

# 3<sup>RD</sup> INTERNATIONAL WEST ASIA CONGRESS OF TOURISM RESEARCH



**CONGRESS ABSTRACT BOOK**

BİLDİRİ ÖZETLERİ KİTABI

26<sup>th</sup> -29<sup>th</sup> September 2019

Van / TURKEY



# **3<sup>RD</sup> INTERNATIONAL WEST ASIA CONGRESS OF TOURISM RESEARCH**

## **CONGRESS ABSTRACT BOOK BİLDİRİ ÖZETLERİ KİTABI**

**26<sup>th</sup> – 29<sup>th</sup> September 2019, Van**

# 3. ULUSLARARASI BATI ASYA TURİZM ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

26 - 29 Eylül 2018, Van

## Düzenleyen Kurum

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu

## Editörler

Dr. Öğr. Üyesi Sedat ŞAHİN  
Arş. Gör. Asef SUBAŞI  
Arş. Gör. Serkan ROL

## İletişim

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

## Baskı Bilgileri

Baskı Yılı: Aralık, 2019  
ISBN:978-605-7691-34-7  
Paradigma Akademi Basın Yayın Dağıtım  
Fetvane Sokak No: 29/A  
ÇANAKKALE  
Tel: 0531 988 97 66

*Bu Kongre Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri  
Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir. **Proje Kodu: STD-2019-8474***

*Bu kitap, 3. 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

Mehmet Emin BİLMEZ  
Hamdullah ŞEVLİ

*Van Valisi*  
*Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Rektörü*

### Davetli Konuşmacılar

Prof. Dr. Eka DEVIDZE

European University  
Business And Technologies  
Tourism Program Coordinator

Prof. Dr. Martin HAIGH

Oxford Brookes University  
Emeritus Professor of Geography  
Department of Social Sciences  
Faculty of Humanities and Social Sciences

### Düzenleme Kurulu

#### Düzenleme Kurulu Başkanı

Faruk ALAEDDİNOĞLU

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokul  
Müdürü

#### Düzenleme Kurulu Üyeleri

Emine CİHANGİR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Mehmet ŞEREMET

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Burcu TURAN TORUN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Hacer ARSLAN KALAY

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Sedat ŞAHİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Songül ÖZER

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Sağbetullah MERİÇ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Mohammed AL HADDAR

