOMİ 4.0 UYGULAMALARINDA BULANIK MANTIK

Doç. Dr. Murat DOĞAN
İstanbul Gelişim Üniversitesi
mdogan@gelisim.edu.tr

Özet

Endüstri 4.0, otomasyon ve gerçek zamanlı veri alışverişi ile üretim süreçlerinin verimliliği ve esnekliğinde artışı vaat etmektedir. Ayrıca kişiselleştirilmiş, hızlı ürün ve hizmetlere yönelik değişen tüketici taleplerini de karşılayabilmektedir. Gelişmiş ülkelerde Endüstri 4.0 uygulamasına yönelik pilot sektörlerden biri de yiyecek ve içecek sektörüdür. Endüstri 4.0'ın yiyecek ve içecek sektörü üzerindeki etkileri Gastronomi 4.0 fenomeninin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Gastronomi 4.0 yiyecek ve içecek üretiminde hazırlığı, servisi, mutfak yönetimi ve yemek deneyimlerinde teknolojiyi, veri analizini, otomasyonu ve dijitalleşmeyi içermektedir. Bu bağlamda mutfakta kullanıma potansiyeline sahip dijital mutfaklar, dijital yemek deneyimleri, veri analitiği, yapay zekâ ve makine öğrenimi ve gıda güvenliği takip sistemlerinin tümü dijital teknolojilerin, otomasyonun ve veri analitiğinin üretim süreçlerine entegrasyonunu gerektirmektedir. Bahsedilen bu süreçler karmaşık ve belirsiz değişkenler içermekte olup bulanık mantık yararlı bir araç olarak kullanılabilir. Bu çalışmanın amacı yiyecek içecek sektörü Gastronomi 4.0 uygulamalarında bulanık mantığın uygulanabilirliğini araştırmaktır. Bulanık mantık, klasik mantığın temel argümanı olan kesin akıl yürütme yerine yaklaşık ve belirsiz değerlerle ilgilenen bir matematiksel yaklaşımdır. İkili biçimde (doğru veya yanlış) çalışan klasik mantığın aksine, bulanık mantık, sonucun kısmen doğru veya kısmen yanlış olabileceği doğruluk derecelerine izin vermektedir. Bulanık mantık belirsizliğin olduğu Gastronomi 4.0 süreçlerinde kullanılarak daha esnek karar alma ve problem çözme yeteneğine kavuşabilir. Bulanık mantığın kullanılabileceği Gastronomi 4.0 süreçleri şunlardır: (1) pişirme süreçleri; (2) pişirme derecelerinin ve sürelerinin belirlenmesi; (3) tariflerin içerik miktarlarının ayarlanması; (4) tariflerin kişiselleştirilmesi; (5) lezzet ve tat profillerinin düzenlenmesi; (6) menü planlama ve fiyatlandırma ve (7) envanter yönetimi. Sonuç olarak bulanık mantığın Gastronomi 4.0 bileşenlerinde kullanılması ile mutfakta karar alma süreçleri daha esnek ve hassas hale getirilebilecektir.

Anahtar Kelimeler: Endüstri 4.0, Gastronomi 4.0, Yiyecek ve içecek sektörü, Bulanık mantık

FUZZY LOGIC IN FOOD AND BEVERAGE INDUSTRY GASTRONOMY 4.0 APPLICATIONS

Abstract

Industry 4.0 promises increased efficiency and flexibility in production processes through automation and real-time data exchange. It can also address changing consumer demands for personalized and fast products and services. One of the pilot sectors for Industry 4.0 implementation in advanced countries is the food and beverage industry. The effects of Industry 4.0 on the food and beverage sector have led to the emergence of the Gastronomy 4.0 phenomenon. Gastronomy 4.0 encompasses the use of technology, data analysis, automation, and digitalization in food and beverage production, preparation, kitchen management, and dining experiences. In this context, digital kitchens, digital dining experiences, data analytics, artificial intelligence, machine learning, and food safety and tracking systems all require the integration of digital technologies, automation, and data analytics into production processes. These processes involve

complex and uncertain variables that can be effectively addressed using fuzzy logic as a useful tool. This study aims to investigate the applicability of fuzzy logic in Gastronomy 4.0 applications in the food and beverage industry. Fuzzy logic is a mathematical approach that deals with approximate and uncertain values instead of the precise reasoning of classical logic. Unlike classical logic, which operates in a binary manner (true or false), fuzzy logic allows for degrees of truthfulness, where the result can be partially true or partially false. By using fuzzy logic in Gastronomy 4.0 processes with inherent uncertainties, more flexible decision-making and problem-solving abilities can be achieved. Gastronomy 4.0 processes where fuzzy logic can be applied include (1) cooking processes; (2) determination of cooking temperatures and times; (3) adjustment of ingredient quantities in recipes; (4) personalization of recipes; (5) adjustment of flavor profiles; (6) menu planning and pricing; and (7) inventory management. Overall, the use of fuzzy logic in Gastronomy 4.0 components can make decision-making processes in the kitchen more flexible and precise.

Keywords: Industry 4.0, Gastronomy 4.0, Food and beverage industry, Fuzzy logic

ÇEKİRDEKTEN FİNCANA, FİNCANDAN KASAYA: DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE KAHVE TİCARETİ

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet BEYAZGÜL

Harran Üniversitesi,

mehmetbeyazgul@harran.edu.tr

Öğr. Gör. Hilal ÖZ

Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi,

hilal.oz@mku.edu.tr

Özet

Kahve, dünya genelinde en popüler alkolsüz içeceklerden biridir ve bin yılı aşkın bir geçmişe sahiptir. Kendine özgü aroması ve içeriğindeki kafein ile zamanla insanların en çok tercih ettiği içecekler arasında yerini almıştır. Rubiaceae familyasına ve Coffea cinsine ait olan kahvenin 124 çeşidi olmasına rağmen dünya kahve ticaretinde Arabica ve Robusta türleri tercih edilmektedir. Dünyada petrolden sonra en çok ihraç edilen ürün olan kahve, günümüzde 70'ten fazla ülkede yetiştirilip pazarlanmaktadır. Bu ülkeler içerisinde Brezilya, Vietnam ve Kolombiya dünya kahve üretiminin yaklaşık %55'ini elinde tutmayı başarmıştır. Bu kadar büyük ticaret hacmi olan kahvenin, yetiştirilmesi, işlenmesi, ticareti, nakliyesi ve dağıtımı büyük istihdam yarattığından, birçok gelişmekte olan ülkenin ekonomisi neredeyse tamamen kahveye bağlıdır. Türkiye'de ise kahve yetiştiriciliğine uygun bir iklimin bulunmamasına rağmen ithal edilen kahve, işlenerek pazarlanmaktadır. Özellikle UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras listesinde yer alan Türk Kahvesi Türkiye'nin kahve ticaretinde önemli bir yere sahiptir. Bununla birlikte son yıllarda özellikle üçüncü nesil kahve akımının ve kafe kültürünün yaygınlaşmasıyla filtre kahve ve espresso gibi çeşitlerde de talep artışı görülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı içecek sektöründe büyük yer tutan kahvenin Dünyada ve Türkiye'deki ticaretinin yıllar itibarıyla gelişimini ortaya koymak ve sektörde meydana gelen değişimlerin sebeplerini araştırmaktır. Bu amaç doğrultusunda TÜİK, ICO ve FAO kurumlarından elde edilen veriler kullanılarak Türkiye ve Dünyada kahve ticaretinin yıllar arasındaki değişimleri analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kahve, Ticaret, Türkiye

FROM BEAN TO CUP, FROM CUP TO CASH: COFFEE TRADE IN THE WORLD AND TÜRKİYE

Abstract

Coffee is one of the most popular soft drinks around the world and has a history dating back over a thousand years. Over time, it has taken its place among people's most preferred drinks with its unique aroma and caffeine content. Although there are 124 varieties of coffee belonging to the Rubiaceae family and Coffea genus, Arabica and Robusta types are preferred in the world coffee trade. Coffee, the second most exported product in the world after oil, is now grown and marketed in more than 70 countries. Among these countries, Brazil, Vietnam, and Colombia have managed to hold about 55% of the world's coffee production. Since the cultivation, processing, trade, transport, and distribution of coffee, which has such a large trade volume, creates large employment opportunities, the economies of many developing countries depend almost entirely on coffee. Although Turkey does not have a suitable climate for coffee cultivation, imported coffee is processed and marketed. Especially Turkish coffee, which is on the UNESCO Intangible Cultural Heritage list, has an important place in Turkey's coffee trade. However, in recent years, especially with the spread of the third-generation coffee trend and café culture, there has been an increase in demand for varieties such as filter coffee and espresso. In this context, the study aims

to reveal the development of the trade of coffee, which has a large place in the beverage industry, in the world, and in Turkey over the years, and to investigate the reasons for the changes in the sector. For this purpose, differences about years in coffee trade figures in Turkey and the World has analyzed using data obtained from TURKSTAT, ICO, and FAO institutions.

Keywords: Coffee, Trade, Turkey

EXPLORING THE IMPACT OF FINANCIAL LITERACY ON THE FINANCIAL BEHAVIOR OF BANK CUSTOMERS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

Larisa MISTREAN

Phd, Post-doctoral Researcher

mistrean_larisa@ase.md

Abstract

The economic and financial crisis and daily practice show that financial products and services are complex for most individuals, and consumers make many mistakes when choosing from the existing market offer the financial services, they purchase to meet their current and future needs. Consumer financial education and literacy ensures that consumers behave financially in an informed manner with regard to managing their finances effectively and understanding the essence and necessity of different financial products, such as saving, borrowing, insuring, participating in pension plans, investing, paying taxes and complying with tax obligations, avoiding becoming a victim of fraud, etc. Thus, consumer financial education will ensure that consumers make well thought-out consumption decisions, being aware of the impact of impulsive decisions on their future financial situation. Financial behavior studies the psychological and sociological factors that influence individuals' financial decision-making and provides an understanding of the reasoning patterns of investors, savers, borrowers, including the emotional processes involved and the degree to which these influence their decision-making about investments, savings, credits, insurance, etc. This paperwork will contribute to a better understanding of the financial behavior of individuals and ensure the development of effective policies aimed at improving the financial behavior and decisions of consumers of financial-banking services in order to eliminate or at least mitigate the financial risks and various problems they face as a result of unwise financial decisions and contribute to improving their quality of life.

Keywords: Financial behavior, Financial literacy, Bank customers, Financial education, Consumption decisions, Financial products and services

SEMBOİZMİN GIDA SEÇİMİNE ETKİSİ: KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA

Dr. Öğr. Üyesi Şehmus AYKOL

Mardin Artuklu Üniversitesi

sehmusaykol@artuklu.edu.tr

Nesibe GÜZEL

Mardin Artuklu Üniversitesi

guzelsnb@gmail.com

Özet

Gıda tüketmek önceleri temel bir ihtiyaçken zamanla toplumlar için önemli bir ritüel haline gelmiştir. Yemeğin taşıdığı anlam ve düşünceler toplumun kültürünü ve kimliğini yansıtmaktadır. Toplumun bir parçası olan birey yemekle kendi arasında bağ kurmak için yemeğin taşıdığı simgesel işlevini göz önünde bulundurarak tercihler yapmaktadır. Gıdaya yüklenen anlamlar, gıdayı daha iyi anlamak ve benimsemek için bir sembol haline gelmektedir. Çalışmada sembolizmin bireylerin gıda seçimleri üzerindeki etkisi kavramsal bir çerçevede incelenmiştir. Sembolizm, belirli gıdaların sosyal, kültürel ve psikolojik anlamlarını ifade ederken, bu anlamların bireylerin tüketim alışkanlıklarına nasıl yansıdığı araştırılmaktadır. Gıda, sadece besin ihtiyacını karşılamaktan öte, toplumsal kimlik, aidiyet, statü ve duygusal tatmin gibi unsurları da sembolize etmektedir. Bu bağlamda, bireylerin belirli gıdaları seçmesinde sembolik değerlerin rolü kritik bir öneme sahiptir. Çalışmada gıdalardaki sembolik anlamların bireylerin tüketim kararlarını nasıl etkilediği literatür taraması yoluyla ele alınmıştır. Özellikle kültürel semboller, dini inançlar sosyal normlar ve kişisel anılar gibi faktörlerin gıda tercihlerine yön verdiği ortaya konulmuştur. Kültürel semboller ve dini ritüeller, belirli gıdaların kutsallığını veya tabusunu belirleyebilirken; sosyal normlar ve gelenekler, toplumsal kabul görme arzusu doğrultusunda gıda seçimlerini etkilemektedir. Sonuç olarak, sembolizmin gıda seçimi üzerindeki etkileri, bireylerin kimlik inşasında ve sosyal etkileşimlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Gıda seçimleri, bireyin kendini ifade etme biçimlerinden biridir ve bu seçimler sembolik anlamlarla derinlemesine bağlantılıdır. Buna bağlı olarak gıda sembolizminin anlaşılması, sadece tüketici davranışlarını değil, aynı zamanda kültürel ve sosyal dinamiklerinin de daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacaktır.

Anahtar kelimeler: Sembolizm, Kültür, Gıda, Gıda sembolizmi

THE IMPACT OF SYMBOLISM ON FOOD CHOICE: A CONCEPTUAL STUDY

Abstract

While food consumption was initially a basic need, it has gradually become an important ritual for societies. The meanings and thoughts associated with food reflect the culture and identity of a society. As part of society, individuals make food choices considering the symbolic functions that food carries to establish a connection with it. The meanings attributed to food turn it into a symbol to better understand and embrace it. This study examines the impact of symbolism on individuals' food choices within a conceptual framework. Symbolism expresses the social, cultural, and psychological meanings of certain foods and explores how these meanings are reflected in individuals' consumption habits. Food symbolizes not only the satisfaction of nutritional needs but also social identity, belonging, status, and emotional fulfillment. In this context, symbolic values play a crucial role in individuals' selection of certain foods. The study addresses how the symbolic meanings of foods influence individuals' consumption decisions through a literature review. It highlights those factors such as cultural symbols, religious beliefs, social norms, and personal memories direct food preferences. Cultural symbols and religious rituals can determine the sanctity or taboo of certain foods, while social norms and traditions influence food choices in the

desire for social acceptance. Consequently, the effects of symbolism on food choices play a significant role in individuals' identity construction and social interactions. Food choices are one of the ways individuals express themselves, and these choices are deeply connected to symbolic meanings. Therefore, understanding food symbolism helps in comprehending not only consumer behavior but also the cultural and social dynamics more broadly.

Keywords: Symbolism, Culture, Food, Food symbolism

ŞIRNAK'TA YAŞAYAN YEREL HALKIN SPOR TURİZMİNE YÖNELİK TUTUMLARININ İNCELENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Hasan OSMANOĞLU

Şırnak Üniversitesi

hasanosmanoglu@sirnak.edu.tr

Öğr. Gör. VeySEL DİREKÇİ

Şırnak Üniversitesi

veysel.direkci@sirnak.edu.tr

Özet

Bu çalışma, Şırnak'ta yaşayan yerel halkın spor turizmüne yönelik tutumlarının çeşitli değişkenler açısından incelemek amacı ile yapılmıştır. Genel tarama modeline göre tasarlanan çalışmada tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Örneklem grubu 216'sı erkek, 174'ü kadın olmak üzere toplam 390 katılımcıdan oluşmuştur. Araştırmada veri toplama aracı olarak; “Kişisel Bilgi Formu” ve “Spor Turizmüne Yönelik Tutum Ölçeği” kullanılmıştır. 14 soru ve 4 alt boyuttan oluşan ölçeğin bu çalışma için yapılan güvenirlik analizi sonucunda Alfa değeri 0.87 olarak tespit edilmiştir. Veriler SPSS istatistik paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Katılımcıların demografik verilerinin dağılımının belirlenmesi için betimsel istatistik yöntemleri, yüzde (%) ve frekans (f) analizleri uygulanmıştır. Araştırmada verilerin incelenmesinde t testi ve One-Way ANOVA testlerinden faydalanılmış olup, anlamlılık düzeyi $p>0,05$ olarak kabul edilmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların spor turizmüne yönelik tutumları incelenmiş ve genel olarak spor turizmüne yönelik tutumlarının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Araştırma bulgularına göre katılımcıların cinsiyeti ile spor turizmüne yönelik tutum alt boyutlarından iş olanağı boyutu arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($P>0,05$). Yaş değişkeni ile spor turizmüne yönelik tutum alt boyutlarından kişisel katkı, ekonomik katkı, iş olanağı boyutlarında anlamlı farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($P>0,05$). Katılımcıların eğitim durumu ile spor turizmüne yönelik tutum alt boyutlarından kişisel katkı, iş olanağı boyutlarında anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($P>0,05$). Katılımcıların meslekleri ile spor turizmüne yönelik tutum alt boyutlarından kişisel katkı, iş olanağı boyutlarında anlamlı farklılık bulunmuştur ($P>0,05$). Katılımcıların spor dalı ile uğraşma değişkeni ile spor turizmüne yönelik tutum alt boyutlarından kişisel katkı, iş olanağı boyutlarında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($P>0,05$). Katılımcıların medeni durum, yaşadığı yer ve gelir düzeyi değişkeni ile spor turizmüne yönelik tutum alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($P>0,05$). Sonuç olarak; araştırmamızda örneklemdeki katılımcıların ölçek maddelerine vermiş oldukları cevaplara bakıldığında, spor turizmüne yönelik tutumlarında, ölçeğin tüm alt boyutlarında genel olarak üstü düzeyde bir tutumun olduğu belirlenmiştir. Ayrıca cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslekleri ve spor ile uğraşma değişkenleri ile spor turizmüne yönelik tutum alt boyutları farklılık tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Spor bilimleri, Spor turizmi, Turizm

INVESTIGATION OF THE ATTITUDES OF LOCAL PEOPLE LIVING IN ŞIRNAK TOWARDS SPORTS TOURISM

Abstract

This study aimed to investigate the attitudes of local people living in Şırnak towards sports tourism in terms of various variables. Random sampling method was used in the study, which was designed according to the general survey model. The sample group consisted of a total of 390 participants,

216 male and 174 female. As a data collection tool in research, "Personal Information Form" and "Scale of Attitude Towards Sport Tourism" were used. As a result of the reliability analysis of the scale consisting of 14 questions and 4 sub-dimensions, the Alpha value was determined as 0.87. The data were analyzed through the SPSS statistical package program. Descriptive statistical methods, percentage (%) and frequency (f) analyses were applied to determine the distribution of demographic data of the participants. In the study, t-test and One-Way ANOVA tests were used to examine the data, and the significance level was accepted as $p>0.05$. The attitudes of the participants participating in the study towards sports tourism were examined and it was determined that their attitudes towards sports tourism were high in general. According to the findings of the research, a significant difference was found between the gender of the participants and the job opportunity dimension, which is one of the sub-dimensions of attitude towards sports tourism ($P>0.05$). It was concluded that there was a significant difference in the dimensions of personal contribution, economic contribution, and job opportunities from the age variable and the sub-dimensions of attitude towards sports tourism ($P>0.05$). A significant difference was found in the dimensions of personal contribution and job opportunities from the sub-dimensions of the educational status of the participants and their attitude towards sports tourism ($P>0.05$). A significant difference was found in the dimensions of personal contribution and job opportunities from the sub-dimensions of the participants' professions and attitudes towards sports tourism ($P>0.05$). It was concluded that there was a significant difference in the personal contribution and job opportunities dimensions of the participants' variable of engaging in sports and their attitude towards sports tourism ($P>0.05$). There was no significant difference between the variables of marital status, place of residence and income level of the participants and the sub-dimensions of attitude towards sports tourism ($P>0.05$). After all, in our study, when the answers given by the participants in the sample to the scale items were examined, it was determined that there was a generally superior level of attitude towards sports tourism in all sub-dimensions of the scale. In addition, differences were found in the variables of gender, age, educational status, professions and engaging in sports and attitudes towards sports tourism.

Keywords: Sport science, Tourism, Sport tourism

DIRECTIONS FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

Associate Professor, Dr. Larisa MISTREAN
Academy of Economic Studies of Moldova
mistrean_larisa@ase.md

Abstract

The sustainable development of tourism in the Republic of Moldova implies the creation of an adequate basis for the development of domestic and international tourism in an integrated, balanced and sustainable way aimed at ensuring long-term economic, social, cultural and environmental benefits to the national economy and its citizens. The development of tourism in the Republic of Moldova must be environmentally sustainable, economically viable and profitable and ethically and socially fair for the population of the country. Tourism is an economic activity that has an impact on most social sectors and its development can have a positive impact on society as a whole, as long as it is based on the conservation of natural and cultural resources, support for local and national policies and minimizing the negative impact of tourism. In the whole Moldovan economy, tourism can become a dynamizing element of the overall economic system, based on a specific demand for goods and services, a demand that leads to an increase in their production. Used methods: Analysis of information and data from papers and professional publications; statistical data; comparison - the situation of the investigated subject in a certain period; synthesis - assuming conclusions and possible developments of the examined subject; examine historical method - the premises and the necessity of the emergence of the field of research and involving the latest studies; then, the inference - forming conclusions based on the realized subject. Thus, the sustainable development of tourism is vital to ensure the continuity and well-being of national tourist destinations, which benefit both current and future generations. This work will contribute to a better understanding of the directions of sustainable tourism development in the Republic of Moldova and will ensure the development of conditions conducive to long-term economic, social, cultural and environmental benefits.

Keywords: Sustainable tourism, Development, Environment, Natural and cultural resources, Economic system.

MOLDOVA CUMHURİYETİ'NDE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM GELİŞİMİ İÇİN YÖNLENDİRİMLER

Özet

Moldova Cumhuriyeti'nde turizmin sürdürülebilir kalkınması, ulusal ekonomiye ve vatandaşlarına uzun vadeli ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel faydalar sağlamayı amaçlayan entegre, dengeli ve sürdürülebilir bir şekilde iç ve dış turizmin geliştirilmesi için yeterli bir temel oluşturulması anlamına gelmektedir. Moldova Cumhuriyeti'nde turizmin gelişimi çevresel açıdan sürdürülebilir, ekonomik açıdan uygulanabilir ve kârlı, ülke nüfusu için etik ve sosyal açıdan adil olmalıdır. Turizm, çoğu sosyal sektör üzerinde etkisi olan ekonomik bir faaliyettir ve doğal ve kültürel kaynakların korunmasına, yerel ve ulusal politikaların desteklenmesine ve turizmin olumsuz etkilerinin en aza indirilmesine dayandığı süreçte, gelişimi bir bütün olarak toplum üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilir. Moldova ekonomisinin tamamında turizm, mal ve hizmetlere yönelik belirli bir talebe ve bunların üretiminde artışa yol açan bir talebe dayalı olarak genel ekonomik sistemin dinamik bir unsuru haline gelebilir. Kullanılan yöntemler: Makalelerden ve profesyonel yayınlardan elde edilen bilgi ve verilerin analizi; istatistiksel veriler; karşılaştırma -

araştırılan konunun belirli bir dönemdeki durumu; sentez - incelenen konunun sonuçlarını ve olası gelişmelerini varsayma; tarihsel yöntemi incelemek - araştırma alanının ortaya çıkışının öncülleri ve gerekliliği ve en son çalışmaları içeren; daha sonra, çıkarım - gerçekleştirilen konuya dayalı sonuçlar oluşturmak. Dolayısıyla, turizmin sürdürülebilir gelişimi, hem mevcut hem de gelecek nesillere fayda sağlayan ulusal turistik destinasyonların sürekliliğini ve refahını sağlamak için hayati önem taşımaktadır. Bu çalışma, Moldova Cumhuriyeti'nde sürdürülebilir turizm gelişiminin yönlerinin daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunacak ve uzun vadeli ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel faydalara elverişli koşulların geliştirilmesini sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir turizm, Kalkınma, Çevre, Doğal ve kültürel kaynaklar, Ekonomik sistem.

ELAZIĞ MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN TARİHSEL GELİŞİMİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Öğr. Gör. Dr. Suat ARPACI

Fırat Üniversitesi
sarpaci@firat.edu.tr

Öğr. Gör. Mustafa Emre ŞİRİN

Fırat Üniversitesi
mesirin@firat.edu.tr

Özet

Bir bölgenin yemek kültürünün gelişimi o bölgenin kültürel özelliklerine, yaşam şekillerine, yaşadıkları coğrafi yapısına, etkileşim halinde oldukları medeniyetlerin etkisine ve bölgede bulunan ya da yetiştirilen tarım ürünlerinin zenginliğine bağlı olarak süreç içerisinde oluşmuştur. Bölge kültürünün temel özelliklerinden birisini oluşturan mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları o bölgede yaşayan insanların temel kültürel özelliklerini de yansıtmaktadır. Bu kapsamda araştırmanın amacı, bölgenin önemli kültürel zenginliğini yansıtan Elazığ mutfağının ve geçmişten günümüze mutfak kültürünün gelişimini incelemektir. Elazığ, sahip olduğu çeşitli yöresel lezzetler açısından önemli bir mutfak kültürüne sahiptir. Araştırmanın, yöntemi literatür taramasına dayanacaktır. Literatür taramasıyla elde edilen veriler doğrultusunda Elazığ mutfak kültürünün zaman içerisindeki gelişimine yönelik bilgiler elde edilecektir. Bu çalışma ile Elazığ mutfağının yemek çeşitliliği ve mutfak kültürünün yapısı belirlenip Elazığ gastronomisinin gelişimi açısından da fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mutfak, Mutfak kültürü, Elazığ

AN EVALUATION ON THE HISTORICAL DEVELOPMENT OF ELAZIĞ CULINARY CULTURE

Abstract

The development of the food culture of a region has been formed in the process depending on the cultural characteristics of that region, the way of life, the geographical structure they live in, the influence of the civilizations they interact with and the richness of the agricultural products found or grown in the region. Culinary culture and eating and drinking habits, which constitute one of the main features of the regional culture, also reflect the basic cultural characteristics of the people living in that region. In this context, the aim of the research is to examine the development of Elazığ cuisine, which reflects the important cultural richness of the region, and its culinary culture from past to present. Elazığ has an important culinary culture in terms of its various local flavours. The method of the research will be based on literature review. In line with the data obtained from the literature review, information on the development of Elazığ cuisine culture over time will be obtained. With this study, the food diversity of Elazığ cuisine and the structure of the culinary culture will be determined, and it is thought to be beneficial for the development of Elazığ gastronomy.

Keywords: Culinary, Culinary culture, Elazığ

DESTİNASYONLARDA GASTRONOMİNİN STRATEJİK ROLÜNÜN ANLAŞILMASI: KAVRAMSAL MODEL ÜZERİNDEN BİR DURUM ÇALIŞMASI

Dr. Öğr. Üyesi Zühal AKSAKALLI BAYRAKTAR

Atatürk Üniversitesi
zuhal.aksakalli@atauni.edu.tr

Özet

Gastronomi, destinasyonun mutfak kültürünü öne çıkaran gastronomi turizmi ürünleriyle geliştirilerek destinasyon pazarlama stratejilerine dahil edilebilecek bir olgudur. Gastronomi çekim unsurları, destinasyonların rekabet avantajı elde etmesi üzerinde stratejik bir faktör olarak görülmektedir. Bu bağlamda destinasyonlarda stratejik yönetim, bu bölgelerin rekabet avantajlarının tanımlanması ve bunların kullanılmasını içeren bir süreç olarak ifade edilebilir. Söz konusu rekabet avantajlarından birinin destinasyonda sunulacak eşsiz gastronomi teklifleri olduğu düşünülmektedir. Destinasyonlarda stratejik yönetim ve gastronomi arasındaki ilişkinin anlaşılması, gastronominin stratejik bir faktör olarak kullanımı bağlamında önemli katkılar sağlamaktadır. Bu araştırma Kars destinasyonunda gastronominin stratejik rolünün anlaşılmasını amaçlamaktadır. Bu amaçla çalışmada Seyitoğlu ve Ivanov (2020) tarafından geliştirilen “Destinasyonlarda Gastronominin Stratejik Rolüne İlişkin Kavramsal Model” kullanılarak Kars destinasyonu incelenmiştir. Araştırmanın verileri Kars’ta yapılandırılmış alan çalışması (Tür 2) niteliğindeki gözlem yöntemiyle toplanmıştır. Araştırmada durum çalışması deseniyle betimsel analize odaklanan bir yöntem benimsenerek, Kars destinasyonu için gastronominin stratejik rolü tartışılmıştır. Araştırma bulguları, Kars gastronomisi için Destinasyonlarda Gastronominin Stratejik Rolüne İlişkin Kavramsal Model’de yer alan üçüncü adımın atılmaya başlandığını göstermiştir. Bu adımla Kars destinasyonunda gastronomi kültürü üzerinden gastronomik imaj çalışmalarının yürütülmeye başlandığı ve gastronominin Kars’ta tamamlayıcı rol üstlenen bir bağlama ulaştığı çıkarımları elde edilmiştir. Araştırma bulguları gastronominin stratejik yönetim bağlamında ele alınmasıyla önerilen kavramsal modelin destinasyonlarda gastronomik kimliğin oluşumu, gastronomi turizmi ürünlerinin geliştirilmesi ve sürdürülebilir gastronomi ve sürdürülebilir turizm gelişimine önemli katkılar sağladığını göstermiştir. Dolayısıyla destinasyonlarda gastronominin stratejik bir araç olarak kullanılmasıyla, bu olgunun katkılarından elde edilecek faydanın maksimize edilebileceği düşünülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Stratejik yönetim, Stratejik rol, Kars Mutfağı

UNDERSTANDING THE STRATEGIC ROLE OF GASTRONOMY IN DESTINATIONS: A CASE STUDY THROUGH A CONCEPTUAL MODEL

Abstract

Developing gastronomy tourism products that highlight the destination's cuisine culture can be integrated into destination marketing strategies. Gastronomy attraction elements are seen as a strategic factor in gaining competitive advantage for destinations. In this context, strategic management in destinations can be expressed as a process involving the identification and utilization of competitive advantages of these regions. It is believed that one of these competitive advantages is the unique gastronomy offerings to be provided in the destination. Understanding the relationship between strategic management and gastronomy in destinations provides significant contributions in the context of utilizing gastronomy as a strategic factor. This research aims to understand the strategic role of gastronomy in the destination of Kars. For this purpose,

the "The Conceptual Model of the Strategic Role of Gastronomy in Destinations" developed by Seyitoğlu & Ivanov (2020), was used to examine the destination of Kars. The data for the research was collected through structured fieldwork (Type 2) using the observation method in Kars. Adopting a method focusing on descriptive analysis with a case study design, the strategic role of gastronomy in the destination of Kars was discussed. The research findings indicate that the third step in The Conceptual Model of the Strategic Role of Gastronomy in Destinations has begun to be implemented for Kars gastronomy. It was inferred that with this step, gastronomic image operations have begun to be conducted through the cuisine culture in Kars, and gastronomy has reached a complementary role in Kars. The research findings show that the proposed conceptual model, when approached within the context of strategic management of gastronomy, makes significant contributions to the formation of gastronomic identity, the development of gastronomy tourism products, and the sustainable development of gastronomy and tourism. Therefore, it is considered that by using gastronomy as a strategic tool in destinations, the benefits of this phenomenon can be maximized.

Keywords: Gastronomy, Strategic management, Strategic role, Kars Cuisine

GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİNİN TURİZME KONU OLABİLECEK GİZLİ ÖGELERİNİN YAPAY ZEKA YÖNTEMLERİ İLE BELİRLENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Fatih ALAEDDİNOĞLU

Atatürk Üniversitesi

muhammedhns@gmail.com

Özet

Güneydoğu Anadolu Bölgesi, tarihi, kültürel değerleri, doğal güzellikleri, inanç sistemleri ve gastronomi gibi turizm açısından sunduğu zengin çeşitlilikleriyle, sadece Türkiye için değil, aynı zamanda uluslararası alanda da önemli bir turizm destinasyonudur. Ancak bölge, birçok konuda UNESCO'nun Dünya Miraslar Listesi'nde olmasına rağmen mevcut potansiyelinin çok az bir miktarı turistlerin ilgisini çekmektedir. Yapay zekâ günümüzün en kullanışlı ve hemen hemen her alanda kullanımı olan özel bir araçtır. Büyük veri analizi, görüntü tanıma, doğal dil işleme, karar destek sistemleri ve tahmin modelleri gibi çeşitli yapay zeka yöntemleriyle öğeler arasındaki gizli kalmış ilişkiler ortaya çıkarılabilmektedir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin turizm öğesi açısından çok zengin olan çeşitliliği ve nitelikleri, belirtilen yapay zeka yöntemleri sayesinde incelenecektir. Bölgenin tarihsel ve kültürel kayıtları ve kaynakları, benzer özellikleri taşıyan turizm destinasyonları, sosyal medya verileri, seyahat blogları, ziyaretçi yorumları, turist deneyimleri, paylaşılan fotoğraf ve videolar her açıdan incelenerek gizli kalmış ilişkiler, süreçler ve değişimler ortaya konulacak ve yapay zeka ile işlenecektir. Çıkan sonuçlar neticesinde bölgenin gerçek değeri, doğru turizm planlamasının yapılması ve gerekli yatırımlara olanak sağlanması ile henüz keşfedilmemiş veya yeterince tanıtılmamış gizli turizm değerleri ortaya konulacaktır. Bu çalışma, yapay zeka tekniklerinden yararlanarak, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin kullanılmayan turizm potansiyelini ortaya çıkarmayı, sürdürülebilir kalkınmasına ve dünya standartlarında bir destinasyon olarak tanıtımına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Turizm, Yapay zeka, Turizm öğesi

DETERMINING THE HIDDEN TOURISM ELEMENTS OF THE SOUTHEASTERN ANATOLIA REGION USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE METHODS

Abstract

The Southeastern Anatolia Region, with its rich historical, cultural values, natural beauties, belief systems, and gastronomy, is an important tourism destination not only for Turkey but also internationally. However, despite being on UNESCO's World Heritage List in many aspects, only a tiny fraction of its existing potential attracts the attention of tourists. Artificial intelligence is a versatile tool widely used in almost every field today. Hidden relationships between elements can be revealed through various artificial intelligence methods such as big data analysis, image recognition, natural language processing, decision support systems, and predictive modeling. The diverse and rich qualities of the Southeastern Anatolia Region in terms of tourism elements will be examined through the mentioned artificial intelligence methods. The region's historical and cultural records and sources, similar tourism destinations, social media data, travel blogs, visitor comments, tourist experiences, shared photographs, and videos will be thoroughly analyzed to uncover hidden relationships, processes, and changes, which will then be processed using artificial intelligence. The results obtained will reveal the region's true value, enabling proper tourism planning and facilitating necessary investments to uncover hidden tourism assets that have yet to be discovered or adequately promoted. By leveraging artificial intelligence techniques, this study

aims to uncover the untapped tourism potential of the Southeastern Anatolia Region, contributing to its sustainable development and promotion as a world-class destination.

Keywords: Southeastern Anatolia Region, Tourism, Artificial intelligence, Tourism element

TURİZM GELİŞİMİNİN DESTEKLENMESİNDE YEREL HALK-TURİST DUYGUSAL DAYANIŞMASININ ROLÜ

Doç. Dr. Cenk Murat KOÇOĞLU

Karabük Üniversitesi

cmkocoglu@karabuk.edu.tr

Prof. Dr. Mehmet PEKKAYA

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi

mehpekkaya@gmail.com

Özet

Günümüzde turizm hareketleri her geçen gün artmakta ve varlığını hem ulusal hem de uluslararası boyutta sağlamlaştırmaktadır. Özellikle birçok ülke ya da destinasyon turizmin daha da gelişmesi adına çalışmalar yürütmektedir. Bu derece büyük bir turizm hareketi pek çok olumlu ve olumsuz etkileri de beraberinde getirmektedir. Bu alanda yapılan çalışmalar turizm faaliyetlerinin başta ekonomik olmak üzere, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerinin bulunduğunu ortaya koymaktadır (Nunkoo ve Gursoy, 2017; Stylidis, 2018; Mason, 2020; Koçoğlu vd., 2020). Söz konusu bu etkilerin en önemli muhatabını ise turizm bölgesinde yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Turizm sektöründe yaşanan tüm olumlu ya da olumsuz gelişmeler yerel halkın yaşamında da olumlu ya da olumsuz yönde doğrudan karşılığını bulmaktadır. Yerel halkın turizme yaklaşımı, turizmin o bölgedeki gelişim sürecinde doğrudan etki sahibidir. Yerel halkın turizme olumlu yaklaşımının bulunmadığı, turizm faaliyetlerinin yeterince desteklenmediği bir destinasyonda bu sektörde yeterli gelişimin sağlanması da mümkün olmayacaktır. Bu araştırmanın amacı turizm gelişiminin desteklenmesinde yerel halk-turist duygusal dayanışmasının rolünü ortaya koymaktır. Bu çerçevede, araştırma önemli bir kültür turizmi destinasyonu olarak görülen Safranbolu'da kolayda örneklem tekniği ile 317 kişiye anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Araştırma evreninin Safranbolu olarak seçilmesinin nedeni, 2024'te UNESCO Dünya Miras Listesine girmesinin 30. Yıl dönümü olması ve aynı yıl Sakin Şehir ünvanı almasıdır. Elde edilen analiz sonuçlarına göre yerel halkın turistlerle duygusal dayanışmasının turizm gelişiminin desteklenmesi üzerinde önemli bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda özellikle destinasyonlarda, yerel halk-turist dayanışmasının sağlanmasının, turizm gelişimine desteği daha üst seviyelere çıkaracaktır.

Anahtar kelimeler: Duygusal dayanışma, yerel halk-turist dayanışması, Turizm gelişim desteği, Safranbolu.

THE ROLE OF RESIDENTS-TOURIST EMOTIONAL SOLIDARITY ON SUPPORT FOR TOURISM DEVELOPMENT

Abstract

Nowadays, tourism movements are increasing day by day and strengthening their presence both nationally and internationally. In particular, many countries or destinations are studying to further develop tourism. Such a large tourism movement brings with it many positive and negative effects. Studies conducted in this field reveal that tourism activities have social, cultural and environmental impacts, especially economic (Nunkoo and Gursoy, 2017; Stylidis, 2018; Mason, 2020; Koçoğlu et al., 2020). The most important addressee of these impacts is the local people living in the tourism region. All positive or negative developments in the tourism sector have a

direct response, positive or negative, in the lives of the local people. The approach of local people to tourism has a direct impact on the development process of tourism in that region. It will not be possible to achieve adequate development in this sector in a destination where local people do not have a positive approach to tourism and where tourism activities are not adequately supported. The aim of this research is to reveal the role of residents-tourist emotional solidarity on support for tourism development. In this context, a survey was conducted with 317 people using simple sampling technique in Safranbolu, which is considered an important cultural tourism destination. The reason why Safranbolu was chosen as the research universe is that it will be the 30th anniversary of its entry into the UNESCO World Heritage List in 2024 and that it will receive the title of Slow City in the same year. According to the analysis results, it has been determined that the emotional solidarity of residents with tourists has a significant impact on support for tourism development. Thus, ensuring resident-tourist solidarity, especially in destinations, will increase support for tourism development to higher levels.

Keywords: Emotional solidarity, Residents-tourist solidarity, Support for tourism development, Safranbolu.

TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN KARIYER GELECEĞİ ALGISI: VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Tuğçe ÖZOĞUL BALLYALI

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
tugceozogulbalyali@yyu.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Bahadır İnanç ÖZKAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
bahadirinancozkan@yyu.edu.tr

Araş. Gör. Ezgi BAYRAM ÖZ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ezgibayramoz@yyu.edu.tr

Özet

Araştırmanın amacı lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyer geleceği algılarının demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesidir. Araştırmanın verileri, 2023-2024 eğitim öğretim yılında Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi'nde öğrenim gören toplam 133 lisans öğrencisinden anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Öğrencilerin kariyer geleceği algılarının belirlenmesi için 5'li Likert tipi Kariyer geleceği ölçeği (KARGEL) kullanılmıştır. Öncelikle turizm öğrencilerinin yaş, cinsiyet, kariyer danışmanlığı alma, bölümü isteyerek seçme, mezun olduktan sonra mesleği yapma isteği, staj deneyimi, aile eğitim düzeyi, staj dışında çalışma deneyimi, sınıf ve bölüm gibi demografik bilgilerine yer verilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre öğrencilerin kariyer geleceği algılarının cinsiyete, kariyer danışmanlığı alıp almamalarına ve bölümü isteyerek seçip seçmelerine göre anlamlı bir farklılık sergilemediği tespit edilmiştir. Yine öğrencilerin kariyer iyimserliği ve algılanan bilgi boyutlarına ilişkin algıları staj dışı çalışma deneyimine göre anlamlı bir farklılık göstermezken, kariyer uyumluluğu boyutuna ilişkin algıları staj dışı çalışma deneyimine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği anlaşılmıştır. Öğrencilerin kariyer uyumluluğu ve algılanan bilgi boyutuna ilişkin algıları mezun olduktan sonra mesleği yapma isteklerine göre anlamlı bir farklılık sergilememiştir. Bununla birlikte, öğrencilerin kariyer iyimserliği boyutlarına yönelik algıları mezun olduktan sonra mesleği yapma isteklerine göre anlamlı farklılıklar göstermiştir. Analiz sonuçlarına göre öğrencilerin kariyer uyumluluğu, kariyer iyimserliği ve algılanan bilgi boyutlarına ilişkin algıları yaş gruplarına, sınıf düzeylerine, aile eğitim düzeylerine ve yabancı dil bilgilerine göre anlamlı farklılıklar göstermemiştir. Öğrencilerin kariyer iyimserliği ve algılanan bilgi boyutlarına ilişkin algıları okudukları bölümlere göre anlamlı bir farklılık sergilememiştir. Bununla birlikte, öğrencilerin kariyer uyumluluğu boyutuna ilişkin algıları okudukları bölümlere göre anlamlı farklılık göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm öğrencileri, Kariyer geleceği, Kariyer algısı, Kariyer beklentileri, İstihdam beklentileri

TOURISM STUDENTS' CAREER FUTURE PERCEPTION: THE EXAMPLE OF VAN YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY TOURISM FACULTY

Abstract

The research examines whether undergraduate tourism students' career future perceptions differ according to demographic characteristics. The data of the research was collected using the survey technique from a total of 133 undergraduate students studying at Van Yüzüncü Yıl University, Faculty of Tourism in the 2023-2024 academic year. A 5-point Likert-type Career Future Scale

(KARGEL) was used to determine students' career future perceptions. First, demographic information of tourism students such as age, gender, receiving career counseling, choosing the department willingly, desire to do the profession after graduation, internship experience, family education level, working experience outside of internship, class, and department are included. According to the results obtained, it was determined that students' career future perceptions did not differ significantly according to gender, whether they received career counseling or not, and whether they chose the department willingly. Again, while students' perceptions of career optimism and perceived knowledge dimensions did not show a significant difference according to their non-internship working experience, it was understood that their perceptions of the career compatibility dimension showed a considerable difference compared to their non-internship working experience. Students' perceptions of career compatibility and perceived knowledge did not differ significantly according to their desire to pursue the profession after graduation. However, students' perceptions of career optimism dimensions showed significant differences according to their desire to pursue the profession after graduation. According to the analysis results, students' perceptions of career compatibility, career optimism, and perceived knowledge dimensions did not show significant differences according to age groups, grade levels, family education levels, and foreign language knowledge. Students' perceptions of career optimism and perceived knowledge dimensions did not differ significantly according to the departments they studied. However, students' perceptions of the career compatibility dimension differed significantly depending on the departments they studied.

Keywords: Tourism students, Career future, Career perception, Career expectations, Employment expectations

TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖN LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZME ALGISI

Y.L. Öğrenci Günay ATILGAN

Gaziantep Üniversitesi

Y.L. Öğrenci Hilal GÜNEŞ

Gaziantep Üniversitesi

Y.L. Öğrenci M. Mustafa ALTUN

Gaziantep Üniversitesi

Dr. Öğretim Üyesi Dilara BAHTİYAR SARI

Gaziantep Üniversitesi

dsari@gantep.edu.tr

Özet

Sürdürülebilirlik, dünya çapında turizmin büyümesi ve kalkınması için hayati bir öneme sahiptir. Turizm endüstrisine sürdürülebilir turizm şeklinde yansıyan; kitle turizminin aksine ziyaret edilen destinasyonda çevreye verilecek olan zararın en aza indirmeyi amaçlayan, yerel halkın imkanlarından faydalanan bu turizm şeklinin başarılı olabilmesi için yerel halkın, çalışanların ve öğrencilerin bilinçlendirilmesi ve ilgili konu üzerine eğitim alması gerekmektedir. Bu çalışmada sürdürülebilir turizm algısı üzerine gelişmekte olan bir ülkenin gençliğini ele alınarak bir kesit oluşturulmuştur. Araştırmanın amacı turizm eğitimi alan ön lisans öğrencilerinin sürdürülebilir turizm algısını ortaya çıkarmaktır. Nicel yöntemin benimsendiği çalışmada anket tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırma evrenini, Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulunda turizm eğitimi alan 258 ön lisans öğrencisi oluşturmuştur. Öğrencilerin sürdürülebilir turizm algılarına göre; yerel halkın turizmden faydalanmasının, yerel paydaşlarla iletişim ve katılım sağlamasının, destinasyon altyapısı ve tesislerin iyileştirmelerinin, kültürel ilgi çekici alanlar envanterinin önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin sürdürülebilir turizmi bölgelerinin gelişmesi için bir araç olarak gördükleri gözlenmiştir. Sürdürülebilir turizmin gelişimi sağlanırken kültürel mirasın korunmasının önemli bir faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir turizm, Turizm eğitimi, Algı, Ön lisans, Öğrenci

THE PERCEPTION OF ASSOCIATE DEGREE STUDENTS RECEIVING TOURISM EDUCATION TO SUSTAINABLE TOURISM

Abstract

Sustainability is of vital importance for the growth and development of tourism worldwide. Reflected in the tourism industry in the form of sustainable tourism; unlike mass tourism, in order for this form of tourism to be successful which aims to minimize the damage to the environment in the destination visited, benefiting from the opportunities of local people, local people, employees and students need to raise awareness and receive education on the relevant topic. In this study, a cross-section has been created on the perception of sustainable tourism by considering the youth of a developing country. The aim of the research is to reveal the perception of sustainable tourism of associate degree students receiving tourism education. In the study where the quantitative method was adopted, the survey technique was used. The research universe was composed of 258 associate degree students studying tourism at Gaziantep University Vocational School of Tourism and Hotel Management. According to students' perceptions of sustainable

tourism, it has become clear that the local population benefits from tourism, communication and participation with local stakeholders, improvements to destination infrastructure and facilities, inventory of cultural attractions are important. It has been observed that students see sustainable tourism as a means for the development of their regions. It has been concluded that the protection of cultural heritage is an important factor in ensuring the development of sustainable tourism.

Keywords: Sustainable tourism, Tourism education, Perception, Associate degree, Student

ANILARI PIŞİRMEK: GASTRONOMİ ÖĞRENCİLERİNİN MUTFAK KİMLİĞİ ÜZERİNDE ANNE ROLÜ

Doç. Dr. Çağdaş ERTAŞ

Şırnak Üniversitesi
ertascagdas@hotmail.com

Öğr. Gör. Taner NUR

Şırnak Üniversitesi
tanernur@gmail.com

Özet

Bu çalışmada, gastronomi öğrencilerinin mutfak kimlikleri üzerinde anne etkisinin rolü incelenmektedir. Çalışmanın örneklemini Şırnak Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Nitel bir yaklaşım kullanılarak, özellikle annelerin dahil olduğu erken ailevi yemek etkileşimlerinin öğrencilerin mutfak uygulamalarını nasıl şekillendirdiğini keşfetmek için yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Bulgular, öğrencilerin anneleriyle çocukluklarındaki mutfak deneyimlerini canlı bir şekilde hatırladıklarını ve geleneksel yemeklerin kokularının ve tatlarının kalıcı bir etki bıraktığını ortaya koymaktadır. Bu anne öğretileri yalnızca pratik yemek pişirme becerileri sağlamakla kalmamış, aynı zamanda kültürel değerleri ve geleneksel mutfak tekniklerine olan takdiri de aşılamıştır. Öğrenciler, annelerinin gastronomi ve mutfak sanatlarına olan ilgilerine önemli katkı sağladığını kabul etmişlerdir. Ancak, geleneksel yemeklerin ve tekniklerin kaybolması konusunda endişelerini de dile getirerek, bunların çağdaş mutfak eğitiminde sürekli olarak öneminin vurgulanması gerektiğini belirtmişlerdir. Bu çalışma, yemeğin kültürel ve duygusal boyutlarının mutfak eğitim programlarına entegre edilmesinin önemini vurgulamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Mutfak kimliği, Anı, Anne rolü, Mutfak kültürü, Yemek sosyolojisi

COOKING THE MEMORIES: THE ROLE OF MOTHERS ON THE CULINARY IDENTITY OF GASTRONOMY STUDENTS

Abstract

This study examines the role of maternal influence on gastronomy students' culinary identities. The population of the study consists of students from the Gastronomy and Culinary Arts Department of Şırnak University. Using a qualitative approach, semi-structured interviews were conducted to explore how early familial food interactions, especially involving mothers, shaped students' professional aspirations and culinary practices. The findings reveal that students vividly recall their childhood culinary experiences with their mothers and that the smells and tastes of traditional dishes left a lasting impression. These maternal teachings not only provided practical cooking skills but also instilled cultural values and an appreciation for traditional culinary techniques. Students acknowledged that their mothers significantly contributed to their interest in gastronomy and culinary arts. However, they also expressed concerns about the loss of traditional dishes and techniques, stating that their importance should be continuously emphasized in contemporary culinary education. This study emphasizes the importance of integrating the cultural and emotional dimensions of food into culinary education programs.

Keywords: Kitchen identity, Memory, Mother role, Kitchen culture, Food sociology

TURİZM-EDEBİYAT İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA AHMET HAŞİM'İN FRANKFURT SEYAHATNAMESİ

Abdülmecit ÇATANAK
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Özet

Turizm ve edebiyat, genel olarak birbirlerine uzak alanlar olarak kabul edilen iki disiplindir. Ancak modern zamanda disiplinler arası mesafenin neredeyse yok oluşunun yanı sıra turizm sektöründeki gelişmeler turizm-edebiyat ilişkisinin de önemli kılmaştır. Batıda bu konudaki bilimsel yayınlar, özellikle turizm ve kültür bilimi alanlarının zaman zaman ortaklığına, birlikteliğine işaret etmiştir. Edebî eserlerin, yazar ve şairlerin; siyaset, psikoloji ve turizm gibi farklı alanlar için önemini araştırmak araştırmacıların ilgi odağı olmaya başlamıştır. Turizmin edebiyatla ilişkisi ya da etkileşimi, edebiyat eserlerinin birey ve toplum üzerindeki doğrudan veya dolaylı etkileri kapsamında değerlendirilebilir. Bunun yanı sıra okuma ve gezme ya da seyahat etme arasında açık bir ilişki olduğunu söyleyebiliriz. Zira okuma olgusu seyahat etmeyi, seyahat etme de okumayı doğurabilir. Türk Edebiyatının önemli isimlerinden biri olan Ahmet Haşım'ın Frankfurt Seyahatnamesi bu minvalde okunabilecek eserlerden biridir. Ahmet Haşım 1924'ten 1932'ye kadar İtalya, Fransa ve Almanya'da bulunuş ve bu seyahatlerle ilgili izlenim ve fikirlerini kaleme almıştır. Şairin değişik bir bakış açısına dayanan bu izlenim ve fikirleri dikkat çekicidir. Kendisinin tedavi amaçlı yaptığı son seyahati, Frankfurt seyahatidir. Frankfurt Seyahatnamesi yirmi yazıdan oluşmaktadır. Bu tebliğde sözü edilen eser turizm ve edebiyat ilişkisi bağlamında değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Edebiyat, Ahmet Haşım, Frankfurt Seyahatnamesi

AHMET HAŞİM'S FRANKFURT SEYAHATNAMESİ (FRANKFURT TRAVEL BOOK) IN THE CONTEXT OF TOURISM-LITERATURE RELATIONSHIP

Abstract

Tourism and literature are two disciplines that are generally considered distant from each other. However, in modern times, in addition to the almost disappearance of interdisciplinary distance, developments in the tourism sector have made the tourism-literature relationship important. Scientific publications on this subject in the West have occasionally pointed out the partnership and unity of the fields of tourism and cultural science. Literary works, writers and poets; Investigating its importance for different fields such as politics, psychology and tourism has become the focus of attention of researchers. The relationship or interaction of tourism with literature can be evaluated within the scope of the direct or indirect effects of literary works on the individual and society. In addition, we can say that there is a clear relationship between reading and traveling. Because the phenomenon of reading can lead to travelling, and traveling can lead to reading. Frankfurt Travel Book by Ahmet Haşım, one of the important names of Turkish Literature, is one of the works that can be read in this context. Ahmet Haşım was in Italy, France and Germany from 1924 to 1932 and wrote down his impressions and ideas about these travels. These impressions and ideas of the poet, based on a different perspective, are remarkable. His last trip for treatment was to Frankfurt. Frankfurt Travelogue consists of twenty articles. The work mentioned in this paper will be evaluated in the context of the relationship between tourism and literature.

Keywords: Tourism, Literature, Ahmet Haşım, Frankfurt Travelog

YAPAY ZEKÂ YEME DAVRANIŞINI TAHMİN EDEBİLİR Mİ?

Dr. Öğr. Üyesi Yusuf BAYRAKTAR

Atatürk Üniversitesi

yusuf.bayraktar@atauni.edu.tr

Özet

Yapay zekâ uygulamaları son yıllarda oldukça ilgi çeken bir teknoloji olarak görülmektedir. Bu teknoloji yaşamın her alanında etkisini gösterirken akademik araştırmalarda da sıklıkla başvurulmuş bir alan haline gelmiştir. Buna göre bu çalışmada yapay zekanın insan psikolojisini anlama yeteneği incelenmiştir. İki aşamadan oluşan araştırma sürecinde nicel araştırma metodolojisini benimsemiştir. Birinci aşamada katılımcıların sokak lezzetlerine ilişkin hedonik değer ve faydacı değer algıları tarama deseni esas alınarak incelenmiştir. 116 katılımcıdan anket tekniğiyle veri toplanmış ve gerçek veri seti oluşturulmuştur. İkinci aşamada gerçek veri setine benzer özellikte olacak şekilde yapay zekâ uygulamasıyla ve fine-tuning tekniğiyle yeni bir veri seti oluşturulmuştur. Bu iki veri setinin karşılaştırıldığı araştırma sonuçlarına göre normallik dağılımı, güvenilirlik analizi, korelasyon, regresyon analizlerinde iki veri setinde benzer sonuçlar elde edilmiştir. İki veri setinin birleştirilmesiyle birlikte yapılan düzenleyici etki analizi sonucunda veri türünün hedonik değer ile faydacı değer değişkenleri arasındaki ilişkide düzenleyici rol oynadığı tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları incelendiğinde yapay zekanın gerçek örneklem veri setiyle benzeştiği noktaların daha fazla olduğu, fakat yapay zekâ veri setinin tam olarak gerçek veri setiyle örtüşmediği noktaların mevcut olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, Makine Öğrenmesi, Sokak Lezzetleri, Yeme Davranışı

CAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE PREDICT EATING BEHAVIOUR?

Abstract

Artificial intelligence applications are seen as a technology that has attracted a lot of attention in recent years. While this technology shows its effect in all areas of life, it has become a frequently used field in academic research. Accordingly, in this research, the ability of artificial intelligence to understand human psychology is examined. In the research process consisting of two stages, quantitative research methodology was adopted. In the first stage, the hedonic value and utilitarian value perceptions of the participants regarding street flavours were examined based on the survey design. Data were collected from 116 participants by questionnaire technique and a real data set was created. In the second stage, a new data set was created with an artificial intelligence application and fine-tuning technique similar to the real data set. According to the research results comparing these two data sets, similar results were obtained in normality distribution, reliability analysis, correlation and regression analyses. As a result of the regulatory effect analysis conducted by combining the two data sets, it was determined that the data type played a regulatory role in the relationship between hedonic value and utilitarian value variables. When the results of the research were analysed, it was found that there are more points where artificial intelligence is similar to the real sample data set, but there are points where the artificial intelligence data set does not fully overlap with the real data set.

Keywords: Artificial intelligence, Machine learning, Street food, Eating behaviour

HANGİSİ? GASTRONOMİ TURİZMİ, GASTRONOMİK TURİZM, MUTFAK TURİZMİ, YEMEK TURİZMİ Mİ? KAVRAMSAL BİR TARTIŞMA

Doç. Dr. Sait DOĞAN,

İskenderun Teknik Üniversitesi

sait.dogan@iste.edu.tr

Öğr. Gör. Dr. Yasin ÖZASLAN

Yalova Üniversitesi

yasinozaslan@yalova.edu.tr

Özet

Günümüz turizm hareketlerinin büyümesine paralel olarak, yemek kültürüne yönelik seyahatler de süreç içerisinde artış göstermiştir. Literatürde Mutfak Turizmi, Yemek turizmi, Gastronomik turizm, Gastronomi turizmi gibi farklı isimlerle tanımlanan bu seyahatler, son yıllarda sosyal medya platformları ve dünyaca ünlü şeflerin, restoranların ve etkinliklerin yer aldığı yemek televizyonu programlarının yardımıyla ana akım haline dönüşmüştür. Bu akım ülkemizde, özellikle 2010 sonrasında aşçılık ile gastronomi ve mutfak sanatları eğitime olan ilgiyi artırmış, alanda eğitim veren eğitim kurumu sayısının ve ilgili alanda çalışan akademisyen sayısının da ciddi oranda artmasına etki etmiştir. Bunun sonucu olarak alanda yapılan akademik çalışma sayısı da gün geçtikçe artış göstermiştir. Ülkemizde ilgili alanda yapılan çalışmaların genel eğilimine turizm açısından bakıldığında, konunun çok büyük çoğunlukta “Gastronomi Turizmi” olarak ele alındığı görülmektedir. Oysaki yabancı literatürde araştırmacıların konuyu sadece “Gastronomi Turizmi” olarak ele almadığı; “Gastronomik Turizm”, “Yemek Turizmi” ve “Mutfak Turizmi” gibi farklı başlıklarla da konuyu ele aldıkları tespit edilmiştir. Bu kapsamda çalışmanın temel amacı, yabancı literatürdeki yemek turizmine yönelik olarak kullanılan bu farklı başlıkları kullanımlarını irdelerek literatüre ve alana katkı sunmaktır. Çalışma, yabancı literatürde kullanılan “Gastronomi turizmi”, “Gastronomik Turizm”, “Yemek Turizmi” ve “Mutfak Turizmi” başlıklı araştırmaların kullanım yerlerini tanımlayarak, bu kavramların birbiri yerine geçebilecek/ikame kavramlar olup olamayacağı sorusuna cevap arama uğraşı içerisinde. Amaç doğrultusunda Web of Science’da İngilizce olarak yayımlanmış olan ilgili başlıktaki çalışmalar irdelenmiş, araştırma sonucunda günümüze dek 294 araştırmanın yayımlandığı tespit edilmiştir. Ülkemizin aksine yemek turizmi üzerine yapılan çalışmalarda “Gastronomi turizmi” konulu çalışmaların toplam araştırmaların yaklaşık yüzde 12’sini; “Gastronomik Turizm” konulu çalışmalar yüzde 17’sini; “Mutfak Turizmi” konulu çalışmalar yüzde 25’ini; “Yemek Turizmi” konulu çalışmalar ise toplam araştırmaların yüzde 46’sını oluşturmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, Gastronomik turizm, Yemek turizmi, Mutfak turizmi

WHICH ONE? GASTRONOMY TOURISM, GASTRONOMIC TOURISM, CULINARY TOURISM, FOOD TOURISM? A CONCEPTUAL DISCUSSION

Abstract

In parallel with the growth of today's tourism movements, travels for food culture have also increased in the process. These travels, defined by different names in the literature such as Culinary Tourism, Food Tourism, Gastronomic Tourism, Gastronomy Tourism, have become mainstream in recent years with the help of social media platforms and food television programs featuring world-famous chefs, restaurants and events. This trend has increased the interest in Cookery and Gastronomy & Culinary Arts education in our country, especially after 2010, and has affected the significant increase in the number of educational institutions providing education in the field and the number of academicians working in the relevant field. As a result,

the number of academic studies in the field has increased day by day. When we look at the general trend of the studies carried out in the relevant field in our country from the perspective of tourism, it is seen that the subject is mostly addressed as "Gastronomy Tourism". However, in foreign literature, researchers do not address the subject only as "Gastronomy Tourism"; It has been determined that they discuss the subject under different titles such as "Gastronomic Tourism", "Food Tourism", "Culinary Tourism". In this context, the main purpose of the study is to contribute to the literature and the field by examining the use of these different headings used for food tourism in foreign literature. The study attempts to find an answer to the question of whether these concepts can be interchangeable/substitute by defining the usage areas of the research titled "Gastronomy tourism", "Gastronomic Tourism", "Food Tourism" and "Culinary Tourism" used in foreign literature. In line with the purpose, studies on the relevant title published in English on Web of Science were examined, and as a result of the research, it was determined that 294 studies have been published in the relevant field to date. Unlike in our country, in studies on food tourism, studies on "Gastronomy tourism" constitute approximately 12 percent of the total research; Studies on "Gastronomic Tourism" account for 17 percent; Studies on "Culinary Tourism" account for 25 percent; Studies on "Food Tourism" constituted 46 percent of the total research.

Keywords: Gastronomy tourism, Gastronomic tourism, Food tourism, Culinary tourism

GASTRONOMİ TURİZMİ İLE İLGİLİ ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZ YÖNTEMİYLE İNCELENMESİ

Öğr. Gör. Dr. Yasin ÖZASLAN

Yalova Üniversitesi
yasinozaslan@yalova.edu.tr

Doç. Dr. Sait DOĞAN,

İskenderun Teknik Üniversitesi
sait.dogan@iste.edu.tr

Özet

Gastronomi turizmi, giderek daha fazla ilgi çeken bir alan haline gelmiştir ve bu doğrultuda yapılan akademik çalışmaların sayısı artmaktadır. Bu çalışma, 1998-2024 yılları arasında Web of Science veri tabanında yer alan 154 farklı dergiden elde edilen 368 makale (İngilizce) üzerinden yapılan bibliyometrik analizle gastronomi turizmi literatüründeki gelişimi ve trendleri incelemeyi amaçlamaktadır. Değerlendirmeye alınan yayınların çoğunluğunu makaleler oluştururken, çalışmaların çoğunlukla birden fazla yazar tarafından kaleme alındığı tespit edilmiştir. Son on yılda yayımlanan yayın sayısında belirgin bir artış gözlenmiştir. Ayrıca son beş yıldaki ortalama yayın sayısı 50'dir. Araştırmacıların %92,2'sinin gastronomi turizmi alanındaki çalışmalara sadece bir yayımla katkıda bulundukları tespit edilmiş, Lotka yasasına göre bu verinin literatür açısından yetersiz olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmalar incelendiğinde gastronomi turizmi yerine kullanılabilen kavramlar (gastronomik turizm, mutfak turizmi ve yemek turizmi) dışında sıklıkla kullanılan anahtar kelimelerin; sürdürülebilirlik, memnuniyet, motivasyon, bölümlendirme, kültür, otantiklik, yerel yiyecek, kırsal kalkınma gibi kavramlardan oluştuğu görülmektedir. Ülkeler bazında en yoğun araştırmaların gerçekleştirildiği bölgeler arasında İspanya, Türkiye, Portekiz, Sırbistan ve Çin öne çıkmaktadır. Bu çalışma, gastronomi turizmi alanındaki akademik gelişimleri ve gelecekteki araştırmalara yönelik potansiyel odak noktaları belirlemek adına kapsamlı bir analiz sunmaktadır. Elde edilen bulgular, araştırmacılar ve endüstri profesyonelleri için gelecekteki çalışmalarına yön verme konusunda değerli bir kaynak olabilir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Mutfak, Turizm, Bibliyometrik analiz, Bibliyoshiny

INVESTIGATION OF STUDIES ON GASTRONOMY TOURISM USING BIBLIOMETRIC ANALYSIS METHOD

Abstract

Gastronomy tourism has become an increasingly interesting field and the number of academic studies in this field is increasing. This research aims to examine the development and trends in gastronomic tourism literature through a bibliometric analysis of 368 English-language articles obtained from 154 different journals indexed in the Web of Science database between 1998 and 2024. While articles constitute the majority of the publications considered, it was observed that studies are often authored by multiple contributors. A significant increase in the number of publications in the last decade was noted, with an average of 50 publications in the last five years. Furthermore, 92.2% of researchers have contributed only one publication in the field of gastronomic tourism, indicating a potential inadequacy in the literature according to Lotka's law. Keywords frequently used, aside from terms interchangeable with gastronomic tourism (gastronomic tourism, culinary tourism, and food tourism), include sustainability, satisfaction,

motivation, segmentation, culture, authenticity, local food, and rural development. Notable regions where intensive research has been conducted include Spain, Turkey, Portugal, Serbia, and China. This study provides a comprehensive analysis to identify potential focal points for future research in gastronomic tourism, offering valuable insights for researchers and industry professionals to guide their future work.

Keywords: Gastronomy, Culinary, Tourism, Bibliometric Analysis, Biblioshiny

ESKİ TÜRKÇEDE TURİZMLE İLGİLİ SÖZCÜKLER

Sevda Özen ERATALAY
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
sevdaeratalay@hotmail.com

Özet

Türk Dil Kurumu Sözlüğünde “dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla yapılan gezi” tanımıyla karşımıza çıkan turizm sözcüğü, Fransızca kökenlidir. Türkçede turizmle ilgili sözcüklerin çoğu yabancıdır. Örneğin Arapçadan Türkçeye geçmiş seyahat sözcüğü, yolculuk ve gezi anlamlarına gelir. Günümüzde turizm denilince ilk aklı gelen otel sözcüğü Fransızca hôte ve devamlı seyahat eden, gezen kişilere de turist denmektedir. Bu sözcüklerin yanı sıra daha çok edebi metinlerde ve bazı günlük konuşmalarda karşılaştığımız Arapça seyyah sözcüğünü de kullanırız. Oysa gezme, gezinti, gezgin sözcükleri, Türkçenin tarihsel metinlerinden günümüze turizmle ilgili sözcüklerden sadece bir kaçıdır. Bu gün turizm, turist, otel vb. sözcükler Türkçeye o kadar yerleşmiştir ki kullanımlarının sıklığı neredeyse fark edilemeyecek seviyededir. Peki, bunun zararı ne olabilir? Aslında özgün dilde kabul görmüş, alışılmış ya da dile uydurulmuş yabancı sözcükler ve kavramlar konuşma dilinde pek de rahatsız edici değildir. Ancak yazma noktasında bu ve benzeri sözcükler sorun oluşturabilmektedir. Bugün üniversitedeki öğrenciler de dâhil pek çok kişi, yabancı bazı sözcüklerin yazımını karıştırabilmektedir. Spor, Hristiyan gibi sözcüklerde ilk iki ses arasına ünlü koyan (sıpor, Hristiyan) çoğu kişi bunu, konuşma ve söylemden ötürü yapmaktadır. Yani bu sözcükler söylenirken ilk iki ünsüz arasında ünlü varmış gibi söylenmektedir. İşte buradan hareketle turizm ya da turist gibi sözcüklerin yazılışı da zor olabilmektedir. Oysa Türkçede gezi, gezgin, gezinti, gezegen gibi hem söylenişi hem de yazılışı kolay sözcükler bulunmaktadır. Elbette günlük hayatta dil, var olan ve uzun süredir kullanılan alışılmış sözcükleri tercih eder. Ancak günümüzde yeni olarak düşünülen turizmin ve turizmle ilgili sözcüklerin, çoğunun, Türkçenin eski dönemlerinde kullanılmış olması dikkate değer bir durumdur. Çalışmada, Türkçenin tarihsel metinlerinden hareketle turizmle ilgili sözcüklerin (gezegen, kezzüç, kezzüç, yerlendirmek, yercügez, yolagcı, yolçı, yurtçı...) biçimleri ve anlamları üzerinde durulacaktır. Çalışmayla Türkçenin söz varlığına katkı sunması amaçlanan sözcüklerin aynı zamanda söylenmesi zor yabancı sözcüklere de seçenek olabileceği düşünülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turist, Yabancı sözcük, Gezgin, Gezegen, Türkçe

WORDS RELATED TO TOURISM IN OLD TURKISH

Abstract

In the Turkish Language Association Dictionary, it is defined as “rest, entertainment, seeing, recognition, etc. The word tourism, defined as “a trip for the purpose of travelling”, is of French origin. Most of the words related to tourism in Turkish are foreign. For example, the word travel, transferred from Arabic to Turkish, means journey and excursion. Nowadays, when tourism is mentioned, the first word that comes to mind is hotel in French, and people who constantly travel and wander are called tourists. In addition to these words, we also use the Arabic word traveler, which we encounter mostly in literary texts and in some daily conversations. However, the words wandering, wandering and traveler are just a few of the words related to tourism from historical Turkish texts to the present day. On this day, tourism, tourists, hotels, etc. The words are so ingrained in Turkish that the frequency of their use is almost unnoticeable. So, what harm could this do? In fact, foreign words and concepts that are accepted, habitual or adapted to the original

language are not very disturbing in spoken language. However, these and similar words can cause problems when writing. Today, many people, including university students, may confuse the spelling of some foreign words. Most people who put a vowel (spor, Christian) between the first two sounds in words such as sports and Christian do this due to speech and discourse. In other words, when these words are said, they are said as if there was a vowel between the first two consonants. From this point of view, spelling words such as tourism or tourist can be difficult. However, there are words in Turkish that are easy to pronounce and write, such as Gezi, Traveler, Gezinti, and Planet. Of course, in everyday life, language prefers familiar words that exist and have been used for a long time. However, it is noteworthy that most of the tourism and tourism-related words, which are considered new today, were used in the old periods of Turkish. In the study, we will focus on the forms and meanings of words related to tourism (gezegen, kereüç, keregüç, şerdürmek, yercügez, yolagcı, yolçı, yurtçı...) based on historical Turkish texts. It is thought that the words that are intended to contribute to the vocabulary of Turkish with the study can also be an alternative to foreign words that are difficult to say

Keywords: Tourism, Tourist, Foreign word, Traveler, Traveling, Turkish.

KÜLTÜR ROTALARININ KURGULANMASININ KIRSAL KALKINMA ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ADIYAMAN ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
alaeddinoğlu@yyu.edu.tr

Zafer BABACAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
22920007011@yyu.edu.tr

Özet

Tarih boyunca bereketli topraklar olarak bilinen ve önemli ticaret yollarının kavşağında bulunan Adıyaman ili birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Ancak günümüzde stratejik önemini kaybeden kent zamanla ekonomik fonksiyonu da büyük ölçüde yitirmiştir. Bu çalışmanın amacı kentte bir dönem varlıklarını sürdüren medeniyetlere ait kültür varlıklarını bütüncül bir yaklaşım içerisinde kültür rotası kurgulayarak turizme kazandırmak ve yerelde ekonominin canlanmasını sağlamaktır. Kültürel varlıkların korunmasında önemli bir araç olan kültür rotaları gelenek, yaşam tarzları, el sanatları, inanç, doğal peyzaj, mimari ve tarihi değerler gibi mirasların keşfini ziyaretçilere kazandırmaktadır. Bu keşif turizm varlıklarının korunmasını sağlarken bir taraftan da bu varlıkların ulusal ve uluslararası ölçekte tanınırlığını artırdığı gibi kırsal kalkınma açısından da önemli katkıları vardır. Bu katkılar ise yerel halkın sosyal yapısını, beklentilerini ve potansiyellerini üst düzeye taşır. Adıyaman için kurgulanan kültür turizm rotasının ana temasını Nemrut Dağı Millî Parkı oluşturmakla beraber birbirinden bağımsız ve farklı çekicilikleri bulunan turizm varlıkları da rota içerisinde yer almaktadır. Adıyaman ilinin kırsal kalkınmasında önemli bir potansiyele sahip olan turizm varlıklarının belirlenmesi ve bir rota içerisinde bütüncül bir bakış geliştirilebilmesi için çalışmada anket yöntemi kullanılmıştır. Anket 18 yaşını doldurmuş kentteki turistik destinasyonlardan birini veya birkaçını ziyaret eden farklı öğrenim seviyesine sahip 188'i erkek 162'si kadın olmak üzere toplamda 350 katılımcıya uygulanmıştır. Adıyaman için düşünülen kültür rotası kapsamına merkez dahil 5 ilçe ve 29 köy eklenmiştir. Toplamda 391,6 km mesafeye sahip güzergâhın gezi programı iki gün şeklinde planlanmış rota üzerinde pansiyonlar ve butik oteller kırsal konaklama tesisleri olarak düşünülmüştür. Bilinirliği fazla olan turizm varlıkları ile az olan varlıklar rota içerisinde birbirine entegre edilerek bütüncül bir bakış açısı geliştirilmiştir. Bu sayede bilinirliği az olan turizm varlıklarının ön plana çıkması sağlanarak buralara yeni taleplerin oluşması hedeflenmiştir. Ayrıca hazırlanan rota üzerindeki yerleşmelerde küçük çaplı işletmelerin, hediyelik eşya veya yöresel ürünlerin satışı ile ekonomide canlılığın sağlanması da hedeflenmektedir. Bu canlılık kırsalda yeni iş alanlarına ve istihdama dönüşeceği gibi kapasite büyüklüğüne bağlı göçü yavaşlatabilecek veya tamamen ortadan kaldıracabilecektir. Böylelikle ekonomik kazanç elde eden kırsal yerleşimciler bu destinasyonlar için birer gönüllü koruyuculara dönüşeceğinden turizme konu olan varlıkların sürdürülebilirliği de sağlanmış olacaktır. Zamanla rota üzerindeki destinasyonların hizmet alanları, alt yapıları ve ulaşım sistemleri de gelen turist sayısına bağlı olarak şekillenecektir.