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

## Bilim Kurulu

Abdullah TANRISEVDİ

Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye

Abdülmenaf TURAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye

Ahmet AKTAŞ

Akdeniz Üniversitesi, Türkiye

Aija VAN DER STEİNA

University of Latvia, Latvia

Alan MARVELL

University of Gloucestershire, United Kingdom

Alastair M. MORRISON

Purdue University, USA

Ali ÖZÇAĞLAR

Ankara Üniversitesi, Türkiye

Ali YAYLI

Gazi Üniversitesi, Türkiye

Alp TİMUR

Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye

Alpaslan ALIĞAOĞLU

Balıkesir Üniversitesi, Türkiye

Annie CHEN

University of West London, İngiltere

Asım SALDAMLİ

Nişantaşı Üniversitesi, Türkiye

Aslı Özge ÖZGEN ÇİĞDEMLİ

Şırnak Üniversitesi, Türkiye

Atılhan NAKTİYOK

Atatürk Üniversitesi, Türkiye

Atilla DURMUŞ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye

Ayşe Baş COLLİNS

Bilkent Üniversitesi, Türkiye

Azize TUNÇ HASSAN

Gazi Üniversitesi, Türkiye

Beykan ÇİZEL

Akdeniz Üniversitesi, Türkiye

Brian CHALKLEY

Plymouth University, United Kingdom

Burcu TURAN TORUN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye

Burak ARZOVA

Marmara Üniversitesi, Türkiye

Cafer TOPALOĞLU

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye

Celil ÇAKICI

Mersin Üniversitesi, Türkiye

Cevdet AVCIKURT

Balıkesir Üniversitesi, Türkiye

Çağdaş ERTAŞ

Şırnak Üniversitesi, Türkiye

Derman KÜÇÜKALTAN

Arel Üniversitesi, Türkiye

Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN	Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
Emine CİHANGİR	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Eka DEVIDZE	European University, Georgia
Emma WHİTTLESEA	Plymouth University, United Kingdom
Emrah ÖZKUL	Kocaeli Üniversitesi, Türkiye
Erol DURAN	Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Türkiye
Erdoğan KAYGIN	Kafkas Üniversitesi, Türkiye
Esra Güzel ERDOĞAN ULUHAN	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Faruk ALAEDDİNOĞLU	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
Filiz ÇAKIR ZEYTİNOĞLU	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Fusun BAYKAL	Ege Üniversitesi, Türkiye
Fusun İSTANBULLU DİNÇER	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Gözde EMEKLİ	Ege Üniversitesi, Türkiye
Hacer ARSLAN KALAY	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye
İclal ATTİLA	Marmara Üniversitesi, Türkiye
İhsan BULUT	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
İsmail KIZILIRMAK	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Jennifer HILL	University of West of the England, United Kingdom
Jose Antonio C. SANTOS	University of Algarve, Portugal
Kemal BİRDİR	Mersin Üniversitesi, Türkiye
Kemal KANTARCI	Alanya Üniversitesi, Türkiye
Kurtuluş KARAMUSTAFA	Erciyes Üniversitesi, Türkiye
Kübra CİHANGİR ÇAMUR	Gazi Üniversitesi, Türkiye
Martin HAIGH	Oxford Brookes University, United Kingdom
Martin MOWFORTH	Plymouth University, United Kingdom
Mehmet SARIİŞİK	Sakarya Üniversitesi, Türkiye
Mehmet SOMUNCU	Ankara Üniversitesi, Türkiye