Anahtar Kelimeler: Adıyama İli, Kültür rotaları, Kırsal kalkınma

THE EFFECT OF DESIGNATING CULTURAL ROUTES ON RURAL DEVELOPMENT: ADIYAMAN EXAMPLE

Abstract

Adıyaman province, known as fertile lands throughout history and located at the crossroads of important trade routes, has hosted many civilizations. However, the city, which has lost its strategic importance today, has also largely lost its economic function over time. The aim of this study is to bring the cultural assets of the civilizations that continued their existence in the city for a period of time to tourism by creating a cultural route in a holistic approach and to ensure the revival of the local economy. Cultural routes, which are an important tool in the protection of cultural assets, enable visitors to discover heritage such as traditions, lifestyles, handicrafts, beliefs, natural landscape, architecture and historical values. While this discovery ensures the protection of tourism assets, it also increases the recognition of these assets on a national and international scale and has important contributions to rural development. These contributions raise the social structure, expectations and potential of the local people to a higher level. Although the main theme of the cultural tourism route designed for Adıyaman is Nemrut Mountain National Park, tourism assets that are independent of each other and have different attractions are also included in the route. The survey method was used in the study to identify tourism assets that have an important potential in the rural development of Adıyaman province and to develop a holistic view within a route. The survey was applied to a total of 350 participants, 188 men and 162 women, with different education levels, who were over 18 years old and visited one or more of the tourist destinations in the city. 5 districts and 29 villages, including the center, have been added to the cultural route planned for Adıyaman. The itinerary of the route, which has a total distance of 391.6 km, is planned as two days, and hostels and boutique hotels are considered as rural accommodation facilities on the route. A holistic perspective has been developed by integrating well-known tourism assets with less well-known ones within the route. In this way, it is aimed to create new demands for tourism assets that are less well-known by bringing them to the fore. It is also aimed to stimulate the economy by selling small-scale businesses, souvenirs or local products in the settlements along the prepared route. This vitality will turn into new business areas and employment in rural areas, as well as slow down or completely eliminate migration due to capacity size. In this way, the sustainability of assets subject to tourism will be ensured, as rural settlers who gain economic gain will turn into volunteer guardians for these destinations. Over time, the service areas, infrastructures and transportation systems of the destinations on the route will also be shaped depending on the number of incoming tourists.

Keywords: Adıyaman Province, Cultural routes, Rural development

KÜLTÜREL ROTALARIN OLUŞTURULMASININ KÜLTÜR MİRAS ALANLARININ KORUNMASINA VE TANITIMINA ETKİSİ ADIYAMAN BESNİ ÖRNEĞİ: “BETHESNA KÜLTÜR YOLU”

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

alaeddinoğlu@yyu.edu.tr

Zafer BABACAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

22920007011@yyu.edu.tr

Özet

Adıyaman ilinin Besni ilçesi birçok medeniyetin uç bölgesi olmuştur. Konumundan dolayı çok hareketli askeri ve ticari bir kent olan ilçe tarihi, kültürel ve doğal varlıklarıyla turizm açısından özel bir yere sahiptir. Aynı zamanda sulak ve ormanlık arazilerin varlığı kenti çekici bir alan haline getirmiş bu da kentin sürekli canlı kalmasını sağlamıştır. Bu yüzden tarihsel süreçte kente cennete eş anlamında kullanılan “Bethesna” ismi verilmiştir. Ancak kentin sahip olduğu bu çekiciliklere dönük gerçek anlamda potansiyel bir alan çalışması yapılmamış ve kent merkezinin çeperlerinde kalan varlıkların önemli bir bölümü maalesef kendi kaderlerine terkedilmiştir. Bu araştırma çalışmasının amacı da kentin turizm potansiyelinin belirlenmesini sağlayarak turizme konu olan varlıkları bütüncül bir bakış açısı içerisinde kültür rotasında toplamaktır. Çalışmada CBS kullanılarak turizm rotaların planlanması, rotalardaki uygun ulaşım yollarının ve çekiciliklerin belirlenmesi, turizm gelişim bölgelerindeki alternatif rotaların oluşturulması ve rotaların görselleştirilerek haritalanması konularında; kamu, özel kesim ve destinasyon yöneticilerine, turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelere yardımcı olmak amacıyla hazırlanmıştır. Çalışmamız Besni Müzesi’nden başlayıp Besni çevresinde bulunan tarihi, kültürel ve doğal varlıkları kapsayan bir kültür rotası olarak hazırlanmıştır. Güzergâhımızda tümölüsler, anıt mezarlar, köprüler, lejyon yolları, hamamlar, camiler, eski ticaret yolları, kesme ve yığma tepeler, eski çağlardan kalan mağara yerleşmeleri ve mağara mezarları bulunmaktadır. Kültür rotasının oluşturulmasıyla bilinirliği fazla olmayan destinasyonlar ön plana çıkarılacak, turizm varlıklarına ev sahipliği yapan yerlere gelen turistlerin ağırlanmasından elde edinilen ekonomik kazanç ile kırsal kalkınma desteklenecek ayrıca bu varlıkların korunmasında yerel ve gönüllü koruyucular oluşturulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Bethesna, Kültür rotası, Sürdürülebilir turizm, Kırsal kalkınma

THE EFFECT OF CREATING CULTURAL ROUTES ON THE PROTECTION AND PROMOTION OF CULTURAL HERITAGE AREAS ADIYAMAN BESNİ EXAMPLE “BETHESNA CULTURAL ROAD

Abstract

Besni district of Adıyaman province has been the extreme region of many civilizations. The district, which is a very active military and commercial city due to its location, has a special place in terms of tourism with its historical, cultural and natural assets. At the same time, the presence of wetland and forested lands has made the city an attractive area, which has ensured that the city remains constantly alive. That is why, throughout history, the city was given the name "Bethesna", which means equivalent to heaven. However, no real potential field work has been carried out on

these attractions of the city, and unfortunately, a significant part of the assets remaining on the periphery of the city center have been abandoned to their own fate. The purpose of this research study is to determine the tourism potential of the city and to collect the assets subject to tourism along the cultural route in a holistic perspective. In the study, planning of tourism routes using GIS, determining suitable transportation routes and attractions on the routes, creating alternative routes in tourism development areas and visualizing and mapping the routes; It has been prepared to assist public, private sector and destination managers, as well as businesses operating in the tourism sector. Our study has been prepared as a cultural route starting from the Besni Museum and covering the historical, cultural and natural assets around Besni. On our route there are tumuli, mausoleums, bridges, legion roads, baths, mosques, old trade routes, cut and stacked hills, cave settlements and cave tombs from ancient times. By creating a cultural route, destinations that are not well known will be brought to the fore, rural development will be supported with the economic gain obtained from hosting tourists coming to places that host tourism assets, and local and volunteer guardians will be created to protect these assets.

Keywords: Bethesna, Cultural route, Sustainable tourism, Rural development

ŞIRNAK'TAKİ İSLAM VE HİRİSTİYAN MİMARİSİ

Doç. Dr. Mehmet TOP

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
mtop@yyu.edu.tr

Elvan OFLAS

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
elvanoflas3528@gmail.com

Özet:

Anadolu coğrafyasının her bir köşesi doğal güzellikleri yanında kültürel zenginlikleri ile dikkat çekmektedir. Bu coğrafyanın güneydoğusunda yer alan Şırnak'ın yeni il olmasına rağmen; üzerinde barındırdığı zengin kültürel dokunun büyük bir kısmı ortaçağ ve sonrasına aittir. Bölgenin dağlık ve engebeli coğrafyalarından birini teşkil etmesi mimari ve kent dokusunu etkileyen bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun dışında Şırnak'ın geçmişte merkez olma özelliği göstermemesi il merkezinden ziyade çevresi ve Cizre ile kazandığı bir değer söz konusudur. Çünkü Cizre, geçmişte Cezire bölgesinin yönetim merkezi olduğundan kültür ve medeniyet açısından daha önemli, bu nedenle ortaçağ ve sonrasında parlak bir şehir durumundadır.

Şırnak ili topraklarının bir kısmı Güneydoğu Anadolu, diğer kısmı ise Doğu Anadolu coğrafyasında yer almaktadır. Namaz Dağı'nın yamaçlarına kurulan il merkezinin geçmişi ve merkez olma özelliği çok eskiye inmemektedir. Çünkü 1990 yılında il olmuştur. Önceleri Siirt iline bağlı bir ilçe iken, il olunca Siirt, Mardin ve Hakkâri'den alınan topraklarla oluşturulmuştur. İlçelerinden Cizre, İdil ve Silopi Mardin'den; Merkez ilçe ve Güçlükönak Siirt'ten Beytüşşebap ve Uludere Hakkâri'den dâhil edilmiştir. Bu şekilde ilin sınırları belirginleşmiştir.

Şırnak toprakları geçmişte birçok medeniyeti üzerinde barındırmakla beraber, bunlar bir bütünsellik teşkil etmemektedir. Tarih öncesi dönemlerden itibaren gerek Mezopotamya, gerek İran ve gerekse Anadolu'da kurulan devletlerin egemenliğinde kalmıştır. Bunlar sırasıyla Asur, Babil, Hitit, Pers, Büyük İskender, Roma, Bizans, Sasani devletleri olup, bölge Hz Ömer döneminde İslam topraklarına katılmıştır. Bundan sonra Emevi, Abbasi, Büyük Selçuklu, Artuklu, Musul Atabekleri ve Eyyübi hâkimiyetinde kalmıştır. Bir ara Akkoyunlu idaresine geçen yöre, XVI. yüzyıl başlarından itibaren Cizre merkezli Cizre (Botan) Beyleri 'nin idaresine geçmiş ve Osmanlı Devleti'ne döneminde de, bu beyliğin yönetimi devam etmiştir. Osmanlı Devleti 1627 yılında Cizre Beyleri 'nin yönetimine son vererek kendi hâkimiyetini tesis etmiştir. Osmanlı son döneminde (1875–1885 yılları arasında) Şırnak, Diyarbakır Eyaleti, Mardin Livasına bağlı kaza olarak geçmektedir. Cumhuriyet devrinde Siirt iline bağlı ilçe iken, 1990 yılında il olmuş ve halen ilin merkezi konumundadır.

Cizre yörede İslam kültürünü temsil eden yerlerin başında gelmektedir. Botan Bölgesi'nin merkezi durumundadır. Mardin Musul ticaret yolu üzerinde bulunması Cizre'nin önemini arttırmaktadır. Bu durum mimari eserlere de yansımıştır. Selçukludan Osmanlı'ya uzanan Cizre Kalesi, Ulu Cami, Kırmızı Medrese, Abdaliye Medresesi, Hamidiye Kışlası, Belediye Binası, Deşt Körüsü ve Yafes Köprüsü ile bazı sivil mimarlık örnekleri bunu göstermektedir. Cizre'nin de son yıllarda aşırı ve kontrolsüz büyümesi bu yapılara büyük zarar vermiştir. Ulu Cami, Kırmızı Medrese, Abdaliye Cami ve Medresesi ile bunun içindeki Memo Zin Türbesi'nin restorasyonları Bitlis Vakıflar Bölge Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilmiştir.

Şırnak'ın ilçelerinden İdil ve çevresi Tur Abdin bölgesi içinde kalmaktadır. Kültürel olarak Mardin ve Midyat'ın bir uzantısı konumundadır. Burada ve çevresinde daha çok Süryani Ortodoks mimarisi görülmektedir. Mimari olarak bunlara ait kiliseler çoğunluktadır. Değişik plan tipleri ve

mimari özellikleri ile dikkat çeken kiliselerin bazıları faal durumdadır. Beytüşşebab ve Uludere ise, coğrafi ve kültürel özellikler nedeniyle Hakkâri ve özellikle Çukurca'nın uzantısı durumundadır. Geçmişte burada Hristiyan Nesturilerin yaşadığını günümüze ulaşan kiliseler ortaya koymaktadır. Aynı kültüre ait Hristiyan yerleşmeleri Dicle Nehri'nin doğusunda kalan Cudi dağı eteklerinde de görülmektedir. Uludere'ye bağlı Andaç ve Yarma Mahallesinde bulunan iki kilise ile Silopi'de bunu belgeleyen kiliseler ve yerleşme Hristiyan yerleşmeleri bunu göstermektedir. Bu bildiri kapsamında Şırnak'ta farklı kültür ve medeniyetlere ait, İslam ve Hristiyan mimarisine ait başta kaleler olmak üzere, camiler, medreseler, kilise ve manastırlar, türbe ve zaviyeler, hanlar, kamu yapıları, kasır ve evler ile su yapıları ele alınıp, değerlendirilecektir.

Anahtar Kelime: Mimari, İslamiyet, Hristiyanlık, Şırnak

ISLAMIC AND CHRISTIAN ARCHITECTURE IN SIRNAK

Abstract

Each corner of Anatolia attracts attention with its cultural richness as well as its natural beauties. Although Şırnak, located in the southeast of this geography, is a new province; most of the rich cultural texture it harbors belongs to the medieval period and later. The fact that it constitutes one of the mountainous and rugged geographies of the region is a factor affecting its architectural and urban texture. Apart from this, the fact that Şırnak did not show the characteristic of being a center in the past is a value gained with its surroundings and Cizre rather than the provincial center. Because Cizre was the administrative center of the Jazira region in the past, it was more important in terms of culture and civilization, and for this reason it was a brilliant city in the Middle Ages and later.

Şırnak is located partly in Southeastern Anatolia and partly in Eastern Anatolia. The provincial center, which was established on the slopes of Mount Namaz, does not go back very far. Because it became a province in 1990. Previously a district of Siirt province, it was formed with the lands taken from Siirt, Mardin and Hakkari when it became a province. Cizre, İdil and Silopi were added from Mardin; the central district and Güçlükönak from Siirt; and Beytüşşebab and Uludere from Hakkari. In this way, the borders of the province became clear.

Although the lands of Şırnak have hosted many civilizations in the past, they do not constitute a unity. Since prehistoric times, it has been under the sovereignty of states established in Mesopotamia, Iran and Anatolia. These were Assyrian, Babylonian, Hittite, Persian, Persian, Alexander the Great, Roman, Byzantine, Sassanid states respectively, and the region was annexed to Islamic lands during the reign of Hz Ömer. After that, it remained under Umayyad, Abbasid, Great Seljuk, Artuqid, Mosul Atabek and Ayyubid rule. The region, which was under the rule of Akkoyunlu for a while, came under the rule of the Cizre (Botan) Beys centered in Cizre from the beginning of the 16th century and the rule of this beylik continued during the Ottoman Empire. The Ottoman Empire ended the rule of the Beys of Cizre in 1627 and established its own sovereignty. In the last period of the Ottoman Empire (between 1875-1885), Şırnak was mentioned as an accident under Mardin Liva of Diyarbakır Province. While it was a district of Siirt province in the Republican period, it became a province in 1990 and is still the center of the province.

Cizre is one of the places representing Islamic culture in the region. It is the center of Botan Region. Being on the Mardin-Mosul trade route increases the importance of Cizre. This situation is also reflected in architectural works. Cizre Castle, Great Mosque, Red Madrasa, Abdaliye Madrasa, Hamidiye Barracks, Municipality Building, Deşt Körüsü and Yafes Bridge and some civil architecture examples dating back to the Seljuks and Ottomans show this. The excessive and

uncontrolled growth of Cizre in recent years has caused great damage to these buildings. The restoration of the Great Mosque, the Red Madrasa, the Abdaliye Mosque and Madrasa, and the Memo Zin Tomb within it was carried out by the Bitlis Regional Directorate of Foundations. Idil, one of the districts of Şırnak, and its surroundings fall within the Tur Abdin region. Culturally, it is an extension of Mardin and Midyat. Syriac Orthodox architecture is mostly seen here and its surroundings. Architecturally, churches belonging to them are the majority. Some of the churches, which attract attention with their different plan types and architectural features, are still active.

Beytüşşebab and Uludere are extensions of Hakkâri and especially Çukurca due to their geographical and cultural characteristics. Surviving churches reveal that Christian Nestorians lived here in the past. Christian settlements of the same culture can also be seen on the slopes of Mount Cudi, east of the Tigris River. The two churches in the Andaç and Yarma neighborhoods of Uludere and the churches and Christian settlements in Silopi document this. Within the scope of this paper, the castles, mosques, madrasahs, churches and monasteries, tombs and dervish lodges, inns, public buildings, pavilions and houses and water structures belonging to different cultures and civilizations in Şırnak, belonging to Islamic and Christian architecture, will be discussed and evaluated.

Keyword: Architecture, Islam, Christianity, Sırnak

GELENEKSEL 9 KASIM ETKİNLİKLERİ KAPSAMINDA NENE HATUN TARİHİ MİLLİ PARKINI ZİYARET EDEN KATILIMCILARIN KATILIM MOTİVASYONLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Ahmet ÇAVUŞ

Atatürk Üniversitesi

ahmetcavus@atauni.edu.tr

Hacı Yaşar MAZMAN

Atatürk Üniversitesi

Özet

Bu araştırmada Erzurum ilinde bulunan Nene Hatun Tarihi Milli Parkı ziyaretçilerinin katılım motivasyonlarının değerlendirilmesi ve ziyaretçilerin milli parka yönelik düşüncelerini belirlenmesi amaçlanmıştır. Nene Hatun Tarihi Milli Parkına 9 Kasım Etkinlikleri kapsamında gelen ziyaretçilerin profillerini, ziyaret nedenlerini ve katılım motivasyonlarını belirlemek için 430 anket yüz yüze görüşme ile katılımcılara uygulanmıştır. Bunlardan 387 anket üzerinden analizler yapılmıştır. Veriler frekans, normallik, t testi ve anova analizine tabi tutularak tablolastırılmış ve yorumlanmıştır. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin motivasyon düzeylerini belirlemede; atalarının savaştıkları yerleri görme istekleri, onların duygularını hissetme, tarihe tanıklık etme ve onlara dua etme gibi birçok temel motivasyon faktörleri yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Özel İlgi Turizmi, Savaş Alanları Turizmi, Hüzün Turizmi, Seyahat Motivasyonu, Nene Hatun Tarihi Milli Parkı

EVALUATION OF PARTICIPATION MOTIVATIONS OF PARTICIPANTS VISITING NENE HATUN HISTORICAL NATIONAL PARK WITHIN THE SCOPE OF TRADITIONAL NOVEMBER 9TH ACTIVITIES

Abstract

In this study, it was aimed to evaluate the participation motivations of the visitors of Nene Hatun Historical National Park in Erzurum province and to determine the thoughts of the visitors towards the national park. In order to determine the profiles, reasons for visiting and motivations for participation of the visitors who came to Nene Hatun Historical National Park within the scope of November 9th Activities, 430 questionnaires were applied to the participants through face-to-face interviews. Of these, 387 questionnaires were analyzed. The data were subjected to frequency, normality, t-test and anova analysis, tabulated and interpreted. In determining the motivation levels of the visitors participating in the research; there are many basic motivation factors such as the desire to see the places where their ancestors fought, to feel their emotions, to witness history and to pray for them.

Keywords: Special Interest Tourism, Battlefield Tourism, Sadness Tourism, Travel Motivation, Nene Hatun Historical National Park

TÜRKÇEDE GEZGİN SÖZCÜKLER

Doç. Dr. Süleyman ERATALAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

s.eratalay@gmail.com

Özet

Turizm faaliyetinde bulunan kişilerin yanlarında görünmez hazineleri olan dilleri de bulunmaktadır. Dolayısıyla sözcükler de bu faaliyetten etkilenmektedir. Dil ilişkilerinde en kolay gerçekleşen değişim sözcük değişimi olarak kabul edilmektedir. Sözcük alışverişi için odak noktalarına göre verinti (dilden çıkan sözcük), alıntı (dile giren sözcük), kopyalama (dilini ihtiyaç duyduğu sözcüğü edinmesi), gibi çeşitli terimler kullanılmıştır. Bazı durumlarda sözcükler bir dilden diğerine geçerek onun ses envanteri ile dönüşüm geçirdikten sonra başkalaşmış şekilde yeniden kaynak dile dönebilir. Sözcüğün değişim geçirmiş biçimi onun yabancı olarak algılanmasına ve tanınamamasına yol açmaktadır. Kültürel bir değer olarak böyle sözcüklerin tespit edilmesi detaylı araştırmalar yapılmasını gerektirmektedir. Bu çabalar sonucunda oldukça ilginç gezgin sözcükler tespit edilebilmektedir. Gerek kaynak dil kökenli gerekse yabancı kökenli bir sözcük kaynak dil aracılığıyla başka bir dile ya da dillere kopyalanır sonra yeniden kaynak dile alınır. Buna en güzel örneklerden biri *cafe* sözcüğüdür. Arapça *kahve* sözcüğü Türkçeye girdikten sonra Ermeniceye *kahve*, Macarcaya *kave*, Çekçeye *kava*, Bulgarca *kayve*, Sırpça *kafa*, İtalyancaya *caffe*, Yunancaya *kafe*, Fransızca *cafetier* ve İngilizceye *coffee* ve *cafe* şeklinde geçmiştir. Sözcük en sonunda tekrar Türkçeye ‘kahvehane’ anlamında İngilizce kökenli olarak girmiştir. Türkçe kökenli ‘iri, kokulu ve tatlı bir tür armut’ anlamına gelen *Beyarmudu* sözcüğü Farsçaya ve Arapçaya *bergamut*, Ermeniceye *bergamot*, İtalyancaya *bergamotta*, Almanca ve Fransızca *bergamotte* ve İngilizceye *bergamot* şeklinde geçmiştir. Bu şekliyle Türkçeye geri gelmiştir. Bu bilinen örneklerin ötesinde ilk etapta akla gelmeyecek *Fr. billet* sözcüğünün *E. Tü. bilig* sözcüğüyle, *İt. borsa* sözcüğünün *E. Tü. bor* sözcüğüyle, *Fr. vampir* sözcüğünün *E. Tü. obur* sözcüğüyle ilgili olabileceği öne sürülebilir. Çalışmada Türkçede bulunmuş, başka dillere geçmiş ve geri dönmüş sözcükler tespit edilerek köken bilgisi ve sözcükbilim araştırmalarına bir hareket noktası sağlanmaya çalışılacaktır.

Anahtar Sözcükler: Alıntı, Verinti, Gezin, Yeniden alıntı, Sözcükbilim.

TRAVELING WORDS IN TURKISH

Abstract

People engaged in tourism activities are also accompanied by their language, which is their invisible treasure. Therefore, words are also affected by this activity. The easiest exchange in language relations is considered to be the exchange of words. Various terms have been used for lexical exchange depending on their focus, such as loan (a word leaving the language), quotation (a word entering the language), copying (the language acquires the word it needs). In some cases, words may pass from one language to another, transformed by its sound inventory, and then return to the source language in a transformed form. The altered form of the word causes it to be perceived as foreign and unrecognizable. Identifying such words as a cultural value requires detailed research. As a result of these efforts, very interesting traveling words can be identified. A word of either source language origin or foreign origin is copied into another language or languages through the source language and then reintroduced into the source language. One of the

best examples of this is the word *cafe*. After the Arabic word *kahve* entered Turkish, it was entered Armenian as *kahve*, Hungarian as *kave*, Czech as *kava*, Bulgarian as *kayve*, Serbian as *kafa*, Italian as *caffè*, Greek as *kafe*, French as *cafetier* and English as *coffee* and *cafe*. The word eventually re-entered Turkish as *cafe* 'café house' with an English origin. The Turkish word *Beyarmudu*, meaning 'a large, fragrant and sweet kind of pear', entered into Persian and Arabic as *bergamut*, Armenian as *bergamot*, Italian as *bergamotta*, German and French as *bergamotte* and English as *bergamot*. It came back to Turkish in this form. Beyond these known examples, which may not come to mind in the first place, it can be suggested that *Fr. bilet*, may be related to *E. Tü. bilig*, *It. borsa* to *E. Tü. bor*, *Fr. vampire* to *E. Tü. obur*. In this study, it will be tried to provide a starting point for etymology and lexicology researches by identifying the words that were found in Turkish, passed to other languages and returned.

Keywords: Loan, Quotation, Travelling, Reborrowing, Lexicography.

İNANÇ TURİZMİ VE TOPLUMSAL HAFIZA İLİŞKİSİ

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

alaeddinoglu@yyu.edu.tr

Meryem İZİ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Özet

Sosyal ve beşeri bilimlerin son yıllarda popülerleşen konusu toplumsal hafıza, turizm çalışmalarında henüz çok yenidir. Literatüre bakıldığında, turizmin toplum hafızasıyla olan irtibatına yönelik çalışmalar neredeyse hiç çalışılmamış. Bu durum, turizm gibi insanların yoğun bir şekilde sosyalleştiği ve aynı zamanda grup hafızalarını pekiştirerek, sürdürdüğü ve yeni hafızalara dahil olduğu bir endüstri için bir eksiklik olarak görülebilmektedir. Zira, Maurice Halbwachs'ın ortaya attığı gibi, hafıza sanıldığı kadar aksine insanın fizyolojik süreciyle ilintili olan tamamıyla bireysel bir mesele değil, tam aksine insanın sosyal yaşantısında kurduğu etkileşimlerin neticesinde oluşan toplumsal bir olgudur. Her toplum, geçmişle bağ kurarak geleceğini inşa etme gayesini taşır. Bireylerde olduğu gibi, toplumların geçmişine bağlanmasına imkan tanıyan hafıza, toplulukların dün ile bugün birbirine bağlayarak geleceği inşa etmesine imkan tanımaktadır. Çünkü bugün, ancak dünün var ettiği dini, kültürel, tarihi ve sosyal değerler üzerinden kurulabilir. İnsanlığın tarihsel birikimini geleceğe aktarılmasına ve belirli bir süreklilik dahilinde onu yeniden kurmasına imkan tanıyan toplumsal hafıza, inanç turizmiyle de yakın bir temas içerisindedir. İnsan gruplarının bir yere seyahat etmesini yönlendiren başlıca motivasyon kaynaklarından biri olan inanç/din, toplum hafızasını kuran, koruyan, aktaran ve hatırlatan en eski sosyal kurumdur. Ayrıca inançlar yahut dinler daha özde kolektif gruplara özgüdür. Bu noktada belirli gruplar için salt hatırlatma ve yeniden inşa görevi gören güçlü bir sosyal aidiyetliktir. Assmann (2018), inanç/din hafızasının tüm toplumlarda canlı ve etkili olduğunu belirtir. Aynı zamanda inançlar turizmde de köklü bir geçmişe sahiptir. Nitekim turizmin tarihine bakıldığında, insanların seyahat kararı üzerinde belirleyici olan en eski çekiciliklerden birinin inanç olduğu görülmektedir. Bu noktada, hem turizm hem de hafıza çalışmalarının aynı bağlamda buluşturan inanç, turizmde hafıza çalışmaları için uygun bir zemin sağlamaktadır. Çünkü inanç turizminin bağlamını oluşturan din ve inanca konu olan unsurlar, toplumların kültürü, gelenekleri, anlatıları, yaşama tarzları, davranış kalıpları, hayat algılayışları, mekân düzenlemeleri, insan ve mekân adlandırmaları gibi birçok unsur üzerinde ciddi etkilere sahiptir. Ve bu açıdan, toplumsal hafızanın inşasında belirleyici olan güçlü bir etkidir. Toplumsal hafızayı inanç turizmi üzerinden okumayı amaçlayan bu çalışma bir literatür çalışmasıdır. Bu bağlamda, inanç turizmi ile toplumsal hafızanın kesiştiği ve birbirini etkilediği noktalar kapsamlı bir literatür incelemesine tabi tutulmuş ve tartışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: İnanç, İnanç turizmi, Toplumsal hafıza, Hafıza aktarımı, Maurice Halbwachs

THE RELATIONSHIP BETWEEN FAITH TOURISM AND SOCIAL MEMORY

Abstract

Social memory, a popular subject of social sciences and humanities in recent years, is still very new in tourism studies. When we look at the literature, studies on the connection between tourism and social memory have almost never been studied. This can be seen as a shortcoming for an

industry such as tourism, where people socialize intensively, at the same time reinforce, maintain group memories, and become involved in new memories. Because, as Maurice Halbwachs put it, memory, contrary to popular belief, is not a completely individual issue related to human physiological processes, but on the contrary, it is a social phenomenon that occurs as a result of the interactions that humans establish in their social life. Every society aims to build its future by connecting with its past. Just like individuals, memory, which allows societies to connect to their past, allows communities to build the future by connecting yesterday and today. Because today can only be established on the religious, cultural, historical and social values created by yesterday. Social memory, which allows humanity to transfer its historical accumulation to the future and re-establish it within a certain continuity, is also in close contact with religious tourism. Belief/religion, which is one of the main sources of motivation that directs groups of people to travel to a place, is the oldest social institution that establishes, preserves, transmits and reminds the memory of society. In addition, beliefs or religions are specific to collective groups. At this point, it is a strong social belonging that serves only as a reminder and reconstruction for certain groups. Assmann (2018) states that the memory of faith/religion is alive and effective in all societies. At the same time, beliefs have a deep-rooted history in tourism. As a matter of fact, when we look at the history of tourism, it can be seen that one of the oldest attractions that determines people's travel decisions is belief. At this point, the belief that brings together both tourism and memory studies in the same context provides a suitable basis for memory studies in tourism. Because the elements of religion and belief that constitute the context of religious tourism have serious effects on many elements such as the culture, traditions, narratives, lifestyles, behavioral patterns, life perceptions, spatial arrangements, people and place naming of societies. And in this respect, it is a powerful factor that determines the construction of social memory. This study, which aims to read social memory through religious tourism, is a literature study. In this context, the points where religious tourism and social memory intersect and affect each other were subjected to a comprehensive literature review and discussed.

Keywords: Faith, Faith tourism, Social memory, Memory transfer, Maurice Halbwachs

MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNİN MUĞLA'YA ÖZGÜ GASTRONOMİK ÜRÜNLERİ DENEYİMLEMELERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Doç. Dr. Şaban KARGİGLİOĞLU
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
sabankargiglioglu@mu.edu.tr

Özet

Muğla, Dünya'da en fazla ziyaret edilen 100 şehir arasında ve ayrıca Türkiye'de en fazla turist çeken ilk beş ilden birisidir. Muğla mutfak kültürü; genellikle sebzeler, yabani ot çeşitleri, yörede yetişen mantar çeşitleri, göce tarhanası, zeytin, zeytinyağı, çam balı ve deniz ürünlerinden oluştuğu bilinmektedir. Yükseköğretim sınavında aldıkları puanlara göre tercih yapan öğrencilerin genelinin yaşadıkları şehirden daha farklı şehirde üniversite tercihi yaptığı görülmektedir. Eğitim öğretim hayatları için yaşadıkları şehirden farklı bir şehre giden üniversite öğrencileri en az iki yıl o şehirde ikamet etmektedirler. Farklı şehirde üniversite öğrenimi yaşayan öğrencilerin o şehrin mutfak kültürünü ne kadar öğrendiği bu çalışmanın özgün değerini oluşturmaktadır. Muğla ile ilgili olarak Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi öğrencilerine yönelik bu tarz bir çalışma yapılmamış olması da konunun özgünlüğünü perçinlemektedir. Araştırmanın amacı, Muğla'da öğrenim gören üniversite öğrencilerinin Muğla'nın gastronomik ürünlerini deneyimleme durumlarını belirlemektir. Bu çalışmada nicel veri toplama tekniği uygulanmıştır. Muğla ilinin mutfak kültürüne ait yiyecek ve içeceklerle ilgili literatür araştırması yapıldıktan sonra hazırlanan anket formları MSKÜ öğrencilerine yüz yüze ve elektronik posta yoluyla ulaşılarak doldurtulmuştur. Çalışmanın çıktılarının; üniversiteye, yerel yönetimlere ve sivil toplum kuruluşlarına yön göstereceği, Muğla mutfak kültürünün tanıtılması ve sürdürülebilirliği noktasında önemli olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Muğla, Gastronomi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

A STUDY ON MUĞLA SITKI KOÇMAN UNIVERSITY STUDENTS' EXPERIENCES OF MUĞLA-SPECIFIC GASTRONOMIC PRODUCTS

Abstract

Muğla is among the 100 most visited cities in the world and also one of the top five cities in Turkey that attracts the most tourists. Muğla culinary culture is known that it usually consists of vegetables, wild herbs, mushrooms grown in the region, goce tarhana, olives, olive oil, pine honey and seafood. It is seen that the majority of the students who choose according to the scores they get in the higher education entrance exam prefer a university in a different city than the city they live in. University students who go to a city different from the city they live in for their education life, reside in that city for at least two years. The unique value of this study is how much the students who have university education in a different city learn about the culinary culture of that city. The fact that such study has not been conducted for the students of Muğla Sıtkı Koçman University reinforces the originality of the subject. The aim of the study is to determine the experience of the gastronomic products of Muğla by university students studying in Muğla. Quantitative data collection technique was applied in the study. After a literature research on the food and beverages of the culinary culture of Muğla province, the questionnaire forms prepared were filled in by contacting MSKU students face-to-face and via e-mail. As the outcomes of the

study it is thought that promotion and sustainability of Muğla culinary culture is important, which will guide the university, local governments and non-governmental organizations.

Keywords: Muğla, Gastronomy, Muğla Sıtkı Koçman University

AZERBAIJAN'IN ORTA ARAN EKONOMİK BÖLGESİNDE TURİZMİN MEVCUT POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ VE GELİŞME YOLLARI

Öğr. Üyesi Hicran NADİROVA

Azerbaycan Devlet Pedagoji Üniversitesi

nadirova_hicran@mail.ru

Özet

Azerbaycan'da bulunan 14 ekonomik bölgeden biri olan Orta Aran bölgesi Cumhuriyet topraklarının yaklaşık %25'ini, nüfusun ise %20'sini oluşturmaktadır. Çok uygun ekonomik-coğrafi konuma sahiptir ve 7 ilçeden oluşmaktadır: Mingeçevir, Yevlah, Ağdaş, Göyçay, Kurdemir, Ucar ve Zardab. Cumhuriyetimizin diğer bölgeleriyle karşılaştırıldığında bu bölgede turizmin oldukça zayıf olduğu görülmektedir. Çalışmamızda, Orta Aran ekonomik bölgesinin mevcut turizm potansiyeli incelenecek ve turizmin gelişmesi için neler yapabiliriz? sorusuna cevap vermeye çalışacağız. Azerbaycan'ın her bölgesinin kendine has tarihi, kültürel gelişimi, fiziki ve ekonomik-coğrafi özelliği olduğu gibi Aran ekonomik bölgesi de turizmin gelişmesi için büyük kültürel ve tarihi potansiyele sahiptir. Öyle ki, Avrupa-Asya ulaşım koridoru olan tarihi İpek Yolu ve Bakü-Tiflis-Kars demiryolunun bölge topraklarından geçmesi turizm ilişkilerinin genişletilmesinde büyük önem taşımaktadır. Aynı zamanda, Orta Aran ekonomik bölgesinde doğal güzelliğe sahip nehirler, göller, ulusal ve yerel önem arz eden tarihi ve kültürel anıtlar, maden kaynakları bulunmaktadır. Bunların tanınması ve onarılmasına ihtiyaç vardır; Yevlah şehrinden geçen Kur nehrinin kıyısı, Mingeçevir rezervuarı ve burada bulunan plajın imkanlarından daha verimli yararlanmak mümkündür. Bölge gemi ve hava taşımacılığına da (Mesela, Yevlah şehrinde havalimanı bulunmaktadır) uygun, ancak bu fırsat ekonomik ve turizm amaçlı kullanılmıyor. Bu şehirlerde kürek çekmek, tekne gezileri, balık tutmak, avcılık vb. özel etkinliklerin düzenlemesi turistlerin bölgeye olan ilgisinin artmasında önemli bir rol oynayabilir. Örneğin, Göyçay bölgesinde her yıl düzenlenen nar festivali oldukça güzel bir etkinliktir. Bölgede bulunan konaklama tesislerinin, sanatoryum-tatil kaynaklarının, restoranların modernize edilmesi gerekiyor. Bunların yanı sıra, turist, bölgede bulunan turizm şirketleri tarafından nüfusun tarihi, mimari anıtları, doğası, ulusal yemekleri, dinlenme ve eğlence koşulları hakkında bilgi edinme fırsatına sahip olmalıdır. Son olarak, halkın milli geleneklerini, tarihi ve kültürel mirasını yansıtan el sanatları ve hediyeelik eşya ürünlerinin üretim ve satışının yaygınlaştırılması ana hedefler arasında olmalıdır. Tüm bu öneriler bölgede turizminin gelişmesi açısından önemli faktörlerdir ve doğru kullanılırsa Orta Aran ekonomik bölgesi gelecekte Azerbaycan'ın önde gelen turizm bölgelerinden biri haline gelebilir.

Anahtar Kelimeler: Azerbaycan, Aran, Mingeçevir, Yevlah, Turizm, Gelişme yolları

ASSESSMENT OF THE CURRENT POTENTIAL OF TOURISM IN THE CENTRAL ARAN ECONOMIC REGION OF AZERBAIJAN AND WAYS OF DEVELOPMENT

Abstract

The Central Aran region, one of the 14 economic regions in Azerbaijan, constitutes approximately 25% of the Republic's territory and 20% of the population. It has a very suitable economic-geographical location and consists of 7 districts: Mingeçevir, Yevlah, Ağdaş, Göyçay, Kurdemir, Ucar and Zardab. Compared to other regions of our Republic, tourism in this region is quite weak. In our study, we will examine the current tourism potential of the Central Aran economic region and try to answer the question of what we can do for the

development of tourism. Just as each region of Azerbaijan has its own historical, cultural development, physical and economic-geographical characteristics, the Aran economic region also has great cultural and historical potential for the development of tourism. So much so that the passage of the historical Silk Road and the Baku-Tbilisi-Kars railway, which are the Europe-Asia transportation corridor, through the region is of great importance in expanding tourism relations. At the same time, the Central Aran economic region contains naturally beautiful rivers, lakes, historical and cultural monuments of national and local importance, and mineral resources. These need to be recognized and repaired; It is possible to make more efficient use of the banks of the Kur river passing through the city of Yevlakh, the Mingachevir reservoir and the opportunities of the beach located there. The region is also suitable for ship and air transportation (for example, there is an airport in the city of Yevlakh), but this opportunity is not used for economic and tourism purposes. Organizing special events such as rowing, boat trips, fishing and hunting in these cities can play an important role in increasing tourists' interest in the region. For example, the pomegranate festival held every year in the Goychay region is a very beautiful event. Accommodation facilities, sanatorium-holiday resources and restaurants in the region need to be modernized. Besides these, the tourist should have the opportunity to learn about the history, architectural monuments, nature, national cuisine, conditions of rest and entertainment of the population by tourism companies located in the region. Finally, the main goals should be to popularize the production and sale of handicrafts and souvenir products that reflect the national traditions, historical and cultural heritage of the people. All these recommendations are important factors for the development of tourism in the region, and if used correctly, the Central Aran economic region can become one of the leading tourism regions of Azerbaijan in the future.

Keywords: Azerbaijan, Aran, Mingachevir, Yevlakh, Tourism, Development paths

VAN'IN DESTİNASYON İMAJİ: TRIPADVISOR YORUMLARININ NETNOGRAFİK ANALİZİ

Asef SUBAŞI

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
asefsubasi@yyu.edu.tr

Serkan ROL

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
serkanrol@yyu.edu.tr

Doç. Dr. Sedat ŞAHİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
sedat_sahin@hotmail.com.tr

Dr. Seda İDİKUT ŞAHİN

sedaidikut@hotmail.com

Özet

Destinasyon seçiminde önemli bir rolü olduğu bilinen destinasyon imajı, basitçe insanların zihinlerinde bir yere ilişkin algı ve izlenimlerin bütünüdür. Ziyaret öncesinde, esnasında ve sonrasındaki tüm süreçlerde turist davranışlarını etkileyebilen destinasyon imajı, destinasyona yönelik memnuniyet ve sadakatın oluşumu için de önem arz etmektedir. Destinasyon imajı, genel olarak bilişsel ve duygusal olmak üzere iki alt boyutuyla ele alınmaktadır. Bilişsel imaj, destinasyonun niteliklerine yönelik algıları ifade ederken, duygusal imaj ise o yere yönelik duyguları ve bağlılığı içermektedir. Bu doğrultuda mevcut araştırmada, bir turizm destinasyonu olan Van iline ve çekiciliklerine yönelik TripAdvisor platformunda paylaşılmış kullanıcı yorumlarının, destinasyon imajı bağlamında içerik analizi yöntemi ile incelenmesi amaçlanmaktadır. Platformda ilk 10 sırada yer alan çekiciliklere yönelik yorumlar analize dahil edilecektir. Yapılan ön incelemede bu kapsamda toplam 1569 yorum olduğu görülmüştür. Çeşitli veri ön işleme aşamasından sonra analiz için hazır hale getirilen yorumlar, bilişsel ve duygusal destinasyon imajı kategorileri altında incelenecektir. Böylelikle Van'ın destinasyon imajının genel bir değerlendirmesinin ortaya konulması hedeflenmektedir. Araştırma sonucunda elde edilecek bulgular ve yapılacak tartışmanın, ilin yerel yönetimi olduğu kadar diğer turizm paydaşları için de önemli bilgiler içereceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon imajı, TripAdvisor, Destinasyon yönetimi, Van

DESTINATION IMAGE OF VAN: NETNOGRAPHIC ANALYSIS OF TRIPADVISOR COMMENTS

Abstract

Destination image, which is known to have an important role in destination selection, is simply the entirety of perceptions and impressions about a place in people's minds. Destination image, which can affect tourist behavior in all processes before, during, and after the visit, is also important for the formation of satisfaction and loyalty towards the destination. The two sub-dimensions of destination image that are usually taken into account are cognitive and emotional. While cognitive image expresses perceptions about the qualities of the destination, emotional image includes feelings and attachment to that place. In this regard, the current research aims to

examine the user comments shared on the TripAdvisor platform regarding the province of Van and its attractions, in the context of destination image, using the content analysis method. Comments on the top 10 attractions on the platform will be included in the analysis. In the preliminary examination, it was seen that there were a total of 1569 comments in this context. Comments made ready for analysis after various data pre-processing stages will be examined under cognitive and emotional destination image categories. Thus, it is aimed to reveal a general evaluation of Van's destination image. It is thought that the findings and discussion to be obtained as a result of the research will contain important information for the local government of the province as well as other tourism stakeholders.

Keywords: Destination image, TripAdvisor, Destination management, Van

EKOTURİZM VE REKREASYON ALANI TOPRAK KALİTESİ ARASINDAKİ ETKİLEŞİMLER

Füsun GÜLSER

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
fgulser@yyu.edu.tr

Ahmet TEKELİ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
atekelim@yyu.edu.tr

Özet

Ekoturizm, doğal kaynakların korunması ve yerel geçim, küresel olarak en çok konuşulan konulardan biridir. İki temel özelliği ele alan doğa temelli turizm olarak görülmektedir: Geçim kaynaklarının iyileştirilmesi ve biyolojik çeşitliliğin korunması. Ekoturizmin etkisi küçük ölçekli inşaat, su ve sanitasyon ile yolların etkisine benzer, ancak hassas ortamlara yönelik ilave endişeler de bulunmaktadır. Son yıllarda dünya genelinde milli parklar ve korunan alanlar, rekreasyon ve turizm açısından giderek daha popüler hale gelmiştir. Birçok çalışma, rekreasyonel faaliyetlerin doğal ekosistemler üzerinde çeşitli etkiler sağladığını ortaya koymuştur. Ayaklar altına alma ve kamp yapma faaliyetleri gibi insan faaliyetleri en yaygın olanlardır ve kolaylıkla doğal ekosistemlerin rekreasyonel bozulmasına yol açabilir. Bakımın bir parçası olarak, korunan alanda ekolojik rahatsızlığın minimum düzeyde olmasını sağlamak ve doğal koşulları korumak için yol koşullarının korunması gerekmektedir. Ziyaretçilere rekreasyonel fırsatlar sağlamak için park yöneticileri tarafından resmi yollar geliştirilebilir ve dolayısıyla ziyaretçileri rahatsız edilmeye daha az eğilimli alanlara yönlendirmek için planlanıp tasarlanır. Bu resmi yollar, toprak ve bitki örtüsü gibi ayaklar altında ezilme hasarının alansal kapsamını en aza indirmek için yaya trafiğini ve ilgili etkileri yoğunlaştırmak üzere yönlendirilmeli, inşa edilmeli ve bakımı yapılmalıdır. Bu çalışmada ekoturizm ile rekreasyon alanı toprak kalitesi arasındaki etkileşimler ele alınmış ve turistik faaliyetlerden kaynaklanabilecek olumsuzluklara yönelik çözüm önerileri sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Ekoturizm, Toprak kalitesi, Rekreasyon, Sürdürülebilirlik

INTERACTIONS BETWEEN ECOTOURISM AND RECREATION AREA SOIL QUALITY

Abstract

Ecotourism, conservation of natural resources and local livelihoods are one of the most talked about topics globally. It is seen as nature-based tourism that addresses two key aspects: improving livelihoods and preserving biodiversity. The impact of ecotourism is similar to the impact of small-scale construction, water and sanitation, and roads, but there are additional concerns for sensitive environments. In recent years, national parks and protected areas around the world have become increasingly popular for recreation and tourism. Many studies have revealed that recreational activities provide various impacts on natural ecosystems. Human activities such as trampling and camping are the most common and can easily lead to recreational degradation of natural ecosystems. As part of the maintenance, road conditions need to be maintained to ensure minimal ecological disturbance to the protected area and to preserve natural conditions. Formal trails may be developed by park managers to provide recreational opportunities for visitors and are therefore planned and designed to direct visitors to areas less prone to disturbance. These formal roads should be oriented, constructed and maintained to concentrate foot traffic and related impacts to

minimize the areal extent of trampling damage to soil and vegetation. In this study interactions between ecotourism and recreation area soil quality were discussed and were offered Solution suggestions for the negativities that may arise from touristic activities.

Keywords: Ecotourism, Soil quality, Recreation, Sustainability

TURİZM PAZARLAMASINDA OYUNLAŞTIRMANIN ETKİSİ

Sayeh DAVOODI ILKHECHI

University of Tehran

sayeh.davoodi@ut.ac.ir

Helia HOSSEINZADEH

University of Tehran

hosseinzadeh.hel@ut.ac.ir

Özet

Turizm, çok boyutlu ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel gelişim için önemli bir araç olarak algılanmaktadır. Turizm pazarlama literatürü alanında, tüketici davranışını olumlu yönde etkileyen çeşitli faktörler tanımlanmıştır. Müşteri deneyimini artırmak için yeni pratik kavramlardan biri olan oyunlaştırma, bu faktörlerden biridir. Bu araştırmanın amacı, turizm pazarlamasında oyunlaştırmanın etkisini araştırmaktır. Bir destinasyona turist çekmenin ve onları elde tutmanın önemini göz önünde bulundurarak, bu alandaki baskın araştırma yöntemi tanımlayıcı-analitiktir. Veriler ve gerekli bilgiler, konuyla ilgili arşiv kaynaklarından, dergi ve kitaplardan elde edilmiştir. Çalışmanın sonuçları, turizm endüstrisinin turistler ve hizmet sağlayıcılar tarafından yaratılan deneyimleri büyük ölçüde vurgulayan bir hizmet odaklı endüstri olduğunu göstermektedir. Oyunlaştırma, kullanıcı etkileşimini artıran yönetsel ve işletme açısından yenilikçi bir yöntemdir. Oyunlar, kullanıcıların aktif olarak katılım sağlamasına ve etkileyici bir deneyim yaşamasına olanak tanır. Bu etkileşimler, kuruluşlar ve müşteriler arasındaki olumlu tutum ve ilişkilerin artmasına doğrudan yol açar. Dahası, oyunlaştırma aracılığıyla müşteri sadakatinde önemli iyileştirmeler elde edilebilir. Genel olarak, müşteri deneyiminin işletmeler için önemli bir faktör olduğu düşünüldüğünde, oyunlaştırma, turistleri destinasyonlara çekmeye ve müşteri sadakatini artırmaya yardımcı olur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Oyunlaştırma, Pazarlama, Gelişim, Sadakat.

GAMIFICATION IN TOURISM MARKETING

Abstract

Tourism is perceived as one of the important tools for multidimensional economic, social, cultural, and environmental development. In the realm of tourism marketing literature, various factors have been identified that positively influence consumer behavior. One of the new practical concepts for enhancing customer experience is gamification. The aim of this research is to investigate the impact of gamification in tourism marketing. Considering the importance of attracting and retaining tourists to a destination, the dominant research method in this regard is descriptive-analytical. Data and necessary information have been collected through archival sources, consulting journals and books related to the subject. The results of the study indicate that the tourism industry is a service-oriented industry that greatly emphasizes the experiences created by tourists and service providers. Gamification is an innovative method in management and business that increases user interaction. Games provide facilities for users to actively participate and have an engaging experience. These interactions directly lead to increased positive attitudes and relationships between organizations and customers. Moreover, significant improvements in customer loyalty are achievable through gamification. Generally, considering that customer experience is considered a key factor in businesses, gamification helps attract tourists to destinations and fosters customer loyalty to the destination.

Keywords: Tourism, Gamification, Marketing, Development, Loyalty.

İZMİR YARIMADASINDA TÜRK DÖNEMİ DİNİ MİMARİNİN KÜLTÜR VE İNANÇ TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Mehmet TOP

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
mtop@yyu.edu.tr

Sevgi ÇALIŞ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
sevgi.cls1905@gmail.com

Özet

İnanç ve kültür turizmi, alternatif turizm türleri içerisinde önemi gittikçe artan bir turizm türü olup, sürekli ve hızlı bir şekilde gelişmektedir. Bu bağlamda Anadolu Yarımadasının kültürel zenginliği inanç turizminin bir parçası haline gelmiş ve günümüzde kültür turlarıyla birlikte kültür yollarının belirlenmesinde önemli bir faktör olmuştur. İzmir ilinin batısında yer alan İzmir Yarımada bölgesi; inanç ve kültür turizmi açısından önemli bir konuma sahiptir. Yarımada bölgesi Güzelbahçe, Urla, Karaburun, Çeşme ve Seferihisar merkezlerinden oluşmaktadır. Bu merkezlerde birçok ziyaret yeri ve tarihi mekân bulunmakla beraber farklı din ve medeniyetlere ait kültürel değerler inanç turizminin en önemli merkezleri arasında yer almaktadır. Bölgede Türk dönemi yapılaşması Aydınoğulları döneminde başlamış ve Osmanlı dönemi ile süreklilik kazanmıştır. Bölgede günümüze ulaşan eserler inanç ve kültür turizmi açısından öneme sahiptir ve bu yapılaşmanın ilk örnekleri Urla'da karşımıza çıkmaktadır. Örneğin Urla Fatih Bey Camii ilçedeki en erken tarihli camii olarak kabul edilmektedir. Diğer erken tarihli camii olan Kapan "Hacı Turan" Camii'dir. Bu yapılar günümüzde merkezi konumunda olup birçok ziyaretçiye ev sahipliği yapmaktadır. Karaburun ilçesi inanç turizmi için önemli kaynaklara sahip olmasına rağmen ulaşım açısında sapa bir noktada bulunması sebebi ile ziyaretçilerin daha az ziyaret ettikleri nokta arasında yer almaktadır. Kültür turizmi açısından öneme sahip olan Çeşme, bu turizm potansiyelinin yanında inanç turizmini de canlı tutmaktadır. Canlı turizm potansiyeline sahip olan Çeşme Kale, Kervan Saray ve camii yapıları ile dikkat çekmektedir. Çeşme güzergahı ile Efes Antik kent güzergahı arasında kalan Seferihisar ara bir konuma sahiptir. Kale ve dini yapıları ile yöre ön plana çıkmaktadır. Bu bildiri kapsamında Güzelbahçe, Urla, Karaburun, Çeşme ve Seferihisar ilçelerinde yer alan Türk dönemine ait dini ziyaret alanları ele alınıp, turizm açısından değerlendirilmesi yapılacaktır. Genel olarak bu sanat eserleri Aydınoğulları ve Osmanlı döneminden kalma mimari ve sanat mimarisi bulunmakla beraber bu eserlerin her biri günümüzde turizmin önemli bileşenleri haline gelmiştir. Bu bağlamda Yarımada bölgesi tarihi ve turizmi açısından dikkat çeken merkezler arasında yer alması, dini mimari dokusunun inanç turizmi açısından bir bütün olarak anlaşılması hedeflenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İzmir Yarımadası, Aydınoğulları Dönemi, Osmanlı Dönemi, İnanç Turizmi, Kültür Turizmi

EVALUATION OF TURKISH PERIOD RELIGIOUS ARCHITECTURE IN İZMİR PENINSULA IN TERMS OF CULTURE AND FAITH TOURISM

Abstract

Faith and cultural tourism is a type of tourism that is increasingly important among alternative tourism types and is constantly and rapidly developing. In this context, the cultural richness of the Anatolian Peninsula has become a part of religious tourism and has become an important factor in determining cultural routes together with cultural tours today. İzmir Peninsula region, located

in the west of İzmir province; It has an important position in terms of faith and cultural tourism. The peninsula region consists of the centers of Güzelbahçe, Urla, Karaburun, Çeşme and Seferihisar. Although there are many visiting places and historical sites in these centers, cultural values of different religions and civilizations are among the most important centers of religious tourism.

Turkish period construction in the region started during the Aydınoğulları period and continued with the Ottoman period. The works that have survived to the present day in the region are important in terms of faith and cultural tourism, and the first examples of this construction can be seen in Urla. For example, Urla Fatih Bey Mosque is considered the earliest mosque in the district. Another early mosque is the Kapan “Hacı Turan” mosque. These buildings are in a central location today and host many visitors. Although Karaburun district has important resources for religious tourism, it is among the points visited less by visitors because it is located at a remote point in terms of transportation. Çeşme, which is important in terms of cultural tourism, keeps religious tourism alive in addition to this tourism potential. Çeşme, which has a vibrant tourism potential, attracts attention with its Castle, Caravan Palace and mosque structures. Seferihisar, located between the Çeşme route and the Ephesus Ancient City route, has an intermediate location. The region stands out with its castle and religious buildings.

Within the scope of this paper, religious visitation areas from the Turkish period in Güzelbahçe, Urla, Karaburun, Çeşme and Seferihisar districts will be discussed and evaluated in terms of tourism. In general, these works of art are from the Aydınoğulları and Ottoman periods, and each of these works have become important components of tourism today. In this context, it is aimed to make the Peninsula region among the remarkable centers in terms of history and tourism, and to understand its religious architectural texture as a whole in terms of faith tourism.

Keywords: İzmir Peninsula, Aydınoğulları Period, Ottoman Period, Faith Tourism, Culture Tourism

KIRSAL TURİZM DESTİNASYONLARINDA GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞTİRİLMESİNDE EL SANATLARININ ROLÜ VE KONUMU

Helia Hosseinzadeh

University of Tehran

hosseinzadeh.hel@ut.ac.ir

Sayeh Davoodi Ilkhechi

University of Tehran

sayeh.davoodi@ut.ac.ir

Özet

Her bölgenin en önemli kültürel ve ekonomik unsurlarından biri olan el sanatları, turist çekmede ve köylerin ekonomik kalkınmasında önemli rol oynayabilir. Bu araştırmanın temel amacı kırsal turizm destinasyonlarında el sanatlarının girişimciliğin geliştirilmesine etkisini araştırmaktır. Bu destinasyonlarda el sanatlarının girişimciliğin geliştirilmesi sürecindeki rolü ve konumu analiz edilerek köylerin ekonomik ve sosyal büyümesine olumlu ve olumsuz etkileri elde edilmekte ve kırsal turizmle ilişkisi araştırılmaktadır. Bu çalışmada nitel ve nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Bu araştırma betimsel analitik yöntem kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda arşiv belgeleri ve saha çalışmaları aracılığıyla gerekli veri ve bilgiler toplanmıştır. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılmıştır. Sonuçlar, el sanatlarının girişimciliği geliştirmede ve kırsal turizm destinasyonlarına turist çekmede önemli bir faktör olabileceğini göstermektedir. Bu endüstriler yalnızca ekonomik katma değeri artırmakla kalmıyor, aynı zamanda yerel istihdam fırsatlarını da geliştiriyor. Köye bağlı el sanatları sektörünün büyüyüp gelişmesi, yöre sakinlerinin aidiyet duygusunu canlandırabileceği gibi, köy sakinlerinin göçlerinin de azalmasına yol açabilir. Elde edilen sonuçlara göre kırsal turizm destinasyonlarında el sanatlarının geliştirilmesine önem verilmesinin bu alanların ekonomik ve sosyal kalkınması için etkili bir strateji olarak vurgulanabileceği kabul edilebilir. Bu makale, kırsal turizm destinasyonlarında el sanatlarının ve girişimciliğin geliştirilmesi için gerekli önlemlerin alınması ve tanıtılması için yetkililerin ve politika yapıcıların dikkatini bu konuya çekmeyi ve el sanatlarının önemi konusunda gerekli farkındalığı oluşturmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: El Sanatları, Kalkınma, Girişimcilik, Kırsal Turizm, Destinasyon.

THE ROLE AND POSITION OF HANDICRAFTS ON THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN RURAL TOURISM DESTINATIONS

Abstract

Handicrafts, as one of the most important cultural and economic elements of any region, can play an important role in attracting tourists and economic development of villages. The main purpose of this research is to investigate the effect of handicrafts on the development of entrepreneurship in rural tourism destinations. By analyzing the role and position of handicrafts in the process of entrepreneurship development in these destinations, their positive and negative effects on the economic and social growth of villages are obtained and its relationship with rural tourism is investigated. In this research, qualitative and quantitative research methods have been used. The present research was carried out using a descriptive-analytical method. In this regard, the required data and information have been collected through archival documents and field studies. Descriptive statistics were used to analyze the data. The results show that handicrafts can act as an important factor in developing entrepreneurship and attracting tourists in rural tourism destinations. These industries not only increase economic value added but also improve local

employment opportunities. The growth and development of the handicraft sector related to the village can stimulate the sense of belonging of the local residents, and it can also lead to the reduction of the migration of the village residents. According to the obtained results, it can be acknowledged that attention to the development of handicrafts in rural tourism destinations can be emphasized as an effective strategy for the economic and social development of these areas. This article hopes to draw the attention of officials and policy makers to this issue and create the necessary awareness about the importance of handicrafts in them so that the necessary measures for the development of handicrafts and entrepreneurship in rural tourism destinations are carried out and promoted.

Keywords: Handicrafts, Development, Entrepreneurship, Rural Tourism, Destination.

KIRSAL TURİSTLERİN DENEYİM KALİTESİNİN ARTTIRILMASINDA TEKNOLOJİNİN ÖNEMİ

Helia Hosseinzadeh

University of Tehran

hosseinzadeh.hel@ut.ac.ir

Sayeh Davoodi Ilkhechi

University of Tehran

sayeh.davoodi@ut.ac.ir

Özet

Sosyal ve ekonomik değişimlerin en önemli faktörlerinden biri olan teknoloji, turizm endüstrisi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Teknoloji iletişimi geliştirebileceğinden ve turizm hizmetlerini iyileştirebileceğinden kırsal turizmin gelişmesindeki rolü hayati öneme sahiptir. Bu araştırmanın amacı, teknolojinin kırsal turistlerin deneyim kalitesini artırmaya etkisini araştırmak olup, turistlerin deneyimlerini geliştirmede etkili olabilecek teknolojik araçları kullanan kırsal turizm destinasyonlarının deneyimlerinin incelenmesiyle yapılmaktadır ve bunların turistlerin deneyimi üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri incelenecektir. Bu araştırma betimsel-analitik yöntem kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda arşiv belgeleri ve saha çalışmaları aracılığıyla gerekli veri ve bilgiler toplanmıştır. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılmıştır. Araştırma sonuçları, teknoloji kullanımının kırsal turistlerin deneyimini önemli ölçüde geliştirebileceğini göstermektedir. Bu alanda etkili olabilecek teknolojiler arasında internet, mobil uygulamalar, eğitim rehberleri ve rezervasyon sistemlerini sayabiliriz. Sonuçlar, yukarıdakilerin her birine erişim düzeyinin, turistlerin deneyimlerinin kalitesi ve yeniden seçimleri üzerinde büyük bir etkiye sahip olabileceğini kabul etmektedir; Ayrıca uygulamalar turistlerin tercihiinde çok etkili bir rehber ve etkili bir geri bildirim platformu olabilir. Elde edilen sonuçlara göre teknolojinin kırsal turistlerin deneyim kalitesinin artırılmasında önemli bir araç olarak görev yapabileceği açıktır. Teknolojinin optimum kullanımı turistlerin memnuniyetini ve bağlılığını arttırır, turizm hizmetlerini iyileştirir ve kırsal turizmin sürdürülebilir kalkınmasını sağlar.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji, Kalite, Tecrübe, Kırsal Turist, Turizm.

THE IMPORTANCE OF TECHNOLOGY IN IMPROVING THE QUALITY OF EXPERIENCE OF RURAL TOURISTS

Abstract

Technology, as one of the key factors in social and economic changes, has a significant impact on the tourism industry. Since technology can improve communication and improve tourism services, its role in the development of rural tourism is vital. The purpose of this research is to investigate the impact of technology on improving the quality of the experience of rural tourists, and it is done by examining the experiences of rural tourism destinations that have used technological tools that can be effective in improving the experience of tourists, and their positive and negative effects on the experience of tourists will be examined. The present research was carried out using a descriptive-analytical method. In this regard, the required data and information have been collected through archival documents and field studies. Descriptive statistics were used to analyze the data. The research results show that the use of technology can significantly improve the experience of rural tourists. Among the technologies that can be effective in this field, we can mention the Internet, mobile applications, educational guides and reservation systems. The results

acknowledge that the level of access to each of the above can have a great impact on the quality of tourists' experience and their re-choice; Also, applications can be a very effective guide in the choice of tourists and a platform for effective feedback. According to the obtained results, it is clear that technology can act as an important tool in improving the quality of experience of rural tourists. Optimal use of technology increases the satisfaction and loyalty of tourists, improves tourism services and sustainable development of rural tourism.

Keywords: Technology, Quality, Experience, Rural Tourist, Tourism.

YAPAY ZEKÂNIN TURİZM PAZARLAMASINDAKİ ROLÜ VE ÖNEMİ

Sayeh DAVOODI ILKHECHI

University of Tehran

sayeh.davoodi@ut.ac.ir

Helia HOSSEINZADEH

University of Tehran

hosseinzadeh.hel@ut.ac.ir

Özet

Teknolojik yenilikler, her endüstriyel sektörde artan verimliliği destekler. Yapay zeka (AI), turizm gibi farklı endüstrilerde yenilikçi çözümlerden biridir. AI, turizm pazarlamasında giderek daha önemli hale gelmektedir. Bu çalışma, yapay zekanın (AI) turizm pazarlaması alanındaki rolünü ve önemini araştırmaktadır. Bu bağlamda baskın araştırma yöntemi açıklayıcı-analitiktir. Veriler ve gerekli bilgiler, konuyla ilgili arşiv kaynaklarından, dergi ve kitaplardan danışılarak toplanmıştır. Verilerin analizinde açıklayıcı istatistikler kullanılmıştır. Çalışmanın sonuçları, müşteri perspektifinden, AI ve robotiklerin yapılandırılmış otomatik hizmetler ve geliştirilmiş deneyimler sağlayabileceğini göstermektedir. Bir firma perspektifinden, müşteri etkileşimini destekler, zengin hizmet sunumunu ve artan çalışan üretkenliğini ve verimliliğini desteklerler. AI'nın mükemmel olduğu alanlardan biri, işletmelerin seyahat tercihleri, davranışları ve trendler hakkında geniş bilgilerden içgörüler toplamalarını sağlayan veri analizidir. Genel olarak, AI, işletmelerin seyahat edenlerle etkileşim kurma ve operasyonlarını optimize etme şeklini devrimci bir şekilde değiştiriyor, turizm şirketlerinin müşteri deneyimini her noktada kişiselleştirmelerine olanak tanıyor. Bu sorunsuz deneyimler, müşteri sadakatini ve iş büyümesini artırır. Turizm işletmelerini daha çevik, rekabetçi ve gelişen tüketici taleplerine duyarlı hale getirir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, AI, Pazarlama, Müşteri deneyimi, Rekabetçi.

THE ROLE AND IMPORTANCE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TOURISM MARKETING

Abstract

Technological innovations support increased efficiency in every industrial sector. Artificial intelligence (AI) is one of the innovative solutions in different industries, such as tourism. AI is becoming increasingly important in tourism marketing. This paper explores the role and significance of artificial intelligence (AI) in the field of tourism marketing. The dominant research method in this regard is descriptive-analytical. Data and necessary information have been collected through archival sources, consulting journals and books related to the subject. Descriptive statistics were used to analyze the data. The results of the study indicate that from the customer perspective, AI and robotics can provide structured automated services and enhanced experiences. From a firm perspective, they support customer engagement, the delivery of rich service, and increased employee productivity and efficiency. One of the key areas where AI excels is in data analysis, allowing businesses to gather insights from vast amounts of information about traveler preferences, behaviors, and trends. Generally, AI is revolutionizing the way businesses engage with travelers and optimize their operations, enabling tourism companies to personalize the customer experience at every point. These seamless experiences drive customer loyalty and business growth. It makes tourism businesses more agile, competitive, and responsive to evolving consumer demands.

Keywords: Tourism, AI, Marketing, Customer experience, Competitive.

AZERBAIJAN'DA TURİZMİN GELİŞİMİNİN TARİHSEL YOLU

Gülner Zakeryayeva

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

gulnar.zakarya@gmail.com,

Elnare Memmedova

Azerbeycan Devlet Pedoqoji Universitesi

Elnare_miran@mail.ru

Özet

Modern dünyada turizm, ülke ekonomisinin ilerlemesini etkileyen alanlardan biridir. Ekonominin en büyük, en karlı ve dinamik sektörlerinden biridir. Gelişmekte olan birçok ülke için döviz kazancının ana kaynaklarından biridir. 2011 yılı Azerbaycan'da "Turizm Yılı" ilan edildi. Turizm Azerbaycan'ın en hızlı büyüyen alanlarından biridir. Son yıllarda turizm, ülkenin yurtdışındaki imajının oluşmasında çok önemli bir unsur haline geldi. Azerbaycan Cumhuriyeti, Avrupa ile Asya'nın kavşağında, eski ve modern ticaret ve kültür yollarının kavşağında yer almaktadır. Azerbaycan'da çok sayıda tarihi ve kültürel mekanın yanı sıra aktif rekreasyon için tüm fırsatlar bulunmaktadır. Çeşitli antik tarihi eserler, doğa ve manzaralar, coğrafi bölgeler bulunmaktadır. Bütün bunlar ülkeyi turizm açısından oldukça çekici kılıyor. Azerbaycan'da doğal, coğrafi ve işgücü kaynaklarının yerleştirilmesine yönelik bir takım turizm türleri, bölgelerde iç turizmin gelişmesinin önemini arttırmaktadır. Böylece, turizme yatırılan sermayenin giderek artması, gayrimenkul, altyapı, modern yollar, su, elektrik ve diğer türdeki kaynaklara yönelmekte ve güvenilir işbirliği açısından yabancı yatırımcıları daha da fazla çekmektedir. Azerbaycan'da turizmin tarihsel gelişimi karmaşık ve özel bir karaktere sahiptir. SSCB'nin dağılmasından sonra Azerbaycan topraklarında bir kaos yaşandı: Karabağ sorunu, hükümet krizi ve büyük güçlerin baskısı. Bu olumsuz olaylar ülkenin kalkınmasını ve genel olarak turizmi olumsuz etkilemiştir. Bişkek Protokolü'nün imzalanmasından sonra ülkede ekonomi ve kültürün yanı sıra turizm de gelişti. Devlette istikrar sağlandıktan sonra hükümet, ülke ekonomisini geliştirme göreviyle karşı karşıya kaldı. Bu da turizmin yaratılması için temel oluşturacaktır. "Asrın Anlaşması"nın imzalanmasıyla Azerbaycan kalkınmasının yeni bir aşamasına giriyor ve bununla birlikte genç ve gelecek vaat eden devlete ilgi yaratılıyor. Ülkede turizmi geliştirmek için hükümet, birkaç döneme ayrılabilir çok aşamalı bir görev belirlemiştir. 2001 yılında XIV. oturumda Azerbaycan DTÖ'ye tam üye olarak kabul edilmiştir. Genç neslin tarihi ve milli gelenekler doğrultusunda eğitilmesi ve ulusun fiziksel ve ruhsal sağlığı, Azerbaycan Cumhuriyeti Hükümeti tarafından izlenen kalkınma stratejisinin öncelikleri arasındadır.

Anahtar sözcükler: Turizm, Azerbaycan, Tarih, Gelişim

HISTORICAL PATH OF TOURISM DEVELOPMENT IN AZERBAIJAN

Abstract

In the modern world, tourism is one of the areas that affects the progress of the country's economy. It is one of the largest, most profitable and dynamic sectors of the economy. It is one of the main sources of foreign exchange earnings for many developing countries. 2011 was declared the "Year of Tourism" in Azerbaijan. Tourism is one of the fastest growing areas in Azerbaijan. In recent years, tourism has become a very important element in the formation of the country's image abroad. The Republic of Azerbaijan is located at the crossroads of Europe and Asia, at the crossroads of ancient and modern trade and cultural routes. Azerbaijan has a large number of

historical and cultural sights, as well as all opportunities for active recreation. There are various ancient historical artifacts, nature and landscapes, and geographical regions. All this makes the country very attractive in terms of tourism. In Azerbaijan, a number of tourism types aimed at settling natural, geographical and labor resources increase the importance of the development of domestic tourism in the regions. Thus, the increasing capital invested in tourism is directed towards real estate, infrastructure, modern roads, water, electricity and other types of resources, further attracting foreign investors in terms of reliable cooperation. The historical development of tourism in Azerbaijan has a complex and special character. After the collapse of the USSR, there was chaos in Azerbaijan: the Karabakh conflict, the government crisis and the pressure of the great powers. These negative events negatively affected the development of the country and tourism in general. After the signing of the Bishkek Protocol, the economy and culture as well as tourism developed in the country. After the signing of the Bishkek Protocol, tourism, as well as economy and culture, developed in the country. After stabilization was achieved in the state, the government faced the task of developing the country's economy. This would form the basis for the creation of tourism. With the signing of the "Deal of the Century", Azerbaijan enters a new phase of its development, and with it, interest in the young and promising state is created. To develop tourism in the country, the government has set a multi-stage task that can be divided into several periods. In 2001, XIV. At the session, Azerbaijan was accepted as a full member of the WTO. Education of the young generation in line with historical and national traditions and the physical and spiritual health of the nation are among the priorities of the development strategy followed by the Government of the Republic of Azerbaijan.

Keywords: Tourism, Azerbaijan, History, Development

TURİZM VE YAPAY ZEKÂ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ: EĞİLİMLER VE ÖNGÖRÜLER

Dr. Öğr. Üyesi Serhan ORAL

Atatürk Üniversitesi

serhan.oral@atauni.edu.tr

Özet

Turizm sektörü giderek artan teknolojik gelişmelere kendini hızlıca adapte edebilme yeteneğine sahip bir sektördür. Yapay zekâ ise günümüz dünyasının en önemli teknolojik gelişmelerinin başında gelmektedir. Bu çalışma, turizm ve yapay zekâ arasındaki ilişkiye dair literatürdeki gelişmeleri incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan çalışmaları, “tourism OR tourism sector OR tourism industry” bununla birlikte “artificial intelligence OR AI” kelimelerini kapsayan arama kriterleri ile arama yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara son beş yıl, İngilizce dili ve “hospitality and Leisure Sport Tourism” filtreleri uygulanmıştır. Toplanan veriler, yayın yılı, yazarlar, atıf sayısı, anahtar kelimeler gibi bibliyometrik ölçütler açısından analiz edilmiştir. Bibliyometrik analizlerin görselleştirilmesi ve ilişkilerin belirlenebilmesi için VOSviewer programı kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, turizm ve yapay zekâ alanlarının giderek daha fazla bir araya geldiği ve bu kesişimde önemli bir araştırma faaliyeti olduğu belirlenmiştir. Özellikle son beş yıl içinde bu alandaki yayın sayısında belirgin bir artış gözlemlenmiştir. Analiz sonuçları elde edilen kavramlar ile ana temalar belirlenmeye çalışılmış, yapay zekâ-turizm ilişkisi ortaya konması ana hedef olmuştur. Sonuç olarak, turizm ve yapay zekâ arasındaki ilişki giderek daha fazla incelenmeye çalışıldığı ve bu alandaki araştırmaların öneminin arttığı belirlenmiştir. Bu çalışma, gelecekteki araştırmacılara yol gösterecek ve turizm endüstrisinin yapay zekâ tarafından nasıl dönüştürüldüğünü anlamalarına yardımcı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Yapay zekâ, Bibliyometrik, VOSviewer.

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE: TRENDS AND FORECASTS

Abstract

The tourism sector is capable of rapidly adapting to increasingly advancing technological developments. Artificial intelligence stands out as one of the most significant technological advancements in today's world. This study aims to examine the relationship between tourism and artificial intelligence by reviewing the developments in the literature. The research conducted searches in the Web of Science (WoS) database using the criteria covering the terms "tourism OR tourism sector OR tourism industry" along with "artificial intelligence OR AI." The results obtained were filtered for the last five years, English language, and "hospitality and Leisure Sport Tourism." The VOSviewer program was utilized for visualizing bibliometric analyses and determining relationships. The collected data were analyzed in terms of bibliometric criteria such as publication year, authors, citation count, keywords, etc. The analysis revealed that the fields of tourism and artificial intelligence are increasingly coming together, with significant research activity in this intersection. Particularly, a notable increase in the number of publications in this area has been observed over the past five years. Based on the analysis, attempts were made to identify main themes through the obtained concepts, with the main goal of elucidating the relationship between artificial intelligence and tourism. In conclusion, it has been determined that the relationship between tourism and artificial intelligence is increasingly being investigated, and

the importance of research in this area is increasing. This study will guide future researchers and help them understand how the tourism industry is being transformed by artificial intelligence.

Keywords: Tourism, Artificial intelligence, Bibliometric, VOSviewer.

KARABAĞ'IN KÜLTÜREL ÖZELLİKLERİ: ŞUŞA'NIN TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr.Öğrencisi, Aynur Nazarova

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
xubanova77@mail.ru.

Dr. Öğr. Üyesi Nukhet Eltut Kalender

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
nukhetkalender@gmail.com.

Özet

Azerbaycan'ın ayrılmaz parçası Karabağ bölgesi, Azerbaycan halkının etnogenezi, tarihi ve kültüründe önemli rol oynayan bölgelerden biridir. Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış Karabağ'ın zengin kültürel örnekleri, sanatı, tarihi eserleri, halk sanatı örnekleri, dünyaca ünlü müziği ve kendine özgü muğam tarzı vardır. Zaman zaman bilimsel araştırmalar ve arkeolojik kazılarda bulunan halk sanatı örnekleri, ev eşyaları, üzerlerindeki desenler, takılar üzerindeki resimler Karabağ'ın kadim kültürünü kanıtlar niteliktedir. Doğal-coğrafi koşullar, tatlı su kaynakları, flora ve fauna zenginliği, Azıh Mağarası gibi doğal mağaralar, eski çağlardan beri ilkel insanların buraya yerleşmelerine olanak sağlamıştır. Ayrıca Karabağ halıları, Karabağ atları, “Karabağ” Muğam Okulu kültür turizmiyle ilgilenen turistlerin ilgisini çekmiştir. Karabağ'da ekoturizm, dağ turizmi, kış turizmi, av turizmi, sağlık turizmi gibi birçok turizm türünün gelişmesi için tüm fırsatlar mevcuttur. Bölgenin başlıca turizm merkezi Şuşa mevsim ve tedavi açısından hem de kendine özgü mimari tarzıyla kesintisiz turizm potansiyeline sahiptir. Orta Çağ'da bile Doğu'ya, Azerbaycan'a giden Avrupalı seyyahlar, doktorlar, bilim adamları ve yazarlar Karabağ'ı, özellikle Şuşa'yı görmeyi arzulamış, onun doğasından ve güzelliğinden bahsetmişlerdir. Şuşa, işgalden kurtuluşun ardından cumhuriyetin kültür başkenti ilan edilmiştir. Şuşa şehrinin yeniden canlandırılması Türk dünyası tarafından gururla karşılanan sosyo-ekonomik kalkınmanın ivmesi olarak değerlendirilmektedir. Şuşa, sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında, Azerbaycan halkının ve aynı zamanda eski Türk gelenek ve göreneklerinin yaşatılmasında ve dünyaya aktarılmasında ciddi sorumlulukları yerine getiren bir kültür beşiği olacaktır. Türkiye ile ilişkilerin yeni aşaması olarak değerlendirilen Şuşa Deklarasyonu'nu özellikle belirtmek gerekir. Bu çalışmanın değeri Deklarasyon'un Azerbaycan'ın dış politikasındaki önemini uluslararası ilişkilerin temel teorilerine dayanarak bilimsel bir perspektiften anlatacak olmasıdır. Araştırmanın amacı Karabağ'ın tarihi-kültürel özelliklerinin tespiti, Şuşa'nın tarihi-kültürel mirasının restorasyonu hakkında farkındalık oluşturmak ve Şuşa'nın turizm potansiyelinin değerlendirilmesidir. Burada Şuşa şehrinin doğası, Sovyet döneminde Şuşa'da bulunan turistik tesisler, mevcut turizm potansiyeli, imar çalışmaları araştırılacaktır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden gözlem ve doküman/metin analizi tekniklerinden yararlanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Azerbaycan, Karabağ, Şuşa, Türk dünyası, Kültür, Turizm

CULTURAL FEATURES OF KARABAKH: ASSESSMENT OF THE TOURISM POTENTIAL OF SHUSHA

Abstract

The Karabakh region, an integral part of Azerbaijan, stand out as a provotal area deeply intertwined with the ethnogenesis and history of the Azerbaijani people. Throughout history, Karabakh has been a melting pot of diverse civilizations, boasting cultural expressions, artistry, artifacts, folk traditions, globally renowned music, and its mugham style. Discoveries of folkart,

intricately patterned household items, and ornate jewelry unearthed through scientific research and archaeological digs serve as tangible evidence of Karabakh's ancient culture legacy. The region's unique natural geography, abundant freshwater sources, diverse flora and fauna, and intriguing natural formations like the Azykh Cave have provided a hospitable environment for human settlement since time immemorial. The allure of Karabakh carpets, horses, and the “Karabakh” Mugham school has captivated cultural enthusiasts and tourists alike, paving the way for a myriad of tourism opportunities ranging from ecotourism, mountain excursions to winter getaways, wellness retreats. Shusha, has uninterrupted tourism potential in terms of season, treatment and its unique architectural style. Shusha reclaimed its status as a cultural capital of the republic following liberation from occupation. With its seasonal charm, therapeutic offerings and distinctive architectural allure, Shusha presents an enduring appeal for visitors. Even in the medieval era, European travelers, physicians, scholars and writers venturing to the East and Azerbaijan harbored a profound desire to behold the wonders of Karabakh, extolling its cultural richness. The revitalization of Shusha is viewed as an impetus for socio-economic development, warmly embraced by the Turkish world. In the near future, Shusha is poised to serve as a cultural hub-playing vital roles in fostering sustainable development, preserving Azerbaijani and ancient Turkish traditions and sharing them with the global community. The Shusha Declaration, which is considered as the new stage of relations with Turkey, should be particularly mentioned. The value of this study is that it will explain the importance of the Declaration in Azerbaijan's foreign policy from a scientific perspective, based on the basic theories of international relations. The research aims to identify the historical-cultural features of Karabakh, raise awareness about the restoration of Shusha's historical-cultural heritage, and evaluate the tourism potential of Shusha. Here, the nature of the city of Shusha, the tourist facilities in Shusha during the Soviet period, the current tourism potential, and the development works will be investigated. The study utilized qualitative research methods such as observation and document/text analysis techniques.

Keywords: Azerbaijan, Karabakh, Shusha, Turkic world, Culture, Tourism

KOCAELİ İLİNİN SPOR TURİZMİ MEVCUT DURUMU VE POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ

Dr. Fatih TURGUT

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
fatihurgut100@gmail.com

Özet

Kocaeli, Asya ile Avrupa'yı birbirine bağlayan Marmara Bölgesi'nin doğusunda yer alan sanayi sektörünün ön planda olduğu bir ildir. Bununla birlikte Türkiye İstatistik Kurumu 2023 verilerine göre % 55,7 ile en çok sporla ilgilenen şehir olan Kocaeli, doğal ve beşeri kaynakları açısından da önemli bir turizm kentidir. Bu araştırma, Kocaeli ilinin spor turizmi mevcut durumunun ve potansiyelinin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırmada nitel bir yöntem tercih edilmiştir. Doküman incelemesi yapılarak ikincil veriler elde edilmiştir. Spor turizmi bağlamında şehrin zayıf yönleri, güçlü yönleri, fırsatları ve tehdit eden unsurlar ortaya konmuştur. Araştırma sonucunda Kocaeli'nin altyapı olanakları, jeopolitik konumu, spor turizmi çeşitleri ve turizm kaynakları açısından çok güçlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Spor turizmi açısından en zayıf yönleri ise şehir merkezinin küçük olması, trafik alternatifinin az olması, konaklama imkânlarının kısıtlı olması, spor organizasyonlarının İstanbul ve Ankara'ya verilmesi ve paydaşlar arasında iş birliğinin az olmasıdır. En önemli fırsatları İstanbul, Ankara ve Bursa gibi üç büyükşehirin tam merkezinde yer alması, turizmin dört mevsim yapılabilmesi, iki deniz ve bir göle kıyısının olmasıdır. Spor turizmi açısından tehdit eden unsurlar, İstanbul'a sığmayan fabrikaların Kocaeli'ye taşınması, artan hava kirliliği, sanayinin giderek yayılması, deprem sonrasında yeşil alanların şehirleşmeye açılmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Spor, Turizm, Spor turizmi, Kocaeli

CURRENT SITUATION OF SPORTS TOURISM IN KOCAELİ PROVINCE AND DETERMINING THE POTENTIAL

Abstract

Kocaeli is a province where the industrial sector is at the forefront, located in the east of the Marmara Region, which connects Asia and Europe. However, according to the 2023 data of the Turkish Statistical Institute, Kocaeli, which is the city most interested in sports with 55.7%, is also an important tourism city in terms of its natural and human resources. This research was conducted to determine the current status and potential of sports tourism in Kocaeli province. A qualitative method was preferred in the research. Secondary data was obtained by document review. In the context of sports tourism, the city's weaknesses, strengths, opportunities and threats are revealed. As a result of the research, it was concluded that Kocaeli is very strong in terms of infrastructure facilities, geopolitical location, sports tourism types and tourism resources. The weakest aspects in terms of sports tourism are the small size of the city center, few traffic alternatives, limited accommodation opportunities, sports organizations being allocated to Istanbul and Ankara, and lack of cooperation between stakeholders. Its most important opportunities are that it is located in the center of three metropolitan cities such as Istanbul, Ankara and Bursa, that tourism can be done in all seasons, and that it has a coastline to two seas and a lake. Threatening factors for sports tourism are the relocation of factories that do not fit in Istanbul to Kocaeli, increasing air pollution, the gradual expansion of industry, and the opening of green areas to urbanization after the earthquake.

Keywords: Sports, Tourism, Sports tourism, Kocaeli

VAN'IN EKONOMİK BÜYÜMESİNDE TURİZM SEKTÖRÜNÜN ROLÜ VE KALKINMA STRATEJİLERİ

Doç.Dr. Şakir İŞLEYEN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

sakirisleyen@yyu.edu.tr

Özet

Van gibi şehirler eşsiz doğal ve kültürel özellikleriyle turistlerin ilgisini çekmekte ve artan turizm gelirleriyle ekonomik büyümeyi destekleyebilmektedir. Ancak turizm sektörünün ekonomik büyüme üzerindeki etkisi çeşitli faktörlerin karmaşıklığıyla şekillenmektedir. Öncelikle altyapı eksiklikleri turizm potansiyelini sınırlayabilmektedir. Konaklama, ulaşım ve rehberlik hizmetlerinin yetersiz olması turistlerin rahat seyahat etmesine ve şehirde uzun süre kalmasına engel olabilmektedir. Dolayısıyla turizm altyapısının geliştirilmesi şehrin turistlere daha iyi hizmet sunmasını ve turizm gelirlerinin artmasını sağlayabilir. İkincisi, zayıf tanıtım ve pazarlama stratejileri Van gibi şehirlerin turizm potansiyelini tam olarak gerçekleştirememesine neden olabilmektedir. Ulusal ve uluslararası platformlarda etkili bir tanıtım yapılmazsa, potansiyel ziyaretçilerin şehri keşfetme olasılıkları azalacaktır. Bu bağlamda dijital pazarlama, sosyal medya kampanyaları, turizm fuarları gibi modern tanıtım yöntemlerinin kullanılması gerekmektedir. Üçüncüsü, siyasi istikrarsızlık turizm endüstrisini olumsuz etkileyebilmektedir. Siyasi belirsizlikler turizm yatırımlarını ve turistlerin güvenliğini azaltabilir. Bu nedenle yerel yönetimlerin ve ilgili paydaşların siyasi istikrarın sağlanmasına odaklanması gerekmektedir. Son olarak yerel işletmelerin ve girişimcilerin desteklenmesi Van'ın turizm potansiyelini artırabilmektedir. Turistlere yerel kültür ve el sanatları ürünlerinin sunulması yerel ekonominin canlanmasına yardımcı olabilir. Ayrıca yerel işletmelere yönelik teşvik ve eğitim programları düzenlenerek sektörde rekabet gücü artırılabilir. Yukarıdaki bilgiler göz önüne alınarak mevcut makalede kalkınma stratejileri incelenmektedir.

Anahtar kelimeler: Van, Turizm, Altyapı

THE ROLE OF THE TOURISM SECTOR IN VAN'S ECONOMIC GROWTH AND DEVELOPMENT STRATEGIES

Abstract

Cities such as Van attract the attention of tourists with their unique natural and cultural features and can support economic growth with increasing tourism revenues. However, the impact of the tourism sector on economic growth is shaped by the complexity of various factors. First of all, infrastructure deficiencies can limit tourism potential. Inadequate accommodation, transportation and guidance services may prevent tourists from traveling comfortably and staying in the city for a long time. Therefore, developing the tourism infrastructure can enable the city to provide better service to tourists and increase tourism revenues. Secondly, weak promotion and marketing strategies may cause cities such as Van to fail to fully realize their tourism potential. If effective promotion is not made on national and international platforms, potential visitors will be less likely to explore the city. In this context, modern promotion methods such as digital marketing, social media campaigns and tourism fairs should be used. Third, political instability can negatively affect the tourism industry. Political uncertainties may reduce tourism investments and tourists' confidence. Therefore, local governments and relevant stakeholders need to focus on ensuring political stability. Finally, supporting local businesses and entrepreneurs can increase Van's tourism potential. Offering local cultural and handicraft products to tourists can help stimulate the local economy. In addition, competitiveness in the sector can be increased by organizing incentive

and training programs for local businesses. Considering the above information, development strategies are examined in the current article.

Keywords: Van, Tourism, Infrastructure

INVESTIGATING THE ROLE AND IMPORTANCE OF RECREATIONAL CENTERS IN THE DEVELOPMENT OF URBAN TOURISM

Mohammad Mokhtari

University Of Tabriz

mohammad.mokhtari97@gmail.com

Abstract

Urban tourism is considered as one of the important factors in the sustainable development of cities; because it contributes to the development of the city by emphasizing on the internal resources and capabilities of cities. Cities always have various attractions for tourists due to their historical roots, recreational and entertainment facilities, medical centers, educational institutions, and shopping centers. The diversity of attractions, especially recreational and entertainment attractions, doubles the necessity to examine the role of each tourist attraction in the development of urban tourism. In this regard, the present study investigates the role and importance of recreational centers in the development of urban tourism. Given the nature of the subject and the research objective, the dominant research method is descriptive-analytical. The required data and information have been collected through archival sources, by referring to journals and books related to the subject. The results indicate that although recreational and entertainment centers may not be the first and most important factor attracting tourists in the urban environment, they play a very important role in attracting tourists. Recreational and entertainment attractions, due to their nature, are considered among those attractions that are not exclusive to a specific age group and play an important role in attracting tourists from all age groups such as: children, teenagers, young adults, etc. In addition to attracting tourists from other areas, recreational and entertainment centers also play an important role in leisure time activities of the people of that city. Recreational and entertainment attractions inject enthusiasm, joy, and excitement into tourists and society, increasing hope in society and leading to dynamism and liveliness in urban environments. Ultimately, it can be said that planning for the development of recreational facilities can contribute to the sustainable development of the city and can be used by both citizens and tourists.

Keywords: Urban tourism, Development, Recreational Centers, Tourists, City

TASARLANMIŞ ALANLARIN ÇOCUKLU AİLELERİN TURİSTİK SEYAHAT TERCİHLERİNDEKİ YERİ: OKUL ÖNCESİNDE ÇOCUĞU OLAN EBEVEYNLERİN GÖRÜŞLERİ

Prof. Dr. Faik Özgür Karataş

Trabzon Üniversitesi

fokaratas@trabzon.edu.tr

Ashhan Doğanay

doganasli904@gmail.com

Özet

Aile içi geçirilen serbest zaman, 'ebeveynlerin ve çocukların boş zamanlarında veya eğlence aktivitelerinde birlikte geçirdikleri zaman' olarak tanımlanmaktadır (Fountain vd., 2018). Küçük çocukları olan ailelerin birlikte zaman geçirdikleri yer genelde evleri olsa da turistik seyahatler de planlamalara dahil olmaktadır. Müze, bilim merkezi, akvaryum gibi tasarlanmış alanlar daha çok eğitim amaçlı görülse de ailelerin çocuklarıyla sıklıkla ziyaret ettikleri yerler arasındadırlar. Diğer yandan turist araştırmaları alayazınında bu tür tasarlanmış alanlar büyük ölçüde ihmal edilmiş, çocuklu ailelerin seyahat planları arasında bu tür mekanların ne ölçüde önem arz ettiği yeterince incelenmemiştir. Bu çalışmanın amacı müze, bilim merkezi, akvaryum vb. tasarlanmış alanların çocuklu ailelerin turistik seyahat tercihlerindeki yerini belirlemektir. Bu kapsamda uygun örnekleme yoluyla 76 aileye ulaşılmış ve araştırmacılar tarafından geliştirilen 14 soruluk bir anket uygulanmıştır. En az bir çocuğu okulöncesi dönemde olan ebeveynlerden sorulara cevap veren ebeveynlerin yaş ortalaması 33 ve sahip olunan çocuk sayısı ise ikidir. Anketten toplanan verilerin analizleri neticesinde katılımcıların büyük çoğunluğunun yılda en az bir kez iş dışı seyahat ettikleri bulunmuştur. Seyahatlerinde dikkat ettikleri hususlarda çocuklar için sunulan hizmetlerin sayısı ve niteliği 59 kişi tarafından ifade edilerek en çok dikkat edilen seçim sebebi olarak ortaya çıkmıştır. Doğal güzellikler ile tarihi ve kültürel zenginlikler seyahat edilecek yeri belirlemede en çok dikkat edilen diğer iki faktör olarak belirtilmiştir. Ziyaret edilen yerler arasında doğal güzellikler ve piknik alanları, hayvanat bahçesi ve AVM'ler ilk sıralarda yer alırken müze, park, akvaryum gibi tasarlanmış alanlar da katılımcıların yarsından fazlası tarafından tercih edildiği belirlenmiştir. "Müze, bilim merkezi, hayvanat bahçesi vb. alanlara çocuklarımla ziyaret etmekten keyif alırım." ve benzeri ifadeleri içeren Likert tipi sorularda da katılımcıların yüksek oranda "kesinlikle katılıyorum" seçeneğini işaretledikleri görülmüştür. Elde edilen bu bulgular ışığında turizm faaliyetlerini çeşitlendirmek ve daha fazla turist kazanmak amacıyla tasarlanmış alan yatırımlarına daha fazla yer verilmesi gerektiği sonucuna varılabilir. Özellikle çocuklu ailelerin harcamalarının daha fazla olduğu düşünüldüğünde bu ailelerin bölge ve şehirlere çekilmesinin turizm gelirlerine olumlu katkı yapacağına inanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tasarlanmış alanlar, Seyahat tercihleri, Çocuklu aileler

THE PLACE OF DESIGNED SPACES IN THE TOURISTIC TRAVEL PREFERENCES OF FAMILIES: OPINIONS OF PARENTS WITH PRESCHOOL CHILDREN

Abstract

Family leisure is defined as 'the time that parents and children spend together in leisure or recreational activities' (Fountain et al., 2018). Although families with young children generally spend time together at home, touristic trips are also included in the planning. Although designed spaces such as museums, science centers and aquariums are seen mostly for educational purposes,

they are among the places that families frequently visit with their children. On the other hand, such designed areas have been largely neglected in tourist research, and the importance of such places in the travel plans of families with children has not been adequately examined. The aim of this study is to determine the place of designed areas such as museums, science centers and aquariums in the touristic travel preferences of families with children. In this context, 76 families were reached through convenience sampling and a 14-question survey developed by the researchers was applied. The average age of parents who answered the questions with at least one child in preschool is 33 and the number of children they have is two. As a result of the analysis of the data collected from the survey, it was found that the majority of the participants travel outside of work at least once a year. The number and quality of services offered for children were expressed by 59 people as the most important reason for choosing them when traveling. Natural sightseeing areas and historical and cultural riches places are stated as the two most important factors in determining the place to travel. While natural beauties and picnic areas, zoos and shopping malls ranked high among the places visited, it was determined that designed areas such as museums, parks and aquariums were preferred by more than half of the participants. It was also observed that in Likert-type questions containing expressions such as “I enjoy visiting the areas including museum, science center, zoo, with my children.” and similar expressions, participants marked the "strongly agree" option at a high rate. In the light of these findings, it can be concluded that more investment should be made for desired spaces to diversify tourism activities and attract more tourists. Considering that especially families with children spend more money, it is believed that attracting these families to regions and cities will make a positive contribution to tourism revenues.

Keywords: Designed spaces, Travel preference, Families with children

COVID-19 PANDEMİSİ SONRASI SAĞLIK TURİZMİ ÇALIŞMALARININ BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Sıddık KESKİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
skeskin@yyu.edu.tr

Reyyan KESKİN

Uluslararası Balkan Üniversitesi Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
keskin.reyyan@ibu.edu.mk

Harika TEKİNTANGAÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
harikatekintangac@yyu.edu.tr

Özet

Bibliyometrik analiz kısaca; belirli bir alanda ve araştırmacı tarafından belirlenen, belirli bir dönemde yayımlanmış çalışmaların, nicel analizi ile birlikte bu çalışmaların; yazar, ülke, dergi ve organizasyon gibi birimlerle ilişkilendirildiği bir analiz yöntemi olarak tanımlanabilir. COVID-19, 2019 Aralık ayının sonunda Çin’de ortaya çıkmış ve kısa sürede tüm dünyaya yayılım göstermiştir. Bu çalışmada, COVID-19 pandemisi sonrası, 2022-2024 yılları arası Web of Science veri tabanındaki dergilerde, yayımlanan ve “health tourism” anahtar kelimesi ile belirlenen makalelerin bibliyometrik analizi yapılmıştır. Bu amaçla, 5029 makale çalışmaya dahil edilmiştir. Ağ haritası ile birlikte, düğümler arası bağlantıları belirlemek üzere VOSviewer (ver: 1.6.20) programı kullanılmıştır. Ağ haritasına, en fazla kullanılan anahtar kelimenin “health tourism” olduğu ve bunu “medical tourism” ile “health and wellness tourism” anahtar kelimelerinin izlediği görülmüştür. Ortak atıf ağında, en çok atıf yapılan makalenin Konstantakopoulou (2022)’nın çalışması, olduğu, en çok atıf yapılan derginin ise “International Journal of Environmental Research and Public Health” dergisi olduğu gözlenmiştir. Bibliyografik eşleşme analizinde ülke ve kurum işbirliğinde bağlantı gücü en yüksek ülkenin Çin ve kurumun ise bu ülkede yer alan “University of Macau” olduğu belirlenmiştir. Sonuç olarak, COVID-19 pandemisi sonrası sağlık turizminin geniş bir araştırma alanı bulduğu gözlenmiştir. Bu çalışmanın, sağlık turizmi çalışmaları ilgili genel bir perspektif sunması açısından, konu ile ilgili çalışacak araştırmacılara önemli bir bakış açısı sağlaması düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bibliyometrik analiz, Sağlık turizmi, Medikal turizm, COVID-19

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF HEALTH TOURISM STUDIES AFTER THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract

Bibliometric analysis briefly; studies published in a certain field and in a certain period determined by the researcher, together with the quantitative analysis of these studies; It can be defined as an analysis method in which it is associated with units such as author, country, journal and organization. COVID-19 emerged in China at the end of December 2019 and spread all over the world in a short time. In this study, a bibliometric analysis was performed with the articles published in the journals in the Web of Science database between 2022 and 2024 after the COVID-19 pandemic and determined with the keyword "health tourism". For this purpose, 5029 articles were included in the study. Along with the network map, the VOSviewer (ver: 1.6.20) program was used to determine the connections between nodes. On the network map, the most used

keyword is "health tourism" and this is “medical tourism” and "health and wellness tourism" keywords. In the co-citation network, the most cited article is the work of Konstantakopoulou (2022) and the most cited journal is “International Journal of Environmental Research and Public Health’. In the bibliographic coupling analysis, it was determined that the country with the highest connection strength in country and institution cooperation was China and the institution was "University of Macau" located in this country. As a result, it has been observed that health tourism has found a wide research area after the COVID-19 pandemic. It is stated that this study will provide an important perspective for researchers who will study on the subject, in terms of providing a general perspective on health tourism studies.

Keywords: Bibliometric analysis, Health tourism, Medical tourism, COVID-19

HATAY İLİNİN SOKAK LEZZETLERİ¹

Ata Melih GÜNAY

Selçuk Üniversitesi

star_ata_1996@hotmail.com.

Birsen BULUT SOLAK

Selçuk Üniversitesi

birsenbulut@selcuk.edu.tr.

Özet

İnsanlar var olduklarından beri yemek yemeğe ve içecek içmeye ihtiyaç duymaktadır. İhtiyaç olunan bu yiyecek ve içecekler, farklı malzemeler ile farklı ürünler yapmaya ya da aynı malzemeler ile farklı pişirme teknikleri ile farklı ürünler ortaya çıkarmıştır. Ayrıca insanlar, yaşadıkları yerdeki yetişen ürünlerin doğrultusunda çeşitli ürünler de ortaya çıkarmışlardır. Öyle ki bu çıkan ürünler, belli bir kültürün oluşmasına katkı sağlamaktadır ki; insanoğlu, geçmişten günümüze kadar yaptıkları bu ürünleri geliştirmek ve tanıtmak isteği için de olmuştur. Yapılan bu ürünlerin tanıtma isteğinden kaynaklı olarak, yiyecekler sokaklarda ve açılan restoranlarda sunulmaktadır. Ülkemizde birçok yöresel mutfağımız, yemek ve içecekleri ile ön plana çıkmıştır. Bunlardan önemli olan birisi de Hatay mutfağıdır. Hatay, mutfağındaki yemeklerin zenginliği ile bilinmekte olan bir ilimiz olup, Türkiye'nin ilk gastronomi şehridir. Ayrıca Hatay'da birçok yerde sokak lezzetlerine rastlamak mümkündür. Bu çalışma, Hatay ilinin sokak lezzetlerinin çeşitliliğine değinmektedir. Çalışmada on beş uzman kişiye Hatay sokak lezzetleri hakkında açık uçlu sorular sorularak yüz yüze görüşmeler sayesinde bilgiler edinilmiştir. Araştırmada, nitel araştırma yaklaşımlarından görüşme tekniği ve gözlem kullanmıştır. Görüşmelerde katılımcılara yöneltilen sorulara verilen cevapların analizinde, betimsel analizden faydalanılmıştır. Ayrıca bulguların eldesinde, Hatay'ın bazı yiyecekleriyle karşılaştırmalı olarak literatür taraması da detaylı olarak yapılmaya çalışılıp, bilgiler güncel olarak aktarılmaya çalışılmıştır. Hatay ilindeki sokak yiyecekleri çeşitliliği de fazla olup yaklaşık yirmi bir adet sokak lezzeti vardır. Son yirmi yıllık bir süreç içerisinde Hatay Sokak lezzetlerindeki bazı değişiklikler belirlenmiştir. Sonuçta, Hatay mutfağı içerisindeki sokak lezzetlerine yeterince değinilerek, güncel tanıtımı yapılmaya çalışılmıştır. Yapılan bu çalışmayla, Hatay'ın sokak lezzetlerini Türkiye başta olmak üzere tanıtımını yapmada önemli bir katkı sağlayacağı ön görülmektedir.

Anahtar kelimeler: Hatay, Sokak lezzetleri, Yemek.

STREET FOODS OF HATAY

Abstract

People have needed to eat and drink since human beings' existence. These essential foods and beverages have led to the creation of different products with different ingredients and/or different products with the same ingredients and different cooking techniques. People have also created

¹ *Bu çalışma Ata Melih Günay'ın Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Hatay Sokak Lezzetlerinin Gıda Güvenliği Açısından Değerlendirilmesi isimli tez çalışmasının bir kısmından yararlanılarak hazırlanmıştır.

various products in line with the products grown where they live. Moreover, these products contribute to the formation of a certain culture. In addition to these, human beings have desired to develop and promote these products from past to present. These food products are offered on the streets and in restaurants due to the desiring to promote them. Many of local cuisines in Turkey have come to the forefront with their foods and drinks. One of the most important of these is Hatay cuisine. In addition to all, Hatay was selected as the first Gastronomy city in Turkey because of being a famous province for the richness of its cuisine. It is possible to have street foods in many places in Hatay. The variety of street foods in Hatay is also more. This research mentions about the diversity of street foods in Hatay. Additionally, some information was obtained by asking open-ended questions to fifty five experts conducted face-to-face interviews about Hatay's street delicacies in the study. Interview technique and observation from qualitative research approaches were also used in the research. Descriptive analysis was used to analyze the answers given to the questions asked to the experts in the interviews. The variety of street food in Hatay is also high and there are approximately twenty-one street foods. In addition, a detailed literature review was attempted to obtain more findings in order to present them up to date in comparison with some foods of Hatay. Some different changes in Hatay's street foods have been tried to be reflected over the last twenty years. So far, street foods in Hatay's cuisine have been mentioned in details. It is supposed that they have been tried to promote sufficiently. In this sense, it is expected that this study will make a significant contribution to promoting Hatay's street foods, especially in Turkey.

Keywords: Cuisine, Food, Hatay, Street foods.

SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS OLARAK YÖRESEL YEMEKLERİN METAFORİK İNCELENMESİ: BALIKESİR ÖRNEĞİ

Rana ŞAT

Balıkesir Üniversitesi

rana_sat_95@hotmail.com

Özet

Bu çalışma ile somut olmayan kültürel miras olarak Balıkesir yöresel yemeklerinin metaforik olarak incelenmesi ve Balıkesir yöresel yemeklerinin bilinirliğinin artırılması ile öneminin vurgulanması amaçlanmaktadır. Balıkesir’de yerel halkın yöresel yemekler ile geliştirmiş oldukları metaforların belirlenmesi için nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veriler 19 Şubat-11 Mart 2024 tarihleri arasında toplanmıştır. Katılımcılardan toplanan verilerin analizleri toplam 75 adet veri formu üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bulgulara göre katılımcıların çoğunluğunun erkek, evli, lisans ve lisansüstü mezunu ve 35-45 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Balıkesir mutfağına yönelik olarak ortaya çıkan metafor kategorileri toplam altı başlık altında toplanmıştır. Bu başlıklar doğa, renk, yiyecek, hayvan, antik simge ve endemik bitkiler olarak tespit edilmiştir. Doğa ile ilgili geliştirilen metaforlarda, çoğunlukla gökkuşağı kelimesinin kullanıldığı görülmektedir. Renklerle ilgili geliştirilmiş olan metaforlarda ise; yeşil ve mavi renk ağırlıklı olarak tekrarlanırken ağırlıklı olarak ortaya çıkan diğer renklerden birkaçı da beyaz ve turkuazdır. Yiyeceklerle ilgili geliştirilen metaforlar sırasıyla; şarap, zeytin, peynir, zeytinyağı, kavun, mandalina, sarıkız otu ve yüksük otu olarak tespit edilmiştir. Son olarak Balıkesir’de yaşayan yerel halkın Balıkesir mutfağına ilişkin olarak geliştirmiş oldukları metaforlar değerlendirildiğinde en fazla geliştirilen metaforlar; beyaz zambak, kaymaklı, hoşmerim ve balık olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Somut olmayan kültürel miras, Balıkesir Mutfağı, Yöresel mutfak, Metafor

METAPHORICAL INVESTIGATION OF LOCAL FOODS AS INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE: BALIKESİR EXAMPLE

Abstract: This study aims to metaphorically examine Balıkesir local dishes as intangible cultural heritage and to emphasize their importance by increasing the awareness of Balıkesir local dishes. Qualitative research method was used to determine the metaphors that local people in Balıkesir developed with local dishes. Data was collected between February 19 and March 11, 2024. Analyses of the data collected from the participants were carried out on a total of 75 data forms. According to the findings, the majority of the participants are male, married, have undergraduate and graduate degrees, and are between the ages of 35-45. The metaphor categories that emerged for Balıkesir cuisine are grouped under six headings in total. These titles have been identified as nature, color, food, animals, ancient symbols and endemic plants. It is seen that the word rainbow is mostly used in metaphors developed about nature. In the metaphors developed regarding colors; While the colors green and blue are predominantly repeated, a few of the other colors that appear predominantly are white and turquoise. Metaphors developed about food are as follows, wine, olives, cheese, olive oil, melon, tangerine, apricot and foxglove. Finally, when the metaphors developed by the local people living in Balıkesir regarding Balıkesir cuisine are evaluated, the most developed metaphors are; They were identified as white lily, cream, hoşmerim and fish.

Keywords: Intangible cultural heritage, Balıkesir Cuisine, Local cuisine, Metaphor

TURİZM FAKÜLTESİNDE İKİNCİ YABANCI DİL OLARAK RUSÇA ÖĞRENİMİNDE OYUNLAŞTIRMA VE ÖĞRENCİ BAŞARISINA ETKİLERİ

Dr. Öğr. Üyesi Nukhet ELTUT KALENDER

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

nukhetkalender@yyu.edu.tr.

Özet

Dil edinimi günümüzde toplumsal ve küresel bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu ihtiyacı karşılayabilmek üzere bireyler mesleki gelişim sürecindeki donanımları için birden fazla yabancı dile ihtiyaç duyabilmektedir. Meslek gruplarına ve hizmet verilen bölgeye göre yabancı dil yelpazesinde de çeşitlilik söz konusudur. Bu duruma en iyi örnek turizm sektörünün farklı alanlarında gözlenebilmektedir. Sebebi lokasyon, ağırlıklı konuk grupları, sektörel arz ve talep dengesi gibi değişkenlere bağlanabilir. Türkiye’de Akdeniz ve Ege bölgelerinde ağırlıklı konuk grubunu Ruslar ya da Rusça konuşan ülkelerden gelmiş kişiler oluşturmaktadır. Dolayısıyla söz konusu bölgelerde uluslararası temel iletişim dili olan İngilizce dışında Rusçaya da ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle Türkiye’deki yüksek öğretim kurumlarının turizm fakültelerinde yabancı dil alternatifleri arasında en popüler yabancı dillerden birinin Rusça olduğunu söylemek mümkündür. Bu çalışmada Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi bünyesinde Turizm Fakültesi’nde ikinci yabancı dil olarak Rusça öğreniminde oyunlaştırma ve etkileri üzerinde durulacaktır. Oyunlar masa oyunları ve dijital oyunlar olmak üzere iki başlık altında ele alınacaktır. Araştırmanın amacı Rusça öğretiminde oyunlaştırma yönteminin klasik sınıf içi uygulamalara göre başarı oranının yükselişine etkisini ortaya çıkarmaktır. Araştırma yöntemi olarak nitel araştırma yöntemleri içinde sıklıkla tercih edilen gözlem tekniğinden yararlanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm fakültesi, İkinci yabancı dil, Rusça, Oyunlaştırma.

GAMIFICATION IN LEARNING RUSSIAN AS A SECOND FOREIGN LANGUAGE AT THE FACULTY OF TOURISM AND ITS EFFECTS ON STUDENT ACHIEVEMENT

Abstract

Today, the acquisition of language emerges as a social and global necessity. To fulfill this requirement, individuals may require proficiency in multiple foreign languages to enhance their professional growth. There is also diversity in the variety of foreign languages based on occupational groups and the region served. The primary example of this can be seen in various sectors of the tourism industry. The reason for this can be attributed to various factors, including location, dominant guest groups, sectoral supply, and demand balance. In the Mediterranean and Aegean regions of Türkiye, most of the guests are from Russia or Russian-speaking countries. Therefore, in these areas, Russian is also essential alongside English, the primary global language of communication. For this reason, it can be stated that Russian is one of the most commonly chosen foreign languages in the tourism faculties of higher education institutions in Türkiye. This study focuses on the use of gamification and its effects on learning Russian as a second foreign language at the Faculty of Tourism of Van Yüzüncü Yıl University. Games will be categorized into two main topics: board games and digital games. The study aims to determine the effect of using gamification on enhancing the effectiveness of teaching the Russian language compared to traditional classroom methods. Observation technique, commonly favored among qualitative research methods, was utilized in this study.

Keywords: Faculty of tourism, Second foreign language (L2), Russian, Gamification.

ÖRGÜTSEL UTANÇ DAVRANIŞI VE TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ YERİ

Prof. Dr. Erdoğan Kaygın

Kars Kafkas Üniversitesi
erdogankaygin@hotmail.com

Dr. Öğr. Ü. Burcu Turan Torun

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
burcuturan@yyu.edu.tr

Mehmet Ali Armağan Ağyol

Kars Kafkas Üniversitesi
mehmetaliarmaganagyol@hotmail.com

Özet

Örgütsel Utanç hem kişisel hem de örgütsel anlamda hissedilebilecek bir duygu ya da hisler topluluğudur. Utanç ya da örgütsel utanç duygusu kişisel anlamda da örgütsel anlamda da kişi ve örgütsel ya da sosyal imaj açısından tehlike oluşturabilir. Örgütsel utanç, sorunların mevcudiyetini ve yapıcı tartışmaları engelleyebileceği için, örgüt içi dönüşümün gerçekleşeceği zamanda gerçekleşecek olursa örgütsel öğrenmeyi de etkileme potansiyeline sahiptir. Örgütsel utanç üzerine yapılan çalışma sayısı oldukça azdır. Bu çalışmadaki amaç örgütsel utanç kavramlarının gelişimini ortaya koyarak turizm sektöründe örgütsel utanç kavramlarının incelenmesi ve turizm sektöründe motivasyon ve gelişim açısından örgütsel utanç kavramının çalışanlarına ve gelişimine etkisi ortaya konulmasına çalışılmıştır. Turizm sektöründe örgütsel utanç seviyeleri aşamaları ve çalışanların örgütsel utançları ne derece ortaya koyabilecekleri de ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel utanç, Örgütsel öğrenme, Motivasyon

ORGANIZATIONAL SHAME BEHAVIOR AND ITS PLACE IN THE TOURISM SECTOR

Abstract

Organizational shame is an emotion or set of feelings that can be felt both personally and organizationally. Shame or organizational the feeling of shame can pose a danger both personally and organizationally for the person and the organizational or social image. Because organizational shame can prevent the existence of problems and constructive discussions, it also has the potential to affect organizational learning if it occurs at the time of intra-organizational transformation. The number of studies on organizational shame is quite low. The aim of this study is to examine the concepts of organizational shame in the tourism sector by revealing the development of the concepts of organizational shame and to reveal the effect of the concept of organizational shame on its employees and development in terms of motivation and development in the tourism sector. It will also be tried to reveal the levels of organizational shame in the tourism sector and the extent to which employees can reveal organizational shame.

Keywords: Organizational shame, Organizational learning, Motivation

KABARDEY-BALKAR CUMHURİYETİ'NDE TURİZM ÇEŞİTLİLİĞİNE GENEL BAKIŞ

Dilek NİŞANCI

Erciyes Üniversitesi

niseltut@gmail.com

Özet

Kabardey-Balkar Cumhuriyeti Kafkasya bölgesinde yer alan Çerkes yerleşim yerlerinden biridir. Bölge hem doğal güzellikleriyle hem kültürel hem de tarihi değerleriyle oldukça zengindir. Bölgenin dağlık olması dağ sporlarına geniş imkân sunmaktadır. Ayrıca ülkede dünya çapında ünlü kayak pistlerine rakip olacak nitelikte yerel pistler mevcuttur, bu durum Kabardey-Balkar'ı kış sporları tutkunları için aranan bir destinasyon haline getirir. Açık ve yeşil alanda gerçekleştirilen rekreasyonel aktiviteler ile çamur terapi merkezleri ve gelişmiş spa merkezleri etkinlikleri başkent Nalçık'ı turistler için cazibe merkezi kılmaktadır. Nalçık tatil merkezi spa suları, iyot-brom, nitrik termal, sülfürlü ve mineral sularla sağlık turizmine ve ülke ekonomisine sunduğu katkılarla anılmaktadır. Diğer taraftan Kabardey-Balkar'ın "Dolven" adı verilen mezar yapıları turistlerin kültürel miras bakımından dikkatini çeken yerler arasındadır. Bu yapılar dışında Agubek yerleşimi ve Dolinskoye yerleşimi gibi birçok tarihi mekân öne çıkmaktadır. Ülkede Federal, bölgesel ve yerel öneme sahip 500'den fazla kültürel anıt titizlikle muhafaza edilmektedir. Bu yönüyle söz konusu anıtlar, bölgenin tarihine de ışık tutar. Bölgenin turizm ve ekonomi anlamında kalkınmasına Kabardey Balkar Devlet Üniversitesi tarafından akademik olarak özel destek verilmektedir. Çalışmamız, Kabardey-Balkar Cumhuriyetindeki turizm çeşitliliğine vurgu yapmaktadır. Araştırmanın amacı herkes tarafından bilinmeyen ancak macera tutkunları, kültürel keşif meraklıları için ilgi çekici bir destinasyon olduğu kadar sağlık hizmetlerinden yararlanmak ve çeşitli spor türlerini deneyimlemek isteyen kişiler için bölgedeki turizm çeşitliliği hakkında farkındalık oluşturmaktır. Araştırma için nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kabardey-Balkar, Turizm çeşitliliği, Doğa turizmi, Sağlık turizmi, Kültür turizmi.

AN OVERVIEW OF THE DIVERSITY OF THE TOURISM INDUSTRY IN THE REPUBLIC OF KABARDINO-BALKARIA

Abstract

Kabardino-Balkaria is a republic situated in the Caucasus region, renowned for its Circassian communities. Its geography abounds in natural beauty, cultural, and historical significance. The area's mountainous landscape provides ample chances for mountain sports. Kabardino-Balkaria is a favored spot for winter sports lovers because of its slopes that rival those of renowned ski resorts. Recreational activities in open green spaces, mud therapy centers, and advanced spa resorts make Nalchik a popular tourist destination. The Nalchik resort center is famous for its iodine-bromine, nitrate thermal, sulfur, and mineral waters, which contribute to health tourism and the national economy. However, the burial structures in Kabardino-Balkaria, known as 'Dolven', are a significant cultural heritage site that attracts tourists' attention. In addition to these structures, there are various historical sites, such as the Agubek and Dolinskoye settlements. More than 500 cultural

monuments of federal, regional, and local significance are meticulously preserved in the country. In this regard, these monuments illuminate the region's history. Kabardino-Balkaria State University has supported the academic advancement of the region's tourism and economic development. Our research emphasizes the variety of tourism in the Republic of Kabardino-Balkaria. The research aims to increase awareness of the region's diverse tourism offerings, which may not be well-known to everyone but is an intriguing destination for adventure enthusiasts, cultural explorers, and individuals seeking health services and a variety of sports experiences. The study utilized qualitative research methods.

Keywords: Kabardino-Balkaria, Tourism diversity, Nature tourism, Health tourism, Cultural tourism.

VAN GÖLÜ HAVZASI SAĞLIK TURİZMİ POTANSİYELİ²

Doç. Dr. Songül DÜZ ÖZER

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Turizm Fakültesi

songulduz@yyu.edu.tr

Doç. Dr. Sağbetullah MERİÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Turizm Fakültesi

smeric@yyu.edu.tr

Mete Yücel ÖZER

meteozer.4444@gmail.com

Özet

Van Gölü, Türkiye'nin en büyük ve dünyanın ise en büyük sodalı gölleri arasında yer almaktadır. Ayrıca Van Gölü, yüksek miktarda sodyum ve mineraller içmektedir. Bu özelliği ile Van Gölü suyunun bazı cilt hastalıkları, romatizmal rahatsızlıklar ve eklem ağrıları gibi rahatsızlıkları hafifletici etkileri bulunmaktadır. Bu da Van ilinin sağlık turizmi potansiyeline sahip olduğuna vurgu yapmaktadır. Ayrıca Van ilinin sağlık turizmini destekleyecek kültür, doğa, inanç turizmi gibi alternatif turizm türleri potansiyeli olması, İran ile komşu olması, uluslararası demiryolu hattı üzerinde bulunması da ilin sağlık turizmi potansiyelini güçlendirmektedir. Bu araştırmanın amacı, Van Gölü havzasındaki sağlık turizmi potansiyelini ortaya koymaktır. Bu potansiyelin belirlenmesi ve yerel yöneticilerin bu alternatif turizm uygulamasına yaklaşımının nasıl olacağı araştırma kapsamında cevap aranan sorular olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu araştırmanın evrenini Van Gölü havzası oluşturmaktadır. Araştırmanın temelini oluşturan birincil kaynaklar saha çalışmasıyla toplanacak olup nitel ve nicel veri setini kapsamaktadır. Araştırmanın hazırlık aşamasında, alan yazında yapılan ilgili okumalar doğrultusunda oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme soruları ve taslak soru formu ile sahaya inilerek, seçilmiş sağlık turizm hizmeti veren işletme personeli (bölüm müdürü, uzmanlar, destek personel vb.) ve temel aktör olan Sağlık Bakanlığı yetkilileri ile yüz yüze görüşmeler yapılacaktır. Keşfedici özellikler içeren bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine mülakat tekniği kullanılacak olup Van Gölü havzası için içerik analizi yapılacaktır. Mülakat soruları (Heung, Kucukusta ve Song, 2011) çalışmalarından esinlenerek hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Sağlık turizmi, Van Gölü.

VAN LAKE BASIN HEALTH TOURISM POTENTIAL

Abstract

Van Lake is the largest lake in Turkey and among the largest soda lakes in the world. Van Lake contains high amounts of sodium and minerals. With this feature, Van Lake water has alleviating effects such as some skin diseases, rheumatic diseases and joint pain. This emphasizes that Van province has a potential for health tourism. In addition, the fact that Van province has the potential

² Bu araştırma, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından SYD-2022-9608 nolu proje kapsamında gerçekleştirilmiştir.

for alternative tourism types such as culture, nature and faith tourism to support health tourism, that it is adjacent to Iran, and that it is located on the international railway line strengthens the health tourism potential of the province. The aim of this study is to reveal the potential of health tourism in the Van Lake basin. Determining this potential and how local administrators will approach this alternative tourism application are the questions sought to be answered within the scope of the research. The universe of this research consists of the Van Lake basin. The primary sources that form the basis of the research will be collected through fieldwork and include qualitative and quantitative data sets. In the preparation phase of the research, face-to-face interviews will be held with selected health tourism service personnel (department manager, experts, support personnel, etc.) and Ministry of Health officials, who are the main actors, by going to the field with semi-structured interview questions and draft questionnaires created in line with the relevant readings in the literature. In this exploratory research, in-depth interview technique, which is one of the qualitative research methods, will be used and content analysis will be made for the Van Lake basin. The interview questions (Heung, Kucukusta and Song, 2011) were inspired by his work.

Keywords: Tourism, Health tourism, Van Lake.

MARDİN KIZILTEPE ULU CAMİ'NİN KÜLTÜR VE İNANÇ TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Öğr. Gör. Hatice BALTA AVUT

Batman Üniversitesi

hatice.balta@batman.edu.tr

Özet

Turizm, her dönem varlığını aktif bir şekilde devam ettirmiş ve zamanla çeşitli turizm türleri ortaya çıkmıştır. Söz konusu turizm türlerinden biri olan Kültür ve inanç turizmi zamanla gelişerek büyük ilgi görmüştür. Tarihi mekânları görme arzusu beraberinde kutsal mekânları görme isteğini de ortaya çıkartmıştır. Kültürel turizm ile bir toplumun kültürel mirasını, tarihi eserlerini, yerinde görerek, söz konusu toplumun yaşam tarzı, örf, adet, dini ritüelleri ve sanatsal etkinliklerini de tanımaya, anlamaya çalışmaktır. Mardin İli de çeşitli etnik grupların bir arada yaşamasından dolayı ve tarihi süreç içerisinde geçirmiş olduğu değişim ve dönüşümler neticesinde inanç ve kültür turizmi açısından önemli bir merkez haline gelmiştir. 1108-1408 yılları arasında Artukluların başkenti olan Mardin, Cami, medrese, sivil mimari, kilise ve manastırları ile turizmin önemli parçaları haline gelmiştir. Artukluların Mardin ve çevresinde yaptırmış oldukları camiler arasında avlu ve sahnın düzenlemesine göre farklılık gösteren Kızıltepe (Koçhisar- Dunaysır) Ulu Cami Anadolu bölgesinin önemli yapıları arasında yer almaktadır. Bu bağlamda cami her dönem birçok misafiri ağırlamaktadır. 1184 yılında yapımına başlanan cami, 1204 yılında tamamlanmıştır. Cami plân özellikleri, mimari dokusu ve strüktürel elemanları ile sembolik anlamda şehrin genel dokusuna uyum sağlayan önemli bir inanç merkezine dönüşmüştür. Bu bildiri kapsamında, incelenen Kızıltepe Ulu Cami, turizm açısından ele alınarak değerlendirilmiş. Ayrıca mimari eserin kültür ve inanç turizmi açısından gerekli ilgiyi görüp görmediği ve son olarak da ziyaret edilme olanakları ortaya konmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültür mirası, Mardin, Artuklular, Kızıltepe, Ulu Cami

EVALUATION OF MARDIN KIZILTEPE GRAND MOSQUE IN TERMS OF CULTURAL AND RELIGIOUS TOURISM

Abstract

Tourism has remained prevalent across different eras, giving rise to various forms of tourism over time. Cultural and religious tourism, a type of tourism that has gained significant popularity over time. The longing to visit historical sites has also led to a longing to visit sacred places. Cultural tourism entails experiencing and comprehending a society's cultural heritage, historical artifacts, lifestyle, customs, religious rituals, and artistic activities through personal visits. Due to the presence of diverse ethnic groups in Mardin Province and its historical evolution, it has emerged as a significant hub for religious and cultural tourism. Between 1108 and 1408, Mardin, the capital of the Artuqids, has gained importance in tourism due to its mosques, madrasas, civil architecture, churches, and monasteries. Among the mosques constructed by the Artuqids in Mardin and its vicinity, the Kızıltepe (Koçhisar-Dunaysır) Grand Mosque is notable as one of the significant buildings in the Anatolian region, known for its distinctive courtyard and layout. In this context, the mosque has welcomed numerous visitors over the years. The mosque's construction commenced in 1184 and was finished in 1204. The mosque has evolved into a prominent religious hub that blends seamlessly with the city's overall aesthetic, thanks to its architectural characteristics and symbolic structural elements. In this paper, the Kızıltepe Grand Mosque has been analyzed and assessed from a tourism standpoint. Furthermore, an effort has been made to

evaluate if the architectural work is receiving the required attention in terms of cultural and religious tourism, and ultimately, the opportunities for visitation have been emphasized.

Keywords: Cultural Heritage, Mardin, Artuqids, Kızıltepe, Great Mosque

BOTAN VADİSİ'NDE DOĞA, KÜLTÜR VE ARKEOLOJİYE DAYALI TURİZM FAALİYETLERİ İÇERİSİNDE TURİST REHBERLERİNİN ROLLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üyesi. Özkan DENİZ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

ozkanvdeniz@gmail.com

Arş. Gör. Ezgi BAYRAM ÖZ

ezgibayramoz@yyu.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi. Merve OFLUOĞLU

Harran Üniversitesi

m.ofluoglu@harran.edu.tr

Özet

Doğa, kültür, tarih, arkeolojik değerler; bölgenin turizm potansiyelini ortaya çıkaran önemli çekiciliklerdendir. Turist rehberleri, bölgenin keşfedilmesi ve tanıtılması konusunda turizmin önemli bileşenlerinden biridir. Bu bağlamda tur/turist rehberlerinin turizm faaliyetleri içindeki rollerinin incelenmesi ve bölgenin tanıtılmasında nasıl sorumluluklara sahip olduklarının ortaya çıkarılması sürdürülebilir turizmin gelişimi açısından oldukça önemlidir. Bu araştırmanın amacı, Botan Vadisi turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir gelişimi açısından turist rehberlerinin rol ve sorumluluklarını ortaya çıkarmaktır. Bölgenin bir kısmında güven sorunları dolayısıyla dezavantajlar yaşanması, turizm sektöründe istediği payı alamamasına sebep olmuştur. Bu bölgenin turizm amaçlı ziyaret edilmesi ve tanıtılmasında turist rehberleri önemli öncüler niteliğindedir. Araştırmada nitel yöntemden faydalanılarak bölgede aktif çalışma kartına sahip 15 tur rehberi ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilecektir. Botan vadisinde (Şırnak, Siirt, Van, Hakkari, Mardin ve Batman) gerçekleştirilen turizm faaliyetlerine yönelik tur/turist rehberlerinin görev ve rollerinin incelenmesi bölgenin sürdürülebilir bir turizm planı oluşturabilmesi için önemli açılımlar yaratabilecek nitelikte olacağı düşünülmektedir. Araştırmanın bölgede gerçekleştirilen turizm faaliyetleri için oluşturulan plan ve politikalara turist rehberleri perspektifinden katkı sağlaması beklenmektedir. Araştırma sonuçları doğrultusunda turist rehberliğine yönelik uygulamaların niteliğine dair değerlendirmeler yapılarak bu doğrultuda öneriler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turist rehberi, Sürdürülebilir turizm, Doğa, Kültür, Arkeoloji, Botan Vadisi.

A RESEARCH ON THE ROLES OF TOUR GUIDES IN TOURISM ACTIVITIES BASED ON NATURE, CULTURE AND ARCHEOLOGY IN BOTAN VALLEY

Abstract

Nature, culture, history, archaeological values are the important attractions of that reveal the tourism potential of the region. Tourist guides are one of the important components of tourism in discovering and promoting the region. In this context, examining the roles of tour/tourist guides in tourism activities and revealing what responsibilities they have in promoting the region is very important for the development of sustainable tourism. The aim of this research is to reveal the roles and responsibilities of tourist guides in terms of the sustainable development of Botan Valley tourism activities. The fact that some of the region experienced disadvantages due to trust issues caused it not to get the share it wanted in the tourism sector. Tourist guides are important pioneers in visiting and promoting this region for tourism purposes. Using the qualitative method in the research, face-to-face interviews will be held with 15 tour guides who have active work cards in

the region. It is thought that examining the duties and roles of tour/tourist guides regarding tourism activities carried out in the Botan valley (Şırnak, Siirt, Van, Hakkari, Mardin and Batman) will create important breakthroughs for the region to create a sustainable tourism plan. It is expected that the research will contribute to the plans and policies created for tourism activities in the region from the perspective of tourist guides. In line with the research results, evaluations will be made regarding the quality of tourist guiding practices and suggestions will be made accordingly.

Keywords: Tourist guides, Sustainable tourism, Nature, Culture, Archeology, Botan Valley.

ALTERNATİF TURİZM ÇEŞİTLERİ VE ZONGULDAK MADEN TURİZMİ ÖRNEĞİ

Ferhat ÇAVUŞOĞLU

Bartın Üniversitesi,

ferhatcavusoglu@gmail.com

Murat ÇAVUŞOĞLU

muratcavus67@hotmail.com

Özet

İnsan topluluğunun günümüze kadar gelişiminde önem arz eden madenler uygarlık tarihinin belirli dönemlerinde adları ile anılmıştır: Yontma taş, cilalı taş, bakır, tunç (bronz) ve demir çağı gibi isimler tarihin ilk dönemlerinde yer bulmuştur. Tarihin şekillenmesinde belirleyici olan madenlerin oluşum süreçleri, doğadan çıkarılmaları ve metalin oluşturma tekniklerinin tarihçesi açısından yeryüzünde madencilik mirası olarak kabul edilir. Madencilik mirası, tarih, arkeoloji, mimari, sanayi, teknoloji alanlarında kültürel mirasla da ilişkilidir. Maden turizm içerisinde son yıllarda çok sık kullanılmaya başlanan bir kavramdır. Turistik seyahatlerin en önemli unsurlarından birini oluşturan maden sahaları, turistin gidilecek yer ziyaretinde ortaya çıktığı görülmektedir. Topluların kültürel zenginliğini ortaya koyan unsurların başında maden kültürü gelmektedir. Maden kültürünün oluşmasında geleneksel sanatlar ve maden işletmeciliği çok büyük öneme sahiptir. Tarihsel süreçte var olan tüm uygarlıklar, değerli ve yarı değerli taşları metalle birlikte veya ayrı işleyerek sanatsal nitelikli eserler üretmişlerdir. Bu eserleri geleneksel kıyafetlerle birlikte kullanarak takılar oluşturmuştur. Maden kültürü, tarih boyunca insanların yaratıcılığını ve zanaat becerilerini yansıtan önemli bir parçadır. Araştırmanın amacı, Zonguldak Madencilik Müzesi tanıtımına yönelik ilgili bireylere ve kuruluşlara öneriler sunmaktır. Bu araştırma, yörenin müzecilik kültürünün öne çıkartılması, maden turizmi amaçlı öneriler getirilmesi ve yöresel kalkınma açısından önem verilmesi amacı taşımaktadır. Bu bağlamda, çalışma nitel araştırma deseni üzerinden literatür taraması yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Doküman, kitap ve makalelerden yararlanılarak hazırlanan bu çalışma tarama modeli ile yürütülmüş betimsel bir çalışmadır. Ortaya çıkan betimleyici çalışma, madencilik mirasına ve bu mirasın Zonguldak'ın özgün kimliği bağlamındaki önemine ışık tutmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Alternatif Turizm, Maden Turizmi, Maden Müzesi

ALTERNATIVE FORMS OF TOURISM AND THE EXAMPLE OF ZONGULDAK MINING TOURISM

Abstract

Throughout the development of human societies, minerals have played a significant role and have been mentioned by name in various periods of civilization history: from flint and polished stones to copper, bronze, and the Iron Age. The processes of mineral formation, extraction from nature, and the history of metal production techniques are considered part of the mining heritage on Earth. Mining heritage is also related to cultural heritage in the fields of history, archaeology, architecture, industry and technology. Mining is a concept that has started to be used frequently in tourism in recent years. Mining sites, which constitute an essential element of tourist travel,

have gained prominence as destinations for tourists. Among the factors that showcase a society's cultural richness, mining culture stands out. Traditional arts and mining operations have played a crucial role in shaping this culture. Throughout history, civilizations have produced artful works using precious and semi-precious stones, either combined with metals or processed separately. These creations, often worn alongside traditional clothing, have given rise to a distinct mining culture. Mining culture is an important part of reflecting people's creativity and craft skills throughout history. The aim of the research is to provide recommendations to relevant individuals and organizations regarding the promotion of Zonguldak Mining Museum. This research aims to highlight the museum culture of the region, to make suggestions for mining tourism and to give importance to regional development. In this context, the study was carried out with the literature review method using a qualitative research design. The study follows a qualitative research design, utilizing a literature review method based on documents, books, and articles. The resulting descriptive study sheds light on the mining heritage and its significance in the context of Zonguldak's unique identity.

Keywords: Alternative Tourism, Mining Tourism, Mining Museum

ŞIRNAK TURİZM POTANSİYELİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE SÖZLÜ KÜLTÜR ÜRÜNLERİNİN YERİ

Doç. Dr. Metin EREN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

metineren@yyu.edu.tr

Nalin TAŞKIN

Şırnak Üniversitesi

Özet

Coğrafi keşifler sonrası başlayan süreç eski dünya dışında yeni ve daha önce fark edilmemiş kültürlerin keşfedilmesini sağladı. Bu süreç keşfedilen kültürlerin verilerinin toplanması ve sergilenmesi sonuçlarını da ortaya çıkardı. Modernleşme süreçlerinin derinleşmesi ve yaygınlaşması, sanayi devriminin doğurduğu sonuçlar arasında dünyanın kültürel çoğulluğunun kaybolmaya başlaması ve yerel kültürlerin aşınması ve yok olmaya başlaması da yer almıştır. 1945 sonrası Birleşmiş Milletler Teşkilatı'nın kültürel kolu olarak kurulan UNESCO'nun faaliyet alanları arasında kaybolmaya başlayan kültürel geleneklerin tespit edilip korunmaya alınması da yer almıştır. Somut Olmayan Kültürel Miras çalışmaları bu kapsamda başlamıştır. Somut olmayan kültürel miras; sözlü kültürü, gelenekleri, el sanatlarını, festivalleri ve doğal unsurları da içerir. Turizm faaliyetlerinin 1945 sonrası küresel bir boyut kazanması ile somut olmayan kültürel miras çalışmaları birlikte gelişme göstermiş ve yerel kültürel miras turizm faaliyetlerinin önemli bir bileşeni olmuştur. Şırnak, geleneksel yaşamın çeşitli unsurlarının canlı olduğu tarihi bir yerleşim yeridir. Modernleşme süreçlerinin dönüştürücü etkileri görünür hale gelirken mevcut kültürel ve tarihi mirasın korunup turizme kazandırılması çalışmalarına da hız verilmelidir. Bu bildiride Şırnak'ın somut olmayan kültürel miras potansiyeli değerlendirilecektir. Bu kültürel mirasın masal, dengbeçlik, Mem u Zin gibi sözlü ürünlerinin toplumdaki karşılığı tespit edilip bu sözlü kültür ürünlerinin turizm potansiyeline ne şekilde katkı sağlayacağı ile ilgili öneriler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler : Somut olmayan kültürel miras, Sözlü kültür, Turizm, Şırnak

THE PLACE OF ORAL CULTURE IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM POTENTIAL OF ŞIRNAK

Abstract

The process that began after geographical discoveries led to the discovery of new and previously unrecognized cultures outside the old world. This process also resulted in the collection and exhibition of the data of the discovered cultures. The deepening and widening of modernization processes and the consequences of the industrial revolution included the loss of the world's cultural plurality and the erosion and disappearance of local cultures. Established after 1945 as the cultural arm of the United Nations Organization, UNESCO's areas of activity included the identification and protection of cultural traditions that were beginning to disappear. Intangible Cultural Heritage studies started in this context. Intangible cultural heritage includes oral culture, traditions, handicrafts, festivals and natural elements. With the globalization of tourism activities after 1945, intangible cultural heritage studies have developed together, and local cultural heritage has become an important component of tourism activities. Şırnak is a historical settlement where various elements of traditional life are alive. As the transformative effects of modernization processes become visible, efforts to preserve the existing cultural and historical heritage and bring it to tourism should be accelerated. In this paper, the intangible cultural heritage potential of Şırnak

will be evaluated. The equivalent of oral products of this cultural heritage, such as fairy tales, dengbejlik, Mem u Zin, in society will be determined and suggestions will be made about how these oral cultural products will contribute to the tourism potential.

Keywords: Intangible cultural heritage, Oral culture, Tourism, Şırnak.

İŞYERİ SOSYAL CESARET DAVRANIŞI VE TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİSİ

Dr. Öğr. Ü. Burcu Turan Torun

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

burcuturan@yyu.edu.tr

Prof. Dr. Erdoğan Kaygın

Kars Kafkas Üniversitesi

erdogankaygin@hotmail.com

Rozerin ÖZGÖKÇE

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

ozgokcerozerin@gmail.com

Özet

Cesaret olarak görülen davranışlar ve özellikler kişiye özgüdür çünkü herkese göre cesaret olarak tanımlanan davranışlar farklılık gösterebilir. Cesaret çoğu zaman pozitivist bir yaklaşım olarak incelenmektedir. Cesaret genel olarak fiziksel cesaret ve ahlaki cesaret olarak ikiye ayrılmaktadır. Cesaret davranışı çoğu kitlelerin söyleyemediği göze alamadığı hareket ve davranışı çeşitli şekillerle ortaya koymaktır. Sosyal cesaret ise, “başkalarının beklentilerine uymamak, sosyal onaylanmama veya ceza alma riskine rağmen gerçek benliğini göstermeye istekli olmaktır. Herkesin görüş ve tercihleriyle uyumlu olup olmadığını kontrol etmeden fikir ve tercihleri ifade edebilmek” anlamına gelmektedir. Sosyal cesaret davranışları bazen kişinin sosyal imajını riske atabilir ve kişisel ilişkilerinde değişime yol açabilir. Sosyal cesaret cesur bir davranış olduğu için bazen olumsuz olarak da imaj ya da itibara zarar verebilir. Bu anlamda sosyal cesaret ceza alma pahasına ya da imaj pahasına olursa olsun bazen doğruluk pahasına cesur davranışları sergilemektedir. Bu çalışmada işyeri sosyal cesaret davranışları çeşitleri araştırılarak turizm sektöründeki yansımaları ve etkilerinin incelenmesine çalışılacaktır. Sosyal cesaretin turizm sektöründeki olası örgütsel vatandaşlık davranışları ve iş performansları boyutlarında olduğu düşünülürse Turizm sektöründe bu davranışı sergileyecek çalışanların sektöre artı ve eksi değerleri teorik olarak sınıflandırılmaya çalışılarak katkı boyutları incelenmeye çalışılacaktır. Olumlu ve olumsuz katkıları tartışılarak örgütsel davranış özellikleri ve turizm sektöründeki önem boyutu incelenmeye çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Cesaret, Sosyal cesaret, Fiziksel cesaret, Ahlaki cesaret

WORKPLACE SOCIAL COURAGEMENT BEHAVIOR AND ITS IMPACT ON THE TOURISM SECTOR

Abstract

The behaviors and characteristics that are considered courage are specific to the individual because the behaviors defined as courage may vary from person to person. Courage is often examined as a positivist approach. Courage is generally divided into two: Physical courage and moral courage. Courage behavior is showing in various ways the actions and behavior that most masses cannot say or dare to say. Social courage, on the other hand, is “not conforming to the expectations of others and being willing to show one's true self despite the risk of social disapproval or

punishment.” It means being able to express ideas and preferences without checking whether they are compatible with everyone else's views and preferences. Acts of social courage can sometimes put a person's social image at risk and lead to change in personal relationships. Since social courage is a brave behavior, it can sometimes negatively damage the image or reputation. In this sense, social courage means displaying courageous behavior at the expense of punishment or image, sometimes at the expense of integrity. In this study, the types of workplace social courage behaviors will be investigated and their reflections and effects in the tourism sector will be examined. Considering that social courage is in the dimensions of possible organizational citizenship behaviors and job performances in the tourism sector, the positive and negative values of the employees who will exhibit this behavior in the tourism sector will be tried to be theoretically classified and their contribution dimensions will be examined. The importance of organizational behavior characteristics in the tourism sector will be examined by discussing their positive and negative contributions.

Keywords: Courage, Social courage, Physical courage, Moral courage

ŞIRNAK'IN ÇOK DİLLİ YAPISININ KÜLTÜR VE İNANÇ TURİZMİ AÇISINDAN ÖNEMİ

Doç. Dr. Yaşar ACAT

Şırnak Üniversitesi
yasaracat@hotmail.com

Özet

Şırnak, Türkiye'nin güneydoğusunda yer alan, tarihi, kültürel ve dini çeşitliliğiyle dikkat çeken bir şehirdir. Şırnak aynı zamanda farklı etnik gruplar arasında birçok dilin konuşulduğu bir şehirdir. Türkçe, Kürtçe, Batı Süryanicesi, Doğu Süryanicesi ve Arapça gibi dillerin varlığı, ziyaretçilere çok dilli bir deneyim sunmaktadır. Bu tebliğde, şimdiye kadar dile getirilmeyen ve hakkında az şey bilinen çok dilli yapısının inanç ve kültür turizmi açısından taşıdığı potansiyel üzerinde durulacaktır. Bu potansiyeli değerlendirmek için yerel yönetimler, turizm sektörü ve sivil toplum kuruluşları iş birliği yapmalı ve sürdürülebilir turizm projeleri geliştirmelidirler. Böylece, Şırnak çok dilli yapısıyla hem yerel ekonomiye katkı sağlayacak hem de kültürel mirasını koruyarak turizm alanında önemli bir nokta haline gelecektir.

Anahtar Kelimeler: Şırnak, Çok dilli, Türkçe, Kürtçe, Süryanice, Arapça

THE IMPORTANCE OF ŞIRNAK'S MULTILINGUAL STRUCTURE IN TERMS OF CULTURE AND FAITH TOURISM

Abstract

Şırnak is a city located in southeastern Turkey, attracting attention with its historical, cultural and religious diversity. Şırnak is also a city where many languages are spoken among different ethnic groups. The presence of languages such as Turkish, Kurdish, West Syriac, East Syriac, and Arabic offers visitors a multilingual experience. In this paper, we will focus on the potential of its multilingual structure, which has not been mentioned until now and little is known about it, in terms of faith and cultural tourism. To utilize this potential, local governments, the tourism sector and non-governmental organizations should cooperate and develop sustainable tourism projects. Thus, Şırnak will contribute to the local economy with its multilingual structure and become an important point in the field of tourism by preserving its cultural heritage.

Keywords: Şırnak, Multilingual, Turkish, Kurdish, Syriac, Arabic

ŞIRNAK İLİNİN (TÜRKİYE) JEOTURİZM POTANSİYELİ

Dr. Öğr. Üyesi Salih DİNÇ

Batman Üniversitesi

sdinc@batman.edu.tr

Prof. Dr. M. Tahir NALBANTÇILAR

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

tahir.nalbantcilar@hbv.edu.tr

Özet

Jeoturizm, jeosit ve jeopark benzeri doğal ortamlardaki mağara, vadi, kanyon, su yapıları, fosiller gibi etkileyici yer şekillerini görmek, tanımak veya incelemek amacıyla yapılan turizm çeşididir. Şırnak'ta yüzlek veren jeolojik yapılar, coğrafik ve morfolojik şekiller, turizm açısından ilgi çekici, hayranlık uyandıran ve birçok etkinliğin yapılabilmesine olanak sağlayan doğal eserlerdir. Bunlar turizm çeşitliliğinin oluşmasında rol oynayan, özellikle kentin turizm alt yapısının şekillenmesinde etkili olan ve kırsal bölgelerin canlanmasına aracılık eden önemli faktörlerdir. Şırnak ilinin her bir köşesinde ayrı özellikler sunan doğal yapılar gözlenmektedir. Bunlardan öne çıkan bazıları; bazik volkanik kayalarla şekillenmiş İdil Platosu ile Faraşın Platosu, Cehennem Deresi ve Evil Kanyonları, menderesli dere yapıları, derin vadiler, stratigrafik ve tektonik izlerin gözlemlendiği yüzlekler, Türkiye'deki tek asfaltit oluşukları ile benzersiz sedimanter yapılar, jeotermal kaynaklar, Uzungeçit Şelalesi gibi birçok jeolojik oluşumlardır. Bunlar turizm açısından ilgi odağı olma durumundadır. Kentin güçlü jeolojik alt yapısı turizm açısından değerlendirildiği takdirde, önemli jeoturizm rotaları belirlenebilecek ve bazı bölgelerin jeosit ve jeopark alanları olarak korunması ve Küresel Jeopark alanları arasına kazandırılması amacıyla UNESCO'ya önerilebilecektir. Bu amaçla; Şırnak ilinin jeoturizm potansiyelinin ortaya çıkarılabilmesi için detaylı saha (arazi) çalışmaları ile jeolojik, sedimantolojik, tektonik ve yapısal incelemelerin yapılması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Jeoturizm, Jeosit, Kanyon, Şırnak, Türkiye

GEOTOURISM POTENTIAL OF ŞIRNAK PROVINCE (TÜRKİYE)

Abstract

Geotourism is a type of tourism that aims to see, recognize or examine impressive landforms such as caves, valleys, canyons, water structures and fossils in natural environments such as geosites and geoparks. The geological structures, geographical and morphological shapes exposed in Şırnak are natural works that are interesting and admirable in terms of tourism and enable many activities to be carried out. These are important factors that play a role in the formation of tourism diversity, are especially effective in shaping the tourism infrastructure of the city and mediate the revitalization of rural regions. Natural structures offering different characteristics can be observed in every corner of Şırnak province. Some of the prominent ones are There are many geological formations such as the İdil Plateau and Faraşın Plateau, which are shaped by basic volcanic rocks, Cennet Stream and Evil Canyons, meandering stream structures, deep valleys, outcrops where stratigraphic and tectonic traces are observed, unique sedimentary structures with the only asphaltite formations in Turkey, geothermal resources, Uzungeçit Waterfall. These must be the center of attention in terms of tourism. If the strong geological foundation of the city is evaluated in terms of tourism, important geotourism routes can be determined and some regions can be recommended to UNESCO in order to be protected as geosites and geopark areas and to be included among the Global Geopark areas. To this end, In order to reveal the geotourism potential

of Şırnak province, detailed field studies and geological, sedimentological, tectonic and structural investigations need to be carried out.