Mehmet ŞEREMET

Mehmet ZAMAN

Mert UYDACI

Meryem AKOĞLAN KOZAK

Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU

Muharrem TUNA

Murat ÇUHADAR

Murat GÜMÜŞ

Mustafa MUTLUER

Necdet HACIOĞLU

Neşe COŞKUN

Nuray TÜRKER

Nüzhet KAHRAMAN

Okan YAŞAR

Oktay EMİR

Orhan BATMAN

Orhan İÇÖZ

Ozan BAHAR

Ömer ÇOBAN

Öznur BOZKURT

Rıfki SINDIR

Robert GOVERS

Sağbetullah MERİÇ

Salih KUŞLUVAN

Saliha KODAY

Sanem ŞEHRİBANOĞLU

Sedat ÇELİK

Serhat HARMAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye

Atatürk Üniversitesi, Türkiye

Marmara Üniversitesi, Türkiye

Anadolu Üniversitesi, Türkiye

Mersin Üniversitesi, Türkiye

Gazi Üniversitesi, Türkiye

Süleyman Demirel Üniversitesi, Türkiye

Batman Üniversitesi, Türkiye

Ege Üniversitesi, Türkiye

Balıkesir Üniversitesi, Türkiye

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye

Karabük Üniversitesi, Türkiye

İstanbul Ticaret Üniversitesi, Türkiye

Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Türkiye

Anadolu Üniversitesi, Türkiye

Sakarya Üniversitesi, Türkiye

Yaşar Üniversitesi, Türkiye

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye

Batman Üniversitesi, Türkiye

Düzce Üniversitesi, Türkiye

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye

University of Leuven, Belgium

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye

İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Türkiye

Atatürk Üniversitesi, Türkiye

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye

Şırnak Üniversitesi, Türkiye

Batman Üniversitesi, Türkiye

Serkan DOĞANAY

Giresun Üniversitesi, Türkiye

Serkan UZUNOGULLARI

University of Sunderland, United Kingdom

Sevcan YILDIZ

Akdeniz Üniversitesi, Türkiye

Sevgi ÖZTÜRK

Kastamonu Üniversitesi, Türkiye

Sheela AGARWAL

Plymouth University, United Kingdom

Songül ÖZER

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Türkiye

Suna DOĞANER

İstanbul Üniversitesi, Türkiye

Şirvan Şen DEMİR

Süleyman Demirel Üniversitesi, Türkiye

Şule AYDIN

Nevşehir Üniversitesi, Türkiye

Ünsal BEKDEMİR

Giresun Üniversitesi, Türkiye

Warren EASTWOOD

University of Birmingham, United Kingdom

Yüksel EKİNCİ

University of Portsmouth, United Kingdom

Zeki KODAY

Atatürk Üniversitesi, Türkiye



## İÇİNDEKİLER

<b>KONGRE KURULLARI</b> .....	<b>i</b>
Onur Kurulu .....	i
Davetli Konuşmacılar.....	i
Düzenleme Kurulu .....	i
Bilim Kurulu .....	ii
<b>CONSTRUCTIVE ECOTOURISM: ENVIRONMENTAL VOLUNTEERING, CITIZEN SCIENCE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT</b> .....	<b>2</b>
Prof. Dr. Martin HAIGH	
<b>SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMDE TOPLUM TEMELLİ TURİZM UYGULAMALARININ ÖNEMİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR İNCELEME</b> .....	<b>3</b>
.....HATA! YER İŞARETİ TANIMLANMAMIŞ.	
Arş. Gör. Dr. Nurgül ÇALIŞKAN - Arş. Gör. Dr. Şule ARDIÇ YETİŞ_Öğr. Gör. Lutfullah Sadi TOPRAK	
<b>HİZMET KALİTESİNİN ÖNEM PERFORMANS ANALİZİ İLE ÖLÇÜLMESİ: ODA-KAHVALTI TURİZM TESİSLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA</b> .....	<b>5</b>
Dr. Öğr. Üyesi Sevgi ÖZTÜRK - Arş. Gör. Öznur İŞINKARALAR	
<b>SÜRDÜRÜLEBİLİR KIYI TURİZMİ VE REKREASYONEL KULLANIMDA PEYZAJ TASARIMI ÖNERİSİ: VAN GÖLÜ KİYISINDAN BİR ÖRNEK</b> .....	<b>7</b>
Dr. Öğr. Üyesi Feran AŞUR - Betül YILMAZ	
<b>EKOLOJİK VE KÜLTÜREL MİRASIN KORUNMASINDA VAN – TUŞBA, AYANİS URARTU KALESİ ÖRNEĞİ</b> .....	<b>9</b>
Doç. Dr. Fevzi ÖZGÖKÇE - Prof. Dr. Mehmet İŞIKLI	
<b>DESTİNASYON YÖNETİM ÖRGÜTÜ ÖRNEĞİ OLARAK GİRESUN İL TURİZM KOORDİNASYON KURULU</b> .....	<b>11</b>
Dr. Öğr. Üyesi Bayram KANCA - Dr. Öğr. Üyesi Çağdaş ERTAŞ	
<b>TURİZMİN ÇEVRESEL ETKİLERİNE YÖNELİK ALGILARIN İNCELENMESİ: GENÇ BİREYLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA</b> .....	<b>13</b>
Dr. Öğr. Üyesi Reşat ARICA - Öğr. Gör. Nagehan SÖNMEZ GÖK	
<b>ROUTE RECOMMENDATIONS FOR SUSTAINABILITY OF HISTORICAL AND CULTURAL URBAN CENTERS: THE CASE OF İSTIKLAL STREET</b> .....	<b>15</b>
Arş. Gör. Buse AÇIK ETİKE - Dr. Öğr. Üyesi Selin YILDIZ	

<b>INNOVATION AND QUALITY IMPROVEMENTS STRATEGIES AT ACCOMMODATION BUSINESSES.....</b>	<b>16</b>
Prof. Dr. ÇETİN BEKTAŞ	
<b>E-GİRİŞİMCİLİK VE SANAL ORGANİZASYONLAR: AIRBNB ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA</b>	<b>17</b>
Arş. Gör. Dr. Ece DOĞANTAN - Mehmet Ali DALĞIN	
<b>ŞEHİRİN GÖZ ARDI EDİLEN YÜZÜ: TURİZM.....</b>	<b>19</b>
Mehmet Sami ZÜMRÜT	
<b>ZİYARETÇİLER İÇİN KENTSEL TURİZM KAVRAMININ ALGILANMASI .....</b>	<b>21</b>
Arş. Gör. Merve TEMİZ - Prof. Dr. Abdullah KELKİT - Doç. Dr. Alper SAĞLIK - Arş. Gör. Mehmet İlkan BAYRAK - Dr. Öğr. Üyesi Elif SAĞLIK	
<b>KENT TURİZMİNİN MARKA KENT OLUŞUMUNDAKİ ETKİSİ: ÇANAKKALE KENTİ ÖRNEĞİ.....</b>	<b>23</b>
Arş. Gör. Merve TEMİZ - Doç. Dr. Alper SAĞLIK - Dr. Öğr. Üyesi Elif SAĞLIK - Prof. Dr. Abdullah KELKİT - Arş. Gör. Mehmet İlkan BAYRAK	
<b>TURİZM İŞLETMESİ YÖNETİCİLERİNİN ERZİNCAN TURİZMİ HAKKINDAKİ DEĞERLENDİRMELERİ .....</b>	<b>25</b>
Dr. Öğr. Üyesi İsmail ÇALIK - Dr. Öğr. Üyesi Erkan GÜNEŞ - Dr. Öğr. Üyesi Gürkan ALAGÖZ	
<b>EĞLENCE PARKLARINDA ZİYARETÇİ MEMNUNİYET DÜZEYİNİN BELİRLENMESİ: WONDERLAND EURASIA TEMA PARKI ÖRNEĞİ .....</b>	<b>27</b>
Doç. Dr. Sevgi ÖZTÜRK - Arş. Gör. Öznur İŞINKARALAR	
<b>KAMUSAL MEKÂN ÖRNEĞİ OLAN KALDIRIM KAFELERİN MEKÂNSAL TASARIM İLKELERİ DOĞRULTUSUNDA İRDELENMESİ: TRABZON ÖRNEĞİ .....</b>	<b>29</b>
Dr. Öğr. Üyesi Çiğdem BOGENÇ - Doç. Dr. Banu BEKCI	
<b>KENT VE EĞİTİM TURİZMİ .....</b>	<b>30</b>
Dr. Öğr. Üyesi Alev GÜRBÜZ - Ebru GÜRBÜZ	
<b>A STUDY ON THE FACTORS CONSIDERED IN CHOOSING SAFRANBOLU AS A TOURISTIC DESTINATION .....</b>	<b>31</b>
Doç. Dr. Nuray TÜRKER - Dr. Öğr. Üyesi Cenk Murat KOÇOĞLU - Berkay GÖKGÖZ - Ayşe CANATAR	
<b>BALIKESİR ATATÜRK PARKI'NIN PEYZAJ MİMARLIĞI PLANLAMA VE TASARIM İLKELERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ.....</b>	<b>32</b>
Doç. Dr. Alper SAĞLIK - Prof. Dr. Abdullah KELKİT - Arş. Gör. Merve TEMİZ - Dr. Öğr. Üyesi Elif SAĞLIK - Arş. Gör. Mehmet İlkan BAYRAK	