Keywords: Geotourism, Geosite, Canyon, Waterfall, Şırnak, Türkiye

DESTİNASYON SEÇİMİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER: X, Y VE Z KUŞAKLARI ARASINDA BİR KARŞILAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üyesi Gürkan ALAGÖZ

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

galagoz@erzincan.edu.tr

Doç. Dr. Erkan GÜNEŞ

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

egunes@erzincan.edu.tr

Özet

Turistik destinasyonların sahip olduğu konaklama, ulaşım, yeme içme ve yerel halkın turistlere davranışı gibi turistik altyapı imkânları, bilgilendirme imkânları ve çekicilikler turistik satın alma kararının verilmesinde rol oynamaktadır. Destinasyonun tercih edilmesinde ve sahip olduğu imkânların değerlendirilmesinde bireylerin sahip olduğu özelliklerin etkili olduğu düşünülmektedir. Bu araştırma, X, Y ve Z Kuşağı arasında destinasyon seçiminde etkili olan faktörler açısından farklılık olup olmadığını tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda son bir yıl içinde tatil amaçlı bir seyahate çıkmış, 18 yaş ve üzeri katılımcılar üzerinde bir anket gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerin analizi sonucunda destinasyon seçiminde etkili olan altyapı olanakları, enformasyon olanakları ve destinasyonun turistik çekiciliklerine yönelik kuşakların tutumunda anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Ayrıca araştırmaya katılanların demografik özellikleriyle destinasyon seçim davranışları arasında da farklılıklar tespit edilmiştir. Elde edilen araştırma sonuçları destinasyon pazarlama örgütlerine etkili pazarlama stratejileri geliştirmesine imkân sağlayacak, farklı kuşakların satın alma davranış niyetinin daha iyi anlaşılmasına katkı sunacaktır.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon, Destinasyon Seçimi, X, Y ve Z kuşağı

FACTORS INFLUENCING DESTINATION CHOICE: A COMPARISON BETWEEN GENERATIONS X, Y AND Z

Abstract

Touristic infrastructure amenities such as accommodation, transportation, food and beverage the behavior of local people towards tourists, information amenities and attractions of tourist destinations play a role in buying touristic purchasing decisions. It is thought that the characteristics of individuals are effective in choosing a destination and evaluating its amenities. This research aims to determine whether there are differences between Generations X, Y and Z in terms of factors affecting destination choice. In this context, a survey was conducted on participants aged 18 and over who had gone on a holiday trip within the last year. As a result of the analysis of the data obtained, significant differences emerged in the attitudes of the generations towards the infrastructure amenities, information amenities and touristic attractions of the destination, which are effective in destination choice. In addition, differences were detected between the demographic characteristics of the participants and their destination choice behavior. The obtained research results will enable destination marketing organizations to develop effective marketing strategies and contribute to a better understanding of the purchasing behavior intentions of different generations.

Keywords: Destination, Destination Choice, Generation X, Y and Z

ÇORUM'DA UNUTULMAZ TURİZM DENEYİMLERİNİN ARKEOTURİZME KATILIM NİYETİNE ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI: GEÇMİŞ DAVRANIŞ SIKLIĞINA DAYALI KARŞILAŞTIRMALI BİR ÇALIŞMA

Doç.Dr. Üzeyir KEMENT

Ordu Üniversitesi

uzeyirkement@hotmail.com

Öğr. Gör. Berkan BAŞAR

Ordu Üniversitesi

Öğr. Gör. Zekiye Tuçe GÜNGÖR

Akdeniz Üniversitesi

Özet

Bu araştırma, arkeoturizm kapsamında Çorum'u ziyaret eden turistlerin unutulmaz turizm deneyiminin, arkeoturizm faaliyetlerine katılma niyetlerine etkisini belirlemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca geçmiş davranış sıklığına göre çoklu grup analizi yapılmıştır. Bu kapsamda Nisan 2023 ile Kasım 2023 tarihleri arasında Çorum'u arkeoturizm amacıyla ziyaret eden 18 yaş üstü 281 katılımcı yüz yüze anket formunu doldurdu. Veri toplama sürecinde basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Verilerin analizinde WarpPLS istatistik programı kullanılmıştır. Bu bağlamda hazıcılık, yenilikçilik, yerel kültür, canlandırma, anlamlılık, bağlılık ve bilgi alt boyutlarının arkeoturizme katılma niyetini olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca çoklu grup analizi sonucunda katılımcıların geçmiş davranışlarının sıklığının hipotezlerde anlamlı farklılık yarattığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Arkeoturizm, Unutulmaz turizm deneyimi, Çorum, Arkeoloji turizmi

THE INVESTIGATE OF EFFECT OF MEMORABLE TOURISM EXPERIENCES ON INTENTION TO PARTICIPATE IN ARCHEOTOURISM IN ÇORUM: A COMPARATIVE STUDY BASED ON PAST FREQUENCY OF BEHAVIOR

Abstract

This research aims to determine the effect of the memorable tourism experience of tourists who visit Çorum within the scope of archeotourism on their intention to participate in archeotourism activities. Additionally, multiple group analysis was conducted based on past behavior frequency. In this context, 281 participants who visited Çorum for archeotourism purposes and were over the age of 18 filled out a face-to-face survey form between April 2023 and November 2023. Simple random sampling method was used during the data collection process. WarpPLS statistical program was used for data analysis. In this context, it was determined that the sub-dimensions of hedonism, innovation, local culture, revitalization, meaningfulness, commitment, and knowledge positively affected the intention to participate in archeotourism. In addition, it was determined as a result of the multi-group analysis that the frequency of past behavior of the participants made a significant difference in the hypotheses.

Keywords: Archeotourism, Memorable tourism experience, Çorum, Archeology tourism

EXAMINING THE IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING IN RURAL TOURISM DEVELOPMENT: A CASE OF KHOUR AND BIABANAK IN ISFAHAN PROVINCE, IRAN

Dr. AhmadReza Sheikhi

Narxoz University
ahmad.sheikhi@narxoz.kz

Faezeh Soltani

Tehran University
Soltany.faezeh@ut.ac.ir

Abstract

This study addresses the gap in research concerning the impact of innovative marketing strategies in rural communities, with a focus on the Khour and Biabanak regions of Isfahan Province. Despite the growing presence of information technology in rural areas, these regions face challenges in achieving significant economic growth due to inadequate communication infrastructure and their geographical remoteness from urban centers like Isfahan. Through an investigation into the adoption of innovative survey methods, this research aims to uncover the current status of businesses in these areas and shed light on the barriers hindering their progress. The study, conducted in dispersed villages including Haftouman, Iraj, Abgarm, Ardib, Arousan, Garmeh, Mesr, and Farahzad, reveals a lack of essential infrastructure despite the potential for tourism development. Findings indicate that only a small percentage of participants utilize online marketing for their travel businesses. However, business research entities are shown to have a significant positive impact on employment, product and service sales, and tourist traffic. One notable aspect of this study is its use of structured questionnaires to explore the strategies and challenges faced by small and medium-sized tourism enterprises in adapting to digital transformation, with a particular focus on social media usage. By highlighting the importance of improving digital infrastructure and providing training in modern research and marketing tools, the research aims to provide actionable insights for policymakers, businesses, and other stakeholders. In summary, this research contributes to the existing literature by offering a comprehensive analysis of the unique challenges and opportunities associated with implementing innovative marketing strategies in rural areas. It fills a critical gap in knowledge and provides valuable guidance for future interventions and policy decisions aimed at fostering economic growth and enhancing tourism in these underserved regions.

Keywords: New marketing methods, Khour and Biabanak, Rural Tourism.

TOURISM DEVELOPMENT AND VIRTUAL REALITY IN SELECTED ECO-DESTINATIONS IN WEST AFRICA

Chigozie Jude ODUM

University of Nigeria Nsukka
jude.odum@unn.edu.ng

Abstract

Tourism development (TD) in Africa varies regionally, while competition in the sector is high. Therefore, there is a need for innovation in the tourism business in the region. Innovations like virtual reality (VR) seem like a plausible means of tourism recovery after the coronavirus pandemic of 2020, but its values in countries like Nigeria remain scarcely documented. Moreover, it is necessary to comprehend the concept from a supply perspective since the demand dimension is already in the literature. Such studies hold enormous value for TD in West Africa and other emerging economies across the globe. Because VR offers opportunities for tourists to view destinations without physical movement, it is a compelling and persuasive marketing tool, supports environmental conservation, and aids in tourism planning for developers and visitors, among other inherent benefits. Therefore, the study focuses on the advantages and disadvantages of applying VR in Nigeria and its implications for TD from the supply side of tourism, vis-a-vis the current state of TD in southeastern Nigeria. The qualitative research method was adjudged the best for the study, and the result was presented and discussed thematically. Preliminary coding reveals that VR has high marketing values and creates repeat visitation, but job gains and losses are associated with VR. Secondly, the study supports earlier theoretical postulation of VR applications in emerging economies in Nigeria. Therefore, there is a need for restraint in applying VR in the Nigerian tourism sector due to the country's current level of TD. Besides, VR needs an operational policy to function effectively in Nigeria and beyond. These, among others, call for intensive scholarship in applying VR in West Africa and other emerging economies. This study seems to be the first attempt to understand VR from a supply perspective.

Keywords: Africa, Eco-destination, Tourism, Virtual reality.

HISTORICAL TOURISM'S IMPACT ON THE EVOLUTION OF SOCIO-CULTURAL ASPECTS

Majid RAHMANI SERYASAT

Dokuz Eylul University

Doç. Dr. Emir ÖZEREN

Dokuz Eylul University

emirozeren@yahoo.com

Abstract

The aim of this research was to identify the capabilities and strengths of historical tourism in the Fahadan neighborhood and present an appropriate approach for socio-cultural development due to tourism potential. The research is one of the practical studies, and it is based on descriptive and analytical research. The population of interest was the families living in Fahadan; 363 of them were chosen as samples by using the Cochran formula. In order to collect information, a mixture of library research and field research methods, like questionnaires, were used. The reliability of this had been confirmed by interviewing the experts and calculating Cronbach's alpha (0.8). The final data had been analyzed using SPSS and LISREL software in two aspects: descriptive and inferential statistics. According to the data that had been gathered from a single sample T test, there was a direct and meaningful relationship among the three main variables of the research, which were "socio-cultural development, preserving the historical heritage, and historical tourism development," and historical tourism can lead to socio-cultural development, protection, and revival of the Fahadan neighborhood.

Keywords: Historical Neighborhood, Social Development, Cultural Development, Historical Tourism.

TÜRKİYE'DE TURİZM GELİRLERİ İLE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ (1990-2020)

Hasan DURĞUN

Şırnak Üniversitesi

hasandurgun@sirnak.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Şahin NAS

Şırnak Üniversitesi

snas@sirnak.edu.tr

Özet

Tarihi bir geçmişe sahip, kültürel değerlerin yoğun olduğu ülkelerde turizm sektörü ekonomik politikaları için giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu bağlamda, turizm sektörü özellikle döviz geliri ve yeni istihdam olanakları sağlama açısından ekonomik büyüme için önemli bir dinamiktir. Bu kapsamda çalışmanın temel motivasyonu 1990-2020 dönemi için Türkiye’de turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında nedensellik ilişkisini analiz etmektir. Bununla birlikte ekonomik büyüme üzerinde etkili olan gayri safi sabit sermaye oluşumu, istihdam ve küreselleşme değişkenleri de analize dahil edilmiştir. Analizi yapabilmek için Toda-Yamamoto (1995) nedensellik testi uygulanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular, turizm gelirleri ve istihdamdan ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğunu göstermektedir. Küreselleşme, gayri safi sabit sermaye oluşumu ve büyüme arasında ise bir nedensellik ilişkisi tespit edilmemiştir. Ayrıca turizm gelirlerinden gayri sabit sermaye oluşumuna doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi vardır. Fakat turizm, küreselleşme, istihdam ve gayrisafi sabit sermaye oluşumu arasında bir nedensellik ilişkisi tespit edilmemiştir. Dolayısıyla bulgular, 1990-2020 döneminde Türkiye’de turizm gelirlerinin ekonomik büyümeyi etkilediğini göstermektedir. Ayrıca, turizm sektörü emek yoğun sektör olması sebebiyle de gelir dağılımı üzerinde pozitif bir katkısının olduğu söylenebilir. Bu nedenle daha dinamik etkili turizm politikaları üretilmeli, turizm sektörü ile diğer sektörlerin etkileşimini artıracak politikalar kalıcı hale getirilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik Büyüme, Turizm, Toda-Yamamoto (1995) Nedensellik Testi

THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM REVENUES AND ECONOMIC GROWTH IN TÜRKİYE (1990-2020)

Abstract

In countries with a historical background and intense cultural values, the tourism sector is gaining more and more importance for economic policies. In this context, the tourism sector is an important dynamic for economic growth, especially in terms of foreign exchange receipts and providing new employment opportunities. Within this framework, the main motivation of this study is to investigate the causality relationship between tourism revenues and economic growth in Türkiye for the period 1990-2020. In addition, gross fixed capital formation, employment, and globalization variables, which have an impact on economic growth, are also included in the analysis. Toda-Yamamoto (1995) causality test was applied to test the causality relationship. The findings indicate that there is a unidirectional causality relationship from tourism revenues and employment to economic growth. According to the results, no causality relationship was detected between globalization, gross fixed capital formation, and economic growth. Moreover, results prove that a unidirectional causality relationship from tourism revenues to gross fixed capital formation. However, no causality relationship was found between tourism, globalization, employment and gross fixed capital formation. As a result, the findings indicate that tourism

revenues affect economic growth in Türkiye over the period 1990-2020. Moreover, since the tourism sector is a labor-intensive sector, it can be said that it has a positive contribution to income distribution. For this reason, more dynamic and effective tourism policies should be produced and policies that will increase the interaction between the tourism sector and other sectors should be made permanent.

Keywords: Economic Growth, Tourism, Tourism, Toda-Yamamoto (1995) Causality Test

A TOURISM FRAMEWORK FOR SOCIO-ECONOMIC RECONSTRUCTION AND PEACE IN LIVE CONFLICT ZONE: JAMMU & KASHMİR

Vishnee SOWAMBER

Coventry University

Abstract

Although extensive research has been carried out on tourism crisis management frameworks, no single study exists which covers tourism crisis management frameworks in “live” human-induced social protracted armed conflict regions. Previous tourism crisis management frameworks studies were mainly done in post-conflict regions. This research uses Jammu and Kashmir (J&K), which is constantly impacted by human-induced social protracted armed conflicts, to explore the challenges and opportunities to continue tourist activity under extreme circumstances. The study uses a qualitative research approach for data collection through semi-structured interviews among key stakeholders in J&K. The findings show that safety, security, fear, uncertainty, and unpredictability are key impacts in a conflict destination like J&K. The uncertainty brings a high element of financial and investment risks. Media plays a key role in impacting J&K image. The findings show that stakeholder engagement, communication and peace education are important factors to reduce “othering” and promote tourism development in J&K. Confidence building, a sustainable and responsible approach in planning and policy is essential for the destination’s resilience and sustainability. The findings will be used to contribute to the formulation of an integrated conceptual tourism framework for socio-economic reconstruction and peace in J&K. The research provides avenue for further research in this area of crisis management.

Keywords: Crisis Management, Tourism Frameworks, Peace, Resilience; Sustainability

A COMPREHENSIVE STUDY OF RELIGIOUS TOURISM INFLUENCE ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN BAGHDAD

Dr. AhmadReza Sheikh

Narxoz University

ahmad.sheikhi@narxoz.kz

Ahmed Ghazi Muhammad

Mustansiriyah University

agaze72@uomustansiriyah.edu.iq

Abstract

This study explores the intricate relationship between religious tourism and sustainable growth in Baghdad, emphasizing the need for a comprehensive examination of both positive and negative impacts. Positioned within the broader tourism sector, religious tourism is identified as a powerful force shaping economic, social, and environmental dimensions. Targeting policymakers and stakeholders, the research advocates for a nuanced understanding of the complex interplay between religious tourism and sustainable development. Examining Baghdad's historical significance as a center for religious tourism, the study highlights its influence on both cultural and economic aspects. Iconic tourist sites, associated with ancient places of worship, contribute to economic development by attracting pilgrims and spiritual seekers, creating investment opportunities, jobs, and economic diversification. However, challenges such as waste management, pollution control, and resource conservation necessitate a balanced assessment of the overall impact. Emphasizing the global relevance of evaluating religious tourism's impact on sustainable development, the study draws parallels with experiences in various regions. It underscores the interdependence between religion and tourism, advocating for effective plans that harness the potential of religious tourism while preserving cultural institutions. The approach to promoting sustainable development through religious tourism involves strategic policies, community empowerment, and responsible tourism practices. Advocating for maximizing positive effects on GDP, job creation, culture preservation, community development, waste management, and pollution control, the research also highlights the commitment to mitigating potential negative consequences on local culture and historical sites. In conclusion, this study provides valuable insights for informing future policies and strategies, guiding stakeholders in optimizing the role of religious tourism for the sustainable development of Baghdad, supported by relevant literature.

Keywords: Religious Tourism, Sustainable Development, Baghdad.

A COMPREHENSIVE STUDY OF RELIGIOUS TOURISM INFLUENCE ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN BAGHDAD

Ahmed Ghazi Muhammad

Al-mustansiriya University
agaze72@uomustansiriyah.edu.iq

Abstract

This study explores the intricate relationship between religious tourism and sustainable growth in Baghdad, emphasizing the need for a comprehensive examination of both positive and negative impacts. Positioned within the broader tourism sector, religious tourism is identified as a powerful force shaping economic, social, and environmental dimensions. Targeting policymakers and stakeholders, the research advocates for a nuanced understanding of the complex interplay between religious tourism and sustainable development. Examining Baghdad's historical significance as a center for religious tourism, the study highlights its influence on both cultural and economic aspects. Iconic tourist sites, associated with ancient places of worship, contribute to economic development by attracting pilgrims and spiritual seekers, creating investment opportunities, jobs, and economic diversification. However, challenges such as waste management, pollution control, and resource conservation necessitate a balanced assessment of the overall impact. Emphasizing the global relevance of evaluating religious tourism's impact on sustainable development, the study draws parallels with experiences in various regions. It underscores the interdependence between religion and tourism, advocating for effective plans that harness the potential of religious tourism while preserving cultural institutions. The approach to promoting sustainable development through religious tourism involves strategic policies, community empowerment, and responsible tourism practices. Advocating for maximizing positive effects on GDP, job creation, culture preservation, community development, waste management, and pollution control, the research also highlights the commitment to mitigating potential negative consequences on local culture and historical sites. In conclusion, this study provides valuable insights for informing future policies and strategies, guiding stakeholders in optimizing the role of religious tourism for the sustainable development of Baghdad, supported by relevant literature.

Keywords: Religious Tourism, Sustainable Development, Baghdad

THE IMPORTANCE OF HUMAN CAPITAL FOR TOURISM INNOVATIONS IN THE DIGITAL TRANSFORMATION CONTEXT

Doç. Dr. Mariya IVANOVA

New Bulgarian University

maivanova@nbu.bg

Doç. Dr. Milena KARAILIEVA

New Bulgarian University

mkarailieva@nbu.bg

Abstract

The main purpose of the present study is the impact of human capital, including the cross-cultural knowledge of leaders, on innovation in tourism in the context of a multifaceted crisis and ubiquitous digitalization of business. The research methodology includes conceptual clarification of the problem by systematizing the theoretical positions of leading researchers; critically summarized personal experience of the specific aspects of transformational management; interviews, conversations and shared life stories of leaders of innovative teams in tourism enterprises. The collected information makes it possible to analyze the process of human capital formation and approaches to promoting innovative thinking. A narrative approach through life history research is used to explore organizational discourse. We base our study of life stories on dialogic constructivism, which is a theoretical and methodological framework focused on narratives. Examining how different teams work in tourism enterprises through the narratives of their leaders, we find a pattern valid at a global level. Sustaining high growth can only be achieved through investments in physical and human capital, through activation of the innovation process and the application of information and communication technologies. This transformation means acquiring entirely new and different overarching skills. There is a growing need for thinking modeling - re-design in the direction of adaptation to the continuous transformations in tourism. Innovations guarantee sustainability in the conditions of the competitive market - from the implementation of new products and technologies to the development of human potential. An important part of the tourism industry's investments are directly related to the field of education and human capital development. We propose three strategic guidelines and a new competency model for tourism workers. We share our experience of creating adequate educational programs based on the knowledge and skill requirements of the competence profile of managers in the tourism industry.

Keywords: competence profile, innovation strategies, transformational management, education.

FEEDING OF TOURISTS AND FOOD WASTE RECYCLING IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT

Teodora RIZOVA
New Bulgarian University

Abstract

The article analyzes the understanding of sustainable tourism as a systemic interaction between various elements that are included in the general tourism product. In the context of the systemic characteristics of sustainable development, the process of feeding tourists is also considered. The main parameters of modern approaches to nutrition are given, as well as the modern means of ensuring nutrition for tourists. The models of sustainable development, which are in force for the tourist activity in general, are applied to the process of feeding the tourists. Food waste processing is also seen as one of the essential subsystems of sustainable development. The idea that nutrition and processing of food waste in tourism are two-sided and mutually dependent processes is considered, as innovative approaches to one subsystem enable the innovative development of the other subsystem as well. The technical part of the article analyzes the modern technical methods of food preparation in tourism and also innovative approaches to the process of processing waste from the food system.

Keywords: Sustainable tourism, nutrition in tourism, systematicity, synergistic, waste processing, Food security

IMPACT OF EURO/TL RATE ON TOURISM DEMAND FROM BOSNIA AND HERZEGOVINA TO TURKEY: AN EMPRICIAL ANALYSIS

Doç. Dr. Mustafa ŞİT

Harran University
msit@harran.edu.tr

Abstract

Besides the friendship between Bosnia-Herzegovina and Turkey; historical, religious, cultural and economical relation also shows itself in the field of tourism. Demand for Turkey tourism of Bosnia-Herzegovina citizens was increased for years. The number of Bosnian tourists in Turkey increased approximately three times since 2002. There are many factors that affecting tourism demand. One of the most important of these factors is exchange rate. In this paper, the exchange rate impact on demand for Turkey tourism of Bosnia-Herzegovina citizens is being researched. In this context, Toda-Yamamoto and Bootstrap causality tests was done by using monthly datas that number of tourists from Bosnia-Herzegovina to Turkey and exchange rate (Euro/TL). As a result, it has been determined that bidirectional causality relationship between demand for Turkey tourism of Bosnia-Herzegovina citizens and exchange rate for being talked of period.

Keywords: Bosnia Herzegovina&Turkey, Tourism Demand, Euro/TL Exchange Rate, Toda-Yamamoto Causality Test.

EĞİL İLÇESİNİN (DİYARBAKIR) CİTTASLOW YERLEŞİM YERİ POTANSİYELİ, EKO-TURİZM VE KÜLTÜR TURİZMİ AÇISINDAN COĞRAFI ANALİZİ

Deniz Hatun KALKAN

Dicle Üniversitesi

dnzklc3@gmail.com

Muhammed Said IŞIK

Dicle Üniversitesi

isikmsaid@gmail.com.

Özet

Son yıllarda küresel düzeyde yaygınlaşan eko-turizm ve kültürel turizm kavramları literatüre yeni girmesine rağmen dünya çapında önem kazanıp, çeşitli turizm faaliyetlerine kaynaklık etmiştir. Doğal ve kültürel mirasın korunmasına sağladığı katkı ve ekonomiye sağladığı katkıdan dolayı kültür turizmi, eko turizm ve sürdürülebilir turizm faaliyetleri tercih edilen ilk sıralarda yerini almıştır. Bu kavramların turizme kattığı ve yavaşlamanın esas alındığı, İtalya'nın öncülüğünü yapmış olduğu “sakin şehir” akımı olan Cittaslow ülkemizde de hızla yayılmaktadır. 2023 yılı itibarı ile ülkemizde Cittaslow yerleşimlerinin sayısı 25'e çıkmış, çok daha fazla yerleşim yerinin ise başvuru süreci devam etmektedir. Anadolu coğrafyası, Paleolitik dönemden bu yana matematiksel konumu gereği sahip olduğu elverişli iklim, yer şekilleri, bolca besin vb. nedenlerden dolayı insanlar için çekim kaynağı olmuştur. Özellikle Neolitik dönem ile birlikte önemli bir yerleşim destinasyonlarından biri olan “Bereketli Hilal'in” (mümbit hilal) kuzey kesiminde, Güneydoğu Torosların Güney Uzantısında kurulu Eğil ilçesi sahip olduğu özellikler ile kültür ve eko-turizm açısından ciddi bir cazibe merkezi haline gelmeye başlamıştır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi için önemli turizm alanlarına sahip olan Diyarbakır ilinin Eğil ilçesi Cittaslow özellikleri taşıdığı ve bu nedenle sakin şehir akımıyla kültür, eko-turizm ve sürdürülebilir turizme kazandırılması kentin turizmi için önemli bir adım olacaktır. Eğil ilçesinde bulunan Asurlulara ait kale ve kral mezarları ile tarih turizmine, ilçede bulunan peygamberlere ait mezarlar inanç turizmine, karstik ve engebeli bir topografya olması nedeniyle doğa turizmine, eğil baraj gölü üzerinde yapılan tekne gezileri ve ilçede bulunan evlerin mimarisi ve sanatsal çizimler içeren sokakları ile gerçek bir Cittaslow üyesi olmaya hazır olan eğil ilçesi ve özellikleri hem kendi içerisindeki yerel halka hem de Diyarbakır kentine önemli turizm katkısı sunup bölgeyi canlı kılacaktır. Bu çalışmanın amacı Diyarbakır ilinin Eğil ilçesinin kültür turizmi, eko-turizm ve Cittaslow potansiyelini değerlendirerek sürdürülebilirliğe yönelik önerilerde bulunmaktır. Dünya çapında anlam kazanmış olan Cittaslow yerleşim merkezlerine bir yenisini eklemek ve sürdürülebilir turizm kavramının bölgemizde de aktif şekilde yapılmasını sağlamaktır. Eğil ilçesine yapılan turizm faaliyetini arttırmak, bilinçli ve anlamlı kılmaya yardımcı olmaktadır. Çalışma alanından toplanan veriler Coğrafi Bilgi Sistemleri metodolojisi ile haritalandırılmıştır. Kültürel ve ekolojik planlamaların amaçlarının ekonomik olmaması gerektiği saptanmış, yerel halk özelinde sahip olunan değerler ve doğal koruma konusunda farkındalığın artırılmasına yönelik olması vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ekoturizm, Kültürel Turizm, Coğrafya, Cittaslow

GEOGRAPHICAL ANALYSIS OF EĞİL DISTRICT (DIYARBAKIR) IN TERMS OF CITTASLOW SETTLEMENT POTENTIAL, ECO-TOURISM AND CULTURE TOURISM

Abstract

The concepts of eco-tourism and cultural tourism, which have become widespread globally in recent years, have only recently entered the literature , they have gained importance worldwide and have become the source of various tourism activities. Cultural tourism, eco-tourism and sustainable tourism activities have taken their place in the first places preferred due to their contribution to the preservation of natural and cultural heritage and their contribution to the economy. Cittaslow, which is the "slow city" movement pioneered by Italy, which these concepts add to tourism and is based on slowing down, is also rapidly spreading in our country. As of 2023, the number of Cittaslow settlements in our country has increased to 25, and the application process for many more settlements continues. Anatolian geography has had a favorable climate, landforms, abundant food etc. due to its mathematical position since the Paleolithic period. It has become a source of attraction for people for various reasons . Eğil district, located in the Southern Extension of the Southeastern Taurus Mountains, in the northern part of the "Fertile Crescent", which was one of the important settlement destinations especially during the Neolithic period , has begun to become a serious center of attraction in terms of culture and eco-tourism with its features. Eğil district of Diyarbakır province, which has important tourism areas for the Southeastern Anatolia Region, has Cittaslow characteristics and therefore bringing it into culture, eco-tourism and sustainable tourism with the calm city movement will be an important step for the city's tourism. The castles and king tombs of the Assyrians in Eğil district serve as historical tourism, the tombs of the prophets in the district serve as religious tourism, the karst and rugged topography provides nature tourism, boat trips on the Eğil dam lake and the architecture of the houses in the district and the streets with artistic drawings attract real attention. Eğil district and its features, which are ready to become a Cittaslow member, will make a significant tourism contribution to both the local people and the city of Diyarbakır and make the region lively. The aim of this study is to evaluate the cultural tourism, eco-tourism and Cittaslow potential of Eğil district of Diyarbakır province and make suggestions for sustainability. Our aim is to add a new one to the Cittaslow settlement centers that have gained worldwide significance and to ensure that the concept of sustainable tourism is actively implemented in our region . To increase the tourism activity in Eğil district and to help make it conscious and meaningful. The data collected from the study area was mapped with Geographic Information Systems methodology . It has been determined that the aims of cultural and ecological planning should not be economic, and it has been emphasized that they should be aimed at increasing awareness of the local people's values and natural protection.

Keywords: Ecotourism , Cultural Tourism, Geography, Cittaslow

FOOD WASTE, ARAB HOSPITALITY, AND ISLAM: A PARADOX STUDY**PROF. DR. Omar MOUFAKKİR**

Gulf University For Science And Technology

moufakkir.o@gust.edu.kw

Abstract

Food waste is a real environmental challenge worldwide. About 40% of total global food is lost or wasted annually. Food waste is considered an injustice, a human activity causing climate change and associated negative impacts on the environment and society. The Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO 2013) defines food waste as “food appropriate for human consumption being discarded, whether or not after it is kept beyond its expiry date or left to spoil. Often this is because food has spoiled but it can be for other reasons such as oversupply due to markets, or individual consumer shopping/eating habits” (p. 8). Plate food waste is a global crisis that warrants the attention of hospitality and tourism academics and practitioners. Many studies have focused on food waste and prevention from the industry side. However, comparatively, only a few have looked into the topic from a consumer behavior perspective. Food waste has no frontiers. It is prevalent in the Arab Muslim society. Grounded in paradox and Arab hospitality [Karam] and religious studies, a conundrum this qualitative study tries to unravel is why food waste is widespread in a cultural context where the majority of the population says that religion is very important in their life. Propositions grounded in participants’ interviews and Islam, for plate food waste prevention, from a consumer perspective, are offered.

Keywords: Food waste, Arab hospitality, Islam, Sustainability.

BEYŞEHİR GÖLÜ VE ÇEVRESİNDE YAPILAN TURİZM VE REKREASYONEL AKTİVİTELER

Doç. Dr. Serdar CEYLAN

Kastamonu Üniversitesi

serdar_ceylan_51@hotmail.com

Prof. Dr. İhsan BULUT

Akdeniz Üniversitesi

ihsanbulut@akdeniz.edu.tr

Özet

Araştırmanın amacı, Beyşehir Gölü ve çevresinde yapılan turizm ve Rekreatyonel aktivitelerin neler olduğunu anlamaktır. Çalışmada, nitel araştırama yönteminin görüşme ve gözlem tekniği kullanılmıştır. 2023-2024 yıllarında göl ve çevresinde saha araştırması yapılmıştır. Turizm hizmeti veren yerel halk ve idari yetkililerden oluşan toplam 12 kişi ile yüz yüze görüşmeler yapılmış ve sahada gözlemlerde bulunulmuştur. Beyşehir Gölü, Isparta ve Konya il idari sınırları içerisinde kalmaktadır. Isparta il sınırında kalan bölge, Kızıldağ Milli Parkı, Konya sınırlarında kalan kısmı ise Beyşehir Milli Parkı içerisinde yer almaktadır. Göl çevresinde yüzmeye, kamp çadırı ve karavan etkinlikleri, tekne turu, su bisikleti ile göl içinde gezinti, olta balıkçılığı, kuş gözlemciliği, tekne ile ağ balıkçılığı, göl çevresinde yürüyüş ve bisiklete binme etkinlikleri yapılmaktadır. Tarihi Eşrefoğlu Cami çok sayıda ziyaretçiyi kendisine çekmektedir. Beyşehir ilçesi göl çevresinde 5 otel ve çok sayıda balık restoranı bulunmaktadır. Ancak gece eğlence aktiviteleri ve canlılığı yok denecek kadar azdır.

Anahtar Kelimeler: Göl turizmi, kırsal turizm, rekreasyon, Beyşehir gölü, Beyşehir, Konya.

TOURISM AND RECREATIONAL ACTIVITIES MADE IN BEYŞEHİR LAKE

Abstract

The aim of the study is to determine tourism and recreational activities made in Beyşehir lake. The research was made qualitative method, in interview and observation in 2023-2024 years. The interviews were made with 9 local people which made tourist operator, and 3 local administrators. According to research results, Beyşehir lake is inside borders of Isparta and Konya province. Moreover, the lake is conservation area which is Beyşehir national park and Kızıldağ national park. The visitors in coming to the lake, have made different recreational activities like swimming, tents camping, caravan, boat tours, water bike rides, hand-line fishing, bird-watching, walking and cycling around the lake. Moreover, local people which living in Beyşehir district, made fishing with boats as livelihood. The Eşrefoğlu Mosque which is a historical monument in coast of the Beyşehir lake, attracts many tourist and visitors. There are 5 hotels and many fish restaurants in coast of the lake. However, night entertainment activities and liveliness are almost non-existent in the study area.

Keywords: Lake tourism, rural tourism, recreation, Beyşehir lake, Beyşehir, Konya.

SON YILLARDA TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI TURİSTLERİN MİLLİYETLERİNE GÖRE DAĞILIMI

Doç. Dr. Serdar CEYLAN
Kastamonu Üniversitesi
serdar_ceylan_51@hotmail.com
Prof. Dr. İhsan BULUT
Akdeniz Üniversitesi
ihsanbulut@akdeniz.edu.tr

Özet

Araştırmanın amacı, son dönemde Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin milliyetlerine göre dağılımını ortaya koymaktır. Araştırma, ikincil veriler üzerinden yürütülmüş ve veriler betimsel olarak analiz edilerek yorumlanmıştır. Araştırma bulgularına göre, dünya turizm destinasyonları içerisinde Akdeniz ülkeleri önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye de Akdeniz destinasyonu olan ülkeler içerisinde dünyada en fazla turist ağırlayan ilk 10 ülke içerisinde yer almaktadır. 2023 yılı istatistiki verilerine göre Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi dağılımında Almanya ilk sırada yer almakta; bu ülkeyi sırasıyla Rusya, İngiltere, Bulgaristan, İran, Fransa, Hollanda ve Gürcistan takip etmektedir. 2022 yılında Türkiye'ye en fazla turist gönderen ülkeler Avrupa kıtasından sırasıyla Almanya, İngiltere, Bulgaristan, Hollanda, Fransa; Asya kıtasından Rusya, İran, Gürcistan, Irak, İsrail; Amerika kıtasından ABD ve Kanada'dır. 2023 yılında Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı toplam 56 milyon üzerindedir. 2023 yılında İstanbul'u 17 milyon üzeri yabancı turist ziyaret etmiştir. 2022 yılı dünya turizm gelirleri sıralamasında Türkiye, 41,2 milyar dolar ile dünyada 6. sırada yer almakta olup, bu rakam ülke GSMH'nin yüzde 5,1'ine karşılık gelmektedir. Yabancı turistlerin Türkiye'yi seçmesinde; ülkelerin coğrafi yakınlık durumu, turistlerin satın alma gücü, daha önce Türkiye'ye gelmiş olmak, Türkiye'deki paket tur fiyatları gibi faktörlerin etkili olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Yabancı turist, ziyaretçi, turist sayısı, milliyet, Türkiye

DISTRIBUTION OF FOREIGN TOURISTS ARRIVING TO TURKEY IN LAST YEARS BY NATIONALITY

Abstract

The aim of the study is to determine distribution of foreign tourist arriving to Turkey in the last period years by nationality. The research was made with second data, and it analysed as descriptive, and it interpreted. According to research results, the Mediterranean countries have an important place among world tourism destinations. Turkey which is among the Mediterranean destination countries, is among the top 10 countries that host the most tourist in the world. According to 2023 statistical data, Germany ranks first in the distribution of foreign visitors coming to Turkey, and follow respectively Russia, England, Bulgaria, Iran, France, Holland and Georgia citizens. The countries sending the most tourist to Turkey in 2022, are Germany, England, Bulgaria, Holland and France from the European continent, respectively, and are Russia, Iran, Georgia, Iraq and Israel from the Asian continent, and are USA and Canada from the American continent. The total number of foreign visitors coming to turkey in 2023 is over 56 million, and Istanbul city held 17 million foreign visitors in 2023. In the 2022 world tourism revenues ranking, Turkey was rank 6th in the world with 41.2 billion dollars, and this figure corresponds to 5.1

percent of the GNP of Turkey. In foreign tourists prefer to Turkey, have effective the many factors like geographical proximity of countries, purchasing power of tourists, have been to Turkey before, package tour prices in Turkey.

Keywords: Foreign tourist, visitor, number of tourist, nationality, Turkey.

PROSPECTS AND OBSTACLES IN THE TOURISM AND HOTEL&NBSP;INDUSTRY

NEELU VERMA

Delhi University
neeluverma.230185@gmail.com

VIJAY KUMAR

Jamia Millia Islamia
vkumar@jmi.ac.in

Abstract

Tourism is one of the key economic engines for nations, accounting tourism direct gross domestic product (TDGDP) point to USD 3.3 trillion in 2023, or 3% of global GDP.. Tourism can only thrive if the business can hire competent or sustainable labor, which is the foundation of an excellent and timely service delivery system. Thus, this assessment was created to provide summary information about the obstacles and potential in tourist and hospitality employment. A narrative review was utilized to compare including summarize selected and relevant papers, reports, and studies on the topic. Tourism and hospitality generate a wide range of job opportunities in a variety of industries, including lodging, food and beverage businesses, transportation services, travel agents, tour operation firms, and natural and cultural attractions. The difficulties are poor salary and working conditions, sexual harassment, discrimination, unequal treatment, low education and training, undemocratic. This paper will Concerned stakeholders, including academicians, policymakers, and company owners of tourism and hospitality, shall take measures to bring a sustainable workforce for the development of tourist and hospitality sectors.

Keywords: HR, Tourism Challenges, Opportunities, Tourism

WAGNERIAN ROUTES IN MADRID, SPAIN

Dr. María Dolores CASTELLON-PEREZ

King Juan Carlos University
md.castellon.2018@alumnos.urjc.es

Abstract

This work analyses and studies the impact of Ricard Wagner's music in Madrid between the years 1876 and 1925 that gives as a result the Wagnerian Routes. The main objective of this study is got to know the Wagnerian routes as a result of the big impact of Richard Wagner music in the city. To get this objective it had been to analyse and study the reception of Wagnerian music in Madrid and how this music introduces in everyday life in the city. The methodology that it was followed qualitative and quantitative. It was a mixed methodology. On one hand, it has been used specialized bibliography on musical topics and the history of the city. In addition posters, hand programs, newspapers, and magazines was obtain the necessary information and analyse it. On the other hand, it was done some questionnaires and interviews to the public that used to go to the Royal Theatre of Madrid, and another people who works there. All this information has been analysed and included in this study. The Wagnerian Routes collect the places visited by those who had an interest in music and the innovations of scene and thought that accompanied the music of Ricard Wagner. These routes include Wagnerian meeting places, such as cafes, restaurants, hotels, and theatres where Ricard Wagner's music was performed. Of all the theatres that existed in Madrid from 1876 to 1925, it has been selected only those that performed fragments of Wagner's operas. Since the complete operas were only performed in the Royal Theatre. There are six Wagnerian Routes. Currently, in order to carry out the routes, it has been organized them according to the metro stops in the city of Madrid: Wagnerian route 1: Goya – Colón metro; Wagnerian route 2: Retiro metro; Wagnerian route 3: Banco España – Seville metro; Wagnerian route 4: Seville – Sol metro; Wagnerian route 5: Sol – Opera metro; Wagnerian route 6: La Latina, Chueca, Tirso de Molina and Atocha metro. Finally, it is told how these Wagnerian Routes appear and what places are visited on them.

Keywords: Musical Cultural Heritage, Wagnerian Routes, Madrid – Spain, Tourism

EDEBİYATIN PERSPEKTİFİNDEN ŞIRNAK'IN KÜLTÜREL İMGELEMİNİ YENİDEN DÜŞÜNMEK

Prof. Dr. Fethi DEMİR
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi,
fethidemir@yyu.edu.tr,

Özet

Edebiyatın temel işlevlerinden biri de kentlerin kültürel imgelemine yeniden üretmesidir. Bugün Dünya'nın neresinde olursa olsun kültürel, turistik, coğrafi veya sosyal anlamda öne çıkan kentlerin pek çoğunun parıltılı imajının arkasında sanatın ama özellikle de edebiyatın güçlü bir payı vardır. Ancak yolu edebiyatın paftalarıyla çıkışan, adeta önemli edebiyatçıların kaleminden yeniden üretilmiş izlenimi taşıyan kentler, dünya haritasının esas noktalarını oluşturur. Nitekim çağlar boyunca güçlü bir birikimi edebiyat aracılığıyla kuşaktan kuşağa aktarma konusunda önemli avantajlar elde eden bu kentler, sadece kendi ülkeleri için değil tüm insanlık açısından da önemli bir merkez konumundadırlar. İşte İstanbul, Roma, Paris, Saint Petersburg, Prag, Şiraz, Floransa, Dublin ve Berlin hemen aklımıza ilk gelen edebiyat şehirleri arasında sayılabilir. Bu şehirlerin kültürel imgelemi ile edebiyat arasındaki ilişkinin karakteri için de diyalektik bir tarzdan söz edebiliriz. Öyle ki edebiyatın kültürel kimliğini ürettiği bu medeniyet merkezleri de benzer biçimde edebiyatçılara kucak açmakta, bir bakıma onların edebiyatçı kimliğini şekillendirmektedir. Özcesi edebiyatçı kenti, kent de edebiyatçıyı üretmektedir. Bu sayede kentlerin görünürlüğü, tanınırlığı artmakta ve sadece o kentte yaşayanlar için değil tüm ülke hatta dünya için önemli bir destinasyona dönüşmektedir. Fakat böylesi bir potansiyele sahip olmasına rağmen bu potansiyelini yeterince açığa çıkaramamış kadim kentlerden söz edebiliriz. Nitekim “Şehr-i Nuh” diye bilinen Şırnak, özellikle onun tarihi ve kültürel birikiminin belirleyici mekânları olan Cizre ve Cudi ile birlikte düşünürsek bu bağlamda değerlendirilebilir. İnsanlığın tarihi köklerine dair kadim bir mirasa sahip olmasının yanı sıra teolojinin en kült anlatılarından Nuh Tufanı ile olan ilişkisi ve elbette Klasik Kürt şiirinin en önemli şahsiyetlerinden olan Melayê Cizîrî'nin memleketi olması Şırnak'ın kültürel imgelemine edebiyatın perspektifinden yeniden düşünmemizi zorunlu kılıyor.

Anahtar Kelimeler: Edebiyat ve Kent, Kültürel İmgelem, Şırnak, Nuh Tufanı, Melayê Cizîrî.

RETHINKING THE CULTURAL IMAGE OF ŞIRNAK FROM THE PERSPECTIVE OF LITERATURE

Abstract

One of the basic functions of literature is to reproduce the cultural imagination of cities. Today, art, but especially literature, has a strong share behind the shining images of many of the cities that stand out in cultural, touristic, geographical or social terms, wherever they are in the world. However, cities whose path coincides with the maps of literature and which have the impression of being reproduced from the pens of important literary figures constitute the main points of the world map. As a matter of fact, these cities, which have gained significant advantages in transferring a strong accumulation of knowledge from generation to generation through literature throughout the ages, are an important center not only for their own countries but also for all humanity. Istanbul, Rome, Paris, Saint Petersburg, Prague, Shiraz, Florence, Dublin and Berlin can be counted among the literary cities that first come to our mind. We can also talk about a dialectical style for the character of the relationship between the cultural imagination of these cities and literature. So much so that these centers of civilization, where literature produces its cultural identity, likewise welcome literary figures and, in a way, shape their literary identity. In short, the literary man produces the city, and the city produces the literary man. In this way, the visibility and recognition of cities increases and they become an important destination not only for the people living in that city, but also for the whole country and even the world. However, we can talk about ancient cities that, although they had such a potential, could not adequately reveal this potential. As a matter of fact, Şırnak, known as “Şehr-i Nuh”, can be evaluated in this context, especially if we consider it together with Cizre and Cudi, which are the determining places of its historical and cultural accumulation. In addition to having an ancient heritage regarding the historical roots of humanity, its relationship with Noah's Flood, one of the most cult narratives of theology, and of course being the hometown of Melayê Cizîrî, one of the most important figures of Classical Kurdish poetry, necessitates us to rethink the cultural imagination of Şırnak from the perspective of literature.

Keywords: Literature and City, Cultural Imagination, Şırnak, Noah's Flood, Melayê Ciziri.

TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜNDE COĞRAFI İŞARET TESCİL BELGESİNE SAHİP PEYNİRLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üyesi Adem ADEMOĞLU

Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi
adem.ademoglu@gibtu.edu.tr

Özet

Coğrafi işaret kavramı, bir ürünü diğerlerinden ayırmaya ve ürünün özelliklerini vurgulamaya yönelik bir mekanizma olarak işlev görmektedir. Aynı zamanda tüketicilerin seyahat motivasyonları, destinasyon tercihleri ve satın alma niyetlerini etkileyebilmektedir. Coğrafi işarete sahip olan ülkeler, bölgeler ve şehirler daha belirgin hale gelmektedir. Bu araştırmada, Türkiye’de gerçekleştirilen coğrafi işaret tescil işlemlerinin “peynirler” kategorisindeki mevcut durumunu ortaya koymak ve bu mirası gelecek nesillere devrederken coğrafi işaretli peynirlerin tanıtılması amaçlanmaktadır. Araştırmanın bir diğer amacı ise coğrafi işaretin önemine dikkat çekmektir. Bu hedef doğrultusunda yapılan araştırmada, “Türkiye’nin coğrafi işaret belgesine sahip peynirlerinin varlığının bölgelere ve illere göre gösterdiği dağılım nasıldır?”, “Coğrafi işaret belgesine sahip peynirlerin tescil tarihlerine ve tüzel kişiliklere göre gösterdiği dağılım nasıldır?” ve “Tescil başvurusu yapılmış peynirlerin başvuru tarihlerine ve bölgelere göre gösterdiği dağılım nasıldır?” sorularına cevap aranmıştır. Bu çalışmada, Türk Patent ve Marka Kurumu’nda bulunan verilerden yararlanılmıştır. Türkiye’de gastronomi unsuru olarak kabul edilebilecek coğrafi işaretli peynirlerin özellikleri (menşe-mahreç-geleneksel ürün) ile tescil sahipleri, il, bölge ve yıl bazındaki dağılımları tablolaştırılarak sunulmuştur. Çalışmanın sonuçlarına göre, peynir tescil sayısı en yüksek bölgenin Marmara Bölgesi olduğu tespit edilmiştir. Ege Bölgesi’nde ise tescil belgesine sahip sadece bir adet peynire rastlanmıştır. Ayrıca, çalışma sonuçları, peynir tescillerinin çoğunlukla Ticaret ve Sanayi Odası tarafından gerçekleştirildiğini ve başvuruların zaman içinde arttığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Peynir, Türk Mutfağı, Coğrafi İşaret, Gastronomi Turizmi

A STUDY ON CHEESES WITH GEOGRAPHICAL INDICATION CERTIFICATION IN TURKISH CULINARY CULTURE

Abstract

The concept of geographical indication serves as a mechanism to distinguish a product from others and highlight its characteristics. Simultaneously, it can influence consumers’ travel motivations, destination preferences, and purchase intentions. Countries, regions, and cities with geographical indications are becoming more prominent. This research aims to reveal the current status of geographical indication registration processes for “cheeses” in Turkey and to promote the introduction of these cheeses with geographical indications to future generations while transferring this heritage. Another aim of the research is to draw attention to the importance of geographical indication. In line with this objective, the research seeks answers to questions such as “What is the distribution of cheeses with geographical indication certificates in Turkey according to regions and provinces?”, “What is the distribution of cheeses with geographical indication certificates according to registration dates and legal entities?”, and “What is the distribution of cheese applications according to application dates and regions?” This study utilized data from the Turkish Patent and Trademark Office. The characteristics of cheeses with

geographical indications that can be considered as a gastronomic element in Turkey (origin-source-traditional product) and the distribution of registrants, provinces, regions, and years were tabulated and presented. According to the results of the study, it was found that the region with the highest number of cheese registrations is the Marmara Region. Only one cheese with a registration certificate was found in the Aegean Region. Additionally, the study results indicate that cheese registrations are mostly conducted by Chambers of Commerce and Industry and that applications have increased over time.

Keywords: Chees, Turkish Cuisine, Geographical Indication, Gastronomy Tourism

TOUR GUIDING TRAINING AND QUALIFICATION PROGRAMS IN JORDAN: AN ANALYTICAL STUDY

Muna Alfukaha

Yarmouk University

2021755005@ses.yu.edu.jo

Prof. Dr. Abdelkader Ababneh

Yarmouk University

abdelkader@yu.edu.jo

Abstract

The tourism sector is ever-changing and dynamic. A vital component in ensuring the tourism industry's sustainability is the training of tour guides. Little research has assessed the importance of training tour guides and how to enhance their training. Thus, this study can be considered one of the few studies that have examined the importance of training programs for tourist guides in national terms. To achieve this goal, the researchers have adopted a qualitative approach based on interviews with academics and professional tour guides, personal observation, a checklist, and content analysis of the available curriculum offered to certified tour guides. The study found that all training programs for tour guides work to qualify them in general with general knowledge and professional guiding skills, and there are some challenges facing tour guide training programs. The study highlights the strengths and weaknesses of tour guide training programs, emphasizing the need for continuous updates, practical experience, relevant courses, and a partnership curriculum that encourages collaboration among academics, professionals, and students for enhancing the effectiveness of the existing Certification for Tour Guides Program.

Keywords: Tour Guides, Training Programs, Curriculums, Jordan.

KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN TATİL SATIN ALMA KARARINA ETKİSİ KAMU PERSONELİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA³

Recep AYHAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

recepayhan65@gmail.com

Doç. Dr. Hacer ARSLAN KALAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

hacerkalay@yyu.edu.tr

Özet

Bu çalışmanın amacı beş faktör kişilik özelliklerinin tatil satın alma kararı üzerindeki etkisini ortaya çıkarmaktır. Bu amaçla Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi'ndeki idari kadro çalışanlarına anket uygulaması yapılmıştır. Çalışmanın evrenini 2021-2022 döneminde üniversitede görev yapan idari kadro çalışanları oluşturmaktadır. Örneklemin evreni karşılaması açısından 450 kişiye ulaşılmıştır. Ancak geri dönüş sağlayan 408 kişiden alınan veriler analiz kapsamında değerlendirilmiştir. Uygulanan anket içeriğinde 44 sorudan oluşan beş faktör kişilik analizi testi ve 16 sorudan oluşan bir tatil satın alma kararı testi yer almaktadır. Araştırmada, istatistiki verilerin elde edilebilmesi amacı ile SPSS programı kullanılmıştır. Araştırma sonucunda üniversite personelinin kişilik özellikleri ile tatil satın alma kararları arasında yüksek düzeyde pozitif bir ilişki bulunmuştur. Katılımcıların deneyime açıklık özellikleri ile tatil satın alma kararları arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Yine katılımcıların nevroitik özellikleri ile tatil satın alma kararları arasında pozitif ve yüksek bir ilişki bulunmaktadır. Katılımcıların sorumlu olma ve dışa dönük özellikleri ile tatil satın alma kararları arasında çok zayıf bir ilişki ortaya çıkarken, uyumluluk özelliği ile tatil satın alma kararı arasında yine zayıf bir ilişki tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kişilik Özellikleri, Tatil, Tatil Satın Alma, Turizm.

THE EFFECT OF PERSONALITY TRAITS ON THE HOLIDAY PURCHASING DECISION: A STUDY ON PUBLIC PERSONNEL WORKING AT VAN YUZUNCU YIL UNIVERSITY

Abstract

The aim of this study is to reveal the effect of five factor personality traits on the holiday purchasing decision. For this purpose, a survey was conducted to the administrative staff at Van Yüzüncü Yıl University. The population of the study consists of administrative staff working at the university in the 2021-2022 period. In order for the sample to meet the universe, 450 people were reached. However, data from 408 people who responded were evaluated within the scope of the analysis. The content of the survey includes a five-factor personality analysis test consisting of 44 questions and a holiday purchasing decision test consisting of 16 questions. In the research, SPSS program was used to obtain statistical data. As a result of the research, a highly positive relationship was found between the personality traits of university staff and holiday purchasing decisions. A positive and moderate relationship was determined between the participants'

³ Bu çalışma Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD'da Doç. Dr. Hacer ARSLAN KALAY danışmanlığında yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

openness to experience characteristics and their holiday purchasing decisions. Again, there is a positive and high relationship between the neurotic characteristics of the participants and their holiday purchasing decisions. While a very weak relationship emerged between the participants' responsibility and extroversion characteristics and their holiday purchasing decisions, a weak relationship was also detected between the agreeableness feature and the holiday purchasing decision.

Keywords: Personality Traits, Vacation, Vacation Purchase, Tourism.

KAMPÜS TURİZMİ

Doç. Dr. Hacer ARSLAN KALAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

hacerkalay@yyu.edu.tr

Gökhan AYDINAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

gokhanaydinay@gmail.com

Özet

Kampüs turizmi, ziyaretçilerin bir üniversite veya kolej kampüsünü, kurumu keşfetmek ve hakkında bilgi edinmek amacıyla ziyaret ettikleri bir turizm türüdür. Turistler günümüzde daha fazla benzersiz ve eğitici seyahat deneyimleri aradığından, bu turizm türü son yıllarda popüler hale gelmiştir. Kampüs turizmi, ziyaretçilere bir kurumun tarihi, mimarisi, kültürü ve akademik programları hakkında bilgi edinme fırsatı sağlamakta ve üniversiteyi veya koleji daha geniş bir kitleye tanıtmak için farklı bir yolu olarak görülmektedir. Uluslararası turizm literatürü incelendiğinde kampüs turizminin kavram olarak tanımlandığı ve konuyla ilgili çeşitli çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Ancak yerel literatürde bu kavrama yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Özgün bir konu olduğu düşünülen bu çalışmanın amacı, yerel turizmde pratik olarak var olan ancak teorik olarak henüz tanımlanmayan kampüs turizmi kavramını kavramsal olarak açıklamaktır. Bu kapsamda öncelikle kampüs ve kampüs turizmi kavramlarına değinilmiş, kampüs turizminin gelişmesi için gerekli faktörler ve kampüs turizminin yerel ekonomiye ve kültüre olan etkileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırma sonucunda, Dünya'daki örnekler dikkate alınarak kampüs turizminin gelişimine katkı sağlayacak öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kampüs, turizm, alternatif turizm, üniversite.

CAMPUS TOURISM

Abstract

Campus tourism is a type of tourism in which visitors visit a university or college campus to explore and learn about the institution. This type of tourism has become popular in recent years as tourists today want more unique and educational travel experiences. Campus tourism provides visitors with the opportunity to learn about an institution's history, architecture, culture, and academic programs and is seen as a distinctive way to promote the university or college to a broader audience. When the international tourism literature is examined, it is seen that campus tourism is defined as a concept and various studies have been conducted on the subject. However, no study on this concept has been found in the local literature. The aim of this study, which is considered to be an original subject, is to conceptually explain the concept of campus tourism, which practically exists in local tourism but has not yet been defined theoretically. In this context, firstly, the concepts of campus and campus tourism were mentioned, and the factors necessary for the development of campus tourism and the effects of campus tourism on the local economy and culture were tried to be revealed. As a result of the research, suggestions that will contribute to the development of campus tourism are presented, taking into account examples from around the world.

Keywords: Campus, tourism, alternative tourism, university.

INDIAN DIPLOMACY AND SOFT POWER: A BUDDHIST PERSPECTIVE AND CULTURAL AND HISTORICAL BACKGROUND

Research Scholar Babuli Chandra Nayak

Central University of Jharkhand, Ranchi.

sumibabuli@gmail.com

Abstract

This paper presents the foreign policy of India regarding soft power from the perspective of Buddhist philosophy in the 21st century, which has milestone diplomacy especially the regime of Prime Minister Mr. Narendra Modi. India is in a position to claim legitimacy, which it's, promotes Buddhist diplomacy. There is expanding engagement with its Asian countries based on Buddhist philosophy potentially, a large aspect of national interest namely, the Fast Neighbourhood policy and Act East policy. From the historical aspect, India hosted the international Buddhist conference in Sanchi that was attended by over three thousand Buddhist nuns, monks, and historians. At that time, this was one of the largest gatherings of Buddhist preachers and followers in the world. Now, Modi's current Government is placing a strong engagement in the use of soft power values in Indian foreign policy. One of the more novel manifestations of these initiatives has been engagement in Buddhist diplomacy. The Buddhist faith due to its emphasis on peaceful coexistence and its wide pan-Asian presence lenses itself well to soft power diplomacy. The science spirituality, art, and faith that developed over millennia in the subcontinent found their way across other regions, earning India a considerable amount of soft power. Thus, it is within this context that one can understand the efforts of the Indian government at incorporating Buddhist heritage form a basis for further diplomatic, economic cultural and strategic links within its foreign policy. This paper will attempt to explore the values of soft power and the principles of Buddhist philosophy affecting foreign policy in the changing international Buddhist environment.

Keywords: Foreign policy, Diplomacy Buddhism Philosophy, Soft Power, Buddhist.

EVALUATING REGIONAL TOURISM PLANNING APPROACHES

Majid RAHMANI SERYASAT

Dokuz Eylul University

Doç. Dr. Emir ÖZEREN

Dokuz Eylul University

emirozeren@yahoo.com

Abstract

The aim of the current study is to determine Marivan City's potential for both human and natural tourism, and then to establish growth strategies based on these potentials. Based on both descriptive and analytical research, the study is one of the practical studies. Based on the collected data, the SWOT analytical model was used to identify the city's tourism potential and constraints, and the QSPM matrix was used to prioritize the findings. The findings demonstrate that Marivan City can be promoted as a tourism destination both domestically and internationally given its unique and potential location in the country's northwest, its close proximity to Iraqi Kurdistan and other tourist destinations, and its proximity to Tabriz, Urmia, and Zanjan, among other densely populated centers in the nation. Additionally, "*Commercial Tourism Development*" ought to be given priority in light of this city's strong commercial tourism capabilities and the QSPM matrix results.

Keywords: Tourism, Tourism Planning, Regional Planning, QSPM, SWOT.

TURİZM VE PSİKOLOJİ KONULU ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Dr. Öğr. Üyesi Birsen ÇEVİK ÜNLÜ

Şırnak Üniversitesi

birsencvkunlu@sirnak.edu.tr

Arş. Gör. Dr. Gamze ALP

Bitlis Eren Üniversitesi

galp@beu.edu.tr

Özet

Turizm olayının temelinde insan unsuru yer almaktadır. Turizm sektörü insan psikolojisine dayalı olarak devamlılığını sürdürmektedir. Bireyler, psikolojik olarak tatmin olmak amacıyla turizm faaliyetlerine katılım göstermektedir. Bundan dolayı da turizme ilişkin araştırmalarda psikolojiye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu kapsamda çalışma dahilinde, turizm ve psikoloji konularında yayımlanan akademik çalışmaların sütun ve ağ grafikleri incelenmiştir. Grafikleri incelemek amacıyla Excel ve Bibliyometrik yazılımlardan VOSviewer kullanılmıştır. Çalışma kapsamında kullanılacak olan veriler 13.02.2024 tarihinde Web of Science (WOS) veri tabanından alınmıştır. Veriler araştırılırken “Turizm” ve “Psikoloji” kelimeleri seçilmiş ve “konu” sekmesine göre tarama yapılmıştır. Tarama neticesinde 1984 – 2024 yılları arasında yayımlanmış 975 dokümana ulaşılmıştır. Dokümanlar incelendiğinde çoğunluğunun makale (745) olduğu ve İngilizce (930) yazıldığı görülmüştür. En çok atıf ve yayının 2022 yılında gerçekleştirildiği görülmektedir. Ayrıca 583 doküman Social Science Citation Index’te (SSCI) yer alırken ülkeler sıralamasında Çin (255) birinci sırada yer almaktadır. WOS’tan elde edilen veriler bibliyometrik ağların görselleştirilmesinde tercih edilen ve bilimsel bir haritalama sunan VOSviewer programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Yazar anahtar kelimelerin birbiriyle ilişkililik durumuna bakıldığında, en yüksek bağlantı sayılarına sahip kavramlar; turizm (75 bağlantı), psikoloji (52 bağlantı), pozitif psikoloji (39 bağlantı), iyi olma hali (39 bağlantı), Covid-19 (31 bağlantı) ve duygulardır (24 bağlantı). Yazarlar arası bağlantı temelinde ise en fazla atıf alan ve en çok bağlantı gücüne sahip olan yazarın Noel Scott (19 bağlantı, 15 doküman) olduğu belirlenmiştir. Dokümana göre ağırlıklandırma yapılarak atıf ve kaynak ilişkisi incelendiğinde Annals of Tourism Research dergisi 51 doküman, 3780 atıf ve 53 bağlantı ile birinci sırada yer almaktadır. Atıf ve ülke ilişkisi analizinde ise 5060 atıf ve 55 bağlantı ile Avustralya ilk sırada yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Psikoloji, Bibliyometrik

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF STUDIES ON TOURISM AND PSYCHOLOGY

Abstract

Tourism is based on the human element. The tourism sector maintains its continuity based on human psychology. Individuals participate in tourism activities in order to be psychologically satisfied. Therefore, psychology is needed in research on tourism. In this context, column and network graphs of academic studies published on tourism and psychology were analyzed. Excel and VOSviewer, one of the bibliometric software, were used to analyze the graphs. The data to be used within the scope of the study were taken from the Web of Science (WOS) database on 13.02.2024. While searching the data, the words "Tourism" and "Psychology" were selected and searched according to the "subject" tab. As a result of the scanning, 975 documents published

between 1984 and 2024 were accessed. When the documents were examined, it was seen that the majority of them were articles (745) and written in English (930). It is seen that the most citations and publications were made in 2022. In addition, while 583 documents are included in the Social Science Citation Index (SSCI), China (255) ranks first in the country ranking. The data obtained from WOS was analyzed through the VOSviewer program, which is preferred in visualizing bibliometric networks and offers scientific mapping. When looking at the interrelatedness of author keywords, the concepts with the highest number of links are; tourism (75 links), psychology (52 links), positive psychology (39 links), well-being (39 links), Covid-19 (31 links) and emotions (24 links). On the basis of inter-author linkage, it was determined that Noel Scott (19 links, 15 documents) was the author with the highest number of citations and the highest link strength. When the citation and source relationship is examined by weighting according to the document, Annals of Tourism Research journal ranks first with 51 documents, 3780 citations and 53 links. In the citation and country relationship analysis, Australia ranks first with 5060 citations and 55 links.

Keywords: Tourism, Psychology, Bibliometric

COĞRAFI İŞARET TESCİLLİ ANTEP BAKLAVASININ GAZİANTEP İLİNDE TURİSTİK ÜRÜN OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Ahmet ÇAVUŞ

Atatürk Üniversitesi

ahmetcavus@atauni.edu.tr

Öğr. Gör. Dr. Erkan DENK

Atatürk Üniversitesi

erkan.denk@atauni.edu.tr

Gamze NACAR

Gaziantep Üniversitesi

gamzencrr44@gmail.com

Özet

Coğrafi işaretler üretildikleri bölgelere prestij sağlayan, ürüne kimlik kazandıran, standart üretimi teşvik eden, sürdürülebilirliğe katkı sunan ve turizmin gelişimini tetikleyen bir sınai mülkiyet hak türü olarak ifade edilebilir. Gerek bölgesel kalkınmada gerek ulusal ve uluslararası pazarlamada gerekse de turizm gelirlerinin artışında bu özel ürünler destekleyici olmakta ve önemi her geçen gün daha iyi anlaşılmaktadır. Bu nedenle araştırmada, Türkiye'nin ilk Avrupa Birliği (AB) standartlarında coğrafi işaret (Cİ) tescilli ürünü olan Antep baklavası ele alınmıştır. Çalışmada, Antep baklavası üreticilerinin coğrafi işaretler hakkındaki bilgi düzeylerini, Antep baklavasının şehrin turizmine katkısını belirlemek, sorunları tespit etmek ve öneriler geliştirmek amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemi ile gerçekleştirilen çalışmada 19 Antep baklavası üreticisi ile yüz yüze görüşme yoluyla veriler elde edilmiş ve içerik analizine tabi tutularak yorumlanmıştır. Antep baklavası üreticilerinin coğrafi işaret bilgi düzeyleri yüksek (%78,9) olarak değerlendirilebilecek seviyededir. Antep baklavası, üreticiler tarafından şehrin en önemli Türkiye'nin ise başta gelen turistik ürünlerinden biri olarak görülmekte ve sahiplenilmektedir. Özellikle AB coğrafi işaret tescilli sonrası turistik bir ürün olarak Antep baklavası, Gaziantep'in tanıtımına, yöre halkının gelirine, bölge istihdamına ve şehrin turizmüne önemli katkılar sunmaktadır. Ancak üreticilerin, hammadde temini, standart üretim, değişken fiyatların etkisiyle birlikte stokçuluk gibi sorunlar yaşadığı tespit edilmiştir. Sorunların çözümü için öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Antep Baklavası, Turistik Ürün, Antep Baklavası Üreticileri, Turizmin Etkileri.

EVALUATION OF GEOGRAPHICAL INDICATION REGISTERED ANTEP BAKLAVA AS A TOURISTIC PRODUCT IN GAZİANTEP PROVINCE

Abstract

Geographical indications can be expressed as a type of industrial property right that provides prestige to the regions where they are produced, gives identity to the product, encourages standard production, contributes to sustainability and triggers the development of tourism. These special products support both regional development, national and international marketing and the increase of tourism revenues, and their importance is better understood day by day. For this reason, Antep baklava, Turkey's first geographical indication (GI) registered product in European Union (EU) standards, was discussed in the research. The study aimed to determine the knowledge level of Antep baklava producers about geographical indications, the contribution of Antep baklava to the

city's tourism, to identify problems and to develop suggestions. In the study conducted with the qualitative research method, data were obtained through face-to-face interviews with 19 Antep baklava producers and interpreted by subjecting them to content analysis. The geographical indication knowledge level of Antep baklava producers can be considered as high (78.9%). Antep baklava is seen and embraced by the producers as one of the city's most important and Turkey's leading tourist products. Especially after the EU geographical indication registration, Antep baklava, as a touristic product, makes significant contributions to the promotion of Gaziantep, the income of the local people, employment in the region and the tourism of the city. However, it has been determined that manufacturers are experiencing problems such as raw material supply, standard production, and stockpiling due to the effect of variable prices. Suggestions have been developed to solve the problems.

Keywords: Geographical Indication, Antep Baklava, Touristic Product, Antep Baklava Producers, Effects of Tourism.

URARTU YAZITLARINI TURİZMDE “KONUŞAN TAŞLAR” UYGULAMASI İLE DEĞERLENDİRME

Doç. Dr. Orhan VAROL
Yüzüncü Yıl Üniversitesi
ovarol@yyu.edu.tr

Özet

Urartu Krallığı'nın, özellikle kiklopik ve volkanik taşlarla örülmüş kaleleri ve çoğunluğu bu türden taşlar üzerine işlenmiş yazıtları önemli tarihsel ve kültürel miraslardır. Başta Doğu Anadolu Bölgesi olmak üzere krallığın yayılım alanlarındaki bu eserler değerlendirildiklerinde önemli turistik potansiyellere de sahip olmaktadır. Kalelerin korunma ve restorasyonları için resmî ve sivil kurumlardan destekler sağlanarak çalışmalar yapılmaktadır. Öte yandan kale yerleşimlerine ve içlerindeki tapınaklara ait yazıtların içeriklerinin turizme katkı sağlayacak biçimde sunumları konusunda yetersizlikler bulunmaktadır. Çoğu müzelere taşınmış olsa da yazıtlar, içerdikleri bilgilerle bu yapıların inşa nedenleri, işlevsellikleri ve tarihsel olaylar konularında aydınlanma sağlamaktadırlar. Müze ziyaretleri gerçekleştiren yerli ve yabancı turistler yanında akademisyenler ve rehberler de yazıtlardaki bilgilerin sunumuna dair ihtiyacı dile getirmektedirler. Çünkü tarihi yapıları ve eserleri görmek için ilgiye, kavramak ve yaşamak için ilişkili yazıtlardaki dilsel bilgiye ve anlamsal içeriğe ihtiyaç vardır. Dünya mirası olarak da değerlendirilebilecek yazıtlar, çeşitli dünya dilleriyle ve dolayısıyla günümüz toplumlarıyla ilişkili bilgileri barındırmaktadırlar. Yazıtların anlamsal içeriklerinin dilbilimsel analizler ve günümüz teknolojik imkanları ile yerli ve yabancı turistlerin faydalanacakları biçimde değerlendirilmeleri önemli kazanımlar sağlayacaktır. Bu bağlamda *konuşan taşlar* uygulaması ile orijinal yazıtların bulunduğu müze ortamlarında aydınlatıcı verilerin ve bilgilerin ziyaretçilerle paylaşılması gerçekleştirilebilir. Yazıtların kaynak yazı sistemleri yanında sesletimleri, bilinen alfabe ile yazımları, Türkçe ve İngilizce hedef dillerdeki çevirileri ziyaretçilere sunulabilir. Yazıtların dijital platformda görsel ve işitsel sunumları, görme ve işitme engelli ziyaretçilerin de faydalanacakları bir ortam sağlayacaktır. Bu uygulamalar için en çok Urartu yazıtının bulunduğu Van Müzesi'nde kullanılacak dijital *bilgi büfeleri* aracılığıyla, yazıtlar hakkında bilgiler sunmak yanında müze ziyaretlerinde artış, bağışların veya gelirin artırılması, çok kanallı bir deneyim yaratılması ve ziyaret sonrası etkileşimin teşviği sağlanabilir.

Anahtar Kelimeler: Urartu Yazıtları, Konuşan Taşlar, Yazıt Turizmi, Bilgi Büfeleri, Van Müzesi

EVALUATION OF URARTIAN TEXTS FOR TOURISM WITH “TALKING STONES” APPLICATION

Abstract

The fortress of the Urartian Kingdom, especially built with cyclopean and volcanic stones, and the inscriptions, most of which are engraved on such stones, are important historical and cultural heritage. These cultural assets in the expanding regions of the kingdom, particularly in the Eastern Anatolia Region, have significant tourism potential. With the assistance of governmental and civic organizations, fortress preservation and restoration efforts are undertaken. However, in a way that will promote tourism, there are shortcomings in how the contents of the inscriptions belonging to the fortress areas and the temples within them are presented. Although most of them have been moved to museums, the inscriptions provide enlightenment about the reasons for the construction of these structures, their functionality and historical events with the information they contain. In addition to local and foreign tourists visiting museums, academics and tourist guides also express this need. Because interest is needed to see historical structures and artifacts, and linguistic

knowledge and semantic content in the related inscriptions are needed to comprehend and live. Inscriptions, which can also be considered as world heritage, contain linguistic data related to various world languages and therefore world societies. Evaluating the semantic contents of the inscriptions in a way that local and foreign tourists can benefit from today's technological opportunities will provide significant gains. In this context, with the application of *talking stones*, enlightening data and information can be shared with visitors in museum environments where original inscriptions are located. In addition to the source writing system of the inscriptions, their pronunciations, spellings with the known alphabet, and translations in the target languages, Turkish and English, can be presented to visitors. Visual and audio presentations of the inscriptions on the digital platform will provide an environment that visually and hearing impaired visitors will also benefit from. For these applications, digital *information kiosks* to be used in the Van Museum, where the most Urartian inscriptions are located, will provide information about the inscriptions, as well as increasing museum visits, and donations or income, creating a multi-channel experience and encouraging post-visit interaction. can be provided.

Keywords: Urartian Texts, Talking Stones, Text Tourism, Information Kiosks, Van Museum

SOSYAL MEDYA İLETİŞİMİNİN ORTAYA ÇIKAN GÖRSEL ÖZELLİKLERİ: YAVAŞ ŞEHİR YANSIMALARI

Arş. Gör. Eda YAYLA
Bitlis Eren Üniversitesi
eyayla@beu.edu.tr

Özet

Sosyal medya ağları hem kullanıcılar hem de işletme ve destinasyonlar açısından oldukça popüler ve uygun fiyatlı bir araç olarak görülmektedir. Dolayısıyla sosyal medyanın rolü yadsınamaz bir öneme sahip hale gelmiştir. Destinasyon yönetim örgütleri sosyal medya araçlarını destinasyon pazarlaması, imajı ve tanıtımı açısından sıklıkla tercih etmektedir. Kullanıcılar ise içerik oluşturup paylaşarak birbirleriyle iletişim kurmaktadır. Çalışmanın amacı, yavaş şehirlerin sosyal medya (instagram) iletişimde öne çıkan görsel özelliklerini destinasyon yönetim örgütleri ve kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriklerin perspektifiyle ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda nitel araştırma tekniklerinden netnografi kullanılmıştır. Sosyal medya araçlarından biri olan instagramda, kullanıcılar ve destinasyon yönetim örgütleri tarafından oluşturulan içerikler ele alınmıştır. Görsel iletişimde öne çıkan içerikler dört aşama (tematik analiz, görsel analiz, nesne tespiti ve metin madenciliği) kullanılarak incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini olarak Türkiye’den üç yavaş şehir; Ahlat, Eğirdir ve Halfeti seçilmiştir. Yavaş şehirlerin instagrama yansıyan görsel özellikleri, yavaş şehir olma kriterleri açısından değerlendirildiğinde öne çıkan özelliğin sadece çevre politikalarına yönelik özellikler olduğu görülmüştür. Ayrıca tematik analizde ön plana çıkan altı tema tespit edilmiştir. Görsel analiz ve metin madenciliği analizlerinde üç yavaş şehirde farklı eğilimler bulgulanmıştır. Yavaş şehir özelliklerinin öne çıkarılması, şehrin markalaşması ve tanıtılması açısından önem arz etmektedir. Bu sebeple çalışmanın sonucunda yavaş şehirlerin destinasyon yönetim örgütlerine yavaş şehir özelliklerini sosyal medya platformlarında öne çıkarma konusunda önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelime: Sosyal Medya, Yavaş Şehir, Görsel İletişim

EMERGING VISUAL FEATURES OF SOCIAL MEDIA COMMUNICATION: SLOW CITY REFLECTIONS

Abstract

Social media networks are seen as a very popular and affordable tool for both users, businesses and destinations. Therefore, the role of social media has become undeniably important. Destination management organizations often prefer social media tools for destination marketing, image and promotion. Users communicate with each other by creating and sharing content. The aim of the study is to reveal the prominent visual features of slow cities in social media (Instagram) communication from the perspective of content created by destination management organizations and users. For this purpose, netnography, one of the qualitative research techniques, was used. Content created by users and destination management organizations on Instagram, one of the social media tools, was discussed. The prominent contents in visual communication were examined using four stages (thematic analysis, visual analysis, object detection and text mining). Three slow cities from Turkey are used as samples of the research; Ahlat, Eğirdir and Halfeti were selected. When the visual characteristics of slow cities reflected on Instagram are evaluated in terms of the criteria of being a slow city, it is seen that the prominent feature is only the features

related to environmental policies. In addition, six prominent themes were identified in the thematic analysis. Visual analysis and text mining analyzes revealed different trends in the three slow cities. Highlighting slow city features is important for branding and promoting the city. For this reason, as a result of the study, suggestions were made to destination management organizations of slow cities about highlighting slow city features on social media platforms.

Key Words:Social Media, Slow City, Visual Communication

GASTRONOMİ EĞİTİMİNDE EKMEKÇİLİK UYGULAMALARI: TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Öğretmen Faruk ÜNAL

Sinop/Boyabat, Mevlana Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi,
farukunaal@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Serkan ÇALIŞKAN

Kastamonu Üniversitesi
serkancaliskan@kastamonu.edu.tr

Özet

İnsanlığın sağlıklı kalabilmesi ve hayatını idame ettirebilmesi için çeşitli besinler tüketmesi gerekmektedir. Tüketilen bu besinlerin yapısında ki en önemli öğelerden biri de karbonhidrattır. Ekmek ise karbonhidrat ihtiyacını karşılamak için en fazla tercih edilen ve kolay tedarik edilebilen bir besin olarak bilinmektedir. Özellikle Covid-19 salgını gibi kriz dönemlerinde temel besinlerden biri olan ekmek üretimi önem kazanmaktadır. Bu kapsamda Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinin Yiyecek İçecek Hizmetleri Alanı atölyelerine ekmek fırını kurulumları ile sektörün iş yüküne yardımcı olmaya başlanmıştır. Bu çalışma ile Ortaöğretim kurumlarınca gastronomi eğitimi verilen okulların bünyesinde var olan fırın sisteminin tedarik zinciri yönetiminin araştırılıp literatüre kazandırılması amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında gastronomi eğitimi veren kurumların bünyesinde fırın sistemi kurulu olan okullarında görev yapan müdür, müdür yardımcıları, alan şefleri, atölye şefleri ve alan öğretmenlerinin de içinde bulunduğu 29 kişi ile anket ve görüşmeler gerçekleştirilerek betimsel analiz uygulanmıştır. Katılımcılardan elde edilen bilgiler doğrultusunda oluşturulan bulgular göstermektedir ki okullar bünyesinde faaliyet gösteren ekmek fırınlarının sayısı özellikle 2020 yılı sonrasında artışa geçmiştir. Özel sektöre bir alternatif olmaktan ziyade kurum içi ihtiyaçların giderilmesi önceliği ile birlikte meslek liseleri arasında bir ekosistem oluşturulmasının da amaçlandığı dikkat çekmektedir. Bu sonuçlara göre var olan mesleki eğitim kurumlarındaki fırınların devamlılıklarını sürdürmeleri ve diğer kurumlarda fırınların açılmasına öncülük edilmelidir ki alan öğretmenleri, öğrencileri ve usta öğreticilerinde içerisinde bulunduğu bir uyum sağlama süreci gerçekleştirilebilsin. Bununla birlikte mesleğe özgü bilgi, beceri ve iş alışkanlıklarını kazandırmayı hedefleyen aynı zamanda okulların hem kendi bünyelerine hem de sektörün iş yüküne yardımcı olmaları önerileri getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Ekmek, Tedarik zinciri, Yiyecek içecek.

BAKERY PRACTICES IN GASTRONOMY EDUCATION: A RESEARCH ON SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Abstract

Humanity needs to consume various foods to stay healthy and survive. One of the most important elements in the structure of these consumed foods is carbohydrates. Bread is known as the most preferred and easily available food to meet carbohydrate needs. Bread production, one of the basic foods, gains importance especially during crisis periods such as the Covid-19 epidemic. In this context, we started to help the workload of the sector by installing bread ovens in the Food and Beverage Services Area workshops of Vocational and Technical Anatolian High Schools affiliated with the Ministry of National Education. With this study, it is aimed to investigate the supply

chain management of the bakery system within the schools where gastronomy education is provided by secondary education institutions and to introduce it to the literature. Within the scope of the research, descriptive analysis was conducted by conducting surveys and interviews with 29 participant, including principals, deputy principals, field chiefs, monitor chiefs and teachers, who work in schools that have a bakery system in institutions that provide gastronomy education. Based on the information obtained from the participants, the findings show that the number of bakeries operating within schools has increased, especially after 2020. Notably, the aim is to create an ecosystem among vocational high schools, prioritising meeting in-house needs rather than being an alternative to the private sector. According to these results, the continuity of the bakeries in existing vocational education institutions should be maintained and the opening of bakeries in other institutions should be pioneered so that an adaptation process can be carried out among field teachers, students and master trainers. In addition, suggestions have been made that aim to provide profession-specific knowledge, skills and work habits, and that schools should help both their own bodies and the workload of the sector.

Keywords: gastronomy, bread, supply chain, food and beverage.

THE EFFECT OF OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY CLIMATE ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT: A RESEARCH ON HOTEL EMPLOYEES IN DIYARBAKIR

Halime Adıgüzel

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
eylul-21-21@hotmail.com

Özet

Üretim faktörlerinden biri olan emek insanların üretimin vazgeçilmez bir parçası olduğunun göstergesidir. Gelişen teknoloji ve değişen dünya düzenine rağmen üretimin gerçekleştirilmesi için insanlara ihtiyaç vardır. Turizm sektörü insan emeğinin yoğun olduğu bir sektördür. Konaklama işletmeleri turizm sektörünün önemli bir bölümünü içermektedir ve birçok insan otel işletmelerinde çalışmaktadır. Bu araştırmada müşteri memnuniyeti sağlamakta önemli olan iş sağlığı ve güvenliği iklimi ile çalışanların örgütsel bağlılık davranışı ele alınmıştır. İş sağlığı ve güvenliği insan hayatının zarar görmemesi için geliştirilmiş kural ve uygulamalardır. Örgütsel bağlılık ise çalışanların örgüte karşı sahip olduğu olumlu hisleri ifade etmektedir. Araştırmanın amacı; iş sağlığı ve güvenlik ikliminin örgütsel bağlılığa etkisini ortaya koymaktır. Araştırma ile ayrıca iş sağlığı ve güvenliği iklimi ile örgütsel bağlılık davranışının demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Araştırmanın evrenini Diyarbakır'daki otel işletmelerinde çalışan 370 personel oluşturmaktadır. Araştırma verileri nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket tekniği ile elde edilmiştir. Araştırma sonucunda, iş sağlığı ve güvenlik iklimi ile örgütsel bağlılık arasında pozitif anlamlı bir ilişki olduğu ve iş sağlığı ve güvenlik iklimin örgütsel bağlılık davranışını pozitif yönde etkilediği bulunmuştur. Ayrıca araştırmada; iş sağlığı ve güvenliği iklimi ile örgütsel bağlılık davranışının eğitim durumu, aylık maaş, turizm sektöründe çalışmaktan memnuniyet ve işletmenin yıldız sayısı gibi değişkenlere göre farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıklar genel olarak değerlendirildiğinde; eğitim düzeyi ve aylık maaş arttıkça örgütsel bağlılık ve iş sağlığı ve güvenliği iklimi algısı artmaktadır. Turizm sektöründe çalışmaktan memnun olan çalışanların örgütsel bağlılık ve iş sağlığı güvenliği algısı daha yüksektir. İşletme yıldız sayısı yüksek olan işletmelerin çalışanlarının örgütsel bağlılık ve iş sağlığı ve güvenliği iklimi algısı daha yüksektir.

Anahtar Kelimeler: İş sağlığı ve güvenliği iklimi, örgütsel bağlılık, Diyarbakır.

THE EFFECT OF OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY CLIMATE ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT: A RESEARCH ON HOTEL EMPLOYEES IN DIYARBAKIR

Abstract

Labor, one of the factors of production, is an indication that people are an indispensable part of production. Despite the developing technology and changing world order, people are needed for production to take place. The tourism sector is a sector where human labor is intensive. Accommodation businesses constitute an important part of the tourism industry and many people work in hotel businesses. In this research, occupational health and safety climate, which is important in ensuring customer satisfaction, and employees' organizational commitment behavior are discussed. Occupational health and safety are rules and practices developed to prevent harm

to human life. Organizational commitment refers to the positive feelings employees have towards the organization. Purpose of the research; To reveal the effect of occupational health and safety climate on organizational commitment. The research also examined whether occupational health and safety climate and organizational commitment behavior differ according to demographic characteristics. The population of the research consists of 370 personnel working in hotel businesses in Diyarbakır. Research data was obtained using the survey technique, which is one of the quantitative research methods. As a result of the research, it was found that there is a positive significant relationship between occupational health and safety climate and organizational commitment and that occupational health and safety climate positively affects organizational commitment behavior. In addition, in the research; Differences were determined between occupational health and safety climate and organizational commitment behavior according to variables such as educational status, monthly salary, satisfaction with working in the tourism sector and the number of stars of the business. When these differences are evaluated in general; As education level and monthly salary increase, organizational commitment and perception of occupational health and safety climate increase. Employees who are satisfied with working in the tourism sector have higher levels of organizational commitment and occupational health and safety perception. Employees of businesses with a high number of business stars have higher levels of organizational commitment and perception of occupational health and safety climate.

Keywords: Occupational health and safety climate, organizational commitment, Diyarbakır.

DOĞAL AFETLERİN TURİZME ETKİSİ

Doktora Programı Öğrencisi Fırat EROL

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi,
efirat65@gmail.com

Doç. Dr. Faruk KALAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi,
kalayfaruk@hotmail.com

Özet

Afetler, yavaş yavaş veya aniden ortaya çıkan, meydana geldiği zamanda insanların sosyal, ekonomik ve psikolojik yaşamsal pratiklerini çok yönlü olarak etkileyen, etkisinin uzun sürmesi bakımından genel bir panik veya endişe havası yaratan olaylar döngüsüdür. Söz konusu bu döngü; doğal afetler, insan kaynaklı afetler, jeolojik, iklimik, biyolojik, teknolojik ve sosyal afetler gibi pek çok boyutlarla gerçekleşebilmektedir. Bu bağlamda doğal afetler; başta deprem, sel-su baskınları, yangınlar, çığ, fırtına, heyelan, kuraklıklar, şiddetli soğuklar ve kıtlıklar gibi olayları kapsamaktadır. Diğer taraftan turizm ise en basit ifadeyle; insan unsurunun çok çeşitli olarak farklı ihtiyaçları karşılayabilmek adına, bulundukları yerden ayrılarak tekrar geri gelinceye kadarki süreçte yaptıkları her türlü faaliyetleri içeren bir bütündür. Yani bir bölgeye yapılacak turistik ziyaretler, gerek bölge ve ülke ekonomisine sağlayacağı katkı bakımından gerekse de yerel ve kültürel zenginliklerin sermayeye dönüşmesi bakımından çok çeşitli olarak olumlu etkilere sahiptir. Bu doğrultuda muhtemel doğal afetlerin turizm sektörüne çok bileşenli olarak etkisini, ayrı bir yerden değerlendirmek gerekmektedir. Zira bu mekanizmayı etkileyen birçok etkenin varlığı ortadayken doğal afetlerin de sistemin çalışmasına yönelik olumsuz etkileri söz konusudur. Örneğin Türkiye’de, Cumhuriyet sonrası 6.5 ve üzeri yaşanan 18 depremden en yıkıcı üçüncüsü olan “6 Şubat 2023 Kahramanmaraş Depremi”, her sektörde olduğu gibi turizmi de çok yönlü olarak olumsuz etkilemiştir. Dolayısıyla yapılan bu çalışma, doğal afetlerin turizme olan etkilerini kapsamakta ve derinlemesine irdelemektedir.

Anahtar Kelimeler: Doğal afet, Deprem, Turizm, Afetlerin Turizme etkileri.

EFFECT OF NATURAL DISASTERS ON TOURISM

Abstract

Disasters are a cycle of events that occur slowly or suddenly, affect people's social, economic and psychological life practices in many ways when they occur, and create a general atmosphere of panic or anxiety due to the long-lasting effect. This cycle in question; It can occur in many dimensions such as natural disasters, human-made disasters, geological, climatic, biological, technological and social disasters. In this context, natural disasters; It covers events such as earthquakes, floods, fires, avalanches, storms, landslides, droughts, severe colds and famines. On the other hand, tourism is, in the simplest terms; It is a whole that includes all kinds of activities carried out by the human element in order to meet a wide variety of different needs, from leaving their current location until they come back. In other words, touristic visits to a region have a wide range of positive effects, both in terms of their contribution to the economy of the region and the

country and in terms of turning local and cultural riches into capital. In this regard, it is necessary to evaluate the multi-component impact of possible natural disasters on the tourism sector from a separate perspective. While it is obvious that there are many factors affecting this mechanism, natural disasters also have negative effects on the operation of the system. For example, the "February 6, 2023 Kahramanmaraş Earthquake", which was the third most devastating of the 18 earthquakes of 6.5 and above experienced after the Republic in Turkey, negatively affected tourism in many ways, as in every sector. Therefore, this study covers and examines in depth the effects of natural disasters on tourism.

Keywords: Natural disaster, Earthquake, Tourism, Effects of the disaster on tourism.

YEŞİL TURİZM KAPSAMINDA HAKKARI TURİZMİNİN SWOT ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Öğr. Gör. Dr. Sibel CANAN
Hakkâri Üniversitesi
sibeldildacanan@gmail.com

Özet

Turizm sektörü tamamen çevre ve insan arasındaki ilişkiye dayanmaktadır. Turizm sektörü, hem iklim değişikliğinden etkilenen hem de iklim değişikliğini etkileyen bir sektördür. Bu nedenle bu sektörün sürdürülebilir olması için yeşil turizm kavramı göz önünde bulundurulmalıdır. Turizmin çevresel etkileri turistlerin gezdikleri çevreyi tahrip etmeleriyle ve iklimi etkilemeleriyle ortaya çıkmaktadır. Ayrıca turistik tesislerin inşası aşamasında olumsuz çevresel etkilerin ortaya çıkması da başka bir risk unsurudur. Turizmin gelişmesiyle ziyaret edilen yerlerdeki değerlere olan farkındalığın artmasıyla bu değerlerin korunması da mümkündür. Dolayısıyla turizm faaliyetlerinin devam edebilmesi için önemli stratejilere ihtiyaç vardır. Bu stratejilerden biri turizmde sürdürülebilirliği sağlamak için turistik değerlerin kullanılmasından elde edilen kazancın bu değerlerin korunması için yeniden kullanılması olabilir. Bu çalışmanın amacı Hakkari turizmini sürdürülebilirlik çerçevesinde değerlendirmektir. Bu nedenle SWOT analizi kapsamında Hakkari'nin yeşil turizmi değerlendirilmiştir. Bu çalışmada literatürde Hakkari ile ilgili yapılan çalışmalardan yararlanmakla birlikte ayrıca yapılandırılmamış gözlem tekniği kullanılmıştır. Son yıllarda tanıtım faaliyetlerinin artmasıyla birlikte Hakkari'yi ziyaret eden turist sayısında artış gözlenmiş olsa bile turistik faaliyetlerin önemli bir bölümünün profesyonel kişiler tarafından yürütülmediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum hem doğal ve kültürel varlıklar için hem de ziyaretçiler için önemli bir risk olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Turizm, Hakkari, SWOT Analizi

EVALUATION OF HAKKARI TOURISM WITH SWOT ANALYSIS WITHIN THE SCOPE OF GREEN TOURISM

Abstract

The tourism sector is entirely based on the relationship between people and the environment. The tourism sector is a sector that is both affected by climate change and affects climate change. Therefore, for this sector to be sustainable, the concept of green tourism should be taken into consideration. The environmental impacts of tourism occur when tourists destroy the environment they visit and affect the climate. In addition, the emergence of negative environmental impacts during the construction of touristic facilities is another risk factor. With the development of tourism, it is also possible to protect these values by increasing awareness of the values in the places visited. Therefore, important strategies are needed for tourism activities to continue. One of these strategies can be the reuse of the profits from the use of touristic values for the protection of these values in order to ensure sustainability in tourism.

The aim of this study is to evaluate Hakkari tourism within the framework of sustainability. For this reason, Hakkari's green tourism was evaluated within the scope of SWOT analysis. In this study, unstructured observation technique was used in addition to utilizing the studies on Hakkari in the literature. Even though there has been an increase in the number of tourists visiting Hakkari with the increase in promotional activities in recent years, it has been concluded that a significant part of the touristic activities are not carried out by professionals. This is a significant risk for both natural and cultural assets and visitors.

Keywords: Green Tourism, Hakkari, SWOT Analysis

GAZİANTEP MUTFAĞINA ÖZGÜ COĞRAFİ İŞARET TESCİL BELGESİNE SAHİP YOĞURTLU YEMEKLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üyesi Adem ADEMOĞLU

Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi
adem.ademoglu@gibtu.edu.tr

Özet

Gaziantep mutfak kültürü, coğrafyanın sahip olduğu zenginliklerin yanı sıra gerek kültürel çeşitlilik gerekse de etnik çeşitlilikten beslenerek ortaya çıkmış köklü bir mutfaktır. Bu çalışmada, Gaziantep yeme içme kültüründe yer alan yoğurtlu yemekleri belirlemek ve yörede uygulanmakta olan diğer yoğurtlu yemekler ile ilgili özel uygulamaların belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, görüşmeler yapılarak kültürel miras kayıt altına alınmaya çalışılmıştır. Çalışmada olgu bilimi (fenomenoloji) deseni kullanılmıştır. Bu çalışmanın evrenini Gaziantep'te yaşayan bireyler oluştururken, örneklemi ise Araban, İslahiye, Nizip, Oğuzeli, Şahinbey ve Şehitkâmil ilçelerinde yaşayan, Gaziantep doğumlu ve halen bu bölgede yaşamını sürdüren 14 kişi oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi olarak amaçlı örneklem ve kartopu örneklemesi kullanılmıştır. Verilerin toplanmasında görüşme tekniğinden yararlanılmış ve veriler yarı yapılandırılmış görüşme formu ile toplanmıştır. Toplanan verilerin derinlemesine incelenmesini ve anlamlı desenlerin ortaya çıkarılması amacıyla içerik analizi ve betimsel analiz yöntemlerinden faydalanılmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, toplamda 25 adet yoğurtlu yemekler olduğu tespit edilmiştir. Bunlar arasında ise 12 adet yemeğin coğrafi işaretli olduğu görülmüştür. Sonuç olarak tescillenmemiş bu yemeklerin de coğrafi işaretli yemekler arasına eklenmesi için çalışmalara ağırlık verilmesi gerekmektedir. Araştırmanın sonunda, elde edilen bulguların ışığında teorik ve pratik sonuçlar çıkarılmış, geleceğe yönelik öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yoğurtlu Yemekler, Gaziantep Mutfağı, Yerel Yemekler

A STUDY ON YOGURT-BASED DISHES HOLDING GEOGRAPHICAL INDICATION REGISTRATION CERTIFICATE SPECIFIC TO GAZİANTEP CUISINE

Abstract

The cuisine of Gaziantep emerges as a rich culinary tradition rooted in the region's geographical abundance, as well as nourished by both cultural and ethnic diversity. This study aims to identify yogurt-based dishes in Gaziantep's culinary culture and determine region-specific practices. To achieve this goal, efforts were made to document cultural heritage through interviews. Phenomenology was employed as the design framework for this study. The population consisted of individuals living in Gaziantep, while the sample comprised 14 individuals who were born in Gaziantep and currently reside in the Araban, İslahiye, Nizip, Oğuzeli, Şahinbey, and Şehitkâmil districts. Purposeful sampling and snowball sampling were utilized as sampling methods. Data collection relied on interview techniques, and data were gathered using a semi-structured interview form. Content analysis and descriptive analysis methods were employed to delve into the collected data and reveal meaningful patterns. According to the findings of the study, a total of 25 yogurt-based dishes were identified, among which 12 were found to have geographical indications. Consequently, efforts should be prioritized to include these unregistered dishes among the dishes with geographical indications.

Keywords: Yogurt-based Dishes, Gaziantep Cuisine, Local Cuisine

TEMATİK YILLAR KAPSAMINDA 2019 GÖBEKLİTEPE YILININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Mahmut BARAKAZI

Harran Üniversitesi

mahmutbarakazi@harran.edu.tr

Dr.Öğr. Üyesi Ahmet ERDEM

Harran Üniversitesi

ahmeterdem@harran.edu.tr

Dr.Öğr. Üyesi Merve OFLUOĞLU

Harran Üniversitesi

m.ofluoglu@harran.edu.tr

Özet

Araştırmanın amacı, 2019 Göbeklitepe tematik yılı etkinlikleri kapsamında Şanlıurfa ilinin değerlendirilmesidir. Şanlıurfa'da tematik yıl kapsamında yapılan veya hedeflenen faaliyetler ele alınarak tüm sürece yönelik bilgiler ortaya konulmaktadır. Çalışma nitel araştırma desenlerinden durum çalışması olarak planlanmıştır. Analiz sürecinde nitel ve karma yöntemler için profesyonel veri analizi yazılımı kullanılarak içerik analizi uygulanmıştır. Bu kapsamda araştırmada Şanlıurfa'da çeşitli turizm alanlarında (kamu kurumu, yiyecek-içecek işletmeleri, konaklama işletmeleri, seyahat acentaları, hediyelik eşya işletmeleri gibi) görev yapan ve yönetici konumunda olan 36 kişiyle yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Görüşmelerde katılımcılara 5 soru sorulmuştur. Araştırmada elde edilen bulgular neticesinde 2019 Göbeklitepe Yılı'nın Şanlıurfa'ya prestij sağladığı, reklam ve tanıtım noktasında etkili olduğu ve bu doğrultuda turist sayısının arttığı ifade edilmiştir. Dezavantajları açısından ise, altyapı eksikliği ve sürdürülebilirliğinin olmadığı katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. İşletmelerin doluluk oranlarında artış yaşansa da destinasyonda kapasite sorunları gözlenmiştir. 2019 Göbeklitepe Yılı kapsamında yapılan ulusal ve uluslararası tanıtım faaliyetleri rekabet avantajı sağlamış, yatırımları teşvik etmiş ve bölgesel ön yargıların giderilmesine katkı sunmuştur. Son olarak 2019'un Göbeklitepe Yılı'nın özellikle ziyaretçilerin deneyim kaliteleri ve memnuniyet düzeylerinde olumlu etkiler bıraktığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla kamu kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve özel işletmelerin öznel veya paydaş iş birliğiyle ortak yaptığı çalışmalar dikkate alındığında tematik yılın Şanlıurfa ili özelinde pek çok olumlu yansıması bulunmaktadır. Ulaşılan sonuçlar neticesinde ileride yapılacak araştırmalara çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Tematik yıl, Göbeklitepe, Şanlıurfa,

EVALUATION OF THE 2019 GÖBEKLİTEPE YEAR WITHIN THE FRAMEWORK OF THEMATIC YEARS

Abstract

The aim of the study is to evaluate the city of Şanlıurfa within the scope of the 2019 Göbeklitepe thematic year activities. Information pertaining to all activities conducted or aimed at within the scope of the thematic year in Şanlıurfa is presented, encompassing the entire process. The study is designed as a case study within the qualitative research framework. During the analysis process, professional data analysis software was employed for both qualitative and mixed methods, and content analysis was applied. Within this scope, semi-structured interviews were conducted with 36 individuals holding managerial positions in various tourism sectors in Şanlıurfa, including public institutions, food and beverage establishments, accommodation facilities, travel agencies,

and souvenir shops. Participants were asked five questions during the interviews. The findings of the research indicate that the 2019 Göbeklitepe Year has brought prestige to Şanlıurfa, proving effective in terms of advertising and promotion, leading to an increase in tourist numbers. In terms of disadvantages, participants emphasized the lack of infrastructure and sustainability. While there has been an increase in the occupancy rates of businesses, capacity issues have been observed in the destination. The national and international promotional activities carried out within the scope of the 2019 Göbeklitepe Year provided a competitive advantage, encouraged investments, and contributed to the elimination of regional prejudices. Finally, it is understood that the year 2019, particularly with regard to Göbeklitepe, had positive effects on visitors' experience quality and satisfaction levels. Therefore, considering the subjective or stakeholder collaborations between public institutions, non-governmental organizations, and private enterprises, it is evident that the thematic year has had numerous positive impacts on the province of Şanlıurfa. Based on the results obtained, various recommendations have been provided for future research endeavors.

Keywords: Thematic Year, Göbeklitepe, Şanlıurfa

MEDİKAL TURİZMİN PAZARLANMASINDA SANAL GERÇEKLİK VE ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK UYGULAMALARININ ROLÜ VE ÖNEMİ

Ecem DENİZ

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
ed.ecem.deniz@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Erhan COŞKUN

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
erhancoskun@adu.edu.tr

Özet

Gelişen medikal turizm alanı, sağlık hizmeti sağlayıcıları ve pazarlamacılar için fırsatlar ve zorluklar sunmaktadır. Sektör geliştikçe sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) gibi yenilikçi teknolojiler, medikal turizm destinasyonlarının hizmetlerin pazarlama yönteminde devrim yaratmaktadır. Bu çalışmada, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamalarının medikal turizm pazarlanmasındaki rolü ve önemi anlatılmaktadır. Son yıllarda sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojileri, coğrafi engelleri ortadan kaldıran ve benzeri görülmemiş bir erişim sağlayan sürükleyici bir deneyim sunarak endüstriler arasında ilgi kazanmaktadır. Medikal turizm alanında bu teknolojiler, sağlık hizmetlerinin sınır ötesi pazarlanmasındaki zorluklara ilginç bir çözüm sunmaktadır. Sağlık turizmi destinasyonları, VR ve AR uygulamalarını kullanarak tesislerini, tıbbi uzmanlıklarını ve ilgi çekici yerlerini etkileşimli ve sürükleyici bir şekilde sergileyebilmektedir. Sağlık turizmi pazarlamasında VR ve AR'ın temel avantajlarından biri, sağlık turizmi destinasyonlarına sanal turlar sunma yetenekleridir. Potansiyel hastalar hastaneleri, klinikleri ve rehabilitasyon merkezlerini evlerinin rahatlığında ziyaret edilebilmekte, mevcut tedavi ve hizmetlerin kalitesi hakkında fikir sahibi olabilmektedir. Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamaları, medikal turizm pazarlanmasında devrim niteliğinde bir rol oynamaktadır. Kapsamlı teknolojileri kullanarak medikal turizm siteleri hizmetlerini tanıtabilmekte, uluslararası hastaları çekebilmekte ve hasta deneyimini geliştirebilmektedir. VR ve AR uygulamaları gelişmeye devam ettikçe sağlık hizmetleri pazarlama stratejilerine entegrasyonları artacak ve küresel sağlık sektöründe büyümeği ve yenilikçiliği artırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık turizmi, turizm, teknoloji, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, pazarlama

THE ROLE AND IMPORTANCE OF VIRTUAL REALITY AND AUGMENTED REALITY APPLICATIONS IN THE MARKETING OF MEDICAL TOURISM

Abstract

The burgeoning field of medical tourism presents opportunities and challenges for healthcare providers and marketers. As the industry evolves, innovative technologies such as virtual reality (VR) and augmented reality (AR) are revolutionizing the way medical tourism destinations market services. In this study, the role and importance of virtual reality and augmented reality applications

in medical tourism marketing are explained. In recent years, virtual reality and augmented reality technologies have been gaining traction across industries, offering an immersive experience that breaks down geofences and provides unprecedented access. In the field of medical tourism, these technologies offer an interesting solution to the challenges of cross-border marketing of health services. By using VR and AR applications, medical tourism destinations can showcase their facilities, medical specialties, and attractions in an interactive and immersive way. One of the main advantages of VR and AR in health tourism marketing is their ability to offer virtual tours to health tourism destinations. Potential patients can visit hospitals, clinics, and rehabilitation centers from the comfort of their homes and get an idea of the quality of treatment and services available. Virtual reality and augmented reality applications play a revolutionary role in the marketing of medical tourism. By using comprehensive technologies, medical tourism sites can promote their services, attract international patients, and enhance the patient experience. As VR and AR applications continue to evolve, their integration into healthcare marketing strategies will increase, driving growth and innovation in the global healthcare industry.

Keywords: Health tourism, tourism, technology, virtual reality, augmented reality, marketing

KALKINMA PLANLARINDA TURİZM SEKTÖRÜ VE DİĞER SEKTÖRLERE YAPILAN YATIRIMLARA YÖNELİK KARŞILAŞTIRMALI BİR İNCELEME

Doç. Dr. Mehmet BOZKOYUN

Harran Üniversitesi
mbozkoyun@harran.edu.tr

Özet

İnsanların yaşam standartlarını yükseltmeyi, yoksulluğu azaltmayı, temel hizmetlere erişimi sağlamayı ve genel anlamda toplumun yaşam kalitesini iyileştirmeyi amaçlayan kalkınma, ülkelerin sosyo-ekonomik, siyasi vb. açılardan ilerleme ve gelişme sürecini ifade etmektedir. Bu bağlamda düşünüldüğünde, ülkeler zaman zaman kalkınmaya yönelik planları hayata geçirmeye çalışmaktadır. Tarihsel süreçte kalkınma planlarını hayata geçiren ülkelerden biri de Türkiye'dir. Ülkemizde planlı kalkınmaya yönelik ilk adımlar 1960'lı yıllarda atılmıştır. Süreç, 1963-1967 dönemini kapsayan birinci kalkınma planı ile başlamıştır. Türkiye'de, 1963'ten 2023 yılına kadar toplam 11 kalkınma planı hazırlanmıştır. Kalkınma planlarında genel itibari ile en büyük yatırımlar başta ulaştırma olmak üzere, imalat ve konut sektörüne yapılmıştır. Buna karşılık en az yatırım ise genelde turizm sektörüne yapılmıştır. Örneğin, 1963-1967 kalkınma döneminde toplam yatırımların konut sektöründeki payı %20,3 iken turizm sektöründeki yatırımların payı %1,4'tür. Bununla birlikte, 2019-2023 kalkınma dönemindeki toplam yatırımların ulaştırma sektöründeki payı %34,8 iken, turizm sektöründeki payı yalnızca %0,3'tür. Dolayısıyla, altmış yıllık kalkınma planları incelendiğinde, turizm sektörüne yönelik yapılan yatırımların, diğer sektörlerde yapılan yatırımlarla karşılaştırıldığında, belirgin bir şekilde daha düşük seviyede kaldığı görülmektedir. Kalkınma planlarını kapsayan bu çalışmanın amacı, Türkiye Cumhuriyeti Strateji ve Bütçe Başkanlığı'nın yayımladığı kalkınma planlarında yer alan istatistiksel verilerin incelenmesi ve analiz edilmesi yoluyla, turizme yönelik yapılan yatırımlar ile diğer sektörlerde yapılan yatırımların karşılaştırılması ve değerlendirilmesidir. Bu analiz, Türkiye'nin kalkınma stratejileri içinde turizm sektörünün ağırlığını ve önemini belirlemeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kalkınma Planları, Turizm Sektörü, Diğer Sektörler, Karşılaştırma

A COMPARATIVE ANALYSIS OF INVESTMENTS IN THE TOURISM SECTOR AND OTHER SECTORS IN DEVELOPMENT PLANS

Abstract

Development, which aims to raise people's living standards, reduce poverty, provide access to basic services and improve the quality of life of society in general, refers to the progress and development process of countries in terms of socio-economic, political, etc. In this context, countries try to implement development plans from time to time. Turkey is one of the countries that have implemented development plans in the historical process. The first steps towards planned development in our country were taken in the 1960s. The process started with the first development plan covering the period 1963-1967. In Turkey, a total of 11 development plans have been prepared from 1963 to 2023. In general, the largest investments in development plans have been made in the manufacturing and housing sectors, especially in transportation. On the other hand, the least investment was generally made in the tourism sector. For example, in the 1963-1967 development period, the share of total investments in the housing sector was 20.3%, while the share of investments in the tourism sector was 1.4%. However, the share of total investments

in the 2019-2023 development period in the transport sector is 34.8%, while its share in the tourism sector is only 0.3%. Therefore, when the sixty-year development plans are examined, it is seen that the investments made in the tourism sector remain at a significantly lower level compared to the investments made in other sectors. The aim of this study, which covers development plans, is to compare and evaluate the investments made in tourism with the investments made in other sectors by examining and analyzing the statistical data in the development plans published by the Strategy and Budget Presidency of the Republic of Turkey. This analysis aims to determine the weight and importance of the tourism sector in Turkey's development strategies.

Keywords: Development Plans, Tourism Sector, Other Sectors, Comparison

KARAMAN DİVLE OBRUK PEYNİRİ: GASTRONOMİ TURİZMİNDE BİR DEĞERLENDİRME

Dr. Öğr. Üyesi Ali ŞEN

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi

alisen.gastronomi@gmail.com

Arş. Gör. Serkan SEMİNT

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi

semintserkann@gmail.com

Özet

Divle Obruk Peyniri, Karaman iline bağlı Ayrancı ilçesine ait Divle köyü ve çevresinde üretilen, aynı zamanda özel özelliklerinin kazandığı Divle Obruk mağarasında olgunlaştırılan bir peynirdir. 2017 yılında Karaman Ticaret Odası tarafından yapılan başvuru sonucunda Türk Patent Enstitüsü tarafından coğrafi işaret almıştır. Üretiminde genellikle koyun sütü kullanılsa da keçi ve diğer hayvanların sütü de koyun sütüne karıştırılarak kullanılabilir. Divle Obruk Peyniri'nin üretimi geleneksel yöntemlerle yapılmakta olup Türkiye'de üretilen tulum peynirlerine benzer bir yapım aşamasına sahiptir. Bu çalışmanın amacı, Karaman iline ait coğrafi işaretli bir ürün olan Karaman Divle Obruk Peyniri'ni tanıtmak ve gastronomi turizminde nasıl bir unsur olarak değerlendirilebileceğini incelemektir. Amaç doğrultusunda ilgili literatür taranmış ve Karaman Divle Obruk Peyniri hakkında bilgiler verilmiştir. Karaman Divle Obruk Peyniri'nin sosyal medyadaki yeri, kamu kurum ve kuruluşlarının sitelerindeki durumu, haber sitelerindeki yeri ve önemi gibi konu başlıkları ile bilgiler derlenmiştir. Çalışmanın amacına ulaşması için nitel araştırma yöntemlerinden olan durum çalışması yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmanın evrenini coğrafi işaretli peynirler oluştururken örneklemini ise Karaman Divle Obruk Peyniri oluşturmaktadır. Sonuç olarak, Karaman Divle Obruk Peyniri'nin hem haber sitelerinde hem de sosyal medya sitelerinde sınırlı sayıda da olsa yer aldığı ulaşılmış ve gastronomi ürünü olarak kullanılması saptanan bulgular arasındadır. Elde edilen sonuçlara yönelik araştırmacılara ve resmi kurumlara öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Karaman, Divle, Obruk, Peynir, Gastronomik Unsur

KARAMAN DİVLE OBRUK CHEESE: AN EVALUATION IN GASTRONOMY TOURISM

Abstract

Divle Obruk Cheese is a cheese produced in and around the Divle village of Ayrancı district of Karaman province, and is also ripened in the Divle Obruk cave, where it acquires its special properties. It received a geographical indication by the Turkish Patent Institute as a result of the application made by the Karaman Chamber of Commerce in 2017. Although sheep's milk is generally used in its production, goat and other animal milk can also be used by mixing it with sheep's milk. Divle Obruk Cheese is produced using traditional methods and has a production stage similar to tulum cheese produced in Turkey. The aim of this study is to introduce Karaman Divle Obruk Cheese, a geographically indicated product of Karaman province, and to examine how it can be evaluated as an element in gastronomy tourism. For this purpose, the relevant literature was scanned and information was given about Karaman Divle Obruk Cheese. Information has been compiled under topics such as the place of Karaman Divle Obruk Cheese in social media, its status on the websites of public institutions and organizations, its place and

importance in news websites. In order to achieve the purpose of the study, the case study method, which is one of the qualitative research methods, was preferred. While the population of the research consists of geographically indicated cheeses, the sample consists of Karaman Divle Obruk Cheese. As a result, it was found that Karaman Divle Obruk Cheese was included in both news sites and social media sites, albeit in limited numbers, and its use as a gastronomy product was among the findings. Recommendations have been developed for researchers and official institutions regarding the results obtained.

Keywords: Karaman, Divle, Obruk, Cheese, Gastronomic Element

TURİSTİK DESTİNASYONLARDA JEOMİRAS KORUMA YAKLAŞIMLARI

Asst. Prof. Dr. Sajad FERDOWSI

University of Tehran

sajad.ferdowsi@ut.ac.ir

Özet

Son yıllarda turistik destinasyonlara gelen turist sayısının artmasıyla birlikte ziyaretçilerin zarar verme ve tahrip etme riski de artmıştır. Bu durum önemlidir çünkü jeomiras, doğanın yenilenemeyen bir kaynağı olarak kabul edilir. Bu nedenle, bu değerli mirasın korunması için teori ve bilimsel yaklaşımlara dayalı uygun koruyucu önlemlerin uygulanması gerekmektedir. Bu amaçla, mevcut araştırma jeomiras korumasına yönelik etkili yaklaşımları tanımlamak ve analiz etmek için gerçekleştirilmiştir. Bu hedefe ulaşmak için, konuya ilişkin teoriler ve metinler niteliksel olarak incelenmiş ve analiz edilmiştir. Bu bağlamda koruma alanındaki araştırmaların sistematik incelemesi yoluyla bu alana ait teoriler elde edilmiştir. Sonuçta toplanan teoriler analiz edildikten sonra jeomirasın doğası ve özelliklerine uygun üç vaka tespit edilmiş ve detaylı bir şekilde incelenmiştir. Araştırma bulguları, jeomirası korumak için üç koruma yaklaşımını önermektedir: değer odaklı koruma, önleyici koruma ve değere dayalı yönetim. Değer odaklı koruma yaklaşımı, jeomirasların korunmasını bilimsel, ekolojik, estetik, kültürel, eğitimsel ve turizm değerleri gibi çeşitli değerlere dayandırmaktadır. Önleyici koruma yaklaşımında, jeomiras değerlerinin zarar görmesine katkıda bulunan faktörlerin belirlenmesi için çaba sarf edilmelidir. Son olarak, açıklama, iletişim ve hizalama olmak üzere üç temel prensibi birleştiren değer temelli yönetim yaklaşımı, jeomiras değerlerinin kırılganlığına katkıda bulunan faktörleri azaltmak veya ortadan kaldırmak için yönetim müdahaleleri uygulanmasını önerir. Sonuç olarak, jeomiras değerlerinin hassasiyet düzeyi yönetim müdahaleleri yoluyla azaltıldığında, jeomiras korumasının fiziksel, işlevsel ve görsel düzeylerde sağlanması beklenebilir.

Anahtar Kelimeler: Jeomiras, Koruma Yaklaşımları, Yönetim, Koruma, Değer.

APPROACHES OF GEOHERITAGE CONSERVATION IN TOURISTIC DESTINATIONS

Abstract

In recent years, along with the increase in tourists visiting touristic destinations, the risk of damage and destruction by visitors has also increased. This is significant because geoheritage is considered a non-renewable resource of nature. Therefore, it is necessary to implement appropriate protective measures based on theory and scientific approaches to conserve this valuable heritage. Based on this, the current research was done with the aim of describing and analyzing effective approaches to geoheritage conservation. To achieve this goal, theories and texts related to the subject were qualitatively examined and analyzed. In this regard, through a systematic review of research in the field of conservation, the theories of this field were extracted. In the end, after analyzing the collected theories, three cases were found to be in line with the nature and characteristics of geoheritage, and they were analyzed in detail. The research findings suggest three conservation approaches: value-led conservation, preventive conservation, and value-based management, which can be utilized to protect geoheritage. According to the approach of value-led conservation, the protection of geoheritage should be based on their various values, including scientific, ecological, aesthetic, cultural, educational, and tourism values. Meanwhile, according to the

approach of preventive conservation, efforts should be made to identify the factors that contribute to the vulnerability of geoheritage values. Finally, based on the approach of value-based management, which incorporates three key principles: clarifying, communicating, and aligning, management interventions should be implemented to decrease or eliminate the factors contributing to the vulnerability of geoheritage values. Consequently, when the level of vulnerability of geoheritage values can be mitigated or reduced through management interventions, it can be expected that the geoheritage conservation will be achieved at three levels: physical, functional, and visual.

Keywords: Geoheritage, Conservation Approaches, Management, Conservation, Value

DOES TOURISM CONTRIBUTE TO THE REDUCTION OF POVERTY AND INEQUALITY IN DESTINATION REGIONS?

Alejandro Alcalá-Ordoñez

University Of Jaén

aaordone@ujaen.es

José Carlos Collado-González

University Of Jaén

josec.collado@gmail.com

Pablo Juan Cárdenas-García

University Of Jaén

pcgarcia@ujaen.es

Abstract

Currently, a topic of special interest in tourism is its capacity to contribute to poverty reduction and the reduction of inequalities among the resident population, with various international organizations arguing that tourism activity can contribute to achieving these objectives. This context has led to the appearance of some relevant empirical studies that attempt to confirm this relationship, which have been carried out almost exclusively using a country-level analysis. However, the development of tourism activity within a country, in general, is not carried out uniformly, so that within the geographic space of a nation there may be regions with a greater or lesser specialization in tourism and, therefore, the impacts produced by tourism at the regional level may differ. Therefore, there is an important gap between the knowledge generated by the scientific literature, linked to the consideration of tourism as an activity at the national level, and the need to guide the policies of public administrations, linked to the consideration of tourism as an activity at the regional level. To overcome this limitation, this paper analyzes the capacity of tourism to reduce poverty and reduce inequalities, using a regional level analysis in Spain during the period 1995-2019. First, the dynamics of the regions with respect to the variables analyzed are analyzed to find homogeneous clusters and, second, a causality analysis differentiated by clusters is carried out for the different variables through the Granger causality test, with the aim of determining the relationship between tourism activity and the reduction of poverty and the reduction of inequalities.

Keywords: Tourism, Poverty alleviation, Inequality, Regions of Spain.

TÜRKİYE’NİN TURİZM YÜKSEKÖĞRETİM PROGRAMLARI: KRONOLOJİK BİR İNCELEME

Doç. Dr. Gülçin ÖZBAY

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
gozbay@subu.edu.tr

Doktorant Vildan TÜYSÜZ

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
vildantuelsuz@outlook.com

Arş. Gör. Serkan SEMİNT

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
serkansemint@kmu.edu.tr

Özet

Bu çalışmanın amacı; Cumhuriyet döneminde ön lisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarını kronolojik olarak sıralayarak bu bölümlerle ilgili bir durum tespiti yapmaktır. Nitel araştırma yöntemlerinden veri madenciliği tekniğinden yararlanılmış ve turizm eğitimi alanı ile ilgili ikincil kaynak verilerinden yararlanılarak derleme yapılmıştır. Çalışmanın evrenini Türkiye’de turizm alanında eğitim veren yükseköğretim kurumları oluştururken örneklemi ise Türkiye’de turizm alanında ön lisans ve lisans düzeyinde turizm eğitim veren yükseköğretim kurumları oluşturmaktadır. İlk olarak “YÖK Atlas” veri tabanından turizmle ilgili tüm bölümler taratılmış ve ön lisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi veren kurumlara erişilmiştir. Daha sonra bu kurumların web sayfalarından kurumların tarihçeleri incelenmiş, eğitim verdikleri bölümler tespit edilmiş ve kronolojik olarak sıralanmıştır. Araştırma sonucunda ön lisans düzeyinde turizm alanında 10 bölüm ve turizm eğitimi veren 332 kurum; lisans düzeyinde ise turizm alanında sekiz bölüm ve turizm eğitimi veren 235 kurum olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ön lisans düzeyindeki yükseköğretim kurumlarının %81’inin, lisans düzeyindeki yükseköğretim kurumlarının ise %77’sinin devlet statüsünde olduğu görülmüştür. Kronolojik sıralama incelendiğinde ön lisans düzeyinde ilk turizm eğitiminin 1980 yılında, lisans düzeyinde ise ilk turizm eğitiminin 1965 yılında verildiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Eğitimi, Kronolojik İnceleme, Yükseköğretim Programları, Türkiye

TURKEY’S TOURISM HIGHER EDUCATION PROGRAMS: A CHRONOLOGICAL REVIEW ABSTRACT

Abstract

The purpose of this study; The aim of this study is to chronologically list the higher education institutions that provide tourism education at associate and undergraduate levels during the Republic period and to make a current assessment of these departments. Data mining technique, one of the qualitative research methods, was used and a compilation was made using secondary source data related to the field of tourism education. While the population of the study consists of higher education institutions providing education in the field of tourism in Turkey, the sample consists of higher education institutions providing tourism education at the associate and undergraduate level in the field of tourism in Turkey. First, all departments related to tourism were scanned from the "YÖK Atlas" database and institutions providing tourism education at associate and undergraduate levels were accessed. Then, the history of these institutions was examined on

their web pages, the departments they provided education were identified and listed chronologically. As a result of the research, there are 10 departments in the field of tourism at the associate degree level and 332 institutions providing tourism education; It has been determined that there are eight departments and 235 institutions providing tourism education at the undergraduate level. In addition, it was observed that 81% of higher education institutions at the associate degree level and 77% of higher education institutions at the undergraduate level have state status. When the chronological order was examined, it was determined that the first tourism education at the associate degree level was given in 1980, and the first tourism education at the undergraduate level was given in 1965.

Keywords: Tourism Education, Chronological Review, Higher Education Programs, Turkey

TURİSTİK DESTİNASYONLARDA JEOMİRASIN SAVUNMASIZLIK SÜRECİ

Asst. Prof. Dr. Sajad FERDOWSI

University of Tehran

sajad.ferdowsi@ut.ac.ir

Asst. Prof. Dr. Faranak RANJBAR MOTALEGH

University of Tehran

faranak.ranjbar@ut.ac.ir

Özet

Genel olarak, jeositlerin minerallerin ve fosillerin yasadışı toplanması, ziyaretçilerin verdiği zarar, yanlış kullanım, madencilik ve yetersiz yasal düzenlemeler gibi pek çok tehditle karşı karşıya olmasından dolayı jeomirasın korunması esastır. Uygun koruyucu önlemler olmadan jeoturizm faaliyetlerinin yaygınlaştırılmasının, mirasın kademeli olarak yok olmasına, aşındırıcı faktörlerin ağırlaşmasına ve trafik nedeniyle toprak dokusunun bozulmasına yol açabileceğini hatırlamak önemlidir. Bu durum, jeoturizm alanlarında kritik koşullar yaratarak bölgenin çevresel istikrarını tehdit edebilir. Bu bağlamda, jeomirasa yönelik tehditleri ele alan koruma yönergeleri sunmak, bu mirasın kırılganlıklarını anlamaya dayanır. Bu nedenle bu araştırma, jeomiras için bir kırılganlık sürecini tanımlamak amacıyla yapılmıştır. Jeomirasın kırılganlık sürecini formüle etmek için konuyla ilgili belgeler, teoriler ve metinler niteliksel olarak incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre, jeomirasın önemi hem içsel hem de araçsal değerlerle temsil edilmektedir. Aynı zamanda, jeomirasın bütünlüğü, bu mirasa hem içsel hem de araçsal değerlerin atfedilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Jeomirasın bütünlüğü doğal ve beşeri tehditlerle tehlikeye atıldığında, değerlerinin bozulmasıyla sonuçlanır. Değerlerdeki düşüş, jeomirasın önemini azaltarak kırılganlıklara zemin hazırlar. Genel olarak, bu araştırmanın bulguları, jeomirasın doğal ve beşeri tehditlere karşı korunması alanında teorik bilginin artırılmasına katkıda bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Jeomiras, Jeoturizm, Destinasyon, Koruma, Savunmasızlık.

VULNERABILITY PROCESS OF GEOHERITAGE IN TOURISTIC DESTINATIONS

Abstract

In general, the geoheritage conservation is essential because geosites face numerous threats, including illegal collection of minerals and fossils, damage by visitors, misuse, mining, and inadequate legislation. It's crucial to remember that the expansion of geotourism activities, without appropriate protective measures, can lead to the gradual destruction of heritage and the aggravation of erosive factors and the destruction of soil texture due to traffic. This situation can create critical conditions in geotourism areas, posing a threat to the environmental stability of the region. In this regard, offering protection guidelines to address threats to geoheritage relies on understanding their vulnerabilities. Therefore, this research was done with the aim of identifying a vulnerability process for geoheritage. To formulate the vulnerability process of geoheritage, documents, theories, and texts related to the subject were qualitatively analyzed. According to the findings of the research, the significance of geoheritage is represented by both intrinsic and instrumental values. Meanwhile, the integrity of geoheritage plays a crucial role in attributing both intrinsic and instrumental values to this heritage. If the integrity of geoheritage is compromised

by natural and human threats, it will result in the degradation of its values. The decline in values diminishes the significance of geoheritage, consequently creating grounds for their vulnerability. In general, the findings of this research contribute to enhancing theoretical knowledge in the field of protecting geoheritage against natural and human threats.

Keywords: Geoheritage, Geotourism, Destination, Conservation, Vulnerability.

THE EFFECTS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON TOURISM BUSINESSES

Assist. Prof. Dr. Mehmet Emin BAYNAZOĞLU

Trakya University

meminbaynazoglu@trakya.edu.tr

Prof. Dr. Liudmyla Shulhina

National Technical University of Ukraine

shulm@ukr.net

Abstract

The tourism industry has seen a significant transformation with the introduction of artificial intelligence (AI), which has improved client satisfaction, efficiency, and customization. This paper investigates AI's present uses and possible long-term effects on tourism-related businesses. It demonstrates how AI-powered tools like chatbots, virtual assistants, personalized marketing, and predictive analytics are being used to improve resource allocation, expedite processes, and provide travelers with unique experiences. AI-powered solutions allow organizations to examine massive volumes of data in order to foresee trends, enhance pricing tactics, and better manage client relationships. The study addresses how artificial intelligence (AI) might reduce monotonous jobs, allowing people to participate in more meaningful and creative activities, potentially increasing job satisfaction. However, it also tackles concerns about job displacement and the necessity for worker upskilling and reskilling in order to adapt to AI-powered settings. Besides that, examples from major hotel chains, travel agencies, airlines, and other tourism-related businesses are offered to demonstrate AI's wide usage and influence on many parts of the tourism industry. At the study's conclusion, stakeholders in the tourist industry are given advice on how to use AI technology to satisfy changing customer expectations and maintain competitiveness. Businesses in the tourist industry may enhance customer satisfaction and operational efficiency while also developing a more creative and flexible staff by embracing AI. This will ultimately lead to the industry's sustainable growth.

Keywords: Tourism Businesses, Artificial Intelligence, Tourism

YAPAY ZEKANIN TURİZM İŞLETMELERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Özet

Turizm endüstrisi, yapay zekanın (YZ) entegrasyonu ile önemli bir dönüşüm geçirmiş ve bunun sonucunda müşteri memnuniyeti, operasyonel verimlilik ve kişiselleştirme oranları artmıştır. Bu çalışmada, turizmle ilgili işletmelerde YZ'nin mevcut uygulamaları ve potansiyel uzun vadeli etkileri araştırılmaktadır. Çalışma; sohbet robotu, sanal asistanlar, kişiselleştirilmiş pazarlama ve öngörücü analizler gibi YZ destekli araçların kullanımını iyileştirmek, süreçleri hızlandırmak ve gezginlere benzersiz deneyimler sunmak için nasıl kullanıldığını vurgulamaktadır. YZ destekli çözümler, kuruluşların büyük veri setlerini analiz ederek trendleri öngörmelerine, fiyatlandırma stratejilerini optimize etmelerine ve müşteri ilişkilerini daha iyi yönetmelerine olanak tanımaktadır. Çalışmada, YZ'nin tekrarlayan görevlerinin azaltılarak çalışanların daha anlamlı ve yaratıcı faaliyetlerle meşgul olmalarını sağlama potansiyeli ve bununla birlikte iş tatminini artırma olasılığı da tartışılmaktadır. Bununla birlikte iş kaybı endişeleri ve çalışanların YZ destekli ortamlara uyum sağlamak için yeniden eğitim ve beceri kazanmalarının gerekliliği konularına da değinilmektedir. Ayrıca, önde gelen otel zincirleri, seyahat acenteleri, havayolu şirketleri ve

turizmle ilgili diğer işletmelerden örnekler sunularak YZ'nin turizm endüstrisinin çeşitli alanlarındaki geniş kullanımını ve etkisini ortaya koymaktadır. Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler, YZ'yi benimseyerek müşteri memnuniyetini ve operasyonel verimliliği artırabilir, aynı zamanda daha yenilikçi ve uyumlu bir iş gücü geliştirerek endüstrinin sürdürülebilir büyümesine katkıda bulunabilirler. Çalışmanın sonunda, turizm endüstrisindeki paydaşlara, YZ teknolojisini kullanarak değişen müşteri beklentilerini karşılamak ve rekabetçi kalmak için önerilerde bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm İşletmeleri, Yapay Zeka, Turizm

SOSYAL MEDYANIN SEYAHAT ÜRÜNÜ TANITIMINDAKİ İLETİŞİM ETKİNLİĞİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: INSTAGRAM ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Muhammed TAŞ
Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
muhammed.tas@erzincan.edu.tr

Özet

Bu çalışma, Instagram'ın seyahat ürünlerinin tanıtımındaki iletişim etkinliğini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda dikkat, ilgi, arzu ve eylem (AIDA) pazarlama iletişimi modelini benimseyerek Instagram'da seyahat acentelerinin ürünlerinin pazarlanmasına yönelik iletişim etkinlikleri incelenmiştir. Amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak Instagram kullanıcılarından 174 örnekleme ulaşılmıştır. Verilerin toplanması için anket tekniğine başvurulmuş ve Google Form'da hazırlanan anket çevrimiçi platformlardan toplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS ve AMOS paket programlarından yararlanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre dikkat'in eylem üzerinden doğrudan etkisi ve dikkatin ilgi aracılığıyla Eylem üzerinde aracı etkisinin olmadığı anlaşılmıştır. Arzunun dikkatle eylem arasında aracı rolü vardır. Ayrıca ilgi ve arzunun dikkatin eylem üzerindeki etkisinde seri aracılık rolünün olduğu anlaşılmıştır. Sonuçlar Instagram'ın seyahat acentelerinin ürünlerini pazarlamasında potansiyel müşterileri ile iletişimin gerçekleşmesi için AIDA modeli ile etkili bir platforma olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: AIDA modeli, Instagram, Seyahat Ürünleri

EVALUATING THE COMMUNICATION EFFECTIVENESS OF SOCIAL MEDIA IN TRAVEL PRODUCT PROMOTION: THE CASE OF INSTAGRAM

Abstract

This study aims to evaluate Instagram's communication effectiveness in promoting travel products. For this purpose, communication activities for the marketing of travel agencies' products on Instagram were examined by adopting the attention, interest, desire and action (AIDA) marketing communication model. Using the purposeful sampling method, 174 samples from Instagram users were reached. Survey technique was used to collect data and the survey prepared in Google Form was collected from online platforms. SPSS and AMOS package programs were used to analyze the data. According to the results of the research, it was understood that attention has no direct effect on action and attention does not have a mediating effect on action through interest. Desire acts as a mediator between attention and action. In addition, it has been understood that interest and desire have a serial mediating role in the effect of attention on action. Results: It has been determined that Instagram is an effective platform with the AIDA model for travel agencies to communicate with their potential customers in marketing their products.

Keywords: AIDA model, Instagram, Promotion, Travel Products

ÖLGESEL BİR TURİZM DESTİNASYONU OLARAK HATAY HÖYÜKLERİ

Dr. Öğr. Üyesi Sinan KILIÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

sinankilic@yyu.edu.tr

Özet

Yapı malzemeleri ile yaşam için gerekli diğer araç-gereç ve materyalin dışarıdan getirilmesi, ayrıca atıkların birikmesi nedenleriyle yerleşim yerlerinde zaman içinde belli bir yükselme söz konusudur. Türkçe “höyük” diye adlandırılan eski yerleşim yerleri, bu yüzden arazide yükselen küçük tepeler halinde görünür. Farklı dönemlerde aynı yerin seçilmiş olması bazı höyüklerin devasa boyutlara ulaşmasına neden olur. Yapılan arkeolojik araştırmalarda Türkiye’de binlerce höyük kayıt altına alınmıştır. Eski dönemlerde çeşitli nedenlerle yoğun yerleşime sahne olan bazı ovalarda çok sayıda höyük bir arada görülebilir. Buna dünyadaki en iyi örnek, dar bir alanda çok sayıda höyüğün yer alması bakımından Hatay il sınırları içindeki Amik Ovası’dır. Burada herhangi bir yerden görüş mesafesinde çok sayıda höyük bir arada görülebilir. Bu bildiri kapsamında, Roma Çağı’nda da örnekleri olan bölgesel turizm destinasyonu faaliyetlerine Hatay-Amik Ovası örnek verilmektedir. Mevcut karayolu ağı kullanılarak araçlarla ya da yürüyüş rotalarıyla düzenlenecek turizm faaliyetlerinde ziyaretçiler höyüklerde ve kazı yerlerinde arkeolojik geçmiş, bölge tarihi ve kültürel miras konularında olduğu kadar, diğer doğal özellikleri olan noktalarda doğal çevre özellikleri konularında da bilgi alabilir. Böyle bir turizm faaliyeti, bugüne kadarki uygulamalarda olduğu gibi eski bir kentin kalıntılarının ziyaret edilmesi ya da modern bir kentin gezilmesi gibi yaklaşımlara yeni bir boyut kazandırarak, höyükler bağlamında geniş bir bölgenin çok yönlü tanıtılmasını amaçlamaktadır. Türkiye’de ve çevresindeki ülkelerde bölgesel turizm faaliyetleri uygulayabilecek çok sayıda yer bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Höyük, Hatay, Amik Ovası, Bölgesel Turizm Destinasyonu, Kültür Mirası

THE SETTLEMENT HILLS IN HATAY AS A REGIONAL TOURISM DESTINATION

Abstract

Due to the import of building materials and other necessary tools and materials for life, as well as the accumulation of waste over time, there is a gradual increase in settlements. Ancient settlements, called "höyük" in Turkish, therefore appear as small hills rising in the ground. The selection of the same location in different ages can cause some hills to reach colossal sizes. Thousands of settlement hills have been recorded in archaeological research in Turkey. In some valleys that witnessed intense settlement in ancient times for various reasons, numerous hills can be observed together. The best example of this in the world is the Amik Valley within the borders of Hatay province, where numerous settlement hills are located in a small area. From any point here, several hills can be seen together within eyesight. In this paper, the Hatay-Amik Valley is cited as an example of regional tourism destination activities, which also had examples in the Roman Age. In tourism activities organized utilizing the existing road network, either by vehicles or hiking trails, visitors can acquire information about the archaeological past, regional history, and cultural heritage at settlement hills and excavation sites, as well as about natural environmental characteristics at other points with natural features. Such tourism activities aim to provide a new dimension to approaches such as visiting the remains of an ancient city or touring a modern city, as practiced until today, by promoting the multifaceted promotion of a wide region in the context of archaeological settlement hills. There are many places in Turkey and surrounding countries where regional tourism activities can be implemented.

Keywords: Settlement Hill, Hatay, Amik Valley, Regional Tourism Destination, Cultural Heritage

TARİHİN KİLERİNDEN BİR TÜRK MUTFAĞI MİRASI: PATLICAN TURŞUSU

Halime KAVAS

Eskişehir Anadolu Üniversitesi
halimekavas@anadolu.edu.tr

Doç. Dr. Osman GÜLDEMİR

Anadolu Üniversitesi
osmanguldemir@gmail.com

Özet

Tarihte gıdalar çeşitli saklama ve muhafaza yöntemleri ile işlenmiştir. Bu yöntemlerden bir tanesi laktik asit fermentasyonu yöntemi ile kurulan turşulardır. Günümüzde Türk mutfak kültüründe turşular hem besinleri muhafaza etme yöntemi olarak hem de sofralarda lezzetleri pekiştiren bir iştah açıcı özelliği ile varlığını sürdürmektedir. Osmanlı Devleti'nin zengin ve kültürel coğrafi yapısı turşu çeşitliliğinin kümülatif olarak fazla olmasına vesile olmuştur. Geçmişten günümüze ana yemeklerde tüketimi yaygın olan patlıcan, turşusu ile de dikkat çeken bir sebzedir. Türk mutfağıyla özdeşleşebilme ve gastronomi turizmüne katkı sağlayabilme potansiyeli bulunan patlıcan turşusunun akademik olarak çalışılması önemlidir. Araştırma kapsamında Osmanlı döneminde yapılan patlıcan turşusunun standartlaştırılması ve enerji besin değerinin analiz edilmesi amaçlanmıştır. İlk aşamada Osmanlı turşuları listelenmiş ve uzmanlarca seçilmiş olan patlıcan turşusu *Tarihi Yemekleri Günümüze Uyarlama Modeli* kullanılarak günümüze uyarlanmıştır. Bu süreçte nitel veri toplama tekniklerinden doküman analizi ile mutfak teknikleri kullanılmıştır. İkinci aşamada ise BeBiS (Beslenme Bilgi Sistemi) ile bir porsiyonunun enerji ve besin değeri hesaplanmıştır. Patlıcan, kereviz, sarımsak, tane kırmızı biber, taze nane, tuz ve sirke ile yapılan turşunun duyuşsal olarak özgün yönleri olduğu tespit edilmiştir. Çeşitli disiplinlere katkı sağlanabileceği için, ileriki çalışmalarda söz konusu standartlaştırılmış turşunun, kimyasal ve mikrobiyolojik testlerinin araştırmalarının yürütülmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı turşusu, Türk turşusu, patlıcan turşusu, turşu, standartlaştırma.

A TURKISH CULINARY HERITAGE FROM THE PANTRY OF HISTORY: PICKLED EGGPLANT

Abstract

Foods have been processed with various storage and preservation methods in throughout history. One of the most common is the pickle technique that made by lactic acid fermentation. The diversity of the rich and geographical structure of the Ottoman Empire enabled to the variety of pickles. In fact, pickles currently in Turkish cuisine remains its existence as an appetizer that enhances the flavors rather than being a method of preserving foods. The product eggplant, widely consumed by Anatolian people from past to today, has a potential that can be attributed to Turkish culinary culture. Therefore, it is important to examine Ottoman time eggplant pickle from an academic perspective. In this context, the aim of the research study is to standardize recipe of the eggplant pickle and to determine its energy-nutritional value. In the first stage, *A Model of Adapting Historical Dishes to the Present* was implemented. Through this process, document

analysis and cooking techniques, which are qualitative data collection techniques, were used. In the second stage, the energy and nutritional value of a portion was calculated with BeBiS (Nutrition Information System). It has been determined that pickles made with eggplant, celery, garlic, red pepper, fresh mint, salt, and vinegar have unique sensory properties. Since it can contribute to various disciplines, it is recommended to conduct chemical and microbiological tests on the standardized pickle for future studies.

Keywords: Turkish pickles, eggplant pickles, pickles, standardization.

ALTERNATİF TURİZM BAĞLAMINDA BİTLİS İLİ BİSİKLET TURİZMİ ROTALARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Öğr. Gör. Abdullah KÖSEOĞLU

Bitlis Eren Üniversitesi

a.koseoglu@msn.com

Öğr. Gör. Özge KORKMAZ

Bitlis Eren Üniversitesi

krkmzozgee@gmail.com

Özet

İnsanların doğaya çıkma, macera ve değişim arayışı, bisiklet kullanımının artmasına katkı sağlamasının yanı sıra bisikleti günlük yaşamın bir parçası haline getirmiştir. Bisiklet, alternatif bir ulaşım aracı olarak kullanılmasının yanında turistler tarafından da alternatif bir aktivite aracı olarak tercih edilmektedir. Bu durum bisikletli turist profilinin ortaya çıkmasına ve bisiklet turizmi olarak adlandırılan yeni bir turizm türünün doğmasına da katkı sağlamıştır. Turizm sektöründe yeni bir turistik aktivite olarak kabul edilen bisiklet turizmi genellikle doğal ve kırsal alanlarda gerçekleşmekte, ulusal ve bölgesel düzeyde turizmi çeşitlendirmek ve geliştirmek için alternatif bir turizm çekiciliği olarak kullanılmaktadır. Bisikletlerin boş zaman, eğlence ve turizm için kullanımı arttıkça, destinasyon planlayıcıları ve yerel aktörler bisiklet turizmini teşvik etmeye yönelik çabalar göstermektedirler. Bu çabalar sonucunda, destinasyonlarda bisiklet turizmine olan talebi artırmak ve bisiklet turistlerini destinasyonlara çekmek amacıyla bisiklet rotaları oluşturmuşlardır. Bu sayede, bölgeyi ziyaret eden bisikletli turistler, turizm destinasyonlarına ekonomik, sosyal ve çevresel katkılar sağlamakta ve bölgesel kalkınmaya destek olmaktadır. Bitlis ili ve çevresi gibi gelişmekte olan turizm bölgelerinde bölgesel kalkınma, turizm çeşitliliği ve ziyaretçi sayısının artırılması gibi nedenlerle bisiklet turizmi rotaları oluşturulmuştur. Oluşturulan bisiklet rotalarıyla bölgeyi ziyaret eden bisikletli turistlerin, Bitlis ili ve çevresi gibi gelişmekte olan turizm bölgelerine hem ekonomik hem de sosyo-kültürel anlamda katkı sağlamaları beklenmektedir. Tüm bunlardan yola çıkarak araştırmanın amacı, Bitlis ilinde bulunan bisiklet rotalarının mevcut durumunun değerlendirilmesi ve bu değerlendirme kapsamında bölgenin bisiklet turizm rotalarının potansiyelini arttırmak için öneriler geliştirmektir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş olup, bisiklet turizmi rotalarına katılan ziyaretçilere yüz yüze yarı yapılandırılmış görüşme formu uygulanmıştır. Görüşmeler sonucunda Bitlis ilindeki bisiklet rotalarının düzensiz ve bakımsız olduğu, mevsimsel zorluklar ve altyapı eksiklikleri nedeniyle kullanımının sınırlı olduğu ortaya çıkmıştır. Bu olumsuzluklar göz önünde bulundurularak Bitlis ili turizm rotalarının iyileştirilmesi için öneriler sunularak araştırma tamamlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bisiklet Turizmi, Bisiklet Rotaları , Bitlis Turizmi

AN ASSESSMENT OF BICYCLE TOURISM ROUTES IN THE PROVINCE OF BİTLİS WITHIN THE FRAMEWORK OF ALTERNATIVE TOURISM

Abstract

Bicycle use has increased and cycling has become more interwoven into daily life as a result of people's desire for adventure, change, and a return to nature. Cycling is a popular pastime among tourists in addition to being a substitute mode of transportation. cycling tourism has emerged as a new form of tourism as a result of this, along with a cycling tourist profile. Bicycle tourism is a

relatively new tourist activity in the tourism industry that is mostly found in rural and natural settings. It is utilized as a substitute tourist attraction to boost and diversify travel at both national and local levels. Destination managers and local actors are working to promote bicycle tourism as more people utilize bicycles for travel, entertainment, and leisure. These initiatives have led to the creation of cycling routes, which will draw bicycle visitors and raise demand for bicycle tourism in the destinations. Bicycle tourists, therefore, help regional development and make a positive economic, social, and environmental impact on the tourism destinations. Bicycle tourism routes have been formed in places that are experiencing tourism development, such as the province of Bitlis and its environs, for a variety of reasons, including tourism diversification, regional development, and visitor growth. The province of Bitlis and its environs are anticipated to experience a growth in tourism due to the creation of these bicycle routes, which will bring about a socio-cultural and economic impact on the area. This study's objective is to assess the state of cycling routes in the province of Bitlis in light of all these variables, and as part of that assessment, to formulate recommendations for augmenting the potential of the area's bicycle tourist routes. The study used a qualitative research methodology, and participants in the bicycle tourism routes were interviewed face-to-face using semi-structured interview forms. The results of the interviews showed that the province of Bitlis has inconsistent and badly maintained bicycle paths, and that seasonal difficulties and inadequate infrastructure have restricted their use. The study concludes with recommendations for enhancing the bicycle tourist routes in Bitlis province in light of these unfavorable circumstances.