**MİLLET BAHÇESİ KAVRAMI: KAHRAMANMARAŞ İLİ ÖRNEĞİ ..... 34**

Doç. Dr. Alper SAĞLIK - Prof. Dr. Abdullah KELKİT - Arş. Gör. Merve TEMİZ - Dr. Öğr. Üyesi Elif SAĞLIK - Süheyla Gizem PIRNAR

**MÜLTECİ/SIĞINMACI TURİZMİ: VAN ÖRNEĞİ ..... 36**

Doç. Dr. Suat PARİN - Hatice YILMAZ ASLAN

**TURİZM SEKTÖRÜNDE KRİZ YÖNETİMİ ..... 38**

Dr. Öğr. Üyesi Ayhan CESUR

**TURİSTİK HEDİYELİK EŞYA SATICILARININ ETİK ALGILAMALARI ..... 39**

Dr. Öğr. Üyesi Gürkan ALAGÖZ - Dr. Öğr. Üyesi Erkan GÜNEŞ - Öğr. Gör. Burak BAŞAR

**VERİ TABANLI PAZARLAMA VE MÜŞTERİ SADAKATI İLİŞKİSİ: KUŞADASI'NDAKİ 4 VE 5 YILDIZLI OTEL YÖNETİCİLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA ..... 41**

Dr. Öğr. Üyesi Ahu Yazıcı AYYILDIZ - Muhammed BAYKAL - Dr. Öğr. Üyesi Tuğrul AYYILDIZ

**BUDAKLI (BİTLİS) KAPLICASININ MİNERAL ÖZELLİKLERİNİN JEOLojİK VE COĞRAFİ YAPI İLE İLİŞKİSİ ..... 42**

Dr. Öğr. Üyesi Nurcan AVŞİN - Prof. Dr. Arif KIVRAK - Emrah KAVAK

**ANALYSIS OF ENVIRONMENTAL AWARENESS LEVEL CHANGE OF PHYSICALLY HANDICAPPED STUDENTS WITH NATURE EDUCATION ..... 44**

Emre KUZUGÜDENLİ - Canpolat KAYA

**KÜLTÜREL MİRASIN TURİZMİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNE KATKISI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME: MUĞLA- KARABAĞLAR YAYLASI ÖRNEĞİ ..... 45**

Prof. Dr. Hülya KOÇ - Prof. Dr. Hayat ZENGİN ÇELİK

**SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS DEĞERLERİ: ERZURUM ÖRNEĞİ ..... 47**

Dr. Öğr. Üyesi Uğur AKDU - Öznur TABU

**DARENDE SOMUNCU BABA KÜLLİYESİ İLE AFŞİN ESHABI KEHF KÜLLİYESİNİN İNANÇ TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRMESİ ..... 48**

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet TOP - Öğr. Gör. Hatice BALTA

**İRAN'DA IRAK-I ACEM'DEN QOMES'E HORASAN YOLU ÜZERİNDEKİ SELÇUKLU MİMARİ ESERLERİ ..... 50**

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet TOP - Mohammad AMINIAN

**TURİZM AÇISINDAN ANTİK DİYARBAKIR SULARI, DEĞİRMENLERİ VE TARİHİ HZ SÜLEYMAN CAMİİ İLİŞKİSİNİN ARAŞTIRILMASI ..... 52**

Dr. Öğr. Üyesi Yaşar SUBAŞI DİREK - Dr. Öğr. Üyesi Sahabettin ÖZTÜRK

<b>MİMARİ AÇIDAN ŞUAYIP VE DARA ANTİK KENTLERİNİN KIRSAL VE KÜLTÜREL TURİZM ÖZELLİKLERİNİ ARAŞTIRMAK.....</b>	<b>54</b>
Dr. Öğr. Üyesi Yaşar SUBAŞI DİREK	
<b>HAKKÂRİ YEREL KONUTLARININ TURİZM AÇISINDAN İRDELENMESİ .....</b>	<b>56</b>
Kader MÜHÜR DAROĞLU - Dr. Öğr. Üyesi Yaşar SUBAŞI DİREK	
<b>BAŞKALE KÖYLERİ KONUTLARININ KIRSAL TURİZM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ .....</b>	<b>58</b>
Rabia BOZMAÇ - Dr. Öğr. Üyesi Yaşar SUBAŞI DİREK	
<b>SAFRANBOLU UNESCO DÜNYA MİRAS ALANINDA ERİŞİLEBİLİR TURİZM İÇİN ALTERNATİF ÇÖZÜM ÖNERİLERİ.....</b>	<b>60</b>
Dr. Öğr. Üyesi Çiğdem BOGENÇ - Doç. Dr. Banu BEKCI	
<b>HAKKÂRİ EL YAPIMI AYAKKABILARI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA .....</b>	<b>62</b>
Dr. Öğr. Üyesi Hasan BUĞRUL	
<b>KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE BOŞ ZAMANLAR DEĞERLENDİRİLMESİNDE KÜLTÜREL MİRASIN ÖNEMİ.....</b>	<b>63</b>
Fidan VELİZADE	
<b>GÖKÇEADA ÖRNEĞİNDE KÜLTÜREL PEYZAJIN KORUNMASI AÇISINDAN SAKİN ŞEHİR HAREKETİNİN ÖNEMİ .....</b>	<b>65</b>
Erman ÖZDEMİR - Dr. Öğr. Üyesi Çiğdem KAPTAN AYHAN	
<b>TURİSTİK KONAKLAMADA ALTERNATİF BİR YÖNTEM-EV PANSİYONCULUĞU VE GELENEKSEL ARTVİN EVLERİNDE UYGULANABİLİRLİĞİ .....</b>	<b>67</b>
Doç. Dr. Fatih ORHAN - Prof. Dr. Serhat ZAMAN - Doç. Dr. Ahmet ÇAVUŞ	
<b>THE PROS AND CONS OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES: APPLICATIONS FROM THE HOTEL INDUSTRY .....</b>	<b>69</b>
Dr. Öğr. Üyesi Gözdegül BAŞER	
<b>TURİST PROFİLİNİN DEĞİŞİMİNDE GÖRSEL VE DİJİTAL MEDYA FAKTÖRÜ: İSTANBUL ÖRNEĞİ .....</b>	<b>70</b>
Arş. Gör. Gökhan UŞMA	
<b>GÖRSEL VE DİJİTAL MEDYA FAKTÖRÜYLE DEĞİŞEN TURİST PROFİLİNİN SOSYAL VE FİZİKSEL ÇEVREYE ETKİSİ: İSTİKLAL CADDESİ ÖRNEĞİ .....</b>	<b>72</b>
Arş. Gör. Gökhan UŞMA - Dr. Öğr. Üyesi Selin YILDIZ	

**GÖNÜLLÜ TURİZMİNDE SAĞLIK BAKIM HİZMETLERİ: TIP ETİĞİ PERSPEKTİFİNDEN BİR DEĞERLENDİRME.....74**

Arş. Gör. Özlem BİLDİK

**VAN GÖLÜ HAVZASINA AİT ENDEMİK BİR TÜR OLAN İNCİ KEFALİ' NİN BÖLGE TURİZMİ AÇISINDAN ÖNEMİ .....75**

Dr. Öğr. Üyesi Songül ÖZER - Ayça Sena ÖNALAN

**SUSTAINABILITY IN HIGHLAND SETTLEMENTS: HIGHLANDS OF KOZAN .....77**

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KÖSE - Öğr. Gör. Dr. Hidayet KIŞLALI