Keywords: Bicycle Tourism, Bicycle Routes, Bitlis Tourism

İLKÖĞRETİMDE TURİZM EĞİTİMİNİN ÖNEMİ: SOSYAL BİLGİLER DÖRDÜNCÜ SINIF DERS KİTABINDA TURİZM VE BİLEŞENLERİNE YER VERİLME DÜZEYİ

Doç. Dr. Kemal KAYA
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
kemalkaya@yyu.edu.tr

Özet

Ülkelerin ekonomik olarak kalkınmasına ve toplumların refahının artmasına birçok fırsat sağlayan önemli endüstrilerden biri de turizmdir. Turizm, geçmişten bugüne kadar insanların ilgisini çeken, farklı sosyal ve ekonomik ihtiyaçlara göre dinamik olmayı sürdüren bir olgudur. 20.yüzyılın ikinci yarısından itibaren yaşam standartlarının iyileşmesiyle turizm en önemli gelir getiren faaliyetlerden biri haline gelmiştir. Eğitim sisteminde turizm ve bileşenlerinin tanıtılması ve öğretilmesi turizmin gelişmesine yol açabilecek en önemli çözümlerden biridir. Bilindiği gibi eğitim sisteminin temeli olan ilköğretim evresi sonraki dönemler için bir temel olma özelliği nedeniyle oldukça önemli bir süreç olarak değerlendirilmelidir. Eğitim sisteminde turizm ve bileşenlerinin tanıtılması ve öğretilmesi turizmin büyümesine ve gelişmesine katkı sağlayabilecek en önemli çözümlerden biridir. Ders içeriğinin turizm kavramlarının öğretimindeki rolü ve önemi dikkate alındığında bu konunun ders kitaplarında ele alınması gerekli görülmektedir. Ders kitaplarında turizmle ilgili kavramların sunulması, öğrencilerin kültürel mirasa, tarihi ve doğal güzelliklere, seyahat ulaşım yol ve araçlarına, farklı ülkelerin kültürel zenginliklerine aşina olmalarını sağlar. Bu aşinalık, insanların iç gözü düzeyinin artmasında ve dünyayı algılayış gelişimini olumlu etkileyerek antik, tarih ve doğal çevrenin korunmasında oldukça etkili olabilir. Bu hedeflerin gerçekleştirilmesinde ilköğretim dördüncü sınıf programında yer alan sosyal bilgiler dersi, öğrencileri toplumsal hayata hazırlayıp ülke ekonomisi açısından önemli bir gelir kaynağı olan turizmin önemini kavramalarını sağlayabilir. Bu araştırmanın amacı ilköğretim dördüncü sınıfta okutulan sosyal bilgiler ders kitabının içeriğini turizm bileşenleri açısından incelemektir. Ders kitabındaki metin, resim ve etkinlikler içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Mevcut verilerden hareketle dördüncü sınıf sosyal bilgiler ders kitabında turizm ve bileşenlerine yer verilme oranının turizmin önemi ile orantılılık arz etmediği bulgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İlköğretim, Turizm, Sosyal bilgiler ders kitabı

IMPORTANCE OF TOURISM EDUCATION IN PRIMARY EDUCATION: THE LEVEL OF INVOLVING TOURISM AND ITS COMPONENTS IN THE FOURTH GRADE SOCIAL STUDIES TEXTBOOK

Abstract

Tourism is one of the important industries that provides many opportunities for the economic development of countries and the increase in the welfare of societies. Tourism is a phenomenon that has attracted people's attention from past to present and continues to be dynamic according to different social and economic needs. With the improvement in living standards since the second half of the 20th century, tourism has become one of the most important income-generating activities. Introducing and teaching tourism and its components in the education system is one of

the most important solutions that can lead to the development of tourism. As it is known, the primary education phase, which is the basis of the education system, should be considered as a very important process because it serves as a basis for the following periods. Introducing and teaching tourism and its components in the education system is one of the most important solutions that can contribute to the growth and development of tourism. Considering the role and importance of the course content in teaching tourism concepts, it seems necessary to address this issue in textbooks. Presenting tourism-related concepts in textbooks enables students to become familiar with cultural heritage, historical and natural beauties, travel and transportation routes and vehicles, and the cultural riches of different countries. This familiarity can be very effective in increasing people's level of insight and positively affecting the development of their perception of the world, thus preserving the ancient, historical and natural environment. In achieving these goals, the social studies course in the fourth grade primary school program can prepare students for social life and enable them to understand the importance of tourism, which is an important source of income for the country's economy. The aim of this research is to examine the content of the social studies textbook taught in the fourth grade of primary school in terms of tourism components. The text, pictures and activities in the textbook were examined using the content analysis method. Based on the available data, it has been found that the rate of inclusion of tourism and its components in the fourth grade social studies textbook is not proportional to the importance of tourism.

Key words: Primary education, Tourism, Social studies textbook

MAKROEKONOMİK DEĞİŞKENLER İLE TURİZM GÖSTERGELERİ İLİŞKİSİ: VAR ANALİZİ

Dr. Öğr. Üyesi Seda BAŞAR YILMAZ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

sedabasar@yyu.edu.tr

Özet

Hizmet sektörünün büyük bir kısmını oluşturan Turizm sektörü Türkiye ekonomisi için de çok büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle turizm sektörünün göstergelerinin ekonomi üzerindeki etkisi çok sayıda çalışmanın konusu olmuştur. Bu çalışmanın amacı Türkiye'nin turizm sektörünün göstergeleri ile makroekonomik değişkenleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Turizm sektörünün göstergesi olarak yabancı turist ziyaretçi sayısı, ziyaretçilerin geceleme sayısı ve ziyaretçilerin ortalama harcama miktarları, makroekonomik değişkenler için ise enflasyon ve büyüme verileri kullanılmıştır. Veriler TCMB (EVDS) ve TÜİK'ten 2012-2022 yılları için 3'er aylık olarak temin edilmiştir. Değişkenlerin yapısı nedeniyle mevsimsellik içerdiği görülmüş bu nedenle öncelikle mevsimsellikten arındırılmış, sonrasında uygun gecikme uzunluğu belirlenerek VAR analizi uygulanmıştır. Analizin normallik varsayımını sağladığı, otokorelasyon ve değişen varyans sorununun olmadığı görülmüştür. VAR Analizi sonrasında Varyans ayrıştırması ve değişkenler arasındaki ilişkinin boyutu belirlemek amacıyla etki-tepki analizleri yapılmıştır. Belirlenen etki tepki fonksiyonlarında enflasyonun diğer 4 değişken üzerinde azaltıcı, ziyaretçi sayısının ise enflasyonu azaltıcı ancak ortalama harcamayı arttırıcı etkisi görülmüştür. Ayrıca değişkenlerinin ayrı ayrı bağımlı değişken olarak yer aldıkları regresyon modelleri analizlenmiştir. Bu analizler sonucunda büyüme değişkeninin turizm göstergeleri üzerinde anlamlı olmadığını ancak enflasyon değişkeninin tüm modellerde anlamlı olduğu görülmüştür. VAR analizinden sonra değişkenlere Granger Nedensellik testi uygulanmış ziyaretçi sayısı, ortalama harcama, geceleme sayısı ve enflasyon değişkeninin büyüme değişkeninin Granger nedeni olduğu görülmüştür. Ayrıca büyümenin ortalama harcamanın ve ziyaretçi sayısının Granger nedeni olmadığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, VAR Analizi, Granger Nedensellik Testi

RELATIONSHIP BETWEEN MACROECONOMIC VARIABLES AND TOURISM INDICATORS: VAR ANALYSIS

Abstract

The tourism sector, which constitutes a large part of the service sector, is also of great importance for the Turkish economy. For this reason, the impact of tourism sector on the economy has been the subject of many studies. The aim of this study is to examine the relationship between tourism sector indicators and macroeconomic variables. The number of foreign visitors, the number of visitors' overnight stays and the average spending of visitors were used as indicators of the tourism sector, and inflation and economic growth were used for macroeconomic variables. The data was obtained from the TCMB (EVDS) and TUIK on a quarterly basis for the years 2012-2022. It was seen that the variables contained seasonality due to their structure, so they were first seasonally adjusted, and then the appropriate lag length was determined and VAR analysis was applied. It was observed that the analysis met the assumption of normality and there was no problem of

autocorrelation and heteroscedasticity. After VAR Analysis, variance decomposition and impulse-response analyses were carried out to determine the size of the relationship between variables. In the determined impulse-response functions, it was seen that inflation had a decreasing effect on the other 4 variables, and the number of visitors had a decreasing effect on inflation but increasing effect the average spending of visitors. In addition, regression models in which the variables were included separately as dependent variables were analysed. As a result of these analyses, it was seen that the economic growth variable was not significant on tourism indicators, but the inflation variable was significant in all models. After VAR analysis, Granger Causality test was applied to the variables and it was seen that the number of foreign visitors, the average spending of visitors, number of visitors' overnight stays and inflation variables were the Granger cause of the growth variable. It was also concluded that growth was not Granger cause of the average spending of visitors and the number of foreign visitors.

Keywords: Tourism, VAR, Granger Causality

GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER BAĞLAMINDA DESTİNASYON YÖNETİMİNDE SAĞLIKLI VE DAYANIKLI KURUMLAR: SORUNLAR VE ÇÖZÜMLER

Asst. Prof. Dr. Faranak RANJBAR MOTALEGH

University of Tehran

faranak.ranjbar@ut.ac.ir

Asst. Prof. Dr. Sajad FERDOWSI

University of Tehran

sajad.ferdowsi@ut.ac.ir

Özet

Turizm sektörünün çeşitli krizlere karşı kırılganlığı, turizm destinasyon yönetim kurumlarının (DMO) kurumsal sağlık ve dayanıklılık kapasitesini geliştirme ihtiyacını vurgulamaktadır. Bu sayede kriz koşullarında bu kurumların hayatta kalmasını sağlamakla kalmayıp, kriz öncesi istikrara dönmenin ötesine geçerek daha iyi bir duruma ulaşmalarının önü açılmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerdeki DMO'ların çeşitli krizlerle başa çıkmadaki yetersiz performansları, özellikle de COVID-19 salgını sırasında, literatürde kapsamlı bir şekilde belgelendirilmiştir. Bu çalışma, gelişmekte olan ülkelerdeki DMO'ları sağlıklı ve dayanıklı kurumlara (HERO) dönüştürmenin önündeki zorlukları tespit etmeyi ve bunları ele almak için stratejiler sunmayı amaçlamaktadır. Araştırmada temel analiz yöntemi olarak, ülkelerdeki DMO'ların faaliyetlerine ilişkin belgeler, raporlar ve ilgili literatürün nitel içerik analizinden yararlanılmıştır. Bulgular, dönüşümdeki temel zorluklar olarak; kurum patolojisine geleneksel odaklanmayı, katılımcı karar alma modellerinin eksikliği de dahil olmak üzere yetersiz kurum yapısını, kurumda gücün üst yönetimde toplanması, düşük kurumsal yaratıcılık ve yenilikçiliği, çalışanlar arasında düşük motivasyon seviyesi, etkili iş stratejileri oluşturmada başarısızlık ve yerel toplulukla iş birliği eksikliğini ortaya koymaktadır. Bu çalışmada, zorlukları ele almak için önerilen çözümlerden bazıları şunlardır: pozitif kurumsal davranış, kurumsal sağlık ve kurumların yönetiminde faaliyet odaklı bir yaklaşımı vurgulayarak kurum kültüründe değişim için bir ortam yaratmak, daha kapsayıcı karar alma için katılımcı bir model benimsemek, yaratıcılığı ve yenilikçiliği desteklemek, yetkilendirme, eğitim, kariyer gelişimi, çalışma-yaşam dengesi programları uygulama gibi çeşitli insan kaynakları yönetimi uygulamaları yoluyla çalışanların iş kaynaklarını iyileştirerek kurumsal esnekliği artırmak, pazar araştırması yapmak ve kurumların turizm pazarını genişletmek için stratejik pazarlama planları geliştirmek ve yerel toplulukla iş birliği projeleri oluşturmaktır. Bu çözümleri uygulayarak, gelişmekte olan ülkelerdeki DMO'lar sadece hayatta kalmayıp, krizlerden güçlenerek çıkabilirler.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sağlık, Dayanıklılık, turizm Destinasyon Yönetim Kurumları (DMO), Kriz, Faaliyet Odaklı Bakış Açısı (or) Eylem Odaklı Perspektifler

HEALTHY AND RESILIENT ORGANIZATIONS IN DESTINATION MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF DEVELOPING COUNTRIES: CHALLENGES AND SOLUTIONS

Abstract

The vulnerability of the tourism industry to various crises emphasizes the need to enhance the capacity of organizational health and resilience of tourism destination management organizations (DMOs). It leads to the survival of these organizations in crisis conditions and paves the way for

achieving a better state than the past beyond returning to pre-crisis stability. The poor performance of DMOs in developing countries in dealing with various crises, especially during the COVID-19 pandemic, is well documented in the literature. This paper aims to identify the challenges of transforming DMOs in developing countries into healthy and resilient organizations (HERO) and to offer strategies to address them. Qualitative content analysis of documents, reports related to the activities of DMOs in the countries, and the relevant literature served as the main analysis method. The findings point out the prevalent traditional focus on organizational pathology, poor organizational structure including lack of participatory decision-making patterns, concentration of power at the top levels of the organization, low levels of organizational creativity and innovation, low levels of motivation among employees, failure in formulating effective business strategies and deficiency in engaging with the local community as the main challenges of transforming DMOs into HEROs. Creating a context for change in organizational culture by emphasizing positive organizational behavior, organizational health, and an action-oriented approach to the management of the organizations, adopting a participatory model in decision-making, supporting creativity and innovation as well as enhancing organizational flexibility through improving the job resources of employees through the implementation of a variety of human resource management operations such as empowerment, training, career development, applying work-life balance programs, market research and developing strategic marketing plans to expand the tourism market of organizations and create collaborative projects with the local community are some of the solutions identified in this paper to address the challenges.

Keywords: Organizational Health, Resilience, Destination Management Organizations, Crisis, Action-Oriented Perspectives

GASTRONOMİK DENEYİM KAVRAMI HAKKINDA BİR LİTERATÜR TARAMASI

Arş. Gör. Samuray Hakan BULUT

Atatürk Üniversitesi

samuraybulut@atauni.edu.tr

Özet

Bu çalışma gastronomik deneyim kavramını konu edinmektedir. Araştırmanın amacı gastronomik deneyim kavramını tanımlamak ve kavramı konu edinen çalışmalar üzerinden kavramın dönüşümünü incelemektir. Bu doğrultuda Web of Science (WoS) veri tabanında başlığında “gastronomic experience”, “gastronomy experience”, “dining experience”, “restaurant experience”, “food experience” anahtar kelimeleri geçen İngilizce ve Türkçe dilinde yazılmış makalelerden bir seçki sistematik olmayan tarama yöntemiyle ele alınmaktadır. Literatür incelendiğinde gastronomik deneyim, bu deneyimi oluşturan öğeler (yemek, atmosfer, sosyal etkileşim, servis kalitesi gibi) ve gastronomik deneyimin tüketicisi/turist davranışlarına etkisi (tekrar ziyaret etme niyeti, müşteri tatmini, müşteri sadakati gibi) ve destinasyonlara etkisi (marka imajı gibi) açısından değerlendirilen, nicel ve nitel tekniklerle ölçümlenebilen bir değişken olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte gastronomik deneyim, deneyim ekonomisi teorisi bağlamında ele alınan, turizm ve gastronomi literatürü içerisinde sıklıkla çalışılan bir konudur. Kısaca gastronomik deneyim restoran ya da diğer yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerde tüketicilerin seçtikleri yemekleri, yemeği yedikleri mekânı oluşturan öğeleri, alınan servis hizmetini bir bütün olarak düşünüp yaşadıkları deneyimin hatırlanabilir, öğretici, eğlendirici, keyif verici olma durumlarını değerlendirmelerini tanımlayan ve bu değerlendirmeler üzerinden deneyimin geliştirilmesini hedefleyen gastronomi çalışmalarında ele alınan bir kavramdır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomik deneyim, yemek deneyimi, restoran deneyimi, WoS.

A LITERATURE REVIEW ON THE CONCEPT OF GASTRONOMIC EXPERIENCE

Abstract

This study is about the concept of gastronomic experience. The aim of the research is to define the concept of gastronomic experience and to examine the transformation of the concept through studies on the concept. In this regard, a selection of articles written in English and Turkish with the keywords "gastronomic experience", "gastronomy experience", "dining experience", "restaurant experience", "food experience" in the title of the Web of Science (WoS) database were selected by non-systematic scanning method. is being addressed. When the literature is examined, gastronomic experience, the elements that make up this experience (such as food, atmosphere, social interaction, service quality), the effect of gastronomic experience on consumer/tourist behavior (such as revisit intention, customer satisfaction, customer loyalty) and its effect on destinations (such as brand image). It appears as a variable that can be evaluated in terms of quality and measured with quantitative and qualitative techniques. However, gastronomic experience is a frequently studied subject within the tourism and gastronomy literature, discussed in the context of experience economy theory. In short, gastronomic experience defines the consumers' evaluation of the meals they choose, the elements that make up the place where they eat, the service received as a whole, and whether the experience is memorable, instructive, entertaining and enjoyable in restaurants or other establishments that provide food and beverage services, and aims to improve the experience through these evaluations. It is a concept discussed in gastronomy studies.

Keywords: Gastronomic experience, dining experience, restaurant experience, WoS.

UNUTULMAZ TURİZM DENEYİMİ ÖNCÜLLERİNİN DAVRANIŞSAL NİYETLE İLİŞKİSİ: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

Doç.Dr. Ebru GÜNEREN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

ebruguneren@nevsehir.edu.tr

Öğr. Gör. Özge KORKMAZ

Bitlis Eren Üniversitesi

okorkmaz@beu.edu.tr

Özet

Deneyim bir olayı veya etkinliği planlama, öngörme, hikayeler anlatma ve anıları anımsama aşamalarını içeren bir süreçtir. Bu aşamalar, bireyde duygusal tepkileri uyandırarak yaşanan olaya anlam yüklenmesini sağlamakta ve soyut bir kavram olmasına rağmen deneyimlere büyük önem atfedilmektedir. Günümüzde turistlerin yaşam tarzlarındaki değişiklikler, turistik deneyimlere yönelik farklı istek ve taleplerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Turistler seyahatlerinde çeşitli aktivitelere katılarak, turistik ürünleri deneyimleyerek, farklı faaliyetler gerçekleştirerek, yeni yerler keşfederek ve yerel kültürler hakkında bilgi edinerek kendilerini yenilemek istemektedirler. Turizm deneyimleri ise bireyin olumlu değerlendirmeleri ve duygusal bağlılıklarıyla hatırladığı anlar olarak bilinmektedir. Bu deneyimler, turistlerin seyahatlerinde yaşadıkları olumlu deneyimlerle doğrudan ilişkili olduğundan turistlere sunulan turizm ürününün değeri yaşanan unutulmaz deneyimlere dayanmaktadır. Bunun yanı sıra, bir turizm destinasyonunun başarısı, turistik kitleye unutulmaz deneyimler sunabilme yeteneğiyle de doğrudan bağlantılıdır. Unutulmaz turizm deneyimi, bir etkinlik sonrasında olumlu hatırlanan ve zihinde tekrar canlandırılan deneyimler olarak bilinmektedir. Bu deneyimlerin öncülleri hazcılık, yenilik, yerel kültür, anlamlılık, yenilenme, bilgi ve katılım olarak bilinmekte ve bireylerin geçmiş deneyimlerini değerlendirmesine ve turizm endüstrisinin temelini oluşturulmasına katkıda bulunmaktadır. Turistlerin tatillerinden memnun ayrılmaları, yaşadıkları olumlu deneyimlerin unutulmaz birer anı olarak zihinlerinde kalmasını sağlamaktadır. Bu açıdan geleneksel pazarlama yaklaşımlarından farklı olarak turizm sektöründe artarak önem kazanan tüketici deneyimlerinin anlaşılması ve değerlendirilmesi önem taşımaktadır. Tüm bunlardan yola çıkarak araştırmanın amacı, Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden yabancı turistlerin deneyimlerini değerlendirerek unutulmaz turizm deneyimi öncüllerinin davranışsal niyet üzerindeki etkisini araştırmaktır. Aynı zamanda araştırma, turizm literatürüne katkı sağlamakla beraber destinasyon paydaşlarına yol gösterici olabilecek sonuçlar sunarak yönetsel fayda sağlamayı hedeflenmektedir. Bu amaç kapsamında yapılan anketler, Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden yabancı turistlere uygulanmış ve toplamda değerlendirilmek üzere 388 anket formu dikkate alınmıştır. Araştırma sonucunda, unutulmaz turizm deneyimlerinden hazcılık, yenilik, yenilenme, yerel kültür, anlamlılık ve bilgi değişkenlerinin davranışsal niyet üzerinde etkisi olduğu görüldükçe, katılım değişkeninin davranışsal niyet üzerinde bir etkisi olmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Unutulmaz turizm deneyimi, Davranışsal niyet, Kapadokya

THE RELATIONSHIP BETWEEN ANTICIPATORS OF UNFORGETTABLE TOURISM EXPERIENCE AND BEHAVIORAL INTENTION: THE CASE OF CAPPADOCIA

Abstract

Experience is a process that involves planning an event or event, anticipating it, telling stories, and recalling memories. These stages provide meaning to the event by arousing emotional reactions in the individual, and although it is an abstract concept, great importance is attached to experiences. Today, changes in tourists' lifestyles lead to the emergence of different desires and demands for touristic experiences. Tourists want to renew themselves by participating in various activities during their travels, experiencing touristic products, performing different activities, discovering new places and learning about local cultures. Tourism experiences are known as moments that the individual remembers with positive evaluations and emotional attachments. Since these experiences are directly related to the positive experiences that tourists have during their travels, the value of the tourism product offered to tourists is based on unforgettable experiences. In addition, the success of a tourism destination is directly linked to its ability to offer unforgettable experiences to the tourist audience. Unforgettable tourism experiences are known as experiences that are remembered positively and revived in the mind after an event. The antecedents of these experiences are known as hedonism, innovation, local culture, meaningfulness, renewal, knowledge and participation and contribute to individuals' evaluation of their past experiences and the formation of the basis of the tourism industry. When tourists leave their holidays satisfied, their positive experiences remain in their minds as unforgettable memories. In this respect, unlike traditional marketing approaches, it is important to understand and evaluate consumer experiences, which are becoming increasingly important in the tourism sector. Based on all these, the aim of the research is to investigate the effect of unforgettable tourism experience antecedents on behavioral intention by evaluating the experiences of foreign tourists visiting the Cappadocia Region. At the same time, the research aims to contribute to the tourism literature and provide managerial benefits by providing results that can guide destination stakeholders. The surveys conducted within the scope of this purpose were applied to foreign tourists visiting the Cappadocia Region, and a total of 388 survey forms were taken into consideration for evaluation. As a result of the research, it was seen that the variables of hedonism, innovation, renewal, local culture, meaningfulness and knowledge, which are among the unforgettable tourism experiences, had an effect on behavioral intention, while the participation variable had no effect on behavioral intention.

Keywords: Unforgettable tourism experience, Behavioral intention, Cappadocia

MOTİVASYON TEMELLİ KÜLTÜR TURİSTİ TİPOLOJİLERİ: ESKİŞEHİR İLİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Ahmet ÇAVUŞ

Atatürk Üniversitesi

ahmetcavus@atauni.edu.tr

Arş. Gör. Emrah KIRMACI

Atatürk Üniversitesi

emrahkirmaci@atauni.edu.tr

Metehan Yılmaz

Atatürk Üniversitesi

metehan.yilmaz@ogr.atauni.edu.tr

Özet

Araştırma Eskişehir’i ziyaret eden turistlerin seyahat motivasyonlarının, memnuniyet seviyesinin tespit edilmesi ve bu verilere bağlı olarak kültürel turist tipolojilerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bunun için Eskişehir’e ziyarette bulunan yerli turistlerle yüz yüze görüşme yoluyla anketler uygulanmış ve çalışmaya 407 turist katılım göstermiştir. Araştırma verilerinin analizi için SPSS programı kullanılmıştır. Kullanılan ölçek ve soruların güvenilirliğinin testi için Cronbach’s Alpha analizi, turist tipolojilerinin demografik değişkenlerinin ve dağılımlarının belirlenmesi için frekans analizi, demografik değişkenlerdeki farkların ortaya koyulabilmesi için t-testi ve ANOVA testleri uygulanmıştır. Araştırma sonuçları turist tipolojilerinin demografik değişkenlere, seyahat motivasyonlarına ve amaçlarına göre değişiklikler gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca cinsiyete göre yapılan t-testi sonuçlarına göre, seyahat motivasyonunun diğer kültürleri tanıma deneyim ve bilgi boyutuna ilişkin algıları arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Diğer kültürleri tanıma, bilgi ve deneyim boyutuyla alakalı algıların ortalamaları incelendiğinde, kadın katılımcıların erkek katılımcılara kıyasla daha yüksek motivasyona sahip oldukları gözlemlenmiştir. Turistlerin ziyaret motivasyonlarının dinlenme, prestij/statü, destinasyona olan merak, ilgi, sosyalleşme, bireyler arası ilişki kurma isteği, akraba ve arkadaşları ziyaret etme gibi başlıklar altında değerlendirilebileceği belirlenmiştir. Eskişehir’i tercih eden yerli turistlerin profili kültürel turizme ilgi duyan, genç ve orta yaş aralığındaki bireylerden oluştuğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turist Tipolojileri, Kültür Turisti, Turist Motivasyonu, Eskişehir

MOTIVATION-BASED CULTURAL TOURIST TYPOLOGIES: THE CASE OF ESKİŞEHİR

Abstract

The aim of the research was to determine the travel motivations and satisfaction levels of tourists visiting Eskişehir, and to identify cultural tourist typologies based on this data. For this purpose, face-to-face surveys were conducted with domestic tourists visiting Eskişehir, and 407 tourists participated in the study. The SPSS program was used for the analysis of research data. Cronbach’s Alpha analysis was used to test the reliability of the scales and questions used, frequency analysis was conducted to determine the demographic variables and distributions of tourist typologies, and t-tests and ANOVA tests were applied to reveal differences in demographic variables. The research results indicated that tourist typologies varied according to demographic variables, travel motivations, and purposes. Additionally, according to the t-test results conducted by gender, a significant difference was found in the perception of participants’ travel motivation related to the dimension of recognizing other cultures, knowledge, and experience. When the averages of

perceptions related to recognizing other cultures, knowledge, and experience were examined, it was observed that female participants had higher motivation compared to male participants. The motivations of tourists visiting Eskişehir were found to be categorized under titles such as relaxation, prestige/status, curiosity about the destination, interest, socialization, desire to establish interpersonal relationships, and visiting relatives and friends. The profile of domestic tourists preferring Eskişehir was determined to consist of individuals interested in cultural tourism, predominantly young and middle-aged.

Keywords: Tourist Typologies, Cultural Tourist, Tourist Motivation, Eskişehir.

TERMAL TURİZM DESTİNASYON İMAJİ İLİŞKİSİ: HAYMANA ÖRNEĞİ⁴

Sezer YAMAN

Düzce Üniversitesi

sezer2106@hotmail.com

Doç. Dr. Erkan TAŞKIRAN

Düzce Üniversitesi

erkantaskiran@duzce.edu.tr

Özet

Termal turizm tüm dünyada insanların çeşitli sağlık problemlerine şifa amaçlı kullanılan en eski tedavi yöntemlerindendir. Termal turizm faaliyetleri tüm yıla yayılabilen turizmin ender çeşitlerindendir. Termal turizm merkezlerinin bulunduğu destinasyonlar, bölge imajına katkılarından dolayı ziyaretçiler tarafından daha çekici bulunmaktadır. Çalışmanın temel amacı, termal turizm ile destinasyon imajı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu anlamda Haymana bölgesinde son dönemlerde sayıları artan termal tesislerin yöneticilerinin bakış açılarıyla Haymana destinasyon imajına yönelik oluşan değişikliklerin neler olduğu yöneticiler ile yapılan görüşmelerle belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılarak problemin çözümüne ilişkin derinlemesine bilgi elde edilmesi planlanmıştır. Veriler yüzyüze görüşme tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucunda elde edilen verilere göre, termal turizm işletmelerinin destinasyon imajı açısından son derece önemli olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Termal Turizm, Destinasyon İmajı, Haymana

EVALUATION OF THERMAL TOURISM BUSINESSES IN TERMS OF DESTINATION IMAGE: HAYMANA CASE

Abstract

Thermal tourism is one of the oldest treatment methods used all over the world for healing various health problems. Thermal tourism activities are one of the rare types of tourism that can spread all year round. The destinations where thermal tourism centers are located are more attractive from visitors because of their contribution to the image of the region. The main purpose of this study is to investigate the relationship between thermal tourism and destination image. In this sense, the changes in Haymana destination image were tried to be determined by interviews with the perspectives of the managers of the thermal facilities which have recently increased in the Haymana region. In addition, interviews with the managers of thermal tourism enterprises have taken their thoughts on the tourism potential, infrastructure, thermal facilities and general publicity of the district. In this context, it is planned to obtain in-depth information about the solution of the problem by using qualitative research method. Data were obtained using face-to-face interview technique. The data obtained were analyzed using descriptive analysis technique. According to the data obtained as a result of the research, it has been revealed that thermal tourism enterprises are extremely important in terms of destination image.

Keywords: Thermal Tourism, Destination Image, Haymana

⁴ Bu çalışma 2020 yılında yazılan “Termal Turizm İşletmelerinin Destinasyon İmajı Açısından Değerlendirilmesi: Haymana Örneği” isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ İLE BİREYSEL YENİLİKÇİLİK ALGILARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Doç. Dr. Tuba TÜRKMENDAĞ

Atatürk Üniversitesi
tuba.gezen@hotmail.com

Özet

Bireylerin yenilikçi olma özellikleri kişiden kişiye farklılık gösterebilmektedir. Ayrıca bireylerin yenilikçi olma özellikleri çeşitli durumlardan ve faktörlerden etkilenebilmektedir. Yaşanan gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan sosyal, kültürel ve teknolojik yenilikler ve yenilikçi davranışlar, bireylerin hem sosyal hayatta hem de iş hayatındaki yenilikçilik becerileri ve yetenekleri üzerinde etkili olmaktadır. Bu bağlamda araştırmada bireylerin sahip olduğu kişilik özellikleri ile bireysel yenilikçilik arasındaki ilişkinin belirlenmesi ve kişilik özelliklerinin bireylerin yenilikçilik davranışı üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunu tespit etmek amaçlanmaktadır. Araştırma nicel araştırma yöntemiyle yürütülmüştür. Kişilik özelliklerini belirlemek amacıyla beş faktör kişilik özelliği ölçeği kullanılmış ve *Açıklık*, *Dürüstlük*, *Dışa dönüklük*, *Uyumluluk*, *Nevrotiklik* boyutları belirlenmiştir. Bireysel yenilikçiliğe ilişkin ise *Fikir Önderliği*, *Risk Alma*, *Değişime Direnç* boyutları tespit edilmiştir. Araştırmanın temel bulguları arasında elde edilen kişilik özelliklerinin “açıklık”, “nevrotiklik” ve “dışadönüklük” boyutlarının bireysel yenilikçiliğin “fikir önderliği” boyutu üzerinde anlamlı etkisi olduğunu göstermektedir. Kişilik özelliklerinin yalnızca “Açıklık” boyutunun bireysel yenilikçiliğin “Risk Alma” boyutu üzerinde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Kişilik özelliklerinin “Açıklık”, “Nevrotiklik”, “Dürüstlük” ve “Uyumluluk” boyutlarının bireysel yenilikçiliğin “Değişime Direnç” boyutu üzerinde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar, turizm eğitimi alan öğrencilerin yenilikçilik potansiyellerini değerlendirmek ve geliştirmek için önemli bir anlayış sunmaktadır. Bu çerçevede araştırmada; bireyin kendisi, işletme liderleri, insan kaynakları uzmanları ve eğitimciler için önemli öneriler sunulacak ve bireysel yenilikçiliği desteklemeye yönelik stratejilere rehberlik edecek sonuçlara yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bireysel Yenilikçilik, Kişilik Özellikleri, Turizm Öğrencileri

EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM STUDENTS' PERSONALITY TRAITS AND THEIR INDIVIDUAL INNOVATIVENESS PERCEPTIONS

Abstract

Individuals' innovative characteristics can vary from person to person. Additionally, individuals' innovative traits can be influenced by various situations and factors. The individual innovative characteristics that individuals possess can be determined based on the extent to which they are positively or negatively affected by these factors. Personality is the sum of internal and external characteristics that can affect an individual's behavior (Abdullah et al., 2016). Social, cultural, and technological innovations and innovative behaviors resulting from ongoing developments affect individuals' innovative skills and abilities in both social and professional life. In this context, the aim of the research is to determine the relationship between individuals' personality traits and individual innovation and to determine how personality traits affect individuals' innovative behavior. The research was conducted using quantitative research methods. The Five-Factor Personality Trait Scale was used to determine personality traits, and the dimensions of *Openness*,

Honesty, Extraversion, Agreeableness, and Neuroticism were identified. Regarding individual innovation, the dimensions of “Idea Leadership”, “Risk Taking”, and “Resistance to Change” were determined. Among the main findings of the research, the personality traits of “Openness”, “Neuroticism”, and “Extraversion” were found to have a significant effect on the dimension of “Idea Leadership” of individual innovation. It was found that only the “Openness” dimension of personality traits had a significant effect on the dimension of “Risk Taking” of individual innovation. It was found that the personality traits of “Openness”, “Neuroticism”, “Honesty”, and “Agreeableness” had a significant effect on the dimension of “Resistance to Change” of individual innovation. The results obtained provide important insights for evaluating and developing the innovative potential of students studying tourism. In this context, the research provides important recommendations for individuals themselves, business leaders, human resources professionals, and educators and includes results guiding strategies to support individual innovation.

Keywords: Individual Innovativeness, Personality Traits, Tourism Students

GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA ŞANLIURFA GELENEKSEL MUTFAĞI

Prof. Dr. İbrahim HAYOĞLU

Harran Üniversitesi

ihayoglu@harran.edu.tr

Berika HAYOĞLU

Acıbadem Üniversitesi

bhayoglu01@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Sabri ÜNSAL

Harran Üniversitesi

asabri@harran.edu.tr

Özet

Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan on iki bin yıllık tarihi geçmişi, köklü gastronomi kültürü ve inanç turizmi ile ülkemizin önemli bir turizm merkezi olan Şanlıurfa, turizm alanındaki çekiciliğini her geçen gün daha da arttıran bir destinasyondur. Geleneksel ürünler açısından zengin ve önemli avantajlara sahip olan ülkemizde bu ürünlerin doğru kullanımı ve bozulmadan değerlendirilmesi büyük önem arz etmektedir. Nesiller boyunca aktarılan geleneksel gıdalarımızın değişen yaşam biçimleri nedeniyle unutulması ve yok olması söz konusu olabilmektedir. Şanlıurfa tarihin sıfır noktası olarak kabul edilen Göbekli Tepe'den başlamak üzere tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, içerisinde farklı kültürel kimliklerin uzun yıllardan beri bir arada huzur içinde yaşadığı tarihi, arkeolojik, teolojik ve mitolojik geçmişi olan kadim bir şehirdir. Şanlıurfa, bu medeniyetlerin katkısı ile oluşmuş mutfak kültürü ile günümüzde gözde bir Gastronomi Turizmi merkezi olma özelliği taşımaktadır. Şanlıurfa'nın gastronomik zenginliği, coğrafi işaretli ürünlerle de tescillenmiştir. Patlıcan kebabı, ciğer kebabı, menengiç kahvesi, Urfa isotu, kıymalı çiğ köfte, lahmacun, şıllık tatlısı gibi ürünler şehrin özgün lezzetlerini temsil etmektedir. Bu araştırma, geleneksel yöntemlerle hazırlanmış yöresel gıda ürünlerini ve şehrin gastronomik yapısını tanıtmaya katkı sağlamak için yapılmış bir çalışmadır.

Anahtar Kelimeler: Şanlıurfa, gastronomi, geleneksel, mutfak, turizm

ŞANLIURFA TRADITIONAL CUISINE WITHIN THE SCOPE OF GASTRONOMY TOURISM

Abstract

Located in the Southeastern Anatolia Region of Turkey, Şanlıurfa, an important tourism center of our country with its twelve thousand years of historical past, deep-rooted gastronomy culture and religious tourism, is a destination that increases its attractiveness in the field of tourism day by day. In our country, which is rich in traditional products and has significant advantages, it is important to use these products correctly and use them without spoiling. Our traditional foods, passed down through generations, may be forgotten or destroyed due to changing lifestyles. Şanlıurfa is an ancient city with a historical, archaeological, theological, and mythological past that has hosted many civilizations throughout history, starting with Göbekli Tepe, which is considered the zero point of history, and where different cultural identities have lived together in peace for many years. Şanlıurfa is a popular Gastronomy Tourism center today with its culinary culture formed with the contribution of these civilizations. Şanlıurfa's gastronomic richness is also

registered with geographically indicated products. Products such as eggplant kebab, liver kebab, terebinth coffee, Urfa isot, raw meatballs with minced meat, lahmacun, and şıllık dessert represent the unique tastes of the city. This research is a study conducted to contribute to introducing local food products prepared with traditional methods and the gastronomic structure of the city.

Keywords: Şanlıurfa, gastronomy, traditional, cuisine, tourism

TRIPADVISOR ZİYARETÇİ YORUMLARININ İÇERİK ANALİZİ: HASANKEYF ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Nur KULAKOĞLU DİLEK

Batman Üniversitesi
nurkulakoglu@hotmail.com

Doç. Dr. Sebahattin Emre DİLEK

Batman Üniversitesi
s.emre.d@hotmail.com

Doç. Dr. Mustafa DOĞAN

Batman Üniversitesi
mustafadoganmustafa@gmail.com

Özet

Çalışmanın amacı, önemli bir kültür turizmi destinasyonu olan Hasankeyf'e ilişkin çevrimiçi ziyaretçi yorumlarının incelenmesi, Hasankeyf'e yapılan baraj projesi ile ilgili görüşlerin ortaya çıkarılması ve bu doğrultuda sürdürülebilir gelişimi açısından önerilerde bulunmaktır. Çevrimiçi seyahat platformu olan TripAdvisor'da Hasankeyf ile ilgili Eylül 2017 ile Mart 2024 tarihleri arasında toplam 90 ziyaretçi yorumu bulunmaktadır. Bu yorumlar içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Çevrimiçi deneyim paylaşım platformu olan TripAdvisor, ziyaretçilerin bir destinasyon için yaptıkları seyahat planı açısından önemli bir referans kaynağı olmaktadır. Ayrıca destinasyon yerel yönetimleri ve diğer turizm paydaşları için de fikir verici olabilmektedir. Yazında turistik destinasyonlara ilişkin ziyaretçi yorumlarını inceleyen çalışmalar olmakla birlikte Hasankeyf ziyaretçilerine yönelik araştırmaların kısıtlı olması bu çalışmanın hazırlanmasında belirleyici olmuştur. Çalışma bulgularına göre Türkçe yetmiş altı, İngilizce yedi, Almanca beş, Rusça bir ve İtalyanca bir olmak üzere beş farklı dilde yorum bulunmaktadır. Ziyaretçilerin yarısından fazlası (56) Hasankeyf için mükemmel oyu kullanılmışken, sekiz adet berbat ve üç adet kötü oyu kullanılmıştır. 11 ziyaretçi yorumunda “mutlaka ziyaret edin” başlığını vermiştir. Analiz sonucunda somut kültürel miras, doğal miras ile yerel halk ve kültür olmak üzere üç ana tema ortaya çıkmıştır. Yorumlarda genel olarak olumsuz ifadeler olumlu ifadelerle oranla daha fazladır. Olumlu yorumlar arasında sık tekrarlanan kodlar; muhteşem, mükemmel, tarih kokan, huzur, samimi iken; olumsuz yorumlar arasında sık tekrarlanan kodlar ise yazık, hayal kırıklığı, ruhsuz şeklindedir. Çalışmanın sonuçları kültürel, çevresel ve sosyal açılardan yerel halkın refahına etki edebilecek öneriler sunarken yerel yönetimler ve karar alıcılar için sürdürülebilir destinasyon gelişimine yönelik bir vurgu yapılmaktadır. Çalışmadan özellikle yerel halk, yerel yönetimler, politika yapıcılar ve bu alanda çalışan akademisyenlerin yararlanması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kültür Turizmi, Kültürel Miras, TripAdvisor, İçerik Analizi, Hasankeyf

CONTENT ANALYSIS OF TRIPADVISOR VISITOR COMMENTS: A CASE OF HASANKEYF

Abstract

The aim of the study is to examine online visitor comments about Hasankeyf, an important cultural tourism destination, to reveal opinions about the dam project in Hasankeyf and to make suggestions for its sustainable development in this direction. There are a total of 90 visitor comments about Hasankeyf on TripAdvisor, an online travel platform, between September 2017 and March 2024. These comments were examined using the content analysis method. TripAdvisor, an online experience sharing platform, is an important reference source for visitors

in terms of their travel plans for a destination. It can also be informative for destination local governments and other tourism stakeholders. Although there are studies examining visitor comments about tourist destinations in the literature, the limited number of studies on Hasankeyf visitors was decisive in the preparation of this study. According to the study findings, there are seventy-six comments in Turkish, seven in English, five in German, one in Russian and one in Italian. While more than half of the visitors (56) voted excellent for Hasankeyf, there were eight terrible and three poor votes. 11 visitors gave the title "must visit" in their comments. As a result of the analysis, three main themes emerged: tangible cultural heritage, natural heritage and local people and culture. In general, negative expressions are more than positive expressions in the comments. Frequently repeated codes among positive comments are magnificent, perfect, historical, peaceful, sincere, while frequently repeated codes among negative comments are pity, disappointment, soulless. While the results of the study provide suggestions that may affect the welfare of local people in cultural, environmental and social aspects, an emphasis is placed on sustainable destination development for local governments and decision makers. It is aimed to benefit from the study especially local people, local governments, policy makers and academics working in this field.

Keywords: Culture Tourism, Cultural Heritage, TripAdvisor, Content Analysis, Hasankeyf

TURİZM ALANINDA YAPILMIŞ OLAN KAHVE KONULU ÇALIŞMALARIN VOSVIEWER İLE BİBLİYOMETRİK ANALİZİ ⁵

Tolgahan DOĞAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
tolgahan11@windowslive.com

Özet

Kahve, yüzyıllardır insanlara keyif verici bir içecek olarak tüketilen, farklı üretim ve tüketim şekilleri olan son derece önemli bir maddedir ve ayrıca kahve, dünyada petrolden sonra en fazla alımı ve satımı yapılan önemli bir ticari üründür. Kahvenin bu denli ilgi gören bir ürün olması nedeniyle son yıllarda kahve ile ilgili yazılarda büyük bir artış gözlemlenmiştir. Bundan dolayı bu çalışmada 2000-2023 yılları arasında konu bakımından kahve ile ilgili olup turizm alanında kaleme alınmış makalelerin çeşitli kriterler kapsamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda 1 Mart 2024 tarihinde Web of Science veri tabanı vasıtasıyla 255 adet yayın nitel bir araştırma yöntemi olan doküman inceleme tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Konu bakımından kahve ile ilgili ve turizm alanında yapılmış çalışmalardan elde edilen veriler VOSviewer 1.6.20, Excel, Paintmaps.com programları kullanılarak incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre konu bakımından kahve ile ilgili olup turizm alanında kaleme alınmış makale sayısı son yıllarda artış göstermekte ayrıca araştırmacılar tarafından sıklıkla ele alınan bu konu yüksek etkileri ve impact faktörleri yüksek olan dergilerde yayımlanmaktadır. Genel olarak çalışmalara bakıldığında en çok tekrar eden anahtar kelimelerin kahve, turizm ve marka sadakati olduğu gözlemlenmektedir. Yapılan çalışmalara bakıldığında bu konuya en çok katkı sağlayan yazarların Song, Jang, Han, Hwang, Li, Altınay, Busser, Tegegne, Ferraro ve Kim olduğu görülmektedir. Konu bakımından kahve ile ilgili olup turizm alanında kaleme alınmış makalelere toplamda 68 ülkeden destek sağlanmıştır ve bu ülkeler arasından en fazla destek sağlayanlar ise sırasıyla Amerika, Güney Kore, Çin, Türkiye, İngiltere, Avustralya, Tayvan, İspanya, Brezilya ve Meksika olduğu tespit edilmiştir. Yayımlanan makalelerde en fazla payı olan kurumlar ise sırasıyla Sejong University, State University System of Florida, University System of Georgia, Kyung Hee University, Georgia State University, Youngsian University, National Kaohsiung University of Hospitality Tourism, Pai Chai University, Dongguk University, Griffith University olduğu görülmektedir. Yapılan bu çalışma konu bakımından kahve ile ilgili olup turizm alanında kaleme alınmış makalelerin haritalandırılarak detaylı bir şekilde incelendiği ilk çalışma olma özelliği bakımından önem taşımaktadır ve ayrıca çalışma, kahvenin süreç içerisindeki evrimini göstermekle birlikte bu konu hakkında gelecekle ilgili bizlere fikir vermektedir.

Anahtar Kelimeler: Bibliyometrik, Kahve, Turizm, VOSviewer

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF STUDIES ON COFFEE IN THE FIELD OF TOURISM WITH VOSVIEWER

Abstract

Coffee is an extremely important substance that has been consumed as a recreational beverage by people for centuries and has different production and consumption methods. Moreover, coffee is an important commercial product that is bought and sold the most in the world after oil. Since

⁵ Bu çalışma Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi'nde görev yapan Doç. Dr. Ozan ATŞİZ danışmanlığında yürütülen “Kahve Tüketicilerinin Tüketim Alışkanlıkları, Motivasyonları ve Sınırlılıkları: Kuşaklar Arası Bir Değerlendirme” adlı tez konusundan üretilmiştir.

coffee is such a popular product, there has been a huge increase in articles about coffee in recent years. Therefore, in this study, it was aimed to evaluate the articles related to coffee and written in the field of tourism between 2000 and 2023 within the scope of various criteria. For this purpose, 255 publications were analyzed through the Web of Science database on March 1, 2024, using the document review technique, which is a qualitative research method. In terms of subject matter, data obtained from studies conducted in the field of coffee and tourism were examined using VOSviewer 1.6.20, Excel, Paintmaps.com programs. According to the results obtained, the number of articles related to coffee and written in the field of tourism has increased in recent years, and this subject, which is frequently discussed by researchers, is published in journals with high impact and impact factors. When we look at the studies in general, it is observed that the most recurring keywords are coffee, tourism and brand loyalty. When we look at the studies, it can be seen that the authors who contributed the most to this subject are Song, Jang, Han, Hwang, Li, Altınay, Busser, Tegegne, Ferraro and Kim. In terms of subject matter, articles related to coffee and written in the field of tourism received support from a total of 68 countries, and it was determined that the countries that provided the most support among these countries were America, South Korea, China, Turkey, England, Australia, Taiwan, Spain, Brazil and Mexico, respectively. This study is related to coffee and is important as it is the first study in which articles written in the field of tourism are mapped and examined in detail. Moreover, the study shows the evolution of coffee in the process and gives us an idea about the future on this subject.

Keywords: Bibliometric, Coffee, Tourism, VOSviewer

ARKEOBOTANİK KALINTILARIN KÜLTÜREL MİRAS AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: DEMİR ÇAĞI ÖRNEĞİ

Erdal ÖZGÜNER

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
erdalozguner83@gmail.com

Özet

Arkeobotanik (paleoetnobotanik), antik çağlardaki iklim ve çevresel değişikliklerin yanı sıra bitkilerin gıda ve yem için insanlar ve onların evcilleştirdikleri hayvanları tarafından tüketilmesine ilişkin çalışmalar yapan bir bilim dalıdır. Son yıllarda, fitolitler ve palinoloji kapsamında polen spor gibi mikrofosillerin de arkeobotanik araştırmalara dahil edilmesiyle bu bilim dalı sürekli genişlemektedir. Bu bitki mikrofosilleri, çevre bitki örtüsünün ve iklim koşullarının aydınlatılmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca insan-bitki etkileşimleri -beslenme, evcilleştirme, tarımsal uygulamalar, bitki işleme ve depolama alanları, gıda maddelerine erişimini düzenleyen sosyo-ekonomik faktörler ve ritüeller bu alandaki çalışmaları çeşitlendirmiştir. Örneğin Yeni Dünya'daki son arkeobotanik buluntular, acı biberin en eski baharatlardan biri olduğunu ve 6.000 yıl önce yetiştirildiğini göstermiştir. Yine Orta Avrupa'nın Alp çevresi bölgesinde 6.000 yıllık insan dışkı (koprolitler) elde edilen polen formunda doğal sarımsağın (*Allium spp.*) kullanılıp tüketildiği belirlenmiştir. Ülkemizde ise makroskobik bitki kalıntıları üzerine yapılan son çalışmalar, Anadolu'nun buğdayın evcilleştirilmesinde stratejik rolü olduğunu göstermiştir. Nitekim arkeobotanik araştırmalar, bir buğday türü olan yeni kavuzlu buğday (*Triticum*) türünün MÖ dokuzuncu binyıldan beri Anadolu'da kullanıldığını işaret etmiştir. Bu çalışmada, MÖ 1. bin yılda Anadolu'nun doğusunda ilk merkezi devlet olan Urartu Krallığına tarihlendirilen arkeolojik alanlarda özellikle Ayanis Kalesi, Yoncatepe Kalesi ve Patnos bölgesi kazılarında belirlenmiş arkeobotanik kalıntıların değerlendirilmesi ve arkeobotanik verilerin birer kültürel miras olarak ele alınması gerekliliği tartışılacaktır.

Anahtar Kelime: Arkeobotanik, Bitki, Urartu, Anadolu.

EVALUATION OF ARCHAEOBOTANICAL REMAINS IN TERMS OF CULTURAL HERITAGE: IRON AGE EXAMPLE

Abstract

Archaeobotany (paleoethnobotany) is a branch of science that studies climate and environmental changes in ancient times, as well as the consumption of plants for food and feed by humans and their domesticated animals. In recent years, this branch of science has been constantly expanding by including microfossils such as pollen spores within the scope of phytoliths and palynology in archaeobotanical research. These plant microfossils contribute to the elucidation of the surrounding vegetation and climatic conditions. In addition, human-plant interactions - nutrition, domestication, agricultural practices, plant processing and storage areas, socio-economic factors and rituals regulating access to foodstuffs have diversified the studies in this field. For example, recent archaeobotanical finds in the New World have shown that chili pepper is one of the oldest spices and was cultivated 6,000 years ago. It has also been determined that natural garlic (*Allium spp.*) was used and consumed in the form of pollen obtained from 6,000-year-old human feces (coprolites) in the Alpine region of Central Europe. In our country, recent studies on macroscopic plant remains have shown that Anatolia had a strategic role in the domestication of wheat. As a

matter of fact, archaeobotanical research has indicated that the new spelled wheat (*Triticum*), a type of wheat, has been used in Anatolia since the ninth millennium BC. This study will discuss the evaluation of documented archaeobotanical remains in archaeological sites especially from the excavations of Ayanis Fortress, Yoncatepe Fortress and Patnos region. dating back to the Urartian Kingdom, the first centralized state in the east of Anatolia in the 1st millennium BC, and the necessity of treating archaeobotanical data as cultural heritage.

Keywords: Archaeobotany, Plant, Urartian, Anatolia.

TURİZM İŞLETMELERİNDE İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ NASIL BİR SÜREÇ İZLEMEKTEDİR: ŞIRNAK İLİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Ramazan Vedat SÖNMEZ

Şırnak Üniversitesi

rvsonmez@gmail.com

Özet

Ulusal ve uluslararası pazarlarda yaşanan yoğun rekabet ortamında entelektüel sermaye stratejik bir rol üstlenmektedir. Bu sermayenin yönetimi, etkin ve verimli kullanılması örgütsel hedeflere ulaşılması açısından kritik bir öneme sahiptir. Turizm sektörünün emek yoğun ve özellikle müşteri-işgören etkileşiminin sürekli olması entelektüel sermayenin önemini daha da artırmaktadır. Turizm sektöründe aranılan nitelikte, uygun maliyette ve ihtiyaç duyulan zamanda iş gücünün temini yöneticilerin önem verdiği bir konu olarak ön plana çıkmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, insan kaynaklarının temini, seçimi, eğitimi, işe yerleştirilmesi, ücret ve diğer politikaların belirlenmesi örgütlerin stratejik karar ve uygulamaları arasında yer almaktadır. Bu çalışmanın amacı; turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin insan kaynakları yönetimi ile ilgili uyguladıkları politikaları belirlemektir. Bir başka ifade ile turizm işletmelerin, insan kaynaklarının temini, işe alım, yerleştirme, ücret, kariyer, eğitim gibi uygulamalarını belirlemek ve süreç içinde karşılaşılan sorunları tespit etmektir. Bu amaçla çalışma da nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın evrenini Şırnak ilinde faaliyet gösteren turizm işletmeleri oluşturmaktadır. Turizm sektöründe çalışan yöneticiler ile yapılan görüşmeler sonucunda elde veriler betimsel analiz ile değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Çalışma sonucunda, turizm işletmelerin nitelikli işgören temininde sorunlar yaşadığı, insan kaynakları planlamalarını iş yükü, mevsimsel dönem ve iş gücüne bağlı olarak gerçekleştirdikleri, kariyer planlamalarında işletme-işgören beklentilerini dikkate aldıkları, ücretlendirme politikalarını eğitim, tecrübe ve yaş kriterlerine göre belirledikleri, işe alım süreçlerinde, mülakat, ilan ve işgören çevresini tercih ettikleri, performans değerlendirme sürecinde, müşteri memnuniyeti, iş yeri disiplini ve zaman kriterlerinin önemli olduğu, işe yerleştirme aşamasında işgören-iş uyumuna önem verdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm İşletmeleri, İş gören, İnsan kaynakları, Yönetim,

WHAT KIND OF PROCESS IS HUMAN RESOURCES MANAGEMENT FOLLOWED IN TOURISM BUSINESSES: THE EXAMPLE OF ŞIRNAK PROVINCE

Abstract

Intellectual capital plays an important role in the intense competitive environment in national and international markets. Effective and efficient use of this capital is of critical importance in achieving organizational goals. The fact that the tourism sector is labor intensive and especially the customer-employee interaction is continuous increases the importance of intellectual capital. Supplying the workforce with the required qualifications and at the time needed in the tourism sector stands out as another issue that managers attach importance to. When evaluated from this perspective, the procurement, selection, training, job placement, determination of wages and other

policies of human resources are among the strategic decisions and practices of organizations. The purpose of this study is to determine the policies implemented by businesses operating in the tourism sector regarding human resources management. In other words, it is to determine the practices of businesses such as the provision of human resources, recruitment, placement, wages, career and training, and to identify the problems encountered in the process. For this purpose, qualitative research method was used in the study. The population of the study consists of tourism enterprises operating in Şırnak province. The population of the study consists of tourism enterprises operating in Şırnak province. The data obtained as a result of interviews with 17 managers working in the tourism sector are evaluated with descriptive analysis. As a result of the study, it was concluded that tourism enterprises had problems in supplying qualified employees and that they carried out their human resources planning depending on workload, seasonal period and workforce. They take into account business-employee expectations in their career planning, determine their remuneration policies according to education, experience and age criteria, prefer interviews, advertisements and employee environments in the recruitment processes, data were obtained that customer satisfaction, workplace discipline and time criteria are important in the performance evaluation process, and that they attach importance to employee-job harmony during the job placement phase.

Keywords: Tourism businesses, Working, Human Resources, Management

TURİZMİN DİNİ VE ETİK BOYUTLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Cabir ALTINTAŞ

Şırnak Üniversitesi
mcabiraltintas@sirnak.edu.tr

Özet

İnsanlar seyahat etme eğiliminde oldukları zaman, sadece keşfetme arzusuyla değil, aynı zamanda etik ve dini boyutları da dikkate almalıdır. Bu çalışma, turizm endüstrisinde sıklıkla ihmal edilen ancak önemli olan dini ve etik konuları eleştirel bir bakış açısıyla incelemektedir. Maneviyat, ahlak ve seyahatin kesişme noktalarını inceleyerek, dini inançların ve etik düşüncelerin bireylerin turist olarak deneyimlerini nasıl şekillendirdiğine ve destinasyon seçimlerini nasıl etkilediğine ışık tutmaktadır. Sosyoloji, antropoloji ve dini çalışmalardan yararlanan disiplinler arası bir mercek, bu makale inanç turizmi ile çağdaş turizm uygulamalarının kesişme yollarını incelemektedir. Ayrıca, kültürel duyarlılık, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk konularını ele alarak turizm faaliyetlerinin etik sonuçlarını araştırmaktadır. Bu boyutları değerlendirerek, bu çalışma turizmdeki çok yönlü dinamiklerin kapsamlı bir şekilde anlaşılmasını sağlamayı ve alandaki sorumlu ve etik uygulamalara ilişkin tartışmaları teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Bu çalışma, yazarın turizm literatür taraması ve burada tartışılan konulardaki dünya üzerindeki güncel çalışmaların incelenmesine dayanmaktadır; ancak sistematik bir literatür taraması olması amaçlanmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Çağdaş Turizm, İnanç Turizmi, Dini Boyutlar, Etik boyutlar.

EVALUATION OF RELIGIOUS AND ETHICAL DIMENSIONS OF TOURISM

Abstract

When people tend to travel, they should not only be motivated by the desire to explore, but also consider ethical and religious dimensions. This study critically examines the often neglected but important religious and ethical issues in the tourism industry. By examining the intersections of spirituality, ethics and travel, it sheds light on how religious beliefs and ethical considerations shape individuals' experiences as tourists and influence their choice of destinations. Through an interdisciplinary lens that draws on sociology, anthropology and religious studies, this article examines the ways in which faith tourism and contemporary tourism practices intersect. It also explores the ethical implications of tourism activities by addressing issues of cultural sensitivity, environmental sustainability and social responsibility. By considering these dimensions, this study aims to provide a comprehensive understanding of the multifaceted dynamics in tourism and to stimulate debate on responsible and ethical practices in the field. This study is based on the author's review of the tourism literature and a review of recent studies from around the world on the topics discussed here but is not intended to be a systematic literature review.

Keywords: Contemporary Tourism, Faith Tourism, Religious Dimensions, Ethical Dimensions.

AN EMPIRICAL STUDY ON INFLUENTIAL FACTORS IN SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN SUNDERBANS, WEST BENGAL, INDIA

Lovely Biswas
Birsha University
Dr. Malay Kumar Ghosh
Birsha University

Abstract

The tourism industry is a vital component of the global economy, offering enriching experiences of tourists and contributing significantly to various regions. Talking about the region, the Sunderbans, located in West Bengal, India, as the largest conglomeration of forest islands globally. While the Sunderbans possess remarkable ecological significance and attract a considerable number of tourists, there are also influential aspects associated with the region. This research delves into the intricate interactions of influential social aspects on the Sunderbans' tourism business, focusing on economic, socio-cultural, environmental, and technical components. Employing a statistical tools, the researcher collected primary data through surveys, interviews, and participant observations, supplemented by secondary data from literature and reports. By adopting statistical approach, the study explores the significant influence of various factors on the tourism industry. Through examination and hypothesis testing, the research scrutinizes these contributing elements and their significance. Additionally, it emphasizes understanding the interplay of these factors and their impact on the tourism industry of the Sunderbans. Ultimately, this study contributes a comprehensive analysis and proposes control measures to mitigate the growth of these influencing factors, ensuring sustainable tourism development in the region.

Keywords: Tourism Industry, Environment, Influential, Exploitation on tourist, Overpricing, Non biodegradable, commercialisation, Negative aspect.

KÜLTÜREL DEĞERLER EŞLİĞİNDE ESKİ BAĞLARI İLE BİR BOZKIR ÜZÜMÜ: HASANDEDE

Prof. Dr. Birhan KUNTER

Ankara Üniversitesi

marasali@agri.ankara.edu.tr

Doç. Dr. Nurhan KESKİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

keskin@yyu.edu.tr

Doç. Dr. Özkan KAYA

North Dakota Üniversitesi

kayaozkan25@hotmail.com

Özet

Hasandede köyü Kırıkkale iline bağlı ve şehir merkezine yaklaşık 14 km mesafede, tarım, sanayi ve kültürel zenginliklere sahip bir bölgenin özel bir parçasıdır. Bu köyden ismini alan Hasandede üzüm çeşidi ise kadim Anadolu bozkırında yalnız coğrafik yapının değil, sosyo-kültürel yapının da mirası olan atasal bir çeşittir. Orijinal ekolojisinde geçmişten bugüne gelmiş çok yaşlı Hasandede bağları zamana karşı koymuş ve değerini korumuştur. Hasandede köyünün Hasandede türbesiyle inanç turizmi için önemli bir durak olması, Hasandede bağlarının turizm açısından değerini de güçlendirmektedir. Ülkemiz asma gen kaynakları içerisinde Hasandede üzüm çeşidi, beyaz şaraplık üzüm çeşidi olarak önem taşımaktadır. Diğer yandan Ankara, Kırıkkale, Çorum ve Çankırı illerinde, tutkuyla sofralık olarak da tüketilmektedir. Yeşil-sarı tane rengine sahip ve çekirdekli. Kökeninin çok eski olması ve farklı mikro-klima alanlarında yetiştirilmesi nedeniyle bağcılıkta klon adı verilen varyasyonları bulunmaktadır. T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü'nün yetkisi altında yürütülmekte olan klon seleksiyonu ıslahı ile farklı karakterler kazanmış Hasandede genotiplerinin belirlenmesi, klonların korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması sağlanacaktır. Hasandede üzümü bağcılık ve şarapçılık için eski, ancak yeni teknolojilerle nitelikleri geliştirilebilecek ulusal bir değerdir. Bu çalışmada, Hasandede üzüm çeşidinin Hasandede köyünün turizm değerlerine katkısının ifade edilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda çeşidin özgün morfolojik tanımlanması, eski bağların özellikleri, yerinde gerçekleştirilen özgün incelemeler ile değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Eski bağlar, atasal üzüm çeşidi, kültürel miras, Hasandede köyü

HASANDEDE: A STEPPE GRAPE ENRICHED BY ANCIENT VINEYARDS AND CULTURAL HERITAGE

Abstract

Hasandede village, about 14 km away from the city of Kırıkkale, is a special part of the province that has agricultural, industrial and cultural riches. The Hasandede grape, named after this village, is an ancient cultivar that is a legacy of the geographical and socio-cultural structure of the ancient Anatolian steppe. The old Hasandede vineyards have stood against time in their original ecology, for ages. The fact that the Hasandede village is an important point for the faith tourism with Hasandede tomb that strengthens the tourism value of the Hasandede vineyards. In the grapevine genetic resources of Türkiye, Hasandede is important as a white wine grape cultivar. On the other

hand, it is also passionately consumed as a table grape in the provinces of Ankara, Kırıkkale, Çorum and Çankırı. It has the color of a green-yellow berry with seeds. Since its origin is very old and it is grown in different micro-climatic areas of central Anatolia, there are some variants called clones. Clonal selection breeding, which has carried out under the authority of the Ministry of Agriculture and Forestry, General Directorate of Agricultural Research and Policies, will ensure the identification, protection and transfer of the Hasandede clones to the future generations. The Hasandede grape is an ancient national value for viticulture and enology, it also has qualities capable of gaining improvements with the new technologies. This study aims to express the contribution of 'Hasandede cv. to the tourism values of Hasandede village. In this context, the original morphological description of the cultivar, the properties of old vineyards and the properties of the village have been evaluated through site-specific investigations.

Keywords: Old vineyards, ancient grape cultivar, cultural heritage, Hasandede village

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ALANINDA DOKTORA DÜZEYİNDE YAZILAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Doktorant Dilek KARAKAŞ

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
karakasdilekdk@gmail.com

Doktorant Melisa ÇELENK

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
melisacelenk@gmail.com

Özet

Türkiye’de gastronomi ve mutfak sanatları alanı son yıllarda büyük gelişme göstermiştir. Bu alanda eğitim veren üniversiteler de bu gelişmeden etkilenmiş ve neticesinde üniversite sayılarında hızlı bir artış görülmüştür. Bu bağlamda araştırmanın temel amacı, Ulusal Tez Merkezi’nde doktora düzeyinde “gastronomi ve mutfak sanatları” üzerine yazılmış tezlerin bibliyometrik analizini yaparak bu alanda hangi konular üzerinde çalışıldığını tespit etmektir. Araştırmanın amacına ulaşmak için nitel araştırma yöntemlerinden olan durum analizine başvurulmuştur. Ulusal Tez Merkezi’nden elde edilen bulgularla toplamda 89 adet doktora tezine ulaşılmıştır. Araştırmanın evrenini 2017-2023 yılları arasında yazılmış olan doktora tezleri oluşturmaktadır. Tezlerin sınıflandırılmasında bazı parametreler kullanılmıştır. Parametreler doğrultusunda bulgular elde edilmiştir. Bu parametreler; tezlerin yayın yıllarına, yayımlandığı dile, araştırma yöntemlerine, konularına, ana bilim dallarına, üniversitelere, enstitülere ve başlıklara göre ayrılmasıyla değerlendirilmiştir. Doktora düzeyinde yazılmış ilk tezin 2017 yılında olduğu, yazım dilinin %96,63 oranla Türkçe olarak tercih edildiği, % 57,30 oranla nicel araştırma yöntemlerine başvurulduğu, %42,70 oranla gastronomi ve mutfak sanatları ana bilim dalında yazıldığı belirlenmiştir. Bununla beraber tezler enstitülere göre ayrıldığında sosyal bilimler enstitüsünde yazılmış tezlerin %61,80 oranla çoğunlukta olduğu ve tez başlıklarının %23,60 oranla gastronomi ve tüketici davranışları ve %24,72 oranla gastronomi turizmi olarak yazıldığı tespit edilmiştir. Gastronomi alanında yapılan doktora tezleri, bu yerel lezzetlerin tespit edilmesi, korunması ve ulusal/uluslararası platformlarda tanıtılması konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Tezler sayesinde, unutulmaya yüz tutmuş geleneksel yemeklerin ve yöresel malzemelerin yeniden keşfedilmesi ve yaşatılması mümkün olacaktır. Bununla beraber gastronomi eğitimi alanında yapılan doktora tezleri, akademik alanda yeni bilimsel bulguların ortaya çıkmasına ve bu alandaki bilgi birikiminin artmasına katkı sağlamaktadır. Bu sayede gastronomi alanındaki bilimsel literatür zenginleşecek ve bu alanda çalışan diğer araştırmacılar için referans kaynakları oluşturulmuş olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Bibliyometri, Gastronomi, Doktora Eğitimi.

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF GRADUATE THESIS WRITTEN AT THE FIELD OF GASTRONOMY AND CULINARY ARTS AT THE LEVEL OF DOCTORAL

Abstract

The field of gastronomy and culinary arts in Turkey has shown great development in recent years. Universities providing education in this field were also affected by this development, and as a result, there was a rapid increase in the number of universities. In this context, the main purpose of the research is to determine which topics are being studied in this field by making a bibliometric analysis of theses written on "gastronomy and culinary arts" at the doctoral level at the National Thesis Center. To achieve the purpose of the research, situation analysis, one of the qualitative research methods, was used. A total of 89 doctoral theses were reached with the findings obtained from the National Thesis Center. The population of the research consists of doctoral theses written between 2017 and 2023. Some parameters were used to classify theses. Findings were obtained in line with the parameters. These parameters; The theses were evaluated by separating them according to their publication years, published language, research methods, subjects, main science branches, universities, institutes and titles. It was determined that the first thesis written at the doctoral level was in 2017, the writing language was preferred as Turkish with a rate of 96.63%, quantitative research methods were used with a rate of 57.30%, and it was written in the department of gastronomy and culinary arts with a rate of 42.70%. However, when the theses were separated according to institutes, it was determined that the majority of theses were written in the social sciences institute with a rate of 61.80% and the thesis titles were written as gastronomy and consumer behavior with a rate of 23.60% and gastronomy tourism with a rate of 24.72%. Doctoral theses in the field of gastronomy play an important role in detecting, preserving and promoting these local delicacies on national/international platforms. Thanks to theses, it will be possible to rediscover and keep forgotten traditional dishes and local ingredients alive. In addition, doctoral theses in the field of gastronomy education contribute to the emergence of new scientific findings in the academic field and to increase the knowledge in this field. In this way, the scientific literature in the field of gastronomy will be enriched and reference sources will be created for other researchers working in this field.

Keywords: Bibliometrics, Gastronomy, Doctoral Education.

ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ KAMPÜSÜNDE ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİ VE ÇEVRESEL FARKINDALIKTA YEŞİL ALANLARIN VE REKREASYONEL TERCİHLERİN ROLÜ

Furkan Zirzakıran

Atatürk Üniversitesi

frkzirza@hotmail.com

Doç. Dr. Ahmet Çavuş

Atatürk Üniversitesi

ahmetcavus@atauni.edu.tr

Özet

Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin kampüs içindeki yeşil alanlarla olan etkileşimlerini, bu alanların günlük kullanımını, yeşil altyapıya yönelik farkındalıklarını ve yeni rekreasyonel tesisler eklenmesine ilişkin görüşlerini kapsamlı bir şekilde incelemektedir. Özellikle, öğrenci memnuniyeti ve üniversite ortamı ile olan etkileşimlerine bu faktörlerin nasıl katkı sağladığını anlamayı hedeflemiştir. Üniversite kampüslerinin, öğrencilerin akademik, sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını desteklemede önemli bir rol oynayan dinamik ortamlar olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda, yeşil alanların öğrenci yaşam kalitesine ve memnuniyetine olan etkisini değerlendirmek amacıyla derinlemesine bir analiz gerçekleştirilmiştir. Araştırma, 1506 öğrenciden oluşan bir örneklem üzerinden gerçekleştirilmiştir. Veri toplama süreci, öğrencilerin yeşil alanlarla olan etkileşimlerine dair geniş bir perspektif sağlayan yapılandırılmış bir anket yaklaşımını içermektedir. Anket, kampüs içindeki yeşil alanların kullanımı, çevresel farkındalık, rekreasyonel tercihler ve yeni rekreasyonel tesislere yönelik görüşler gibi çeşitli konulara odaklanmaktadır. Bu yaklaşım sayesinde, öğrencilerin yeşil alanları nasıl algıladıkları ve kullandıkları konusunda kapsamlı bilgiler elde edilmiştir. Bulgular, öğrencilerin yeşil alanları ve rekreasyonel tesisleri yaşlarına göre farklı şekillerde kullandıklarını ortaya koymuştur. 18-25 yaş grubuna ait öğrencilerin bu alanlarda daha fazla sosyal ve rekreasyonel etkinliklere katıldığı, 25 yaş üstü öğrencilerin ise dinlenme ve çalışma için yeşil alanları tercih ettiği gözlemlenmiştir. Ayrıca, tüm demografik gruplar arasında yeşil altyapıya yönelik farkındalık yüksek olup, bu durum öğrenciler arasında çevresel konulara geniş bir ilgi ve anlayış olduğunu göstermiştir. Çalışmanın sonuçları, üniversite yöneticileri ve kampüs planlamacıları için önemli öneriler sunmaktadır. Farklı yaş gruplarındaki öğrencilerin yeşil alanları nasıl algıladığı ve kullandığı hakkındaki bilgiler, kampüs yeşil alanlarının tasarımı ve geliştirilmesi süreçlerinde dikkate alınabilir. Yeşil alanların ve yeni rekreasyonel tesislerin eklenmesine yönelik belirgin ilgi, gelecekteki kampüs geliştirme projelerinde değerlendirilebilir. Bu çalışma, öğrenci demografilerinin kampüs çevresel planlamasında nasıl dikkate alınabileceğine dair değerli içgörüler sağlamakta ve yeşil alanların üniversite deneyimini nasıl zenginleştirebileceğini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Alanlar, Öğrenci Memnuniyeti, Çevre Bilinci, Eğlence Tesisleri, Kampüs Planlama

THE ROLE OF GREEN SPACES AND RECREATIONAL PREFERENCES IN STUDENT SATISFACTION AND ENVIRONMENTAL AWARENESS AT ATATÜRK UNIVERSITY CAMPUS

Abstract

This study comprehensively examines university students' interactions with green spaces within the campus, their daily use of these areas, awareness towards green infrastructure, and views on the addition of new recreational facilities. Specifically, it aims to understand how these factors contribute to student satisfaction and interaction with the university environment. It is acknowledged that university campuses play a crucial role in supporting the academic, social, and psychological needs of students, serving as dynamic environments. In this context, an in-depth analysis was conducted to assess the impact of green spaces on student life quality and satisfaction. The research was carried out on a sample of 1506 students. The data collection process involved a structured survey approach that provides a broad perspective on students' interactions with green spaces. The survey focused on various topics such as the use of green spaces within the campus, environmental awareness, recreational preferences, and opinions on new recreational facilities. This approach enabled the gathering of comprehensive information on how students perceive and utilize green spaces. Findings revealed that students use green spaces and recreational facilities differently according to their ages. It was observed that younger students are more involved in social and recreational activities in these areas, while older students prefer green spaces for resting and studying. Furthermore, awareness towards green infrastructure was high across all demographic groups, indicating a broad interest and understanding of environmental issues among students. The results of this study offer significant recommendations for university administrators and campus planners. Information on how students of different age groups perceive and utilize green spaces can be considered in the design and development processes of campus green areas. The apparent interest in the addition of green spaces and new recreational facilities can be taken into account in future campus development projects. This study provides valuable insights into how student demographics can be considered in campus environmental planning and highlights how green spaces can enrich the university experience.