**INVESTIGATION OF ARCHITECTURAL BUILDING POTENTIALS IN TOURISM: THE CASE OF ADANA.....78**

Arş. Gör. Buse AÇIK ETİKE

**KÖKEN VE GENETİK GEÇMİŞ TEMELLİ SEYAHATLER BAĞLAMINDA "GENEALOGICAL TOURISM" .....79**

Onur Can KESKİNOĞLU - Dr. Öğr. Üyesi Oğuz DİKER

**EVALUATION OF THE TURKISH COFFEE IN TURKISH GASTRONOMY BY SWOT ANALYSIS AND IT'S EXAMINATION IN ACCORDANCE WITH CULTURAL SUSTAINABILITY .....81**

Dr. Öğr. Üyesi Gözde ÖZDEMİR

**TÖRENSEL YEMEKLERİN GASTRONOMİK COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜN OLARAK KULLANIMI: İSKİLİP DOLMASI ÖRNEĞİ .....82**

Dr. Öğr. Üyesi Salih Zeki ŞAHİN

**GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA VEGAN, VEJETARYEN, PESKETARYEN YÖRESEL YEMEKLERİ: DOĞU KARADENİZ ÖRNEĞİ.....84**

Dr. Öğr. Üyesi Uğur AKDU - Öznur TABU

**COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLER AÇISINDAN TÜRKİYE'NİN GASTRONOMİ HARİTASI ...86**

Prof. Dr. Şaban ESEN - Gülbin Hilal TİTİZ

**GASTRONOMİ TURİZMİ ALANINDA BARTIN MUTFAĞINA ÖZGÜ AMASRA SALATASI.... 88**

Murat ÇAVUŞOĞLU - Aziz SEVİMBAY - Ferhat ÇAVUŞOĞLU

**KAPARİNİN (KEBERE) YEMEKLERDE KULLANIMI .....90**

Dr. Öğr. Üyesi Ali İzzet YILMAZ

**GASTRONOMİ TURİZMİ VE COĞRAFİ İŞARET KAPSAMINDA DİYARBAKIR İLİNİN GASTRONOMİ POTANSİYELİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA .....92**

Dr. Öğr. Üyesi Serap AKDU - Duygu KARAKAŞ

**VAN İLİ ÇOK YILLIK YEREL BİTKİ GEN KAYNAKLARININ GASTRONOMİK DEĞERİ .....94**

Doç. Dr. Nurhan KESKİN - Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

**ORGANİK TARIM DESTEĞİNDE GASTRONOMİK YAKLAŞIMLAR .....96**

Doç. Dr. Nurhan KESKİN

**THE ROLE OF ETHNOBOTANICAL USES IN GASTRONOMY TOURISM IN VAN .....97**

Doç. Dr. Fevzi ÖZGÖKÇE

**VAN DOĞAL BİTKİ ÖRTÜSÜNÜN YEREL MUTFAĞA KATKILARI; TURİZMİN ÇEŞİTLENMESİNE ÖNERİLER .....98**

Muhsine PERİHAN - Dr. Öğr. Üyesi Feran AŞUR - Prof. Dr. Şevket ALP

**YÖRESEL ÜRÜN VE YEMEKLERİN TANITILMASI: SİİRT İLİ ÖRNEĞİ ..... 100**

Öğr. Gör. Nalan ASLAN - Öğr. Gör. Fatma KOÇ

**YİYECEK VE İÇECEK İŞLETMELERİNE YÖNELİK TRIPADVISOR SİTESİNDE YER ALAN YORUMLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ ADIYAMAN ÖRNEĞİ ..... 101**

Dr. Öğr. Üyesi Reşat ARICA - Doç. Dr. Çiğdem SABBAĞ

**DETERMINATION OF FINANCIAL PERFORMANCE OF TOURISM COMPANIES IN BIST BY ENTROPY BASED CP METHOD ..... 103**

Dr. Öğr. Üyesi Ayhan KARAKAŞ - Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÖZTEL

**TURİZMİN EKONOMİK KALKINMA ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ..... 104**

Dr. Öğr. Üyesi Ayhan CESUR

**KÜLTÜR, SANAT, EĞLENCE, DİNLENCE VE SPOR FAALİYETLERİ OLARAK REKREASYONUN GAYRİSAFİ YURTIÇI HASILADAKİ YERİ ..... 105**

Dr. Öğr. Üyesi Ümit GABERLİ

**RTE ÜNİVERSİTESİNE AİT BATIPARK PROJESİNE YÖNELİK MEKÂNSAL TASARIM ÖNERİLERİ ..... 106**

Doç. Dr. Banu BEKÇİ - Dr. Öğr. Üyesi Çiğdem BOGENÇ

**KAMPÜS YERLEŞKELERİNE YÖNELİK REKREASYONEL PLANLAMA ÖNERİLERİ..... 107**

Doç. Dr. Banu BEKÇİ - Dr. Öğr. Üyesi Çiğdem BOGENÇ

**REKREATİF AMAÇLI SPOR YAPAN BİREYLERİN SOSYAL FİZİKİ KAYGI DÜZEYLERİNİN VE EGZERSİZ YAPMA SEBEPLERİNİN ARAŞTIRILMASI..... 108**

Rıdvan UZUN - Dr. Öğr. Üyesi Fatih ERİŞ - Öğr. Gör. Kemal SARGIN

**VAN İLİNDE ÖZEL SPOR SALONLARINDA SPOR YAPAN BİREYLERİN YAŞAM KALİTE DÜZEYLERİNİN ARAŞTIRILMASI ..... 110**

Öğr. Gör. Serdar ŞAHİN - Öğr. Gör. Kemal SARGIN - Dr. Öğr. Üyesi Fatih ERİŞ - Rıdvan UZUN

**MERKEZDEN TAŞRAYA TURİZM POLİTİKALARININ YANSIMALARI ..... 112**

Dr. Öğr. Üyesi Gülçinay BAŞDOĞAN

**YEREL PAYDAŞLARIN CITTASLOW ŞEHİR AĞINA YÖNELİK ALGI VE TUTUMLARINA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA: AHLAT CITTASLOW ŞEHİR ÖRNEĞİ..... 113**

Dr. Öğr. Üyesi Adnan ALKAN

**BOX-JENKINS MODELİ İLE TÜRK TURİZM SEKTÖRÜNDE TALEP TAHMİNİ..... 115**

Dr. Öğr. Üyesi Şekip YAZGAN - Doç. Dr. Ömer YALÇINKAYA

**TÜRKİYE TURİZM GELİRLERİNİN YAKINSAMA ANALİZİ: FOURIER BİRİM KÖK TESTİNDEN KANITLAR..... 116**

Doç. Dr. ÖMER YALÇINKAYA - Dr. Öğr. Üyesi ŞEKİP YAZGAN

**TÜRKİYE'DEKİ KALKINMA PLANLARINDA TURİZMİN ÇEVRESEL ETKİLERİNİN VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM ANLAYIŞININ DEĞERLENDİRİLMESİ ..... 118**

Dr. Öğr. Üyesi Alper UZUN - Burak OĞLAKCI - Rafet YİĞİT - Şeyhmus İNAL

**KIRSAL BİR MEKANIN YENİDEN ÜRETİMİ = EKOTURİZM BAĞLAMINDA SİNEBEL VADİSİ'NİN (PERVARI) TURİZM OLANAKLARI ..... 121**

Yahya ÖZTÜRK - Dr. Öğr. Üyesi Halil ZORER

**BAHÇESARAY İLÇESİNİN TURİZM KAYNAKLARI VE CITTASLOW (SAKİN ŞEHİR) ADAYI OLMA POTANSİYELİ..... 124**

Öğr. Gör. İrfan BAYTAR - Prof. Dr. Mesut DOĞAN

**ASSESSMENT OF ISPARTA CITY FOR ECO-TOURISM POTENTIAL..... 126**

Emre KUZUGÜDENLİ - Canpolat KAYA

**MANAGING THE INTERCULTURAL DIFFERENCES IN GUEST RELATIONS MANAGEMENT: EXAMPLES FROM FIVE STAR HOTELS..... 127**

Dr. Öğr. Üyesi Gözdegül BAŞER

**ARAP TURİSTLERİN GASTRONOMİ TURİZMİNE YÖNELİK TUTUMLARI: TRABZON ÖRNEĞİ..... 128**

Öğr. Gör. Engin Ahmet MUHSİR - Osman ÖZAKSU

**YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNDE HİZMET ADALETİ: ŞIRNAK ÖRNEĞİ ..... 130**

Dr. Öğr. Üyesi Çağdaş ERTAŞ - Arş. Gör. Gökhan KADIRHAN

**HOŞAÇ ÇAYI HAVZASI'NIN TURİZM KAYNAKLARI VE BU KAYNAKLARIN  
PLANLAMASINA YÖNELİK ÖNERİLER ..... 132**

Mehmet BOZKOYUN - Prof. Dr. Necmettin ELMASTAŞ

**2003'TEN 2018'E TÜRKİYE'YE GELEN TURİST PROFİLİNİN VERİ GÖRSELLEŞTİRME  
ARACI TABLEAU ARACILIĞIYLA İNCELENMESİ ..... 133**