Keywords: Green Spaces, Student Satisfaction, Environmental Awareness, Recreational Facilities, Campus Planning

EVLIYA ÇELEBİ'NİN BİTLİS YOLCULUĞU: DİJİTAL KÜLTÜR ROTASI İLE TARİHİN YENİDEN CANLANDIRILMASI

Doç. Dr. Adnan ALKAN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
adnan.alkan@hbv.edu.tr

Özet

Bireylerin turizm faaliyetine katılmada temel motivasyonlarından biri farklı kültürel deneyimler gerçekleştirmektir. Bu kapsamda son zamanlarda oldukça popüler hale gelen kültürel miras turizmi, bölgenin veya ulusların geçmişteki yaşam tarzlarını, inançlarını, sanatını ve geleneklerini keşfetmeyi içermektedir. Kültürel miras turizmi, bir bölgenin veya ülkenin tarihini, kültürünü ve kimliğini koruma ve tanıtmaya açısından önemlidir. Kültürel miras turizminin modern yaşamdaki en etkili tezahürlerinden biri turizm rotalarıdır. Turizm rotaları turistlerin bölgeyi kapsamlı bir şekilde keşfetmek amacı ile izledikleri güzergâhlardır. Bu rotalar genellikle belirli bir tema veya konsept etrafında organize edilmektedir. Temalı rotaların amacı, belirli bir konu hakkında derinlemesine bilgi sunarak ziyaretçilere daha odaklı ve zenginleştirilmiş bir deneyim sağlayarak turizmi çeşitlendirmek ve turistik çekiciliği artırmaktır. Aynı zamanda gelişmekte olan bölgeler için de önemli bir kalkınma aracıdır. Bu tür rotalar, bölgenin doğal, tarihi ve kültürel özelliklerini ön plana çıkararak turist çekmek, yerel halkın gelir seviyesini yükseltmek ve bölgesel kalkınmayı teşvik etmek için kullanılabilir. Özellikle Coğrafi Bilgi Sistemleri gibi interaktif programlar aracılığı ile oluşturulan rotalar ziyaretçilere fiziksel sınırların ötesinde dijital ortamda kişiselleştirilmiş bir deneyim sunar. Bu tür rotalar, kullanıcılara haritalar üzerinden bilgi alma, karar verme aşamasında hızlı ve güvenilir olma fırsatı sunarak gezi planları oluşturmaya olanak tanır. Bu tür çalışmalar bireylere tarihi yerleri, önemli kişiliklerin yaşamını ve kültürel mirasını yeniden keşfetme imkânı sunarak, geçmişten günümüze bir köprü görevi üstlenir. Çalışmada tarihte pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Bitlis'in zengin kültürel mirasını turizm açısından değerlendirmek amacıyla bu mirasın canlı tanıklarından biri olan Evliya Çelebi'nin 17. yüzyılda kaleme aldığı Seyahatnamesi referans alınmıştır. Osmanlı İmparatorluğu'nun coğrafi, sosyal ve kültürel yapısına dair kapsamlı bilgiler sunan Evliya Çelebi'nin eserleri, günümüzde turizm açısından büyük bir potansiyel taşımakta olup, özellikle Bitlis gibi tarihi ve doğal güzellikleriyle öne çıkan bölgeler için önemli bir kaynaktır. Öte yandan Evliya Çelebi, Bitlis'i üç defa ziyaret etmiştir. İlk ziyareti Melek Ahmed Paşa ile birlikte Diyarbakır'dan Van'a doğru giderken 1655 yılının mayıs sonlarında gerçekleşmiştir. Bitlis'in girişinde Melek Ahmed Paşa ve kafilesi, Bitlis Hanı Abdal Han tarafından karşılanmış ve on gün boyunca Bitlis'te Han tarafından misafir edilmişlerdir. Evliya Çelebi ve Melek Ahmed Paşa, Bitlis'te Han tarafından ağırlandıktan sonra Van'a geçmişlerdir. Melek Ahmed Paşa, Van'a yerleştikten bir süre sonra bölgedeki bazı beyler ve ileri gelenler Abdal Han'ı Paşa'ya şikâyet etmeye başlamış, Han'ı bozgunculuk, yağma ve isyankârlıkla suçlamışlardır. Paşa ile Han arasında geçmişten gelen bazı anlaşmazlıklar da bulunmaktaydı. Söz konusu kışkırtmalar ve geçmişte yaşanan problemlerin de etkisi ile Paşa, Han üzerine sefer yapma kararı almıştır. 1655 yılının temmuz sonlarında Melek Ahmed Paşa komutasındaki büyük bir Osmanlı ordusu Bitlis'i kuşatmıştır. Bu kuşatmada Paşa'ya Evliya Çelebi de eşlik etmiştir. Dolayısıyla Evliya Çelebi'nin yolu ikinci sefer Bitlis'e düşmüştür. Evliya Çelebi'nin yolu üçüncü defa Bitlis'e bir yıl sonra yani 1656 yılının kışında düşmüştür. Melek Ahmed Paşa'nın vergisini tahsil etmek için Van'dan Bitlis'e gelen seyyah, Bitlis'e vardığında Abdal Han'ı tekrar emirliğin başında bulmuş ve rehin olarak Han'la bir süre zaman geçirmiştir. Bu süre zarfında da Bitlis şehri ve hanlık ile ilgili birtakım bilgiler vermektedir. Sonuç olarak çalışmada, Evliya Çelebi'nin Bitlis'teki güzergâhı detaylı bir şekilde incelenmiş, bu seyahatleri

CBS ile dijital ortama aktarılarak bir turizm rotasına dönüştürülmüştür. Bu sayede, Evliya Çelebi'nin gözlemleriyle zenginleşen Bitlis'in tarihi, modern zamanlarda yeniden canlandırılarak dijital ortamda erişilebilir hale getirilmiştir. Böylece, bölgenin tarihi ve kültürel mirası daha geniş kitlelere ulaştırılabilecek, bölge turizm açısından daha cazip hale gelecek ve kültürel miras unsurları korunarak gelecek nesillere aktarılabilir.

Anahtar Kelimeler: Evliya Çelebi, Kültür, Turizm, Rota, Bitlis

THE Bİ TLIS JOURNEY OF EVLİ YA ÇELEBİ : REVITALISING HISTORY WITH A DIGITAL CULTURE ROUTE

Abstract

One of the main motivations of individuals to participate in tourism activities is to realise different cultural experiences. In this context, cultural heritage tourism, which has recently become very popular, involves exploring the past lifestyles, beliefs, art and traditions of the region or nations. Cultural heritage tourism is important in terms of protecting and promoting the history, culture and identity of a region or country. One of the most effective manifestations of cultural heritage tourism in modern life is tourism routes. Tourism routes are the routes that tourists follow in order to explore the region comprehensively. These routes are usually organised around a specific theme or concept. The aim of themed routes is to diversify tourism and increase touristic attractiveness by providing visitors with a more focused and enriched experience by providing in-depth information on a specific topic. It is also an important development tool for developing regions. Such routes can be used to attract tourists, increase the income level of local people and promote regional development by highlighting the natural, historical and cultural features of the region. In particular, routes created through interactive programs such as Geographical Information Systems offer visitors a personalised experience in a digital environment beyond physical boundaries. Such routes provide users with the opportunity to get information on maps, to be fast and reliable in decision-making, and to create travel plans. Such studies serve as a bridge from the past to the present by offering individuals the opportunity to rediscover historical places, the lives of important personalities and cultural heritage. In this study, in order to evaluate the rich cultural heritage of Bitlis, which has been home to many civilisations in history, in terms of tourism, Evliya Çelebi's 17th century Seyahatname, which was written by one of the living witnesses of this heritage, is taken as a reference. The works of Evliya Çelebi, who provides comprehensive information on the geographical, social and cultural structure of the Ottoman Empire, have a great potential in terms of tourism today and are an important resource especially for regions such as Bitlis that stand out with their historical and natural beauties. On the other hand, Evliya Çelebi visited Bitlis three times. His first visit took place in late May 1655 while travelling from Diyarbakır to Van with Melek Ahmed Pasha. At the entrance of Bitlis, Melek Ahmed Pasha and his entourage were welcomed by Abdal Khan, the Khan of Bitlis, and were hosted by the Khan in Bitlis for ten days. After being hosted by the Khan in Bitlis, Evliya Çelebi and Melek Ahmed Pasha travelled to Van. Sometime after Melek Ahmed Pasha settled in Van, some beys and notables in the region began to complain about Abdal Khan to Pasha, accusing him of corruption, plunder and rebellion. There were also some disagreements between Pasha and Khan from the past. With the effect of these provocations and the problems in the past, Pasha decided to make an expedition against the Khan. In late July 1655, a large Ottoman army under the command of Melek Ahmed Pasha besieged Bitlis. Evliya Çelebi accompanied the Pasha during this siege. Therefore, Evliya Çelebi travelled to Bitlis for the second time. Evliya Çelebi travelled to Bitlis for the third time one year later, in the winter of 1656. The traveller, who came to Bitlis from Van to collect the tax of Melek Ahmed Pasha, found

Abdal Khan at the head of the emirate again when he arrived in Bitlis and spent some time with the Khan as a hostage. During this time, he gives some information about the city of Bitlis and the khanate. As a result, in the study, Evliya Çelebi's route in Bitlis was examined in detail, and these travels were converted into a tourism route by digitising them with GIS. In this way, the history of Bitlis, enriched by Evliya Çelebi's observations, has been revitalised in modern times and made accessible in digital environment. Thus, the historical and cultural heritage of the region will be accessible to a wider audience, the region will become more attractive in terms of tourism, and cultural heritage elements will be preserved and transferred to future generations.

Keywords: Evliya Çelebi, Culture, Tourism, Route, Bitlis

X, Y ve Z KUŞAĞININ TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

Prof. Dr. Faruk KALAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

farukkalay@yyu.edu.tr

Doktora Öğrencisi Suna TATAR ASLAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

sunattr@gmail.com

Özet

Geleneksel olarak, pazarlama ile ilgili kararlar verilirken ilk akla gelen şey yaştır. Marka ve ürün yöneticileri yaşı genellikle cinsiyet, medeni durum, meslek ve hane halkı sayısı gibi diğer demografik faktörlerle birlikte pazarı segmentlere ayırmanın bir yolu olarak görür. Yaş, tüketicilerin fiziksel, psikolojik, sosyolojik ve kültürel özelliklerini etkileyerek, ürünler ve markalarla olan ilişkilerini etkilediği için pazarlama stratejisinde de kaçınılmazdır. Bu doğrultuda X, Y, Z kuşakları incelenip, tüketimde konusunda davranış farklılıkları üzerine literatür araştırması yapılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda X kuşağı üyelerinin önceki kuşaklara nazaran daha az gelenekselci olmaları, dijitalleşmenin ilk zamanlarını yaşamış, video oyunlarına öncülük etmiş ve kendilerinden sonraki kuşaklarla olan ebeveynlik münasebetleri nedeniyle teknolojiye, bilgisayarlara ve internete alışmış oldukları görülmektedir. Y kuşağı, teknoloji ile doğan, dijital olan her şeye uyum sağlayan, yeniliğe açık, verileri hızlı şekilde elde eden, pratik, gelecek ile ilgili plan yapmayan ve anı yaşayan bireylerdir. Hızlı yaşamaktan hoşlanan bu neslin genellikle çabuk sıkıldıkları da görülmektedir. Dijital dünyadaki gelişmelerin canlı şahidi olan ve bu sürece katkı sunan bu nesil zamanla sosyal medya, akıllı telefonlar ve tabletler konusunda da kendini geliştirmiştir. Z kuşağı, dijital çağda sanal gerçekliğe ve çevrimiçi ortama yakınlıkla doğan tüketicilerdir. Çoğunlukla yeni teknolojilere, perakende mağazalarına veya marka sadakatine yöneliktirler. Bu nesil, keyifle dolu deneyimler için güçlü arzulara sahip, yenilikçi ve yaratıcı olarak nitelendirilir. Her ne kadar günümüzün çalışanları ve müşterileri Y kuşağı olsa da, geleceğin çalışanlarının ve müşterilerinin Z kuşağı üyeleri olacağı söylenebilir. Dijital dünya bu kuşaktaki bireylerin diğerlerine göre daha bilinir olmasını da sağlamıştır. Dolayısıyla işverenlerin, yöneticilerin ve markaların bu bilinirlikten yararlanarak gelecek planlarını iyi yapmaları gerekmektedir. Z kuşağının para harcama konusunda inanılmaz bilinçli tüketiciler oldukları söylenebilir. Bu bireyler bir ürünü satın almadan önce ürün hakkında gerekli araştırmaları yapar, ürün hakkındaki yorumları inceler, ürünü görsel veya fiziksel olarak dener ve internet aracılığıyla en iyi fırsatları bulmaya çalışır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici, Ürün, Kuşak

CONSUMER BEHAVIORS OF GENERATION X, Y AND Z

Abstract

Traditionally, age is the first thing that comes to mind when making marketing decisions. Brand and product managers often view age as a way to segment the market along with other demographic factors such as gender, marital status, occupation and number of households. Age is inevitable in marketing strategy as it affects consumers' physical, psychological, sociological and cultural characteristics and their relationships with products and brands. In this regard, generations

X, Y and Z were examined and a literature research was conducted on behavioral differences in consumption. As a result of the research, members of Generation It seems that they are accustomed to technology, computers and the internet. Generation Y are individuals who were born with technology, adapt to everything digital, are open to innovation, obtain data quickly, are practical, do not plan for the future and live in the moment. It is also seen that this generation, which likes to live fast, often gets bored easily. This generation, which has witnessed the developments in the digital world and contributed to this process, has also improved itself in social media, smartphones and tablets over time. Generation Z are consumers born in the digital age with a predisposition to virtual reality and online media. They are mostly aimed at new technologies, retail stores or brand loyalty. This generation is characterized as innovative and creative, with strong desires for joy-filled experiences. Although today's employees and customers are Generation Y, it can be said that the employees and customers of the future will be members of Generation Z. The digital world has also made individuals in this generation more known than others. Therefore, employers, managers and brands need to make good plans for the future by taking advantage of this awareness. It can be said that Generation Z is incredibly conscious consumers when it comes to spending money. Before purchasing a product, these individuals do the necessary research about the product, examine the comments about the product, try the product visually or physically, and try to find the best deals via the internet.

Keywords: Consumer, Product, Generation

TURİZMDE İNOVASYON

Prof. Dr. Faruk KALAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

farukkalay@yyu.edu.tr

Doktora Öğrencisi Suna TATAR ASLAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

sunattr@gmail.com

Özet

Turizm, trendlerin ve müşteri seçimlerinin hızla değiştiği devasa bir sektördür ve bu da kâr maksimizasyonunun en ideal karışımı için uygulanabilir tüm yenilikçi yaklaşımların kapsamlı bir şekilde araştırılmasını gerekli kılmaktadır. Turizm sektöründe sürdürülebilir kalkınmaya ön ayak olan unsurlardan biri de turizm hizmet sunumunda yenilik ve çeşitliliktir. Bu sektörün gelişmesi ile özellikle gelişmekte olan ülkeler döviz getirilerini arttırabilecek ve ulusal ekonominin büyümesine ve refahına katkı sağlayabilecektir. Bu doğrultuda, bu çalışmanın amacı turizmde inovasyon ve turizmde inovasyonun etkisi, önemi ve güncel uygulamalarının incelenmesidir. Bu amaç çerçevesinde turizmde inovasyon ile ilgili literatür sistematik şekilde incelenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda, turizmde inovasyonun çok önemli bir yere sahip olduğu, inovasyonun robotlar, çevrimiçi haritalar, yapay iklimlendirme, karekod, ortak para birimi ve para birliği, dijital tur rehberi, uzay turizmi, sanal gerçeklik vb. alanlarda kullanılmaya başlandığı, bu yeni uygulamalar ile inovasyonun turizm ekonomisine, farklı toplum, kültür ve işletmelere çeşitli etkilerde bulunduğu görülmektedir. İnovasyon işletmelere maliyetliyetlerin düşürülmesi, yeni ürün ve hizmet geliştirerek çeşitliliği artırılması, yükselen satışlar ile pazar payı ve kalitesinin artması, ekonomik büyüme, yükselen yaşam kalitesi ve artan istihdam gibi konularda katkılarda bulunmaktadır. Bu nedenle inovasyon, hükümetler için en önemli önceliklerden biri olarak görülmelidir. Bu da başarılı bir şekilde işleyen bir sistemin kurulmasını ve etkili politikaların tasarlanarak uygulanmasını gerektirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, İnovasyon, Müşteri, Ekonomi

INNOVATION IN TOURISM

Abstract

Tourism is a huge industry where trends and customer choices are changing rapidly, making it necessary to thoroughly investigate all applicable innovative approaches for the optimal mix of profit maximization. One of the elements that pave the way for sustainable development in the tourism sector is innovation and diversity in tourism service provision. With the development of this sector, especially developing countries will be able to increase their foreign exchange earnings and contribute to the growth and welfare of the national economy. In this regard, the aim of this study is to examine innovation in tourism and its impact, importance and current applications. For this purpose, the literature on innovation in tourism was systematically examined. As a result of the examinations, it was concluded that innovation in tourism has a very important place, and innovation can be used in robots, online maps, artificial air conditioning, QR code, common currency and monetary union, digital tour guide, space tourism, virtual reality, etc. It is seen that these new applications and innovation have various effects on the tourism economy, different societies, cultures and businesses. Innovation contributes to businesses such as reducing costs, increasing diversity by developing new products and services, increasing market share and quality with increasing sales, economic growth, increasing quality of life and increasing employment. Therefore, innovation should be

seen as one of the most important priorities for governments. This requires the establishment of a successfully functioning system and the design and implementation of effective policies.

Anahtar Kelimeler: Tourism, Innovation, Customer, Economy

KAYADAN OYMA OTEL VE RESTORANLARDA EKOLOJİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. İskender HAKAN

Yüzüncü Yıl Üniversitesi
iskenderhakan@yyu.edu.tr

Doç. Dr. Reşat ARICA

Batman Üniversitesi
resatarica@gmail.com

Özet

Araştırmanın temel amacı, Kapadokya turizminde ağırlığı gittikçe artan kayadan oyma işletmelerin bölgede sürdürülebilir turizm ve ekolojik çevre üzerindeki etkilerini değerlendirmektir. Nitel araştırma deseni çerçevesinde tasarlanan çalışmanın verileri Kapadokya'da faaliyet gösteren kayadan oyma otel ve restoran işletmesi yöneticilerinden toplanmıştır. Çalışma grubu olarak Kapadokya'da faaliyet gösteren işletmeler arasından kartopu örnekleme yöntemi ile belirlenen 10 işletmeci seçilmiştir. Sonuçlar, kayadan oyma otel ve restoran işletmesi yöneticilerinin ekolojik çevreye duyarlılığa sahip olduğunu göstermektedir. Buna ek olarak, işletme yöneticilerinin sürdürülebilirlik konusunda bilinç düzeylerinin yüksek olduğu ve varlıklarının ekoloji olgusuna dayandığının farkında oldukları tespit edilmiştir. Araştırmada, işletmelerin ve yerel yönetimlerin enerji ve atık yönetimi konusunda sorumlu davrandıkları belirlenmiş, işletme sahibi ve yöneticilerinin yeşil işletmecilik kavramına ilişkin yeterli bilgiye sahip olmadıkları sonucuna varılmıştır. Mevcut araştırmanın bulguları, kayadan oyma otel ve restoran işletmeleri için sürdürülebilirlik bilincinin ve ekoloji anlayışının geliştirilmesi bağlamında hem bölgenin doğal görünümünün korunması hem de işletmelerin varlıklarını koruyabilmeleri, bu sayede turizm faaliyetlerinin dengeli gelişimi ve devamlılığını sağlamak adına faydalı olabileceği aşıkardır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, ekoloji, kayadan oyma otel ve restoran, Kapadokya

ECOLOGICAL SUSTAINABILITY IN ROCK-HEWN HOTELS AND RESTAURANTS: THE CAPPADOCIA EXAMPLE

Abstract

The main purpose of the research is to evaluate the effects of rock-carved businesses, which are increasingly gaining importance in Cappadocia tourism, on sustainable tourism and ecological environment in the region. The data of the study, which was designed within the framework of a qualitative research design, was collected from the managers of rock-carved hotels and restaurants operating in Cappadocia. 10 operators determined by snowball sampling method among the enterprises operating in Cappadocia were selected as the study group. The results show that rock-carved hotel and restaurant business managers have sensitivity to the ecological environment. In addition, it has been determined that business managers have a high level of awareness about sustainability and are aware that their existence is based on the phenomenon of ecology. In the research, it was determined that businesses and local governments acted responsibly regarding energy and waste management, and it was concluded that business owners and managers did not have sufficient knowledge about the concept of green business. It is obvious that the findings of the current research can be useful in the context of developing sustainability awareness and ecological understanding for rock-carved hotel and restaurant businesses, both in protecting the

natural appearance of the region and in protecting the assets of the businesses, thus ensuring the balanced development and continuity of tourism activities.

Keywords: Sustainability, ecology, rock-hewn hotel and restaurant, Cappadocia

ÇOCUKLU AİLELERİN RESTORAN TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üyesi CANER GÜÇLÜ

Bitlis Eren Üniversitesi

cguclu@beu.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi BÜLENT AYDIN

Batman Üniversitesi

bulent.aydin@batman.edu.tr

Doç. Dr. FURKAN BALTACI

Hasan Kalyoncu Üniversitesi

furkan.baltaci@hku.edu.tr

Özet

Ailelerin restoran tercihleri, restoran sektöründe önemli bir araştırma konusu olmuştur çünkü bu tercihler, işletmelerin başarısını etkileyen önemli faktörlerden birini oluşturmaktadır. Özellikle çocuklu ailelerin restoran tercihleri, son yıllarda giderek daha fazla dikkat çekmektedir. Çocukların varlığı, ailelerin yeme-içme alışkanlıklarını, tercihlerini ve beklentilerini önemli ölçüde etkilemektedir. Bu bağlamda, çocuk dostu restoranlar, ailelerin sıklıkla tercih ettiği ve sadık müşteri tabanı oluşturduğu yerler haline gelmiştir. Bu araştırma, ailelerin restoran tercihlerini şekillendiren faktörleri ve çocuk dostu restoranların stratejik önemini anlamak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma yaklaşımıyla yürütülen bu çalışma, iki yaş ve altı çocuk sahibi olan ailelerle yapılan derinlemesine görüşmelerden elde edilen verilere dayanmaktadır. Araştırma sonuçları, menü çeşitliliği, çocuklar için uygun aktivitelerin sağlanması ve oyun alanlarının varlığının, ailelerin restoran tercihlerinde belirleyici faktörler olduğunu göstermektedir. Bu çalışmanın bulguları, restoran işletmelerine, çocuklu ailelere yönelik hizmetlerini geliştirmeleri ve rekabet avantajı sağlamaları konusunda önemli bir yol gösterici olacaktır. Özellikle, çocuklu aileler için özel hizmetler sunmanın rekabette avantaj sağlayabileceği ve çocuk dostu restoranların aileler tarafından daha tercih edilebilir hale gelmesi için çocuklara yönelik ek hizmetlerin öneminin vurgulanması, bu araştırmanın önemli bulguları arasındadır. Bu çalışma, restoran sektöründe çocuklu ailelerin ihtiyaçlarına daha iyi yanıt verebilmek ve müşteri memnuniyetini artırmak isteyen işletmeler için önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: Çocuklu aileler, Restoran tercihi

A QUALITATIVE STUDY ON DETERMINING THE FACTORS INFLUENCING RESTAURANT PREFERENCES OF FAMILIES WITH CHILDREN

Abstract

The preferences of families regarding restaurants have been a significant research topic in the restaurant industry as these preferences constitute one of the crucial factors affecting the success of businesses. Especially, the restaurant preferences of families with children have increasingly garnered attention in recent years. The presence of children significantly influences the eating and drinking habits, preferences, and expectations of families. In this context, child-friendly restaurants have become places frequently preferred by families, establishing a loyal customer base.

This research aims to understand the factors shaping the restaurant preferences of families and the strategic importance of child-friendly restaurants. Conducted through a qualitative research approach, this study is based on data obtained from in-depth interviews with families with children aged two and below. The research findings indicate that menu variety, providing suitable activities for children, and the presence of play areas are decisive factors in the restaurant preferences of families.

The findings of this study will provide important guidance to restaurant businesses in improving their services for families with children and gaining a competitive advantage. Particularly, emphasizing the importance of offering special services for families with children in gaining a competitive edge and highlighting the significance of additional services for children to make child-friendly restaurants more preferable for families are among the important findings of this research. This study is believed to provide significant contributions to businesses in the restaurant sector aiming to better respond to the needs of families with children and enhance customer satisfaction.

Keywords: Families with children, Restaurant preference.

SMART TOURISM: THEORETICAL ASPECTS AND RELATED ISSUES&NBSP

Dr. Amit Kumar Chakrabarty

Nabadwip Vidyasagar College

dr.amitkbb@gmail.com

Abstract

The dynamic linking of human experiences with smart technologies is termed as smart tourism. It is strongly related to the development of Smart Cities and goes hand in hand with advancements in technology such as AI, IoT, Big Data, and 5G. The present paper deals with the conceptual aspects of smart tourism and its related issues. This study is purely based on the information collected from different sources like websites, articles published in reputed national and international journals, books, newspapers and reputed reference books related to this field. The idea of smart tourism originates from the concept of smart city. The study reveals that smart tourism is purely technology based tourism which facilitates tourists by all means. Smart tourism depends upon the development of smart cities, artificial intelligence, 5G network, innovative technologies and some applications. There are some adverse impacts and risk perceptions of smart tourism. It threatens environmental sustainability.

Keywords: Smart Tourism, Smart City, AI, 5G, IoT, Big Data

APPLICATION OF AGILE PROJECT MANAGEMENT METHODS IN THE EVENT ORGANIZATION IN THE HOTEL INDUSTRY

Djurdjina NOVAKOVIC

University of Kragujevac
djinanovakovic1999@gmail.com

Dragana PESIC

University of Kragujevac
dragana.nedeljkovic@kg.ac.rs

Danko MILASINOVIC

University of Kragujevac
dmilashinovic@kg.ac.rs

Abstract

In business organizations, regardless of their size or industry sector, it becomes evident that successful project management and leadership are crucial. This emphasis on projects arises from continuous and rapid technological changes that require organizations to be agile and adapt to new conditions. This has resulted in increasingly complex business processes. Technological advancement has also led to a proliferation of software solutions, increasing the need for more effective and quality project management. Considering the growing demand for IT projects, various methodologies have been developed to define processes, phases and guidelines for project management to ultimately deliver a high-quality product. In the world of project management, two main approaches stand out: traditional and agile. Traditional approaches and methodologies are no longer sufficient to overcome the challenges of new and modern project management methods, which is why modern and agile methods have evolved. In the context of software development, agile approaches in IT project management are dominant because they are more adaptable and flexible than traditional approaches. This has resulted in greater project success and increased satisfaction among all stakeholders. The aim of this study is to consider the possibilities of applying agile project management methods in the event organization in the hotel industry. Through a case study, this work aims to determine whether project management methodology can be applied to the organization of business events and what impact it will have on the organization, organizational culture, employees and their interaction. The paper represents the possibility of organizing business events at the "Fontana" hotel in Vrnjačka Banja, Serbia. The research unquestionably confirmed that it is possible to organize a business event using agile project management methods. Also, agile methodology can be an extremely useful and efficient approach in event organization within the hotel industry.

Keywords: Agile methods, Project management, Event organization, Hotel industry

GASTRONOMİ ETKİNLİKLERİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ: DÜZCE ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Emrah ÖZTÜRK

Düzce Üniversitesi

emrahozturk@duzce.edu.tr

Bilim Uzmanı Sezer YAMAN

sezer2106@gmail.com

Özet

Son zamanlarda ziyaretçileri seyahate yönlendiren nedenler arasında gidilen destinasyonların yeme-içme kültürünü içeren gastronomi etkinlikleri de yer almaktadır. Bu etkinliklerin yer aldığı gastronomi turizmi ise günümüzde popüler hale gelmiş önemli alternatif turizm türleri arasında yer almaktadır. Bu çalışmanın amacı Düzce ilinde gerçekleştirilen gastronomi etkinliklerini gastronomi turizmi kapsamında değerlendirmektir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi uygulanacaktır. Araştırmaya ilişkin veriler literatür taraması ve doküman analizi tekniği ile elde edilecektir. Düzce iline ait ikincil veriler gastronomi etkinliklerini oluşturan yiyecek-içecek festivalleri, restoran ziyaretleri, yöresel pazarlar, ürün toplama faaliyetleri, üretim yeri ve üretici ziyaretleri, yemek kursları ve yarışmaları, mutfak/gastronomi müzeleri, gastronomi turları ve rotaları boyutları altında değerlendirilecektir. Bu değerlendirme içerik analizi tekniği ile gastronomi turizmi kapsamında yapılacaktır. Bu bağlamda Düzce’de uygulanan gastronomi etkinliklerinin gastronomi turizmi potansiyelini oluşturup oluşturmadığı incelenecektir. Araştırmada beklenen genel sonuç, yukarıda belirtilen gastronomi etkinlikleri boyutları kapsamında Düzce’de gastronomi turizmi potansiyelinin oluşması yönündedir.

Anahtar kelimeler: Düzce, gastronomi turizmi, gastronomi etkinlikleri, festival, nitel araştırma

EVALUATION OF GASTRONOMY EVENTS WITHIN THE SCOPE OF GASTRONOMY TOURISM: DÜZCE EXAMPLE

Abstract

Recently, gastronomy events that include the food and beverage culture of the destinations are among the reasons that drive visitors to travel. Gastronomy tourism, which includes these activities, is among the important alternative tourism types that have become popular today. The aim of this study is to evaluate the gastronomy activities carried out in Düzce within the scope of gastronomy tourism. Qualitative research method will be applied in the research. Data related to the research will be obtained by literature review and document analysis techniques. Secondary data of Düzce province will be evaluated under the dimensions of food and beverage festivals, restaurant visits, local markets, product collection activities, production site and producer visits, cooking courses and competitions, kitchen/gastronomy museums, gastronomy tours and routes, which constitute gastronomy activities. This evaluation will be made within the scope of gastronomy tourism with the content analysis technique. In this context, it will be examined whether the gastronomy activities implemented in Düzce create the potential for gastronomy tourism. The general result expected in the research is the creation of gastronomy tourism potential in Düzce within the scope of the gastronomy activities dimensions mentioned above.

Keywords: Düzce, gastronomy tourism, gastronomy events, festival, qualitative research

ANADOLU'DA DENİZ KABUĞU KULLANIMININ KÜLTÜREL YANSIMALARI

Doktora Öğrencisi Selma SANCAK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
selmasancak30@gmail.com

Özet

Doğal ve dayanıklı malzemelerden biri olan deniz kabukları kolay taşınabilir ve işlenebilir objeler arasında yer almasının yanı sıra estetik bir görüntüye sahip olmasından dolayı antik çağlardan günümüze kadar insanlar tarafından tercih edilmektedirler. Antik dönem insanları, fırtınalar veya kuvvetli dalga hareketleri nedeniyle kıyılara sürüklenen sığ ve derin dip deniz kabuğu canlılarını hem besin tüketiminde hem de çeşitli amaçları doğrultusunda toplamışlardır. Deniz kabukları Orta Paleolitik'in başlangıcından itibaren bilinçli bir şekilde toplanıp besin olarak tüketildikleri gibi deniz kabuklarının farklı işlevler içinde kullanıldığı bilinmektedir. Ancak Deniz kabukların kişisel süslenme için kasıtlı olarak delik açıldığını gösteren en erken kanıt Güney Afrika'daki Blombos Mağarası'ndaki Orta Taş Devri çökellerinde yaklaşık 76.000 yıl öncesine aittir. Deniz kabukları kıyı şeridi dışındaki arkeolojik alanlarda çoğunlukla dekoratif veya sembolik öneme sahip küçük delikli boncuklar şeklinde ortaya çıkmaktadır. Özellikle mezarlarda kişisel süs eşyaları içerisinde hatırı sayılı bir yere sahiptirler. Ülkemizde özellikle Anadolu'nun iç kesimlerindeki arkeolojik merkezlerde bulunmuş denizel kökenli kabukların neredeyse tümü mezarlardan gelmektedir. Bu sebeple bu objelerle ilgili araştırmalar günümüzde hız kazanmış durumdadır. Nitekim arkeolojik alanlarda bulunmuş deniz kabuğu topluluklarının tanımlanması ve kullanım amacının belirlenmesi insanların ve toplulukların tercihleri hakkında yorum yapılmasını sağlamaktadır. Örneğin yenilebilir büyük türlerin fazlalığı, tüketim için toplandığına işaret ederken, daha küçük kabuklar süs olarak toplanmış olabileceğini gösterebilir. Hatta deniz kabuğu araştırmaları dönemin meslek ve iş koluna, modasına, estetiğine, manevi veya sembolik anlamına, bireylerin/grupların/toplulukların statüleri hakkında yorumlamalar yapılmasına imkân sağlar. Bununla birlikte deniz kabukları toplumlar arasında iletişim ağlarını örneğin değiş tokuş ile ticari güzergâhları da ortaya çıkarabilirler. Bu çalışmada, deniz kabuklarının birden çok alanda kullanılması ve kattığı anlam araştırılmıştır. Geçmişten günümüze kadar gelen bu geleneksel materyal kültürü hakkında bilgiler verilerek, Anadolu'da deniz kabuğundan üretilmiş süs objeler ve bu objelerin içerdikleri anlamlar tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Anadolu, Deniz Kabuğu, Kültürel Miras.

CULTURAL REFLECTIONS OF THE USE OF SEA SHELL IN ANATOLIA

Abstract

Sea shells, which are one of the natural and durable materials, are preferred by people from ancient times to the present day because they are among the easily portable and processable objects as well as having an aesthetic appearance. Ancient people collected shallow and deep-bottom shell creatures that drifted to the shores due to storms or strong wave movements, both for food consumption and for various purposes. Since the beginning of the Middle Paleolithic, shells have been consciously collected and consumed as food as well as used for different functions. However, the earliest evidence of deliberate perforation of shells for personal adornment dates back to about 76,000 years ago in Middle Stone Age deposits from Blombos Cave in South Africa. Seashells

occur in archaeological sites outside the coastline, mostly in the form of small perforated beads of decorative or symbolic significance. They have a significant place among personal ornaments, especially in tombs. In our country, almost all of the shells of marine origin found in archaeological centers, especially in the interior of Anatolia, come from graves. For this reason, research on these objects has gained momentum today. Indeed, the identification of shell assemblages found in archaeological sites and the determination of their intended use allow us to comment on the preferences of people and communities. For example, the abundance of large edible species indicates that they were collected for consumption, while smaller shells may have been collected as ornaments. In fact, shell research allows interpretations to be made about the occupation and line of work, fashion, aesthetics, spiritual or symbolic meaning of the period, and the status of individuals/groups/communities. In addition, shells can reveal communication networks between societies, such as exchange and trade routes. This study investigates the use of seashells in multiple fields and the meaning they add. By giving information about this traditional material culture from the past to the present, ornamental objects produced from seashells in Anatolia and the meanings of these objects will be discussed.

Keywords: Anatolia, Sea Shell, Cultural Heritage.

THE INFLUENCE OF TURKISH VISITORS ON THE ECONOMY, CULTURE, AND SOCIETY OF THE ISLAND OF CHIOS AND THEIR CONTRIBUTION TO THE TOURISM DEVELOPMENT OF THE DESTINATION

Dr. Moschos PSIMOULIS

University of the Aegean

m.psimoulis@aegean.gr

Styliani ZOANOU

Metropolitan College

szoanou18b@amcstudent.edu.gr

Abstract

This paper examines the influence of Turkish visitors on the economy, society, and culture of the island of Chios in Greece. The literature review combined with the primary research focuses on the impact of tourism on this island, which is an attraction for many tourists especially the Turks due to its geographical location. During the research, one hundred and fifty-two questionnaires were collected and processed by representatives of the local authorities and business owners of Chios who are directly or indirectly related to tourism and come in contact with Turkish visitors. The results confirm the value of inbound tourism to the specific island and underline the importance of investing in tourism from Turkey, as well as the need to attract tourists from other countries. In addition, the maintenance of the quality of the services provided by tourism companies and the improvement of the infrastructure are highlighted as key factors that will influence the perceived quality of the destination attracting a higher number of visitors. The lack of similar research in this field and the extraction of valid conclusions based on the analysis of quantitative data highlight the originality of this article which on a practical level can be used as a guide for the local authorities of Chios for the formulation of future strategies aimed at the development of tourism on the island, but also for local businesses to enhance their performance from inbound tourism.

Keywords: Chios Island, inbound tourism, Turkish visitors, local economy, tourism contribution

VAN İLİNDEKİ TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN HİZMET EĞİLİMLERİNİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Gül DOLAZ

gdolaz89@gmail.com

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Prof. Dr. Öznur BOZKURT

Düzce Üniversitesi

oznurbozkurt@duzce.edu.tr

Doç. Dr. Sağbetullah MERİÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

smeric@yyu.edu.tr

Özet

Hizmet, tüketici ihtiyaçlarını karşılamak ve insanların yaşam kalitesini artırmak amacıyla sağlanan fiziksel olmayan bir değerdir. Turizm sektörü ülke ekonomilerinde önemli bir yere sahip olup hizmet sektörünün önemli bir alt dalıdır. Turizm sektöründe çalışanların hizmet eğilimleri onların verimliliğini belirleyen önemli bir faktördür. Hizmet eğilimi, bir kişinin hizmet sunma istekliliğini ifade eder. Bu isteklilik çalışanın başarısını önemli ölçüde belirlemektedir. Bu araştırmanın amacı turizm öğrencilerinin hizmet sektöründeki başarısını etkileyen hizmet etme eğiliminin cinsiyet, yaş, eğitim durumu, turizm sektörü tecrübesi ve ailenin yaşadığı yer gibi değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmektir. Araştırmanın evrenini 2023 yılında Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Turizm Fakültesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Gevaş Meslek Yüksekokulu, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Van Meslek Yüksekokulu, Vestel Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Ereğ Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Evliya Çelebi Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Halide Edip Adıvar Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi olmak üzere Van'da turizm eğitimi veren kurumlarda eğitim alan öğrenciler oluşturmaktadır. Evreni temsil eden öğrencilerin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından örnekleme gidilmiş ve 408 öğrenciden alınan anketten elde edilen bilgiler veri olarak kullanılmıştır. Hizmet sunma eğilimi dört boyut ve 13 ifadeyle belirlendi: müşteriye kendini özel hissettirme, müşteri isteklerini anlama, hizmetleri başarıyla sunma ve kişisel ilişkiler kurma. Araştırma sonucunda yaş, eğitim düzeyi ve turizm sektörü tecrübesi açısından farklılıklar tespit edilmiştir. Genel olarak yaş, eğitim düzeyi ve turizm sektörü deneyimi arttıkça hizmet sunma eğiliminin de arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Hizmet, Hizmet sunma eğilimi, Demografik özellikler

EXAMINATION OF THE SERVICE PROPENSITY OF TOURISM STUDENTS IN VAN PROVINCE IN TERMS OF DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS

Abstract

A service is a non-physical value provided to meet consumer needs and improve people's quality of life. The tourism sector has an important place in the country's economy and is an important sub-branch of the service sector. The service tendencies of employees in the tourism sector are an important factor that determines their productivity. Service propensity refers to a person's willingness to provide service. This willingness significantly determines the success of the employee. The aim of this research is to determine whether the tendency to serve, which affects

the success of tourism students in the service sector, differs according to variables such as gender, age, educational status, tourism sector experience and where the family lives. The population of the research consists of students studying in institutions providing tourism education that are Van Yüzüncü Yıl University Faculty of Tourism, Van Yüzüncü Yıl University Gevaş Vocational School, Van Yüzüncü Yıl University Van Vocational School, Vestel Vocational and Technical Anatolian High School, Erek Vocational and Technical Anatolian High School, Evliya Çelebi Vocational and Technical Anatolian High School Halide Edip Adivar Vocational High School and Technical Anatolian High School in 2023. Since it was not possible to reach all the students representing the population, sampling was used and the information obtained from the survey taken from 408 students was used as data. Propensity to provide service was identified with four dimensions and 13 statements: making the customer feel special, understanding customer requests, delivering services successfully, and establishing personal relationships. As a result of the research, differences were determined in terms of age, education level and tourism industry experience. In general, it has been concluded that as age, education level and tourism industry experience increases, the tendency to provide services also increases.

Keywords: Service, Tendency to provide service, Demographic characteristics

TURİZM SEKTÖRÜNDE YENGEÇ SEPETİ SENDROMU VE OLASI SONUÇLAR

Murad Alizade

Ondokuz Mayıs Üniversitesi
muradalizade13@gmail.com

Doç. Dr. Ayşe Atar Yılmaz

Ondokuz Mayıs Üniversitesi
ayse.atar@omu.edu.tr

Özet

Turizm sektöründe sıkça rastlanan "yengeç sepeti sendromu", bireylerin veya grupların işyerinde gelişme veya değişim arayışını engelleyen bir dinamik olarak tanımlanmaktadır. Yengeç sepeti sendromu, bir kişinin iş hayatında veya kariyerinde başarılı olmaya çalışırken, çevresindeki diğer kişilerin onu engelleme veya sınırlama eğiliminde olmasıyla ortaya çıkar. "Ben başaramıyorsa sen de başaramazsın" mantığına dayanan yengeç sepeti sendromu, işletmelerde olumsuzluklara yol açar. Turizm sektörü yüksek rekabet, değişken çalışma koşulları ve belirsizliklerin hâkim olduğu bir alan olduğu için yengeç sepeti sendromu burada sıklıkla gözlemlenmektedir. Turizm sektörü insan odaklı bir sektör olduğundan, yoğun iş temposu, sürekli değişen müşteri talepleri ve mevsimsel dalgalanmalar gibi faktörler çalışanlar arasında ciddi düzeyde stres ve baskı yaratmaktadır. Bu durum, çalışanların iş memnuniyetini ve verimliliğini olumsuz etkileyerek sektördeki genel iş atmosferini zedeleyebilmektedir. Bu çalışma, yengeç sepeti sendromunun turizm sektöründeki etkilerini ve bu sendromun sonuçlarını araştırarak farkındalık yaratmayı amaçlamaktadır. Literatür derlemesine dayanan bu çalışmada, yengeç sepeti sendromuna sahip bireylerin özelliklerini, nedenlerini araştırarak çevrelerine yansıttıkları davranışları ele alınmıştır. Bunun dışında, turizm sektöründe yengeç sepeti sendromunun sonuçları ve minimize edilmesi için neler yapılabileceği hakkında bilgi verilmiştir. Sonuç olarak, turizm sektöründe yengeç sepeti sendromunun olumsuz etkilerinin azaltılması için öneriler sunulurken hem akademik hem de uygulayıcılara yol gösterecek bilgi ve stratejiler paylaşılmıştır. Bu bağlamda, çalışma hem alana katkı sağlamayı hem de işletmelerde daha sağlıklı bir çalışma ortamı oluşturmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Sendrom, Yengeç Sepeti Sendromu.

CRAB BUCKET SYNDROME IN THE TOURISM SECTOR AND POTENTIAL OUTCOMES

Abstract

The "crab basket syndrome", which is frequently encountered in the tourism industry, is defined as a dynamic that prevents individuals or groups from seeking development or change in the workplace. Crab basket syndrome occurs when a person tries to be successful in his business life or career and others around him tend to hinder or limit him. Crab basket syndrome, which is based on the logic of "If I cannot succeed, neither can you", causes negativities in businesses. Since the tourism sector is a field dominated by high competition, variable working conditions and uncertainties, crab basket syndrome is frequently observed here. Since the tourism sector is a people-oriented sector, factors such as intense work tempo, constantly changing customer demands and seasonal fluctuations create serious levels of stress and pressure among employees. This situation can negatively affect the job satisfaction and productivity of employees and damage the general business atmosphere in the sector. This study aims to raise awareness by investigating

the effects of crab basket syndrome on the tourism sector and the consequences of this syndrome. In this study, based on a literature review, the characteristics of individuals with crab basket syndrome, their causes, and the behaviors they reflect on their environment are discussed. Apart from this, information is given about the consequences of crab basket syndrome in the tourism sector and what can be done to minimize it. As a result, suggestions are presented to reduce the negative effects of crab basket syndrome in the tourism sector, and information and strategies that will guide both academics and practitioners are shared. In this context, the study aims to both contribute to the field and create a healthier working environment in businesses.

Keywords: Tourism, Syndrome, Crab Bucket Syndrome

TURİZM GELİŞİMİNİN KIRSAL KALKINMAYA ETKİSİ

Neval YILDIRIM BİNGÜL

Mardin Artuklu Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Gastronomi ve Mutfak

Sanatları Ana Bilim Dalı

Yükseklisans Öğrencisi

nevalyildirim@hotmail.com

Özet

Günümüzde hızlı bir gelişim ve değişim içerisinde olan turizm sektörü gerek ülkemizde gerekse dünyada ekonomik, sosyal, çevresel ve kültürel anlamda önemli bir kalkınma aracı olmuştur. Küreselleşme ile birlikte insanların farklı ihtiyaç ve talepleri doğrultusunda birçok yeni turizm türleri oluşmuştur. Bu taleplere bağlı olarak ekonomik kalkınmayı ve gelişmeyi olumlu yönde etkileyen kırsal turizm önemli bir yere sahiptir. Kırsal kesimlerde yaşayan insanların yaşam koşullarının daha yaşanabilir bir hale getirilmesi, şehir ve kırsal yaşam arasındaki ekonomik yönden gelişme farklılıklarını en aza indirmesi, kırsal kesimde yaşayan halkın ekonomik, sosyal ve tarımsal faaliyet alanlarında kalkınmaya destek olması açısından kırsal kalkınma uygulamaları önemli bir süreçtir. Kırsal kesimlerde geçim kaynağı daha çok tarım ve hayvancılığa bağlıdır. Ancak sadece bu faaliyetler tek başına kalkınma unsuru olamamakta ve istihdamın teşvik edilmesinde yetersiz kalmaktadır. Bu bağlamda gelir getirici, istihdam yaratıcı bir kalkınma aracı olan kırsal turizm önemli bir alternatiftir. Bu çalışmada günümüzde önemli bir gelişme gösteren turizm sektörü ile ilgili literatür taraması yapılarak turizmin ülkemizde ve dünyadaki tarihsel gelişimi, bir kalkınma aracı olarak ne gibi etkileri olabileceği, ayrıca kırsal kalkınma ekseninde şekillenen kırsal turizmin sürdürülebilirliği açısından önemi vurgulanmıştır. Ayrıca turizm gelişiminin yerel ekonomik kalkınmadaki önemi, sosyokültürel etkileri, kırsal turizm çerçevesinde turizm sektörünün kırsal kalkınmaya olan etkilerinden söz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kalkınma, Kırsal Kalkınma, Kırsal Turizm

THE EFFECT OF TOURISM DEVELOPMENT ON RURAL DEVELOPMENT

Abstract

Today, the tourism sector, which is in rapid development and change, has become an important development tool in economic, social, environmental and cultural terms both in our country and in the world. With globalization, many new types of tourism have emerged in line with people's different needs and demands. Depending on these demands, rural tourism has an important place, positively affecting economic development and development. Rural development practices are an important process in terms of making the living conditions of people living in rural areas more livable, minimizing the differences in economic development between urban and rural life, and supporting the development of people living in rural areas in the fields of economic, social and agricultural activities. In rural areas, livelihood depends mostly on agriculture and animal husbandry. However, these activities alone cannot be an element of development and are insufficient to promote employment. In this context, rural tourism, which is an income-generating, employment-creating development tool, is an important alternative. In this study, a literature review was conducted on the tourism sector, which is showing significant development today, and the historical development of tourism in our country and in the world, its effects as a development tool, and its importance in terms of sustainability of rural tourism, which is shaped on the axis of rural development, are emphasized. In addition, the importance of tourism development in local

25th-27th Apr 2024

ŞIRNAK, TÜRKİYE

IWACT'24

economic development, its sociocultural effects, and the effects of the tourism sector on rural development within the framework of rural tourism were mentioned.

Keywords: Development, Rural Development, Rural Tourism

KUDAVAS ŞEHALESİ VE ÇEVRESİNİN REKREASYON POTANSİYELİ (TONYA / TRABZON)

Büşra UZUN

Atatürk Üniversitesi

busrauzun628@gmail.com

Prof. Dr. Mehmet ZAMAN

Atatürk Üniversitesi

mzaman@atauni.edu.tr

Özet

Doğa temelli turizm çok boyutlu sonuçları olan ve turizm endüstrisi içerisinde en hızlı büyüme gösteren uluslararası bir turizmdir. Ayrıca günümüzde turizmin en önemli araştırma alanlarından bir tanesini oluşturmaktadır. Dünya genelinde yaşanan önemli gelişmeler turizm sektörünü çeşitlendirmiş, alternatif turizm kaynaklarına yönlendirmiş ve ülkelerin, bölgelerin ve yörelerin kalkınma aracı olarak görülmesini sağlamıştır. Türkiye doğal alanlar bakımından oldukça yüksek bir potansiyel taşıyan ülkedir. Ancak bilinmeyen ve keşfedilmeyi bekleyen, az önem verilen birçok doğal kaynak vardır. Bunlardan birini orman içerisinde saklı kalan, kanyon vadi görünümünde olan Kudavas Şealesi oluşturmaktadır. Şeale bölgede turizmin ve doğa turistlerinin yeni bir nüvesidir. Bu bağlamda çalışmada ele alınan Kudavas Şealesinin tanıtılması, rekreasyon potansiyelinin belirlenmesi ve turizme kazandırılması amaçlanmıştır. Kudavas Şealesinin rekreasyon potansiyeli, Gülez'in 1990 yılında geliştirmiş olduğu Açık hava ve Orman İçi Rekreasyon Potansiyelinin Değerlendirilmesi yöntemi ile hesaplanmaya çalışılmıştır. Olağanüstü görünüme sahip olan Kudavas şealesinin rekreasyon potansiyeli uzman değerlendirmeleri sonucu uygulanan yöntem bakımından orta düzey olarak saptanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre alanda yapılacak olan uygulamalar ve planlamalarda doğru karar alma, sosyal ve ekonomik açıdan sürdürülebilir bir gelişime katkı sağlamak için öneriler sunulmuş ve bu bağlamda yerel yöneticilere önemli görevler düştüğü vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kudavas Şealesi, Doğa, Doğa Turizmi, Rekreasyon, Gülez Yöntemi

RECREATION POTENTIAL OF THE KUDAVAS WATERFALL AND ROUNDS (TONYA / TRABZON)

Abstract

Nature-based tourism is an international type of tourism that has multidimensional results and is the fastest growing within the tourism industry. It also constitutes one of the most important research areas of tourism today. Important developments around the world have diversified the tourism sector and directed it to alternative tourism sources. This has enabled the tourism sector to be seen as a means of development for countries, regions and localities. Turkey is country with a very high potential in terms of natural areas. However, there are unknown and undervalued natural resources waiting to be discovered. One of these is Kudavas Waterfall, which is secret in the forest and looks like a canyon valley. The waterfall is a new point of tourism and nature tourists in the region. The aim of this study is to introduce the Kudavas Waterfall, determine its recreation potential and bring it into tourism. The recreation potential of Kudavas Waterfall was tried to be calculated by the Evaluation of Outdoor and Forest Recreation Potential method developed by Gülez in 1990. The recreation potential of Kudavas Waterfall, which has an extraordinary view, was determined as medium level in terms of the method applied as a result of expert evaluations.

According to the results of the research, suggestions were made to make the right decisions in the practices and planning in the field and to contribute to a socially and economically sustainable development, and it was emphasized that local administrators have important duties in this context.

Keywords: Kudavas Waterfall, Nature, Nature Tourism, Recreation, Visual Quality, Gülez Method

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ÖĞRENCİLERİNİN KADININ ÇALIŞMASI VE ÇALIŞAN KADINA YÖNELİK AYRIMCILIĞA DAİR ALGILARININ İNCELENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi. Begüm Dilara EMİROĞLU

Şırnak Üniversitesi
begum-88@outlook.com

Özet

Günümüzde kadınlar ve erkekler arasında toplumsal cinsiyetten kaynaklı birtakım farklılıklar bulunmaktadır. Toplumsal cinsiyet farklılıkları, toplumlar tarafından cinsiyetlere göre tanımlanan, kadın ve erkekler arasında duygu, davranış, tutum, sorumluluk ve roller bakımından birtakım farklılıkların bulunduğu belirten önyargı, inanış ve uygulamalardan kaynaklanmaktadır. Toplumsal cinsiyetten kaynaklanan bu farklılıklar kadınların hem toplumsal alanda hem de iş dünyasında eşitsizliklere ve ayrımcılıklara maruz kalmalarında büyük rol oynamaktadır. Dünyanın çeşitli ülkelerinde bulunan pek çok kadın iş hayatlarında ücret eşitsizlikleri, terfi engelleri ve düşük pozisyonlarda çalıştırılma gibi pek çok ayrımcılığa maruz kalmaktadırlar. Emek yoğun bir sektör olan turizm sektöründe de durum benzer olmakla birlikte, kadınlar genellikle düşük ücretli, düşük statülü, nitelsiz ve ev işlerinin bir uzantısı olarak görülen kat hizmetleri gibi işlerde istihdam ettirilmektedir. Toplumsal cinsiyet kaynaklı farklılıkların toplumsal ve kültürel özelliklerden kaynaklanması ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinden kaynaklanan sorunların belirlenip bu yönde eğitici adımların atılabilmesi için toplumun toplumsal cinsiyete yönelik algısını ortaya çıkarmak gerekmektedir. Bu nedenle bu araştırma ileriki yıllarda turizm endüstrisinde istihdam edecek olan gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin kadının çalışması ve çalışan kadına yönelik ayrımcılığa dair algıları ve bu algılarda demografik değişkenlere ve diğer belirli yordayıcı değişkenlere göre farklılaşma olup olmadığını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Araştırmada basit tesadüfî örnekleme yöntemi kullanılarak Şırnak Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde okuyan 99 öğrenciye ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda çalışma hayatı ve evlilik uyumu ve çalışan kadına yönelik ayrımcılığın cinsiyet değişkenine göre farklılaştığı, kadının çalışabileceği işlere yönelik ayrımcılığın ise öğrencinin çekirdek ailesinde çalışan bayan olup olmaması durumuna göre farklılık gösterdiği ortaya çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal Cinsiyet, Toplumsal Cinsiyet Roller, Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği, Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği ve Turizm Sektörü.

INVESTIGATION OF GASTRONOMY AND CULINARY ARTS STUDENTS' PERCEPTIONS ABOUT DISCRIMINATION TOWARDS WOMEN'S WORK AND WORKING WOMEN

Abstract

Today, there are some differences between men and women due to gender. Gender differences arise from prejudices, beliefs and practices defined by societies according to gender and indicating that there are some differences between men and women in terms of emotions, behavior, attitudes, responsibilities and roles. These differences arising from gender play a major role in women's

exposure to inequalities and discrimination both in the social and business world. Many women in various countries of the world are exposed to many discriminations in their work lives, such as wage inequalities, promotion barriers and being employed in low positions. Although the situation is similar in the tourism sector, which is a labor-intensive sector, women are generally employed in low-paid, low-status, unqualified jobs such as housekeeping, which are seen as an extension of housework. It is necessary to reveal society's perception of gender in order to determine the problems arising from gender inequality and to take educational steps in this direction, as gender differences arise from social and cultural characteristics. Therefore, this research aims to reveal the perceptions of gastronomy and culinary arts students who will be employed in the tourism industry in the future, regarding women's work and discrimination against working women, and whether there are differences in these perceptions according to demographic variables and other certain predictive variables. In the research, 99 students studying at Sırnak University Gastronomy and Culinary Arts department were reached by using simple random sampling method. As a result of the research, it was revealed that working life and marriage adjustment and discrimination against working women differ according to the gender variable, and discrimination against the jobs that women can work in varies depending on whether there are working women in the student's nuclear family.

Keywords: Gender, Gender Roles, Gender Inequality, Gender Inequality and Tourism Sector,

AGRO-TURİZM KAVRAMI; VAN ÖRNEĞİ

Prof.Dr. Ahmet TEKELİ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

atekeli@yyu.edu.tr

Prof.Dr. Füsün GÜLSER

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

fgulser@yyu.edu.tr

Özet

Turizm denilince akla deniz, kum ve güneş üçlüsü gelmektedir. Agro turizm, alternatif turizmde kırsal turizmin bir alt dalı olarak karşımıza çıkmaktadır. Agro-turizm tarım kesimindeki üreticilere ek gelir olanakları sağlayan, yöre ve ülke ekonomisini, sosyal ve kültürel yapısını olumlu yönde etkileyen bir faaliyet olarak tanımlanabilir. Agro-turizm tarımsal faaliyetleri engellemeden, kırsal yörelerin huzur verici-dinlendirici etkisinden yararlanmayı sağlar. Tarım turizmi agri ya da agro turizm olarak da bilinmektedir. İnsanların doğaya kaçış noktası olan **Agro turizm**, her geçen yıl daha da değer kazanmaktadır. Agro-turizm toprağı ve hayvansal üretim süreçlerini seven, şehir keşmekeşliğinden uzaklaşmak isteyen insanlar için bir fırsat sunmaktadır. Yaklaşık rakımı 1000 metre olan Doğu Anadolu Bölgesi genel geçim kaynağı tarım ve hayvancılığa dayanmaktadır. Bu çalışmanın amacı Doğu Anadolu Bölgesi içerisinde yer alan Van ilinin 1400 ün üzerinde ki rakımı, dağlık alanları, mera ve çayır alanları ve endemik hayvancılık ve bitkisel üretimlerinin kırsal alanda Agro-turizm açısından potansiyelini ortaya koymaktır. Böylece, Van ilini Agro-turizm açısından öne plana çıkarmaktadır. Norduz Koyun ırkı, organik arıcılık (Bahçesaray balı), Sadece sodalı sularda yaşayan İnci kefali, Van Kedisi, Kırmızı Benekli Alabalık (Çatak ve Bahçesaray Yöresi), Otlı peynir, Uşkun, Yabani Sarımsak (Sirmo) ve Mendi, Ters lale, Bahçesaray cevizi ve Erciş üzümü gibi endemik türler yıllarca üretilmekte ve yetiştirilmektedir. Çalışmanın yönteminde betimsel nitelik taşıyan, betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Elde edilen veriler ışığında, Van ilinin Agro-turizm potansiyeli değerlendirilmiş ve önemine vurgu yapılmıştır. Van ilinin sahip olduğu bozulmamış doğası ile kırsal alanda tarımsal üretimin mozaikini oluşturması, Agro-turizm açısından büyük önem taşımaktadır. Ancak bilinçsiz davranılması sonucunda bu zengin doğanın bozulması kaçınılmaz olacaktır. Geç olmadan bu tehlikenin farkında olmak, çevreye dost yöntemlerle bu potansiyeli katma değere dönüştürmek gerekir.

Anahtar Kelimler: Agro turizm, Kırsal turizm, Van, Tarım

THE CONCEPT OF AGRO-TOURISM; EXAMPLE OF VAN

Abstract

When tourism is mentioned, the trio of sea, sand and sun comes to mind. Agro tourism appears as a sub-branch of rural tourism in alternative tourism. Agro-tourism can be defined as an activity that provides additional income opportunities to producers in the agricultural sector and positively affects the local and country economy, social and cultural structure. Agro-tourism allows you to benefit from the peaceful and relaxing effect of rural areas without hindering agricultural activities. Agricultural tourism is also known as agri or agro tourism. Agro tourism, which is a place for people to escape to nature, is gaining more value every year. Agro-tourism offers an opportunity for people who love the soil and animal production processes and want to get away from the chaos of the city. The Eastern Anatolia Region, which has an altitude of approximately 1000 meters, is based on agriculture and animal husbandry as its main source of income. The aim of this study is to reveal the potential of Van province, located in the Eastern Anatolia Region, with its altitude of over 1400 meters, mountainous areas, pasture and meadow areas and endemic livestock and plant productions in terms of Agro-tourism in rural areas. Thus, it brings the province of Van to the fore in terms of Agro-tourism. It has been produced and grown endemic species such as Norduz Sheep breed, organic beekeeping (Bahçesaray honey), Pearl mullet that lives only in soda waters, Van Cat, Red Spotted Trout (Çatak and Bahçesaray Region), Herbed cheese, Uskun, Wild Garlic (Sirmo) and Mendi, Inverted tulip, Bahçesaray walnut and Erciş grapes for years. In the method of the study, a descriptive scanning model was used. In the light of the data obtained, the Agro-tourism potential of Van province was evaluated and its importance was emphasized. The undisturbed nature of Van province and the mosaic of agricultural production in rural areas are of great importance in terms of Agro-tourism. However, as a result of unconscious behavior, the degradation of this rich nature will be inevitable. It is necessary to be aware of this danger before it is too late and to turn this potential into added value with environmentally friendly methods.

Keywords: Agro Tourism, Rural Tourism, Van, Agriculture

TÜRKİYE'DE KALKINMA PLANLARINDA SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM:1963-2028 DÖNEMİ

Prof. Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU

Mersin Üniversitesi

msamirkas@mersin.edu.tr

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

alaeddinoglu@yyu.edu.tr

Öğr. Gör. Gökhan KARAKEÇİLİ

Mersin Üniversitesi

gokhankarakecili@mersin.edu.tr

Özet

Turizm günümüzde iletişim (telekomünikasyon) ve bilgi (enformasyon) kavramlarından sonra 21. yüzyıla damgasını vuran, dünyanın üç temel hizmet sektöründen biridir. Gelişmiş ve özellikle de gelişmekte olan ülkelerde sosyal ve kültürel etkilerinin yanı sıra ekonomik getirilerinden dolayı vazgeçilmez sektörlerden biri olmuştur. Turizm olgusu büyük ölçüde çevre kalitesine bağlı olmasına rağmen çevreyi olumsuz etkileyen etmenlerin başında gelmektedir. Özellikle, 1970'li yılların sonu ve 1980'li yılların başında turizmin gelişmesi ile ortaya çıkan negatif etkiler sürdürülebilir turizm kavramı tartışmalarını gündeme getirmiştir. Sürdürülebilir turizmin amacı, insanın etkileşim içinde bulunduğu çevrenin korunarak, kültürel ekonomik ve biyolojik çeşitliliğin idame ettirildiği ve aynı zamanda o bölgeye gelen turistlerin ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçları ile gelecek nesillerin aynı ihtiyaçları karşılayabilmesi olarak ifade edilmektedir. Aslında sürdürülebilirlik ve turizm birbirini tamamlayan iki kavramdır. Bu nedenle turizm sektöründe ileriye yönelik geliştirilen tüm politikalarda, artık sürdürülebilirlik olgusu en öncelikli konuların başında yer almaktadır. Doğal, tarihi ve kültürel çevrenin korunması, tekrarlanan turist ziyaretlerinin artarak geliştirilmesi ve rekabet gücünün artırılması için “Sürdürülebilir Turizm Politikalarının” uygulanmasına ihtiyaç vardır. Türkiye’de ekonomik, sosyal ve kültürel alanların dahil edildiği ve büyüme hedefinin ortaya konulduğu 5 yıllık kalkınma planları ilk kez 1963 yılında Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından hazırlanmıştır. Kalkınma planları kapsamında olan turizm sektörü ve turizm sektörü ile ilgili planlamalarda, bir dönemde turizm sektöründe ulaşılmak istenen hedefler, bu hedeflere varılabilecek araçlar, yapılacak işler gösterilmektedir. Doküman incelemesine dayanan bu çalışmanın temel amacı, Türkiye’de 1963 yılından itibaren uygulanmaya başlanan kalkınma planlarında, turizmle ilgili olarak yapılmış olan politikalar ile belirlenmiş olan hedef ve ilkelerde, turizm-çevre ilişkisi, sürdürülebilir turizm ve sürdürülebilir turizm kapsamında değerlendirdiğimiz turizm türlerine ne ölçüde yer verildiğini incelemektir. Bu bağlamda politika yapımcıların 1963-2028 yıllarını kapsayan 65 yıllık döneminde kalkınma planlarında turizm çevre ilişkisi ve sürdürülebilir turizme bakış açıları değerlendirilebilecektir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Çevre, Sürdürülebilir Turizm, Kalkınma Planları

SUSTAINABLE TOURISM IN DEVELOPMENT PLANS IN TURKEY: 1963-2028 PERIOD

Abstract

Tourism is one of the three main service sectors of the world, which has left its mark on the 21st century after the concepts of communication (telecommunication) and information (information). It has become one of the indispensable sectors in developed and especially developing countries due to its social and cultural effects as well as its economic returns. Although the tourism phenomenon is largely dependent on environmental quality, it is one of the factors that negatively affect the environment. In particular, the negative effects of the development of tourism in the late 1970s and early 1980s brought the concept of sustainable tourism to the agenda. The aim of sustainable tourism is to preserve the environment in which people interact, to maintain cultural, economic and biological diversity, and at the same time to meet the economic, social and aesthetic needs of tourists coming to that region and the same needs of future generations. In fact, sustainability and tourism are two complementary concepts. For this reason, sustainability is now one of the top priorities in all policies developed for the future in the tourism sector. There is a need to implement "Sustainable Tourism Policies" in order to protect the natural, historical and cultural environment, to increase repeat tourist visits and to increase competitiveness. In Turkey, the State Planning Organization (SPO) prepared 5-year development plans for the first time in 1963, which included economic, social and cultural areas and set the growth target. Within the scope of the development plans, the tourism sector and the plans related to the tourism sector show the goals to be achieved in the tourism sector in a period, the tools that can be used to achieve these goals, and the work to be done. The main purpose of this study, which is based on document analysis, is to examine the extent to which the tourism-environment relationship, sustainable tourism and the types of tourism that we consider within the scope of sustainable tourism are included in the policies, objectives and principles determined in the development plans that have been implemented in Turkey since 1963. In this context, it will be possible to evaluate the perspectives of policy makers on tourism-environment relationship and sustainable tourism in development plans in the 65-year period covering the years 1963-2028.

Keywords: Tourism, Environment, Sustainable Tourism, Development Plans

HÜZÜN TURİZMİNİN HATAY'DA UYGULANABİLİRLİĞİ AÇISINDAN SÖYLEM ANALİZİ

Öğr. Gör. Gökhan KARAKEÇİLİ

Mersin üniversitesi

gokhankarakecili@mersin.edu.tr

Prof. Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU

Mersin Üniversitesi

msamirkas@mersin.edu.tr

Özet

Doğal afetlerin en korkulanı olan deprem felaketi Türkiye gibi fay hatları üzerine kurulu olan ülkeler için ciddi tehdittir. Türkiye bu deprem felaketi tehdidi ile yıllardır mücadele etmekte ve bu felakette fazla kayıplar vermektedir. 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş ve Hatay merkezli depremlerde Türkiye'nin 11 ili (Adana, Adıyaman, Diyarbakır, Elazığ, Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Kilis, Malatya, Osmaniye, Şanlıurfa) etkilenmiş, binlerce can kaybı yaşanmış ve çok büyük yıkımlar meydana gelmiştir. Turizm sektörünün, doğal afetlerden en çok etkilenen sektörlerin başında gelmesi de dış olaylara karşı dayanıksız ve hassas olduğunu gösterir. Turizm sektörünün bu tür (doğal afetler, ekonomik-siyasi krizler, terör vb.) dış olaylar karşısındaki hassas yapısı olduğu gibi bu olayların meydana getirdiği yıkımları ve kayıpları bir an evvel toparlama işlemlerinde de en etkili yollardan biri olduğu söylenebilir. Alternatif turizm türlerinden olan hüznün turizmi doğal afetler, savaşlar, geçmişte meydana gelen toplu ölümler, kaza ve deprem gibi acı veren olayların diğer nesiller aktarılacak amacıyla tercih edilen bir turizm türüdür. Bu turizm türünde empati yoluyla ziyaretçilerin yaşanan olayı hissetmeleri ve diğer nesillere aktarmaları amaçlanır. Bu amaçla UNESCO tarafından tescillenen birçok tarihi yapısı olan, kültürel mirasımızın birçok çeşidine ev sahipliği yapan, sadece somut değerleri ile değil somut olmayan kültürel zenginliklerimize de ev sahipliği yapan Hatay ilinin hüznün turizmi açısından değerlendirilmesi yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Alternatif Turizm, Hüznün Turizmi, 6 Şubat Depremleri

DISCOURSE ANALYSIS IN TERMS OF THE APPLICABILITY OF SADNESS TOURISM IN HATAY

Abstract

Earthquake disaster, the most feared of natural disasters, is a serious threat for countries like Turkey that are built on fault lines. On February 6, 2023, 11 provinces of Turkey (Adana, Adıyaman, Diyarbakır, Elazığ, Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Kilis, Malatya, Osmaniye, Şanlıurfa, Kilis, Malatya, Osmaniye, Şanlıurfa) were affected by earthquakes centered in Kahramanmaraş and Hatay, resulting in thousands of casualties and massive destruction. The fact that the tourism sector is one of the sectors most affected by natural disasters shows that it is vulnerable and sensitive to external events. It can be said that the tourism sector is sensitive to such external events (natural disasters, economic-political crises, terrorism, etc.) and is one of the most effective ways to recover from the destruction and losses caused by these events as soon as possible. Sadness tourism, which is one of the alternative tourism types, is a type of tourism preferred to transfer painful events such as natural disasters, wars, mass deaths in the past, accidents and earthquakes to other generations. In this type of tourism, it is aimed for visitors to feel the event through empathy and to pass it on to other generations. For this purpose, Hatay province, which has many historical structures registered by UNESCO, hosts many types of our cultural heritage, and hosts not only tangible values but also intangible cultural richness, will be evaluated in terms of grief tourism.

Keywords: Tourism, Alternative Tourism, Sadness Tourism, February 6 Earthquakes

ENGELLİ TURİSTLER İÇİN ERİŞİLEBİLİR TURİZM UYGULAMALARI

Nuran ALİOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

alioglunuran65@gmail.com

Prof. Dr. Öznur BOZKURT

Düzce Üniversitesi

oznurbozkurt@duzce.edu.tr

Doç. Dr. Sağbetullah MERİÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

smeric@yyu.edu.tr

Özet

Erişilebilir turizm, engelli ve özel ihtiyaçlı bireylerin diğer insanlar gibi tatil ve seyahat imkanlarından aynı şekilde yararlanabilmelerini sağlayan bir turizm türüdür. Erişilebilir turizm, engelli bireyler dahil olmak üzere yaşlılar, hamileler, çocuklu aileler ve geçici sakatlık yaşayan bireyleri de kapsayarak bağımsız şekilde seyahat etmelerini ve turistik faaliyetlere katılabilmeleri için gerekli olan altyapı ve hizmetlerin sunulmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda oldukça geniş kitlelere hitap eden erişilebilir turizm uygulamalarının potansiyeli de büyüktür. Engelli turistlerin ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılamak turizm faaliyetlerinden memnuniyet duymaları açısından önemli olduğundan bu konuda iyileştirmeler yapmak turizm sektöründeki mevcut işletmeleri ön plana çıkaracaktır. Turistlerin ihtiyaç ve beklentileri engellilik türüne ve tercihlerine göre değişkenlik gösterebilir. Genel beklentiler değişiklik gösterse de engelli bireyler diğer insanlar gibi seyahat edip tatil yapmak istemektedirler. Erişilebilir turizmin gelişmesi engelli turistlerin ihtiyaç ve beklentilerinin daha iyi karşılanmasına yardımcı olacaktır. Bu gelişim için birçok paydaşın birlikte çalışması gerekir. Sivil toplum kuruluşları ve kamu sektörü bu paydaşların başında gelir. Engelli turistlerin haklarını savunarak erişilebilir turizmin gelişmesinde sivil toplum kuruluşları önemli rol oynar. Aynı zamanda turizm sektöründeki işletmelerin hizmetlerini erişilebilir hale getirmesi de bu turizm türünün gelişmesinde önemlidir. Gelişmeler sonucunda engelli turistler için erişilebilir turizm uygulamaları da ön plana çıkacaktır. Engelli hakları ve erişilebilirlik konusundaki farkındalık son yıllarda artmaktadır. Bu durum, turizm sektörünün de engelli turistlerin ihtiyaçlarını dikkate almasına ve erişilebilirlik konusuna yatırım yapmasına yol açmaktadır. Türkiye’de erişilebilir turizm hakkında çalışmalar devam etmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, engelli bireylerin de diğer bireyler gibi seyahat etme ve tatil yapma olanağına sahip olmasını sağlayacak olan erişilebilirlik uygulamalarını avantaj ve dezavantajları ile ortaya koymaktır. Erişilebilir turizm uygulamalarından örneklerin de değerlendirildiği bu çalışmada konu kavramsal bir çerçeveden ele alınacaktır ve erişilebilir turizmin gelişmesi için öneriler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Erişilebilir turizm, Engelli turistler, Turizm uygulamaları, Turizm.

ACCESSIBLE TOURISM APPLICATIONS FOR DISABLED TOURISTS

Abstract

Accessible tourism is a type of tourism that enables disabled and special needs individuals to benefit from holiday and travel opportunities in the same way as other people. Accessible tourism includes the elderly, pregnant women, families with children and individuals with temporary disabilities, including disabled individuals, and provides the infrastructure and services necessary for them to travel independently and participate in touristic activities. In this context, the potential of accessible tourism applications that appeal to a wide range of audiences is also great. Since meeting the needs and expectations of disabled tourists is important for their satisfaction with tourism activities, making improvements in this regard will bring existing businesses in the tourism sector to the fore. Tourists' needs and expectations may vary depending on the type of disability and preferences. Although general expectations vary, disabled individuals want to travel and vacation like other people. The development of accessible tourism will help to better meet the needs and expectations of disabled tourists. For this development, many stakeholders need to work together. Non-governmental organizations and the public sector are among these stakeholders. Non-governmental organizations play an important role in the development of accessible tourism by defending the rights of disabled tourists. At the same time, it is important for businesses in the tourism sector to make their services accessible in the development of this type of tourism. As a result of the developments, accessible tourism practices for disabled tourists will also come to the fore. Awareness of disability rights and accessibility has been increasing in recent years. This situation causes the tourism sector to take into account the needs of disabled tourists and invest in accessibility. Studies on accessible tourism continue in Turkey. In this context, the aim of the study is to reveal the advantages and disadvantages of accessibility applications that will enable disabled individuals to have the opportunity to travel and vacation like other individuals. In this study, where examples of accessible tourism practices are also evaluated, the subject will be discussed from a conceptual framework and suggestions will be presented for the development of accessible tourism.

Keywords: Accessible tourism, Tourists with disabilities, Tourism practices, Tourism.

KÖRZÜT KALESİ'NİN TURİZM POTANSİYELİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Yüksek Lisans Öğrencisi Nazmi ÖRENLİ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Özet

Urartu Krallığı Orta Demir Çağında bu bölgede önemli merkezler kurmuşlardır. Bu merkezlerden en önemli olanı Kral Minua (MÖ 810-785/780) tarafından kurulan Körzüt Kalesidir. Kale Muradiye İlçe merkezinin 9 km güneyinde Uluşar mahallesi sınırları içerisinde yer almaktadır. Körzüt Kalesi, Muradiye Ovasında, ovayı tamamen gören doğal bir tepe üzerinde kurulmuştur. Kalenin kurulduğu tepeyle bitişik güneydoğu tarafında bulunan tepede ise nekropol alanı bulunmaktadır. Kale şimdiye kadar birçok araştırmacı tarafından incelenmiştir. Körzüt Kalesinin turizm potansiyeli açısından önde gelen özgün değerleri sur duvarları, tapınak ve yazıtlardır. Körzüt kalesi ve çevre köylerde çoğu bugün Van Müzesine taşınmış çok sayıda Urartu dönemine ait çivi yazılı kitabeler tespit edilmiştir. Kalede yapılan son çalışmalarda susi tapınağında üç adet yazıt tespit edilmiş bu yazıtlar ile Van müzesine götürülen yazıtlar arasında benzerliklerinden dolayı bu yazılı kitabelerin Körzüt Kalesi'nden gittiği düşünülmektedir. Körzüt kalesi'nin Urartu krallık döneminde bölgedeki önemini anlamamızı sağlayacak verileri ortaya çıkartması açısından büyük önem taşımaktadır. Kale ve tapınakta yapılacak Röleve, Restitüsyon ve Restorasyon projeleri ile birlikte kale, turizm destinasyonuna eklenmesi Bölge Kültür ve turizmne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Urartu, Körzüt, Yazıt, Turizm

EVALUATION OF KÖRZÜT FORTRESS IN TERMS OF TOURISM POTENTIAL

Abstract

The Urartu Kingdom established important centres in this region during the Middle Iron Age. The most important of these centres is the Körzüt Fortress founded by King Minua (810-785/780 BC). The fortress is located 9 km south of Muradiye district centre within the borders of Uluşar neighbourhood. Körzüt Castle is located on a natural hill in the Muradiye Plain, overlooking the plain completely. There is a necropolis area on the southeast side of the hill adjacent to the hill where the fortress was built. The castle has been analysed by many researchers so far. The prominent unique values of Körzüt Fortress in terms of tourism potential are the fortification walls, temple and inscriptions. In Körzüt fortress and the surrounding villages, many cuneiform inscriptions belonging to the Urartian period, most of which have now been moved to the Van Museum, were found. Three inscriptions were found in the temple of Susi during the recent works carried out in the fortress. Due to the similarities between these inscriptions and the inscriptions taken to the Van Museum, it is thought that these inscriptions came from Körzüt Fortress. It is of great importance in terms of revealing the data that will enable us to understand the importance of the Körzüt fortress in the region during the Urartian kingdom period. With the Relief, Restitution and Restoration projects to be carried out in the fortress and temple, it is thought that adding the fortress to the tourism destination will contribute to the culture and tourism of the region.

Keywords: Urartian, Körzüt, Inscriptions, Tourism

GIDA DEMOKRASİSİ: SİSTEMATİK BİR DERLEME

Prof. Dr. Nuray Türker,
Karabük Üniversitesi
nturker@karabuk.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi Sibel Ayyıldız,
Karabük Üniversitesi
sibelayyildiz@karabuk.edu.tr
Hüseyin Fatih Zararsız
Karabük Üniversitesi
huseyinfatihzararsiz@gmail.com

Özet

İlk kez Tim Lang (1999) tarafından ortaya atılan gıda demokrasisi kavramı son yıllarda gıda yönetimi alanında önemli bir tartışma ve araştırma konusu haline gelmiştir. Çünkü, mevcut gıda sistemi yoğun üretimden kaynaklanan çevresel sorunlara, suyun aşırı tüketimine, toprak yapısının bozulmasına, hava kirliliğine yol açması ve biyolojik çeşitlilik kaybına neden olması sebebiyle eleştirilmektedir. Ayrıca, gıda üzerindeki sömürücü ekonomik ilişkiler, gıda güvensizliği, yetersiz beslenme, geçim sıkıntısı, yağ, şeker açısından zengin işlenmiş gıdaların tüketilmesine bağlı olarak dejeneratif hastalıkların çoğalması dünya gündemindeki önemli konulardır (Bornemann ve Weiland, 2019). Lang (1999), "yeterli, uygun fiyatlı, güvenli, insani ve kültürel açıdan uygun beslenmeyi" sağlayacak biçimde "gıdaya erişimin ve gıda sisteminden kolektif olarak yararlanmanın" önemini vurgulamıştır. Gıda demokrasisi kavramı da bu noktada ortaya çıkmakta olup sürdürülebilir bir gıda sistemi oluşturmayı amaçlamaktadır. Gıda demokrasisi, gıdanın nasıl üretilip tüketilmesi gerektiği konusunda alternatif bir bakış açısı sunan ve gıda sisteminin şekillenmesine halkın aktif katılımının sağlanması gerektiğini savunan toplumsal bir harekettir. Yurttaşlık kavramı üzerine temellendirilen gıda demokrasisi özel teşebbüsün küresel gıda üretim zinciri üzerindeki artan baskıcı yaklaşımına karşı tüm yurttaşların güvenli koşullarda üretilen, uygun fiyatlı, sağlık açısından faydalı gıdalara erişim hakkı olduğunu savunmaktadır. Bu çalışmanın amacı gıda demokrasisi konusuyla ilgili olarak yapılan araştırmaları inceleyerek sistematik ve bilimsel bir sentez sunmaktır. Bu bağlamda çalışmada gıda demokrasisi kavramının ve kapsamının ne olduğu sorusuna yanıt aranmıştır.

Anahtar kelimeler: Gıda demokrasisi, Gıda Sistemi, Gıda Politikası, Sürdürülebilirlik. ·

FOOD DEMOCRACY: A SYSTEMATIC REVIEW

Abstract

The concept of food democracy, first put forward by Tim Lang (1999), has become an important topic of discussion and research in the field of food management in recent years. Because the current food system is criticized for causing environmental problems resulting from intensive production, excessive consumption of water, deterioration of soil structure, air pollution and loss of biodiversity. In addition, exploitative economic relations on food, food insecurity, malnutrition, financial difficulties, and the proliferation of degenerative diseases due to the consumption of processed foods rich in fat and sugar are important issues on the world agenda (Bornemann and Weiland, 2019). Lang (1999) emphasized the importance of "access to food and collectively benefiting from the food system" to ensure "adequate, affordable, safe, humane and culturally appropriate nutrition." The concept of food democracy also emerges at this point and aims to create a sustainable food system. Food democracy is a social movement that offers an alternative perspective on how food should be produced and consumed and advocates the active participation

of the public in shaping the food system. Food democracy, based on the concept of citizenship, defends that all citizens have the right to access food produced under safe conditions, at affordable prices and beneficial to health, against the increasingly oppressive approach of private enterprise on the global food production chain. The aim of this study is to examine the research on food democracy and present a systematic and scientific synthesis. In this context, the study sought an answer to the question of what the concept and scope of food democracy is.

Keywords: Food democracy, Food system, Food policy, Sustainability

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM VE OTANTİK DENEYİMLERİN BİRLEŞİMİ: YEREL KÜLTÜRLERİN KORUNMASI

Dr. Öğr. Üyesi Gizem ÇORMAN
İstanbul Nişantaşı Üniversitesi
gizem.corman@nisantasi.edu.tr

Özet

Turizm deneyimlerinde turistlerin moderniteden kaçışı modern yaşamın getirdiği stres, karmaşa ve rutinden uzaklaşma arzusunun ifade etmektedir. Modern hayatın hızı, rekabeti, teknolojik bağımlılığı ve endüstriyellemenin getirdiği standartlaşma, bazı insanları doğal ve otantik deneyimler aramaya yönlendirmektedir. Modernitenin getirdiği standardizasyon ve kültürel homojenleşme karşısında birçok turist yerel kültürlerin, geleneklerin ve doğal güzelliklerin otantik deneyimler sunabileceği yerlere yönelmektedir. Yerel mutfağı deneme, el sanatlarını gözlemleme, yerel festivallere katılma gibi aktiviteler turistlere modern yaşamın dışında gerçek ve özgün deneyimler sunmaktadır. Alternatif turizm olarak adlandırılan bu tür turizm deneyimleri doğal, tarihi ve kültürel kaynakları korumaya ve sürdürülebilir turizm uygulamalarını desteklemeye odaklanmaktadır. Bu tür deneyimler, yerel ekonomileri ve toplulukları olumlu yönde etkilediği kadar kültürün metalaştırılıp sahnelenmesi konusunda olumsuz yönde de etki sağlayabilmektedir. Bu çalışma destinasyonun sahip olduğu otantik değerlerin sürdürülebilir turizm anlayışıyla korunması, kullanılması ve gelecek kuşaklara aktarılmasını konu edinmiştir. Dolayısıyla bu çalışma ile destinasyon rekabet avantajı sağlaması, ziyaretçi sayısının artırılması amacı ile doğal, tarihi ve kültürel değerlerin metalaştırılması araştırılmış ve kültürel değerlerin gelecek kuşaklara aktarılmasında turizm sektöründe otantik unsurların sürdürülebilir turizm anlayışı perspektifinde incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın temel yöntemi literatür incelemesine dayanmaktadır. Çalışmada kullanılan ikincil kaynaklar ile turizmde somut ve somut olmayan kültürel miras unsurlarının otantiklik ve sürdürülebilirlik eksininde kuramsal bir değerlendirmesi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Otantiklik, Sürdürülebilir Turizm, Yerel Kültür

THE COMBINATION OF SUSTAINABLE TOURISM AND AUTHENTIC EXPERIENCES: PRESERVING LOCAL CULTURES

Abstract

In tourism experiences, tourists' escape from modernity expresses their desire to get away from the stress, chaos and routine that modern life brings. The speed of modern life, competition, technological dependence and standardization brought about by industrialization lead some people to seek natural and authentic experiences. In the face of standardization and cultural homogenization brought about by modernity, many tourists turn to places where local cultures, traditions and natural beauties can offer authentic experiences. Activities such as trying local cuisine, observing handicrafts, and participating in local festivals offer tourists real and original experiences outside of modern life. This type of tourism experiences, called alternative tourism, focuses on preserving natural, historical and cultural resources and supporting sustainable tourism practices. While such experiences have a positive impact on local economies and communities, they can also have a negative impact on the commodification and staging of culture. This study is about preserving, using and transferring the authentic values of the destination to future generations with the understanding of sustainable tourism. Therefore, this study investigates the

commodification of natural, historical and cultural values in order to provide a destination competitive advantage and increase the number of visitors, and aims to examine authentic elements in the tourism sector from the perspective of sustainable tourism understanding in transferring cultural values to future generations. The basic method of the study is based on literature review. A theoretical evaluation was made of the secondary sources used in the study and the tangible and intangible cultural heritage elements in tourism in terms of authenticity and sustainability.

Keywords: Authenticity, Sustainable Tourism, Local Culture

ŞIRNAK İDİL İLÇESİNDE HRİSTİYANLARA AİT MİMARİ ESERLER

Arş. Gör. Hüseyin ŞAN
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
huseyinsan@yyu.edu.tr

Özet

Türkiye'nin doğusunda bulunan Şırnak ili, Anadolu ve Mezopotamya kültürlerinin buluştuğu ve etkileşimin fazla olduğu bir konumda yer almaktadır. Tarihsel açıdan zengin bir geçmişe sahip olan bu bölge, çeşitli medeniyetlerin izlerini barındırmaktadır. Uzun yıllar boyunca birçok uygarlığın merkezi olan ve geçiş yolu olarak kullanılan Şırnak toprakları, Kürtler, Süryaniler, Türkler ve Araplar gibi farklı milletlere, Hristiyan, Müslüman ve Ezidi gibi farklı inanç topluluklarına da ev sahipliği yapmıştır. Turabdin Bölgesi'nin sınırlarında yer alan İdil'de, M.S. 2 ve 3. yüzyıllarda Hristiyanlık inancı yayılmaya başlamış, buna paralel olarak da birçok manastır ve kilise inşa edilmiştir. Bu bildirinin temel hedefi, Şırnak'ın İdil ilçesindeki Hristiyan topluluğuna ait manastır ve kiliselerin plan tiplerini ve mimari özelliklerini detaylı bir şekilde inceleyip günümüzdeki durumlarını değerlendirmektir. Tarafımızca gerçekleştirilen saha çalışmaları kapsamında, İdil ilçesi ve çevresinde toplam kırk beş adet manastır ve kilise tespit edilmiştir. Bu yapılardan yedisi ilçe merkezinde bulunurken geri kalanları çeşitli köylerde yer almaktadır. İncelenen yapıların plan ve mekan anlayışı, mimari öğeleri ve yapılarda kullanılan malzemeler anlatılmış ayrıca Şırnak, Mardin, Hakkari ve Van gibi diğer bölgelerdeki Hristiyan kiliseleriyle karşılaştırılarak ayrıntılı bir değerlendirme yapılmıştır. Elde edilen önemli bilgilerden biri bu yapıların çoğunun 2000'li yıllardan itibaren Süryani cemaati tarafından onarıldığı veya yeni baştan inşa edildiğidir. Bir başka sonuç ise çok sayıda mimari eserler bulunmasına karşın süsleme programı açısından oldukça sade olmalarıdır. İdil ilçesi ve köylerinde bulunan Hristiyan inancına ait dini kültür varlıkları, ülkemizde önemli kültürel miras eserleri olarak kabul edilmekte olup her yıl binlerce yerli ve yabancı turist için ziyaret ettiği önemli turistik yerlerinden biridir.

Anahtar Kelime: Şırnak, İdil, Süryani, Manastır, Kilise, Mimari

CHRISTIAN ARCHITECTURAL MONUMENTS IN THE DISTRICT OF IDIL, ŞIRNAK

Abstract

Located in the eastern part of Turkey, Şırnak province stands at a crossroads of Anatolian and Mesopotamian cultures, where significant interaction has taken place. This region, with a rich historical past, bears traces of various civilizations. For many years, the lands of Şırnak have been home not only to different ethnic groups such as Kurds, Assyrians, Turks, and Arabs but also to various religious communities including Christians, Muslims, and Yazidis. In the town of İdil, situated within the Tur Abdin region, Christianity began to spread in the 2nd and 3rd centuries, leading to the construction of numerous monasteries and churches over time. The primary aim of this study is to analyze in detail the architectural characteristics and layout types of monasteries and churches belonging to the Christian community in the district of İdil in Şırnak, and to evaluate their current situation. Through fieldwork conducted by our team, a total of 45 monasteries and churches have been identified in and around the district of İdil. While seven of these structures are located in the town center, the rest are situated in various villages. The study provides a comprehensive analysis of the layout, spatial concept, architectural elements, and materials used in these structures, along with a detailed comparison with Christian churches in other regions such as Şırnak, Mardin, Hakkari, and Van. One significant finding is that many of these structures have been renovated or rebuilt since the 2000s, often through endowments by the Syriac community.

Another notable observation is that despite the abundance of architectural monuments, they tend to be relatively modest in terms of decorative programs. The cultural assets pertaining to the Christian faith found in the district of İdil and its villages are considered significant cultural heritage sites in our country, attracting thousands of local and foreign tourists annually.

Keywords: Şırnak, İdil, Syriac, Monastery, Church, Architecture

GASTRONOMİ FESTİVALLERİNİN TURİZM ÇEKİCİLİĞİ VE EKONOMİYE KATKISI

Arş. Gör. Çağlar BAYAR

Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi
ssblcaglarbayar@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi İbrahim ÇEKİÇ

Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi
ibrahim.cekic@gibtu.edu.tr

Özet

Gastronomi festivalleri, yerel yemek kültürünün tanıtımını ve turizm destinasyonlarının çekiciliğini artırmada önemli bir rol oynamaktadır. Bu festivaller genellikle belirli bir bölgenin ya da ülkenin yemek ve içecek çeşitliliğini, yerel lezzetlerini ve mutfak kültürünü tanıtmayı amaçlar. Ayrıca, gastronomi festivalleri genellikle müzik, sanat ve eğlence etkinlikleriyle de desteklenir. Bu tür etkinlikler, turizmi teşvik etmek, yerel ekonomiyi canlandırmak ve gastronomik mirası korumak için önemli bir rol oynar. Bu araştırma, gastronomi festivallerinin turizmi canlandırma ve ekonomiye katkı sağlama potansiyelini belirlemek için yapılmıştır. Çalışmanın amaçları doğrultusunda ilk olarak gastronomi festivallerini konu alan literatür ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Bu işlemin ardından ulaşılan bilgiler içerik analizine tabi tutulmuştur. Yapılan içerik analizi sonucunda gastronomi festivallerinin çekicilik unsurlarının lezzet, keşfetme, çeşitlilik ve yerli / yabancı şefler ile tanışma şeklinde adlandırılabilir dört tema etrafında kümelendiği görülmüştür. Çalışmada ayrıca gastronomi temalı festivaller düzenleyen destinasyonların ekonomik girdilerinde genel olarak bir artış olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bulguların başta yerel yönetimler olmak üzere sektör temsilcilerine yeni bakış açıları kazandıracağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi festivalleri, Turizm, Ekonomi

TOURISM ATTRACTIVENESS AND CONTRIBUTION OF GASTRONOMY FESTIVALS TO THE ECONOMY:

Abstract

Gastronomy festivals play an important role in promoting local food culture and increasing the attractiveness of tourism destinations. These festivals generally aim to introduce the food and drink diversity, local flavors, and culinary culture of a particular region or country. Additionally, gastronomy festivals are often supported by music, art, and entertainment events. Such events play an important role in promoting tourism, stimulating the local economy, and preserving gastronomic heritage. This research was conducted to determine the potential of gastronomy festivals to stimulate tourism and contribute to the economy. For the purposes of the study, firstly, the literature on gastronomy festivals was examined in detail. The information obtained after this process was subjected to content analysis. As a result of the content analysis, it was seen that the attractive elements of gastronomy festivals were clustered around four themes that can be named as taste, discovery, diversity, and meeting local/foreign chefs. The study also found that there is a general increase in the economic input of destinations that organize gastronomy-themed festivals. It is thought that the findings obtained will provide new perspectives to sector representatives, especially local governments.

Keywords: Gastronomy, Gastronomy festivals, Tourism, Economy

YAYLA TURİZM DESTİNASYONLARININ GELİŞİMDEKİ ENGELLER: ORDU İLİ ÖRNEĞİ⁶

Doç. Dr. Zafer TÜRKMENDAĞ

Atatürk Üniversitesi

zafer.turkmendag@gmail.com

Zehra TURAN

Atatürk Üniversitesi

zehratrn5252@gmail.com

Özet

Türkiye'nin özellikle Doğu Karadeniz Bölgesi'nde bulunan zengin ve çeşitli yaylaları turizm açısından büyük önem arz etmekte ve turistler tarafından sıkça ziyaret eden popüler destinasyonlara ev sahipliği yapmaktadır. Buna rağmen bazı çok bilinen yaylaların yeterli düzeyde gelişemediği ve turist çekemediği bilinmektedir. Bu nedenle yayla destinasyonlarının neden gelişemedikleri ve gelişiminin önündeki engelleri belirlemek bu araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Nitel araştırma yöntemi yaklaşımıyla 30 katılımcı ile yarı yapılandırılmış form aracılığıyla mülakatlar yapılmıştır. Araştırmanın bulgularına göre kodlar kategoriler belirlenerek fiziki çevre, pazarlama, sosyo-kültürel ve ekonomik engeller olmak üzere temalara ulaşılmıştır. Araştırmacılar ve planlamacılar için destinasyon gelişimine yönelik teorik ve pratik öneriler sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon, Destinasyon Gelişimi, Yayla turizmi, Karadeniz.

OBSTACLES IN THE DEVELOPMENT OF HIGHLAND TOURISM DESTINATIONS: THE CASE OF ARMY PROVINCE

Abstract

Turkey's varied and diverse plateaus, especially in the Eastern Black Sea Region, are of great importance in terms of tourism and are home to popular destinations frequently visited by tourists. Despite this, it is known that some of the well-known highlands are not sufficiently developed and cannot attract tourists. For this reason, the aim of this research is to determine why highland destinations cannot develop and the obstacles to their development. With a qualitative research method approach, interviews were conducted with 30 participants through a semi-structured form. According to the findings of the research, codes and categories were determined and themes were reached as physical environment, marketing, socio-cultural and economic barriers. It offers theoretical and practical suggestions for destination development for researchers and planners. Keywords: Destination, Destination Development, Highland tourism, Black Sea.

Keywords: Destination, Destination Development, Highland tourism, Black Sea.

⁶ Bu araştırma TUBİTAK tarafından 2209A projesi olarak desteklenmiştir.

ŞEHİR PAZARLAMASINDA SPOR REKABET AVANTAJI OLABİLİR Mİ? TÜRKİYE VOLEYBOL KADINLAR 2.LİĞİ ÜZERİNDEN İÇERİK ANALİZİ

Dr. Öğr. Üyesi Kazım MERT
Sakarya Üniversitesi
kmert@sakarya.edu.tr

Özet

Bu çalışma, spor endüstrisinin şehir pazarlamasında nasıl etkili olduğunu voleybol branşı üzerinden araştırmaktadır. Çalışmanın araştırma evrenini Türkiye Voleybol Federasyonu 2023-2024 sezonu Kadın 2. Ligi oluşturmaktadır. Lig etabını 16 grupta 139 kadın voleybol takımı kendi gruplarında yer alan takımlarla deplasmanlı olarak tamamlamıştır. Çeyrek final karşılaşmaları toplam 32 takım Eskişehir'de 4 grup, Kütahya ve Afyonkarahisar'da 2 grup olmak üzere tamamlanmıştır. Yarı final ve final maçları Eskişehir'de yapılmıştır. Lig etabında gruplarda yer alan takımlar maçlarını kendi il ve ilçe dışında deplasmanlı olarak tamamlamışlardır. Çeyrek, yarı final ve finale kalan takımlar karşılaşmalarını organizasyonun yapıldığı illerde yapmışlardır. Çalışmada farklı il ve ilçelerde yer alan takımlarda oynayan oyuncuların kendi il ve ilçelerinin dışında yeni yerler görmeleri ve yaşamlarına farkındalık oluşturacak daha önce gitme fırsatı ya da imkânın olmadığı il ve ilçeleri görmelerinin etkilerini şehir pazarlaması bakımından incelemektedir. Sporun şehir pazarlamasında turizm, gastronomi, ulaşım, tesisleşmenin etkisi gibi konularda oluşturacağı rekabet avantajlarının ve gelecekte yapılması gerekli olan yatırımların neler olabileceği konuları incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Spor Pazarlaması, Voleybol, Şehir Pazarlaması

CITY MARKETING CAN SPORT BE A COMPETITIVE ADVANTAGE? CONTENT ANALYSIS ON TURKISH VOLLEYBALL WOMEN'S 2ND LEAGUE

Abstract

This study investigates how the sports industry is effective in city marketing through the volleyball branch. The research population of the study consists of the Women's 2nd League of the Turkish Volleyball Federation for the 2023-2024 season. The league stage was completed by 139 women's volleyball teams in 16 groups away from the teams in their groups. Quarterfinal matches were completed with a total of 32 teams in 4 groups in Eskişehir and 2 groups in Kütahya and Afyonkarahisar. Semi-final and final matches were held in Eskişehir. In the league stage, the teams in the groups completed their matches away from their provinces and districts. Teams that reached the quarter, semi-final and final matches played their matches in the provinces where the organization was held. The study examines the effects of the players playing in teams located in different provinces and districts seeing new places outside their own provinces and districts and seeing provinces and districts where they did not have the opportunity or opportunity to go before to create awareness in their lives in terms of city marketing. The competitive advantages that sports will create in city marketing in areas such as tourism, gastronomy, transportation, and the impact of facilities and the investments that need to be made in the future are examined.

Keywords: Sports Marketing, Volleyball, City Marketing

TURİZM ALANINDA SOSYAL MEDYA ÇALIŞMALARINA İLİŞKİN PERSPEKTİF: 2010- 2024 YILLARI ARASINDA BİBLİYOMETRİK BİR İNCELEME

Dr. Öğr. Üyesi Meral BÜYÜKKURU

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

mbuyukkuru@nevsehir.edu.tr

Yasin GÜNDEN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

yasingunden@nevsehir.edu.tr

Özet

Sosyal medya kullanıcıları seyahate çıkmadan önce turistik ürün ve hizmetler hakkında bilgi almak, planlamak, organize etmek ve öğrenmek için seyahat bilgileri ve önerileri aramaktadır. Diğer yanda bunları önceden deneyimlemiş kullanıcılar daha önce deneyimledikleri destinasyonlar, turistik ürün ve hizmetler hakkındaki deneyimlerini ve değerlendirmelerini paylaşmak için sosyal ağ platformlarını kullanmaktadır. Bu aracı sayesinde insanlar, bir turistik destinasyonu ziyaret etmeye karar verirken diğer tüketicilerin görüşlerine giderek daha fazla güvenmekte ve bu da seyahat planlaması ve turizm pazarlaması için merkezi öneme sahiptir. Sonuç olarak, incelemeler ve görüşler turistik ürün ve detsinasyonlara olan talep üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Akademik olarak sosyal medyaya ilişkin literatür internet ağının hızla yaygınlaşmasına paralel olarak son 10 yılda önemli oranda artmıştır. Bu durumda, turizmde sosyal medyanın durumu konusundaki araştırmaların özetlenmesi ve gelecekteki araştırma yönlerinin belirlenebilmesi için bir inceleme yapılması önemlidir. Bu çalışmada 2010-2024 yılları arasında Web of Science veri tabanında taranan dergilerde yayımlanan, başlık ve anahtar kelimeler içerisinde “turizm” ve “sosyal medya” kavramlarının geçtiği 781 araştırma makalesinde, sosyal medya ile ilgili dinamik eğilimleri ve akademik noktaları ortaya çıkarmak için bibliyometrik analize dayalı yöntem uygulanmıştır. Sonuçlar göstermektedir ki araştırmaların yayımlandığı kategoriler arasında Konaklama Eğlence Spor Turizmi %58 oranında ilk sırada, %20 Yönetim kategorisinde, %11 Çevre Çalışmaları kategorisinde, %10 İşletme kategorisindeki dergiler içerisinde yayımlanmıştır. En fazla yayımlanan dergiler arasında ise sırasıyla Sustainability, Current Issues in Tourism, Tourism Management, Journal of Travel Research bulunmaktadır. En çok yayına ve uluslararası ortak yazarlığa Çin Halk Cumhuriyeti, ABD ve İspanya yazarları sahipken, en etkili kurum ise Çin Ulusal Doğa Bilimleri Vakfı'dır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, sosyal medya, bibliyometri,

PERSPECTIVE ON SOCIAL MEDIA STUDIES IN THE FIELD OF TOURISM: A BIBLIOMETRIC REVIEW BETWEEN 2010 AND 2024

Abstract

Social media users are looking for travel information and recommendations to plan, organize and learn about tourist products and services before traveling. On the other hand, users who have experienced these before use social networking platforms to share their experiences and evaluations about the destinations, touristic products and services they have experienced before.

Thanks to this intermediary, people increasingly rely on the opinions of other consumers when deciding to visit a tourist destination, which is central to travel planning and tourism marketing. As a result, reviews and opinions have a significant impact on the demand for tourist products and destinations. Academic literature on social media has increased significantly in the last 10 years in parallel with the rapid spread of the internet network. In this case, it is important to summarize the research on the state of social media in tourism and conduct a review to identify future research directions. In this study, 781 research articles published in journals scanned in the Web of Science database between 2010 and 2024, where the concepts of "tourism" and "social media" were mentioned in the titles and keywords, were analyzed based on bibliometric analysis to reveal dynamic trends and academic points related to social media. method has been applied. The results show that among the categories in which the research was published, Hospitality Leisure Sports Tourism ranked first with 58%, 20% were published in the Management category, 11% were published in the Environmental Studies category, and 10% were published in the Business category. Among the most published journals are Sustainability, Current Issues in Tourism, Tourism Management, Journal of Travel Research, respectively. While the authors from the People's Republic of China, the USA and Spain have the most publications and international co-authorships, the most influential institution is the National Natural Science Foundation of China.

Keywords: Tourism, social media, bibliometric

KARANLIK TURİZMİN KÜRESEL VE YEREL BOYUTLARI: KAHRAMANMARAŞ DEPREMLERİ ÜZERİNDEN BİR MODEL ÇALIŞMASI

Mine KORKUT

mnkrkt2@gmail.com

Ayşe Rümeysa Güden

Erciyes Üniversitesi

rumeysaayse112@gmail.com

Özet

Trajik ve felaket olayları ile ilişkilendirilen “Dark Tourism” kavramı Türkçe’de karanlık, kara turizm ya da hüznün/keder turizmi olarak ifade edilmektedir. Karanlık turizm; savaşların, soykırımların, katliamların ve büyük afetlerin etkilerini ve izlerini merak edenlerce gerçekleştirilen seyahatleri ifade etmektedir. Son yıllarda değişen turist motivasyonu karanlık turizmin yerel ve ulusal katkılarını gündeme taşımaktadır. İnsani krizler, karanlık turizm destinasyonunu ortaya çıkarmaktadır. Srebrenitsa ve Çanakkale anıt mezarlar, Ruanda’da soykırım anıtları ve Amerika’daki kölelik tarihini anlatan yerler, Türkiye’deki bazı cezaevleri, Almanya’da Berlin Yahudi Müzesi ve Polonya’daki Auschwitz Nazi toplama kampı karanlık turizmin önemli örnekleri arasında yer almaktadır. Karanlık turizm destinasyonlarının en önemli özelliği söz konusu olaylara farkındalık sağlamaktır. Karanlık turizm destinasyonları, tarihi olaylara veya toplumsal gerçeklere tanıklık etme fırsatı sunmaktadır. Afet sonrası hasar almış bölgeler, afet bilinci ve farkındalığının artırılması amacıyla karanlık turizmin destinasyon alanı açısından büyük bir öneme sahiptir. Afet destinasyonlarına; 2004 Hint Okyanusu depremi ve tsunamisinin sembolik anıtı, eğitim ve sığınak amacı taşıyan Endonezya’da bulunan Aceh Tsunami Müzesi, Ukrayna’daki Çernobil Müzesi, Vezüv Yanardağı’nın patlaması sonucu şehrin kalıntılarının bulunduğu İtalya’daki Pompeii Müzesi ve ABD’deki New Orleans II. Dünya Savaşı Müzesi örnek oluşturmaktadır. Hiroşima ve Nagasaki’de nükleer bomba sonrası oluşan zararın etkisini gösteren müzeler sadece hayatını kaybedenlere bir onurlandırma ya da yaşanan acılara saygı gösterme amacı taşımamaktadır; aynı zamanda hem yerli turistlere milli ve manevi duyguların oluşmasını desteklerken, hem de yabancı turistlere tarihi bir perspektif sunarak nükleer silahsızlanma konularında farkındalık sağlamaktadır. Tehlike ve risklerin boyutları, etkileri ve yaşanan zorlukların görselleştirilmesi gelecek afetlere karşı direncin artırılması amacıyla afet hasarlı bölgelerin turizm alanına dönüştürülmesi afet topluluklarının eğitim ve kalkınmasını desteklemektedir. Bu çalışma ile karanlık turizmin dünya genelindeki farklı modelleri ele alınmıştır. Bu modellerin bölgelere sağladığı katkıların ışığında 6-8 Şubat 2023 tarihli Kahramanmaraş merkezli depremlerin karanlık turizm destinasyonu için ülkemizde uygulanabilecek etkili bir model çalışması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Afet turizmi, karanlık turizm, afet bilinci ve farkındalığı, Kahramanmaraş depremi

THE GLOBAL AND LOCAL DIMENSIONS OF DARK TOURISM: A MODEL STUDY BASED ON THE KAHRAMANMARAŞ EARTHQUAKES

Abstract

The concept of "Dark Tourism," associated with tragic and catastrophic events, is expressed in Turkish as karanlık turizm, kara turizm, or hüznün/keder turizmi. Dark tourism refers to travels undertaken by those interested in exploring the effects and traces of wars, genocides, massacres, and major disasters. The changing motivations of tourists in recent years have brought local and national contributions of dark tourism to the forefront. Humanitarian crises are revealing dark

tourism destinations. Examples of such destinations include the Srebrenica and Çanakkale memorial graves, genocide memorials in Rwanda, sites depicting the history of slavery in America, some prisons in Turkey, the Berlin Jewish Museum in Germany, and the Auschwitz Nazi concentration camp in Poland, all of which are significant examples of dark tourism. The primary characteristic of dark tourism destinations is to raise awareness of the events in question. These destinations provide an opportunity to witness historical events or societal realities. Post-disaster areas are of great importance in terms of dark tourism destinations for increasing disaster awareness and consciousness. Examples of disaster destinations include the symbolic monument of the 2004 Indian Ocean earthquake and tsunami, the Aceh Tsunami Museum in Indonesia serving educational and shelter purposes, the Chernobyl Museum in Ukraine, the Pompeii Museum in Italy, where remnants of the city destroyed by the eruption of Mount Vesuvius are found, and the World War II Museum in New Orleans, USA. Museums in Hiroshima and Nagasaki depicting the damage caused by nuclear bombs not only serve to honor the deceased or show respect for the suffering but also support the formation of national and spiritual sentiments among local tourists and provide a historical perspective to foreign tourists, thus raising awareness of nuclear disarmament issues. Visualizing the dimensions, effects, and hardships of dangers and risks supports the transformation of disaster-damaged areas into tourism areas to increase resistance to future disasters and support the education and development of disaster communities. This study discusses different models of dark tourism worldwide. In the light of the contributions of these models to regions, an effective model study is recommended for the dark tourism destination of the earthquakes centered in Kahramanmaraş on February 6-8, 2023, which can be implemented in our country

Keywords: Disaster tourism, dark tourism, disaster awareness and consciousness, Kahramanmaraş earthquake

OTEL YÖNETİCİLERİNİN SOSYAL MEDYA ARAÇLARININ KULLANIMINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: KUZEY KIBRIS ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Sonay DERİCİOĞLU

Akdeniz Karpaz Üniversitesi
sonay.dericioglu@akun.edu.tr

Dizem ORAÇ

Akdeniz Karpaz Üniversitesi
dizemorac@gmail.com

Ayşen BERBEROĞLU

Akdeniz Karpaz Üniversitesi
aysen.berberoglu@akun.edu.tr

Tolga ÖZ

Akdeniz Karpaz Üniversitesi
tolga.oz@akun.edu.tr

Özet

21. Yüzyılda her sektörde olduğu gibi Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde de turizm sektöründe yer alan otel işletmelerinin ayakta kalabilmeleri ve uzun vadede varlıklarını devam ettirebilmeleri için sosyal medya araçlarını etkili ve verimli bir şekilde kullanmaları, Facebook, Instagram ve Twitter gibi popüler sosyal medya uygulamalarında reklam fırsatlarını değerlendirmeleri büyük bir öneme sahiptir. Bu araştırmanın amacı, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde hizmet veren ve Kıbrıs Türk Otelciler Birliğine üye olan otel işletmelerinde görev alan yöneticilerin (müdür ve müdür yardımcıları) İşletmelerinin Sosyal Medya Araçlarının Kullanımına ilişkin görüşlerinin öğrenilmesi ve bu bağlamda yorumlanmasıdır.Bu araştırmada nicel veri toplama yöntemlerinden olan anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmacı tarafından hazırlanan anket formunda; katılımcıların yaşı, medeni durumu, cinsiyeti, eğitim durumu, turizm sektöründe kaç yıl yöneticilik yaptığına yönelik soruların yanısıra, sosyal medya ile ilgili tutumlarını ölçen sorular da bulunmaktadır. Bu çalışmanın evreni, KKTC Turizm Bakanlığı'na kayıtlı otel işletmelerinde görev alan 90 yöneticiden meydana gelmektedir. Yapılan çalışma neticesinde örneklem belirlenirken, araştırma geçerliliği ve güvenilirliğini artırmak maksadıyla tüm evrene ulaşılmaya çalışılmaya gayret edilmiş ve 62 yöneticiye ulaşılmıştır.Bu araştırmanın bulgularına göre, teknolojinin turizme girmesi ile birlikte farklı yaş grubundaki Personellerin teknolojiyi kullanırken zorluk yaşadığı ve bu yüzden etkili kullanamadığı, teknolojik cihazların fiyatının yüksek olmasından kaynaklı olarak sorunlar yaşandığı ortaya çıkmıştır. Araştırma sonucunda otel yöneticilerinin işletmelerinde dijital pazarlama araçlarını kullanmaya istekli oldukları ve müşterilere ulaşmak için ağırlıklı olarak sosyal medya, kurumsal web siteleri, uygulamalar ve Google reklam araçlarını kullandıkları tespit edilmiştir.Otel işletmelerinin paylaştığı fotoğraflara tüketici etkileşimini gösteren beğeni ve düşünce değerlerine bakıldığında ise, tüketicilerin fotoğrafları yorum yapmaktan ziyade beğenmeyi ve otel işletmeleriyle etkileşime geçmeyi tercih ettikleri görülmektedir. Bu kısmen tüketici tercihindən kaynaklanabileceği gibi, otel şirketlerinin paylaşımlarına yorum sayısını artıracak faaliyetlere tam anlamıyla girmemesinden de kaynaklanıyor olabilir. Ayrıca otel işletmelerinin tüketici ihtiyaç ve beklentilerini tespit etmek amacıyla mevcut ve potansiyel müşterileriyle iletişim kurmak ve sürdürmek için tüketicilerin aktif olarak kullandıkları sosyal medya araçlarına katılmaları yararlı olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: sosyal medya, otel, sosyal medya araçları

EVALUATION OF HOTEL MANAGERS' OPINIONS ON THE USE OF SOCIAL MEDIA TOOLS: THE EXAMPLE OF NORTHERN CYPRUS

Abstract

In order to survive and continue their existence in the long term, hotel businesses in the tourism sector in the Turkish Republic of Northern Cyprus, as in every sector in the 21st century, must use social media tools effectively and efficiently, advertise on popular social media applications such as Facebook, Instagram and Twitter. It is of great importance for them to take advantage of their opportunities. The purpose of this research is to learn the opinions of managers (managers and assistant managers) working in hotel businesses that serve in the Turkish Republic of Northern Cyprus and are members of the Turkish Cypriot Hoteliers Association, regarding the Use of Social Media Tools in their Businesses and to interpret them in this context. In this research, the survey method, which is one of the quantitative data collection methods, was used. In the survey form prepared by the researcher; In addition to questions about the participants' age, marital status, gender, education level, and how many years they have been working as a manager in the tourism sector, there are also questions measuring their attitudes towards social media. The population of this study consists of 90 managers working in hotel businesses registered with the TRNC Ministry of Tourism. As a result of the study, while determining the sample, efforts were made to reach the entire population in order to increase the validity and reliability of the research and 62 managers were reached. According to the findings of this research, with the introduction of technology into tourism, Employees have difficulty using technology and therefore cannot use it effectively, It has been revealed that there are problems due to the high price of the technological devices. As a result of the research, it was determined that hotel managers are willing to use digital marketing tools in their businesses and they mainly use social media, corporate websites, applications and Google advertising tools to reach customers. When we look at the likes and comments values that show consumer interaction with the photos shared by hotel businesses, it is seen that consumers prefer to like the photos and interact with hotel businesses rather than commenting. This may be partly due to consumer preference, but it may also be due to hotel companies not fully engaging in activities that will increase the number of comments on their posts. In addition, it is beneficial for hotel businesses to participate in social media tools that consumers actively use in order to establish and maintain communication with their current and potential customers in order to identify consumer needs and expectations.

Keywords: social media, hotel, social media tools

CİZRE ÖĞÜNLER VE TOPLU YEMEK GELENEĞİ

Şahabettin DAĞHAN

Tarım ve Orman Bakanlığı

sahabettin.daghan@tarimorman.gov.tr

Öğr. Gör. İbrahim MUNİS

Şırnak Üniversitesi

ibrahimm.munis@gmail.com

Özet

Kadim bir mutfak kültürüne sahip olan Cizre'nin kendine has öğünleri ve toplu yemek kültürü vardır. Cizreliler yemek kültürlerine özel bir değer ve önem verirler. Cizreliler her gelenek ve öğüne özel yöresel lezzetlerini adeta bir seremoni edasıyla hazırlar ve sunarlar. Bu çalışmada Cizre geleneğinde bulunan toplu yemek ve öğünlere ait sofrâ kültürüne yer verilmiştir. Gün doğmadan evvel çiftçilerin hayvanları ağıl/ahırdan salmak gibi bazı işleri erkenden yapmaları gerektiğinden kahvaltı öncesi hızlı bir atıştırma ihtiyacı duyarlar. Buna "berdılık" denir. Kahvaltıda (tašte); mutlaka "sirik (Cizre otlu peyniri)" yenir. Bunu ekmek, çay, sebze veya meyve tamamlar. Öğle yemeklerinde (firavin); gün ortasında ihtiyaç duyulan yoğun enerji ihtiyacını karşılayan yöresel etli veya yağlı yemekler tercih edilir. Akşam öğününde (şiv) ise daha çok hafif, sebzeli yemekler yapılır ve gün batımından hemen sonra erkenden yenir. Düşün yemekleri; aileler mutluluklarını paylaşmak amacıyla konuklar düşün davet edilir ve imkânları dâhilinde büyük kazanlarda pişirilen düşünlere özel yöresel yemekler hazırlanır ve genellikle açık havada toplu olarak yenir. Babaevi (malbabi) yemeği; gelin ailesi, düşün bir hafta sonra aileler arası muhabbet ve kaynaşmayı pekiştirmek amacıyla; kızlarını ve damadın ailesi davet edilerek yapılan yemektir. Bayram yemekleri; dini bayramlarının sabahında hazırlanır ve kahvaltı yerine (bayram yemeği) yenilen etli - yağlı yemeklerdir. Mevlit yemekleri; Hz. Muhammed (s.a.v.) doğum gününde hazırlanan ve mevlit okunduktan sonra toplu olarak yenilen yemektir. Özel davetiye yemekleri; misafir ağırlanırken hazırlanan ve yenen yöresel yemeklerdir. Asker uğurlama yemekleri; aileler çocuklarını askere gönderecekleri günün bir önceki akşamında müstakbel asker ve arkadaşlarının eğlenmeleri için yapılan davet yemeğidir. Bunlar dışında Cizre kültüründe sünnet töreni yemekleri, uzlaşma/barış yemekleri, geleneksel piknik yemekleri (seyranlar), kara çarşamba kır piknikleri yemekleri, aşureler, medrese talebeleri için hazırlanan yemek (ratıp), iftar yemekleri, sahur yemekleri ve taziye yemekleri olmak üzere 19 ayrı yemek geleneği sürdürülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Cizre, yemekler, öğünler, sofrâ geleneği

CİZRE MEALS AND COLLECTIVE MEAL TRADITION

Abstract

Cizre, which has an ancient culinary culture, has its own unique meals and communal dining culture. People of Cizre attach special value and importance to their food culture. People of Cizre prepare and present their special local delicacies for every tradition and meal in a ceremonial manner. In this study, the table culture of communal meals and meals in the Cizre tradition is included. Farmers need a quick pre-breakfast snack because they need to do some early work, such as releasing animals from the pen/barn before sunrise. This is called "berdılık". For breakfast (tašte); You should definitely eat "sirik (Cizre traditional cheese with herb)". This is complemented by bread, tea, vegetables or fruit. At lunch (firavin); Local meat or fatty dishes that meet the intense energy needs needed in the middle of the day are preferred. For dinner (şiv),

mostly light, vegetable-based dishes are made and eaten early, just after sunset. Wedding meals; In order for families to share their happiness, guests are invited to the wedding and special local dishes are prepared for weddings, cooked in large cauldrons within their means, and are usually eaten collectively outdoors. Babaevi (malbabi) meal; The bride's family, one week after the wedding, in order to reinforce the love and bond between families; It is a meal prepared by inviting the daughters and the groom's family. Festive meals; They are meaty and fatty dishes prepared on the morning of religious holidays and eaten instead of breakfast (festive meal). Malid meals; It is a meal prepared on the birthday of prophet Muhammad and eaten collectively after reading the Mawlid poem. Special invitation dinners; These are local dishes prepared and eaten while hosting guests. Soldier farewell dinners; It is an invitation dinner for the new soldier and his friends to enjoy, held on the evening before the families send their son to the army. Apart from these, there are 19 different meals in Cizre culture, including circumcision ceremony meals, reconciliation/peace meals, traditional picnic meals (seyrans), Black Wednesday picnic meals, aşure meals, the meals prepared for madrasah (traditional education centers) students (ratıp), iftar meals, sahur meals and condolence meals.

Keywords: Cizre, food, meals, table tradition

DİN KÜLTÜRÜ VE AHLAK BİLGİSİ ÖĞRETMENLERİNİN HELAL TURİZM ALGISI⁷

Saliha Amine NUR ÇELİK

aminenur07@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi A. Vahap ALTÜRK

Mardin Artuklu Üniversitesi

vahapalturk@artuklu.edu.tr

Özet

Helal turizm, İslam dininin rehberliğinde gerçekleştirilen turistik faaliyetlerin bütününe kapsayan bir kavramdır. Bu turizm anlayışı, sadece spesifik bir turizm çeşidi değil, aynı zamanda genel olarak turistik faaliyetlerin ve ziyaret edilen destinasyonların İslami ölçülere uygun bir şekilde düzenlenmesini içerir. Bu çalışmada belirli dini hassasiyetlere sahip olduğu varsayılan Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmenlerinin helal turizmi nasıl algılandığını tespit etmeyi hedeflemektedir. Araştırmada nitel yöntem benimsenmiş ve yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada 17 Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmeniyle yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilerek öğretmenlerin helal turizme bakış açısı ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Helal turizm, Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmenleri

RELIGIOUS CULTURE AND MORAL KNOWLEDGE TEACHERS' PERCEPTION OF HALAL TOURISM

Abstract

Halal Tourism is a concept that encompasses all tourism activities conducted in accordance with Islamic principles. This includes not only a specific type of tourism, but also the organization of tourist activities and destinations visited in accordance with Islamic standards. The aim of this study is to determine how Religious Culture and Ethics Teachers, who are assumed to have certain religious sensitivities, perceive the Halal tourism. The study adopted a qualitative method and conducted semi-structured interviews with 17 Religious Culture and Moral Knowledge Teachers to reveal their perspective on halal tourism.

Keywords: Halal tourism, Religious Culture and Moral Knowledge Teachers

⁷ Bu çalışma Mardin Artuklu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm Rehberliği Tezsiz Yüksek Lisans Programında hazırlanan aynı başlıklı dönem projesinden üretilmiştir.

ŞANLIURFA GASTRONOMİ İMAJININ DAVRANIŞSAL NİYETE ETKİSİ

Bekir Eke

Batman Üniversitesi

bekireke634@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Bülent Aydın,

Batman Üniversitesi

baydin1986@gmail.com

Özet

Bu araştırmanın amacı Şanlıurfa gastronomi imajının davranışsal niyete etkisini belirlemektir. Araştırmanın amacına ulaşması için nicel yöntem tercih edilerek anket tekniği uygulanmıştır. Anket tekniğinde daha önceden geçerliliği ve güvenirliği saptanan ölçekler kullanılarak çalışmaya yön verilmiştir. Araştırmanın evrenini Şanlıurfa ili oluşturmakta ve dolayısıyla Şanlıurfa'yı ziyaret eden 450 yerli ziyaretçiye anket tekniği uygulanarak veriler toplanmıştır. Toplanan bu verilerin öncelikle betimsel istatistikleri incelenmiş daha sonra normallik dağılımı, Faktör Analizi, Regresyon Analizi, T-testi, ANOVA ve Korelasyon Analizl uygulanarak araştırmanın bulguları elde edilmiştir. Bu bağlamda araştırmanın bulgularında Şanlıurfa gastronomi imajının yani yiyecek imajı ile restoran imajının davranışsal niyetler üzerinde olumlu etkileri olduğuna dair bulgular belirlenmiştir. Sonuç olarak katılımcıların davranışsal niyetine bağlı olarak Şanlıurfa gastronomi imajının, yiyecek imajı ve restoran imaj unsurlarının davranışsal niyet üzerinde olumlu etkileri olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi İmajı, Davranışsal Niyet, Şanlıurfa.

THE EFFECT OF ŞANLIURFA GASTRONOMY IMAGE ON BEHAVIORAL INTENTION

Abstract

The purpose of this research is to identify the effect of Şanlıurfa gastronomy image on behavioral intention. In order to reach the purpose of the research, quantitative method was preferred, and survey technique was applied. In the survey technique, the study was guided by using scales whose validity and reliability were previously identify. The population of the research is the province of Şanlıurfa, and therefore data was collected by applying the survey technique to 450 local visitors visiting Şanlıurfa. Firstly, the descriptive statistics of the collected data were analyzed, and then the findings of the research were obtained by applying normality distribution, Factor Analysis, Regression Analysis, T- test, ANOVA and Correlation Analysis. In this context, the findings of the study revealed that Şanlıurfa gastronomy image has positive effects on food image and behavioral intentions of restaurant image. As a result, depending on the behavioral intention of the participants, it is determined that Sanliurfa gastronomy image, food image and restaurant image elements have positive effects on behavioral intention.

Keywords: Gastronomy, Gastronomy Image, Behavioral Intention, Şanlıurfa.

SORUNLARININ TURİST VATANDAŞLIK DAVRANIŞI VE ELEKTRONİK AĞIZDAN AĞIZA (E-WOM) ÜZERİNE ETKİSİ

Leyla GÜNEŞ

Batman Üniversitesi

lg_gns@hotmail.com

Doç. Dr. Feridun DUMAN

Batman Üniversitesi

feridun.duman@batman.edu.tr

Özet

Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan Hasankeyf ilçesi, tarihi ve kültürel zenginliklere sahip bir turizm destinasyonudur. Dicle Nehrinin kıyısında bulunan bu antik şehir, binlerce yıllık tarihi geçmişi ve doğal güzellikleriyle turistlerin ilgisini çekmektedir. Bu kent birçok medeniyetin izlerini taşımaktadır ve tarih boyunca Asur, Urartu, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı gibi pek çok önemli uygarlığın merkezi olmuştur. Hasankeyf çeşitli tarihi, kültürel ve doğal kaynaklara sahip olmasına rağmen istenilen düzeyde gelişim sağlayamamıştır. Bu nedenle bu araştırmada Hasankeyf ilçesinde turizm gelişim sorunlarının turist vatandaşlık davranışı ve elektronik ağızdan ağıza iletişim üzerine etkilerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu çalışma, Eylül 2022 ile Mayıs 2023 tarihleri arasında Hasankeyf'i ziyaret eden turistlerin Hasankeyf turizm gelişim sorunlarının vatandaşlık duygusu ve elektronik ağızdan ağıza (e-WOM) iletişim üzerine etkisini ölçmeye yönelik anket çalışması yapılmıştır. Toplamda 500 kişiye anket dağıtılarak 404 anketin verileri anket formuna eksiksiz bir şekilde doldurulmuştur. Araştırmada elde edilen verilerin değerlendirmesinde SPSS (Statistical Package for Social Sciences) programı kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarında, turizm gelişim sorunlarının turist vatandaşlık davranışı üzerine etkisi olduğu tespit edilmiştir ($p:0,000$; $\beta:0,484$; $t: 11,092$). Diğer taraftan, turizm gelişim sorunlarının e-WOM üzerine etkisi olmadığı tespit edilmiştir ($p: 0,112$). Ancak turist vatandaşlık davranışının e-WOM üzerine anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir ($p: 0,000$; $\beta:0,430$; $t: 9,561$). Hasankeyf ilçesini ziyaret eden turistlerin vatandaşlık davranışları olumlu değerlendirilmektedir. Bu da Hasankeyf ilçesini ziyaret eden turistlerin turizm sorunları karşısında Hasankeyf'i daha fazla savunma, yardım etme, tolere etme ve geri bildirim sağlama eğiliminde olmalarına katkı sağlayacaktır. Turistlerin Hasankeyf ilçesi deneyimlerini ve görüşlerini turist vatandaşlık davranışıyla, e-WOM üzerinden diğer turistlerle paylaşacaktır.

Anahtar Kelimeler: E-WOM, Hasankeyf, Turist vatandaşlık davranışı, Turizm gelişim sorunları, Türkiye

EFFECTS OF HASANKEYF'S TOURISM DEVELOPMENT ISSUES ON TOURIST CITIZENSHIP BEHAVIOR AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM)

Abstract

Hasankeyf, located in the Southeastern Anatolia Region of Turkey, is a tourist destination with rich historical and cultural heritage. This ancient town, situated on the banks of the Tigris River, attracts tourists with its millennia-old history and natural beauty. Thus, Hasankeyf carries the traces of many civilizations and has been a central point for several significant empires throughout the history including the Assyrians, Urartians, Romans, Byzantines, Seljuks, and Ottomans. Despite having various historical, cultural, and natural resources, Hasankeyf has not achieved the

desired level of tourism development. Therefore, this research aimed to reveal the effects of tourism development issues in the town of Hasankeyf on tourist citizenship behavior and electronic word of mouth (e-WOM). This study conducted a survey between September 2022 and May 2023 to measure the effects of Hasankeyf's tourism development issues on citizenship behavior and e-WOM among tourists visiting Hasankeyf. A total of 500 questionnaires were distributed, and the data from 404 questionnaires were fully completed and analyzed. The SPSS (Statistical Package for Social Sciences) program was used to evaluate the data obtained from the research. The findings indicated that tourism development issues have an effect on tourist citizenship behavior ($p:0,000$; $\beta:0,484$; $t: 11.092$). On the other hand, it was found that tourism development issues do not have an effect on e-WOM ($p: 0,112$). However, it was determined that tourist citizenship behavior has a significant effect on e-WOM ($p: 0,000$; $\beta:0,430$; $t: 9,561$). However, the citizenship behaviors of tourists visiting Hasankeyf are positively evaluated. This contributes to tourists being more inclined to advocacy, helping, tolerance, and provide feedback regarding Hasankeyf in the face of tourism issues. Finally, this study suggests that tourists share their experiences and opinions about Hasankeyf with other tourists through e-WOM regarding their citizenship behavior.

Keywords: E-WOM, Hasankeyf, Tourist Citizenship Behavior, Tourism Development Issues, Türkiye

GASTRONOMİK ÜRÜN BAĞLAMINDA BİTLİS'TE YENİLEBİLİR OTLAR VE KULLANIM ŞEKİLLERİ

Dr. Öğr. Üyesi Cesim BEHREMEN

Bitlis Eren Üniversitesi
cesim.behremen@gmail.com

Özet

Doğada kendiliğinden yetişen yenilebilir otlar sahip olduğu zengin besin öğeleri açısından insan beslenmesi için önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Dünyanın pek çok bölgesinde toplumlar tarafından çeşitli işlemlerden geçirilerek tüketilmektedir. Taze, kurutulmuş veya turşusu kurularak yemeklerde kullanılmaktadır. İnsan sağlığı için pek çok faydası bulunan yenilebilir otlar, sağlıklı beslenme bilincinin artmasıyla tercih edilmektedir. Bu otlar insan sağlığı açısından daha sağlıklı olmakla birlikte besin çeşitliliği de sağlamaktadır. Türkiye'nin de sahip olduğu coğrafi konumu ve iklimsel özelliğinden dolayı her bir bölgesinde endemik yenilebilir otlar yetişmektedir. Dolayısıyla bölgelerin gastronomik ürünlerinin çeşitlenmesinde olanak sağlamaktadır. Bu kapsamda bu çalışmanın temel amacı Bitlis ilinde doğal ortamda kendiliğinden yetişen yenilebilir otları tespit etmek ve bu otların kullanım biçimlerini ortaya çıkarmaktır. Bu amaç doğrultusunda kavramsal bir çerçevede oluşturulacak bu çalışma ikincil verilerden yararlanılacaktır. Genelde ilkbahar mevsiminde dağların yüksek kesimlerinde doğal ortamlarında yetişen tırşık, jağ, kenger, çiriş, uçkun gibi yenilebilir otlar Bitlis ilinde yetişmektedir. Bu otların bir kısmı taze yenilebiliyorken bir kısmı ise kurutularak veya turşusu kurularak daha sonraki mevsimlerde de farklı pişirme yöntemleri ile pişirilerek tüketilebilmektedir. Bu çalışma sonucunda ortaya konulacak betimleyici bilgilerle Bitlis ilinde doğal ortamda yetişen otlar ve bu otların kullanılmasıyla yapılan yemeklerin bütünsel bir kaynak oluşturacağı düşünülmektedir. Böylece farklı bir gastronomi turizmi deneyimi arayışında olan turistlerin ilgisini çekecek ve bölgeye gelmesini teşvik edecek bir kaynak olması açısından önem teşkil etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bitlis, yenilebilir otlar, gastronomi, mutfak

EDIBLE PLANTS AND THEIR USAGE IN THE CONTEXT OF GASTRONOMIC PRODUCTS IN BİTLİS

Abstract

Wild edible plants, growing spontaneously in nature, constitute an important source of nutrition for humans due to their rich nutrient content. They are consumed by communities worldwide, having undergone various processes. These plants are used fresh, dried, or pickled in cooking. Edible plants, known for their numerous health benefits, are increasingly preferred with the rise of awareness about healthy nutrition. With its geographical location and climatic features, Turkey harbors endemic edible plants in each region, contributing to the diversification of regional gastronomic products. In this context, the primary goal of this study is to identify spontaneously growing edible plants in the Bitlis province and reveal their utilization methods. To achieve this aim, a conceptual framework will be established, drawing on secondary data. Generally found in the high-altitude environments of mountains during the spring season, edible plants such as tırşık, jağ, kenger, çiriş, and uçkun thrive in the natural habitats of Bitlis. While some of these plants can be consumed fresh, others can be dried or pickled and later cooked using various methods in different seasons. It is believed that the descriptive information presented in this study will

constitute a comprehensive resource on the edible plants growing naturally in Bitlis and the dishes prepared using these plants. Consequently, this resource is expected to attract the interest of tourists seeking a unique gastronomic tourism experience, encouraging them to visit the region. Thus, it holds significance in promoting different gastronomic tourism experiences and enticing tourists to explore the region.

Keywords: Bitlis, edible plants, gastronomy, cuisine

SOUTH AFRICA TRAVEL INDABA, YOUTH ENTREPRENEURSHIP AND TOURISM MARKETING

umoh Adetola Elizabth

University Of Autonomous University

ollytola@yahoo.com

umoh Samuel uwem

University Of Hradeklove

samumo800@gmail.com

Abstract

South Africa's Travel Indaba is a three-day tourism marketing event that showcases the variety of South Africa's tourism products and attracts international buyers-sellers and media worldwide. The event gives tourism exhibitors the best stage to present their products to local and foreign consumers, destination marketing firms, and partners in tourist services (luxury, mid-range, and chain hotels), accommodation, tour operators, transport, game lodges, online travel and industry associations Lodging, tour companies, game lodges and trade groups amongst others. In light of this, the paper examines the significance of South Africa's Indaba and the importance of Africa's Indaba for South African Tourism. It discusses how Indaba facilitates the growth of the tourism industry and employment creation. Why is the Indaba important for tourism, and to what extent do tourism marketing events showcase South Africa's tourism products on the continent by attracting international buyers? It examines what type of tourists are attracted to Indaba and the marketing tourism growth strategy for South Africa. Data was generated from South Africa's Indaba Facebook, South Africa's tourism policy analysis, 50 surveys and interviews with buyers and exhibitors at South Africa 2023 Indaba. Findings suggest that Indaba gives young entrepreneurs a platform to market tourism products-services and collaborate. Thousands of employment are supported by the tourist and hospitality industries in South Africa, which provide a substantial economic contribution. Over 350 products from more than 20 nations are displayed during the event. Through its Market Access Support Program, the Department of Tourism assist local small inbound tourism businesses to display their goods and services at the Hidden Gems pavilion during the Indaba

Keywords: Travel Indaba, Hidden Gems pavilion, marketing tourism growth strategyEntrepreneuers

geographical area. In this study; It is aimed to make an evaluation on geographically indicated local products, and the potential of Şırnak province in this field will be discussed. Particularly, geographical indication registered products and products in the registration process and their distinctive features and the interest of the society will be emphasized. Again, considering that a product belonging to any region varies due to the environmental and human characteristics of the region it belongs to, and that the preservation, continuity and preservation of the properties of these products are possible with Geographical Indication Registration; In the study, the importance of gastronomy tourism and some of the local products that have received geographical indication registration/are in the registration process and are candidates for registration in Şırnak provinces and districts will be explained and how the local products that have received geographical indication registration will be evaluated by the local people.

Keywords: Şırnak, geographical indication, registration, tourism, gastronomy; registration, local

TURİST REHBERLİĞİNİN ÖNEMİ VE UZMANLAŞMA GEREKLİLİĞİ

Prof. Dr. Mustafa BOZ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi
m.b.istanbul@gmail.com

Özet

Turizm endüstrisi yarattığı döviz gelirleri ve istihdam olanakları ile özellikle gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerin kalkınması için büyük önem arz etmektedir. Turizm birçok sektörü doğrudan ve dolaylı olarak etkilemekte, ülkenin ekonomik, sosyo-kültürel gelişimine, bilinirliğine ve imajına olumlu katkılar sağlamaktadır. Turizmin en önemli paydaşlarından birisi de turist rehberleridir. Turistlerle doğrudan ve sürekli ilişki içerisinde olan turist rehberleri, ülkenin tanıtımında, pazarlanmasında, halkla ilişkiler çabalarında, turist memnuniyetinin artmasında önemli roller üstlenmektedirler. Bu günlerde gündeme gelen yeni turist rehberliği kanun teklifi ile turist rehberlerinin çalışma alanlarının kısıtlanmaya, niteliklerinin düşürülmeye ve bazı haklarının kısıtlanmaya çalışıldığı görülmektedir. İkincil verilerden yararlanılarak hazırlanan bu çalışmada; gelişen ve çeşitlenen turizm endüstrisi ile birlikte, turist rehberlerinin görevleri, üstlendiği roller ve sahip olmaları gereken nitelikler ortaya konulmaya çalışılmakta, gerçekleştirilen benzer çalışmalardan yararlanarak turist rehberliğinde uzmanlaşmanın önemi üzerinde durulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turist rehberliği, Rehberlikte uzmanlaşma, Turizmde ürün çeşitliliği

THE IMPORTANCE OF TOURIST GUIDANCE AND THE NECESSITY OF SPECIALIZATION

Abstract

Tourism industry, which creates foreign exchange income and employment opportunities has great importance especially for underdeveloped and developing countries. Tourism has impact on many sectors directly or indirectly, and contributes positively to the economic, socio-cultural development, awareness and image of the country. One of the most important stakeholders of tourism is tourist guides. Tourist guides, who are in direct and constant relationship with tourists, play important roles in the promotion, marketing, public relations efforts of the country and increasing tourist satisfaction. With the new tourist guidance law proposal that has come to the fore these days, it is seen that there are attempts to restrict the working areas of tourist guides, reduce their qualifications and restrict some of their rights.

In this study prepared by using secondary data; together with the developing and diversifying tourism industry, the duties, the roles they undertake and the qualifications they should have, of tourist guides are tried to be revealed. The importance of specialization in tourist guidance is emphasized by researching similar studies.

Keywords: Tourist guidance, Specialization in guidance, Product diversity in tourism

GERİLLA PAZARLAMA: SEYAHAT VE TURİZM ENDÜSTRİSİNDEN ÖRNEKLER

Prof. Dr. Mustafa BOZ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi
m.b.istanbul@gmail.com

Özet

Küreselleşmenin yaygınlaşması, piyasaların liberalleşmesi, teknolojinin büyük bir hızla gelişmesi sonucu ulusal ve uluslar arası rekabet gittikçe artmaktadır. Bu rekabet ortamında işletmelerin, üreticilerin ve turizmde destinasyonların, potansiyel tüketicilere ulaşması, ürünlerini ve markalarını tanıtmaları, onların ilgilerini çekmeleri ve ikna etmeleri gittikçe zorlaşmaktadır. Reklam, sponsorluk, tatilim, halkla ilişkiler gibi utundurma çabaları büyük bütçeler gerektirmektedir. Hedef kitlelere ulaşma çabaları içerisinde, gerilla pazarlama stratejileri, taktikleri ve teknikleri küçük kuruluşlar için olduğu kadar uluslararası büyük işletmeler ve destinasyonlar içinde alternatifler sunmaktadır. Çalışmanın konusunu, günümüz yoğun rekabet ortamında hedef tüketici kitlelerinin dikkatini çekmek, onları ikna etmeye çalışmak ve bilinirliklerini arttırmak isteyen şirketlerin, kuruluşların ve turizm destinasyonlarının klasik tutundurma karmasına göre düşük bütçelerle uygulanabilen gerilla pazarlama oluşturmaktadır. Çalışmanın araştırma yöntemi, nitel araştırma yöntemlerinden doküman taramasına, ikincil kaynakların incelenmesine dayanmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde, gerilla pazarlama kavramı, özellikleri, tarihçesi, başarılı olma şartları ve kullanılan yöntemler ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde, seyahat ve turizm endüstrisinden başarılı örnekler yer verilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gerilla pazarlama, Tutundurma karması, Destinasyon pazarlaması

GUERRILLA MARKETING: CASES FROM THE TRAVEL AND TOURISM INDUSTRY

Abstract

National and international competition is increasing as a result of the spread of globalization, liberalization of markets and rapid development of technology. In this competitive environment, it is becoming increasingly difficult for businesses, producers and tourism destinations to reach potential consumers, introduce their products and brands, attract their attention and persuade them. Promotion efforts such as advertising, sponsorship, and public relations require large budgets. Guerrilla marketing strategies, tactics and techniques offer alternatives for small organizations as well as large international businesses and destinations in efforts to reach target audiences. The subject of the study is guerrilla marketing, which can be applied with low budgets compared to the classical promotion mix of companies, organizations and tourism destinations that want to attract the attention of target consumer groups, try to persuade them and increase their awareness in today's intensely competitive environment. The research method of the study is qualitative research method, based on document analysis and examination of secondary sources. In the first part of the study, the concept of guerrilla marketing, its features, history, conditions for success and the methods used are tried to be revealed. In the second part of the study, successful examples from the travel and tourism industry are given.

Keywords: Guerrilla marketing, Promotional mix, Destination marketing

VAN İLİNİN İNANÇ TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Öğr. Üye. Lütfullah Sadi TOPRAK

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

lutfullahsaditoprak@yyu.edu.tr

Özet

İnanç olgusu insanlık tarihiyle yaşittir ve tarih boyunca insanoğlu “inanma, hakikati veya kutsal olanı arama” motivasyonu ile manevi ihtiyacını giderme arzusunda. Bir dine mensup olsun veya olmasın inanma güdüsü insanoğlu için vazgeçilmez bir ihtiyaç olarak değerlendirilmektedir. Din “İnsanın kaderini bağlı gördüğü üstün bir güç veya ilkeye inancı, bu inancın sonucu olan ve bir yaşama kuralı yaratabilecek zihni ve ahlaki tutum” olarak tanımlanmaktadır (Doğan, 2011). Dini nedenli seyahatler, yeryüzünde turizm faaliyetlerinin bilinen ve ekonomik olmayan seyahatin en eski biçimi olarak kabul edilmektedir (Sharma, 2014; Jackowski ve Smith 1992; Olsen ve Timothy, 2006). İnanç temelli turizm sadece eğlence veya zevk için değil, manevi ihtiyaç ve tatmin arayışı içinde seyahat etmek isteyen insanların dikkatini çekmektedir. Vukonić (1996: 80) inanç turizmini geleneksel ve tarihsel olarak hakikati aramak, kutsal ya da mukaddes olanı aramak için yapılan fiziksel bir yolculuk olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla en eski dönemlerden beri inanç, seyahat için güçlü bir motivasyon kaynağı olmuştur (Stausberg, 2011; Henderson, 2002: 447). Günümüzde inanç turizmi uluslararası turizmin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Dünya turizm örgütüne göre her yıl yüz milyonlarca turist inanç turizmi kapsamında seyahat etmektedir. Bilindiği üzere, farklı dinlerde kutsal kabul edilen mekanlar vardır. Örneğin, İslamiyet’te Medine, Mekke ve Kudüs, Hristiyanlık’ta Kudüs, Roma ve Efes, Musevilik’te Kudüs turizmi kapsamında en çok ziyaret edilen merkezlerdir. Bu araştırmanın amacı, Van ilinin inanç turizmi potansiyelinin değerlendirilmesidir. Araştırma nitel bir araştırma deseni üzerinden ve literatür taraması yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda ilgili literatür incelenmiş ve yapılan çalışmalar ortaya konulmuştur. Gerek doğal ve çevresel çekicilikleri gerekse tarihi ve kültürel dokusuyla Van, Türkiye’nin en önemli turizm merkezlerinden biridir. Coğrafi konumu ile kentin Asya’ya açılan kapı konumunda olması ve birçok alternatif turizm türlerine sahip olması ilin zengin bir potansiyelinin olduğunu göstermektedir (Duman, 2016: 403-404; Alaeddinoğlu, 2007: 2). İnanç turizmi bakımından oldukça farklı ve zengin dini yapılara sahip Van ili yüzyıllar boyunca farklı din ve kültüre mensup uygarlıklara ev sahipliği yapmıştır. Bu nedenle ilde farklı inanç değerlerini yansıtan onlarca camii, kilise, manastır, mezar anıtları ve medresler bulunmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı “İnanç Turizmi Projesi” kapsamına alınan Van ilinde Akdamar Adasındaki Akdamar Kilisesinin inanç turizmi kapsamına alınması inanç turizmi potansiyeli bakımından önemlidir (Ayaz ve Eren, 2020; Sevinç ve Azgün, 2012). Sonuç olarak bu gelişmeler yeterli olmasa da Van ili ulusal ve uluslararası turistlerin de dikkatini çeken inanç turizmi destinasyonlarından biri olmaya adaydır.

Anahtar Kelimeler: Van, İnanç Turizmi, Din, Van Turizmi.

EVALUATION OF VAN PROVINCE IN TERMS OF RELIGIOUS TOURISM

Abstract

The phenomenon of belief is as old as human history, and throughout history, human beings have been seeking to fulfill their spiritual needs with the motivation of "believing, seeking the truth or the sacred". The motive to believe is considered an indispensable need for human beings, whether they belong to a religion or not. Religion is defined as "the belief in a superior power or principle on which one's destiny depends, and the mental and moral attitude that is the result of this belief and can create a rule of life" (Doğan, 2011). Religiously motivated travel is considered to be the oldest known form of non-economic travel in the world (Sharma, 2014; Jackowski and Smith 1992; Olsen and Timothy, 2006). Faith-based tourism attracts the attention of people who want to travel not only for entertainment or pleasure, but also in search of spiritual needs and fulfillment. Vukonić (1996: 80) defines faith tourism traditionally and historically as a physical journey in search of truth, in search of the sacred or holy. Therefore, faith has been a strong motivation for travel since the earliest times (Stausberg, 2011; Henderson, 2002: 447).

Today, faith tourism constitutes an important part of international tourism. According to the World Tourism Organization, hundreds of millions of tourists travel every year within the scope of faith tourism. As it is known, there are places that are considered sacred in different religions. As it is known, there are places that are considered sacred in different religions. For example, Medina, Mecca and Jerusalem in Islam, Jerusalem, Rome and Ephesus in Christianity, and Jerusalem in Judaism are the most visited centers within the scope of religious tourism. The aim of this research is to evaluate the religious tourism potential of Van province. The research was conducted through a qualitative research design and literature review method. In this context, the relevant literature was examined and the studies conducted were presented. Van is one of the most important tourism centers of Turkey with its natural and environmental attractions as well as its historical and cultural texture. The fact that the city is the gateway to Asia with its geographical location and has many alternative tourism types shows that the province has a rich potential (Duman, 2016: 403-404; Alaeddinoğlu, 2007: 2). Van province, which has very different and rich religious structures in terms of religious tourism, has been home to civilizations belonging to different religions and cultures for centuries. For this reason, there are dozens of mosques, churches, monasteries, tomb monuments and madrasas reflecting different belief values in the province. The inclusion of the Akdamar Church on Akdamar Island in Van province, which is included in the scope of the "Faith Tourism Project" of the Ministry of Culture and Tourism, is important in terms of faith tourism potential (Ayaz and Eren, 2020; Sevinç and Azgün, 2012). As a result, although these developments are not sufficient, the province of Van has become a religious tourism center that attracts the attention of national and international tourists.

Keywords: Van, Religious Tourism, Religion, Van Tourism.