Öğr. Gör. Serpil SEVİMLİ DENİZ

**VERİ MADENCİLİĞİ ARAÇLARI KULLANARAK TÜRKİYE'NİN TURİZM GELİRLERİNİN  
AYLARA GÖRE YAPAY SİNİR AĞLARI İLE TAHMİNLENMESİ..... 135**

Öğr. Gör. Serpil SEVİMLİ DENİZ

**TURİZMİN ETKİLERİ KONUSUNDA YEREL HALKIN BAKIŞ AÇISINI KONU ALAN  
LİSANSÜSTÜ TEZLERİN BİBLİYOMETRİK PROFİLİ..... 137**

Öğr. Gör. Lutfullah Sadi TOPRAK - Prof. Dr. İbrahim YILMAZ - Rezzan ÇIKRIK

**TÜRKİYE'DEN YURT DIŞINA OLAN SEYAHATLERİN ZAMANSAL DEĞİŞİMİ VE  
MEKANSAL GÖRÜNÜMÜ ..... 139**

Doç. Dr. İsmail KERVANKIRAN - Doç. Dr. Murat ÇUHADAR - Mehmet Fatih BAĞMANCI

**LOGOLARDA KULLANILAN YEREL SİMGELERİN KENT KİMLİĞİNDEKİ ÖNEMİ ÜZERİNE  
BİR DEĞERLENDİRME: BİTLİS ÖRNEĞİ..... 141**

Dr. Öğr. Üyesi Hasan KÖŞKER - Dr. Öğr. Üyesi Vedat YILMAZ

**ÖRGÜTSEL BAĞLILIK KONUSUNDA YAZILMIŞ YÜKSEK LİSANS TEZLERİNİN  
BİBLİYOMETRİK ANALİZİ ..... 143**

Öğr. Gör. Öznur YEKSAN - Ahmet GÜMÜŞ

**YEREL HALKIN TURİZMİN ETKİLERİNE YÖNELİK ALGILAMALARI: DOĞU VE  
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGELERİ ÜZERİNE YAPILMIŞ ARAŞTIRMALARIN İÇERİK  
ANALİZİ..... 144**

Prof. Dr. İbrahim YILMAZ - Öğr. Gör. Öznur YEKSAN

**BİNGÖL İLİ TURİZM POTANSİYELİNİN YEREL PAYDAŞLAR TARAFINDAN  
BELİRLENMESİ ..... 146**

Öğr. Gör. Volkan TUNCEL - Doç. Dr. Ahmet ÇAVUŞ

**TURİST VERSUS KÂŞİF: ŞABAN TEOMAN DURALI'NIN "DENİZ VE KÂŞİFLİK" ESERİ  
ÜZERİNE NOTLAR ..... 148**

Doç. Dr. İdris DEMİREL - Arş. Gör. Haluk DOĞAN



<b>TURİZM SEKTÖRÜNDE MÜSTAHSİL MAKBUZU UYGULAMASI.....</b>	<b>149</b>
Doç. Dr. Yaşar AYYILDIZ - Doç. Dr. Yunus DEMİRLİ	
<b>DÜZCE ÜNİVERSİTESİ'NDE TURİZM EĞİTİMİ ALAN LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN SPOR TURİZMİNE YÖNELİK TUTUMLARININ İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA</b>	<b>151</b>
Fatih TURGUT - Dr. Öğr. Üyesi Arif GÜNGÖR	
<b>PACKAGING SHOPPING AS A CULTURAL EXPERIENCE: ONLINE PRESENTATION AND MARKETING OF SHOPPING AS A TOURIST ACTIVITY IN SINGAPORE.....</b>	<b>153</b>
Prof. Dr. Voon Chin PHUA - Jessica L. LAEMLE	
<b>COĞRAFİ İŞARET TESCİLİNDE İPİN UCU KAÇTI MI? .....</b>	<b>154</b>
Prof. Dr. Şaban ESEN - Gülbin Hilal TİTİZ	
<b>TURİZM ŞİRKETLERİNİN MESLEKİ KURULUŞLARA YAPTIKLARI ÜYELİK VE AİDAT ÖDEMELERİNİN, VERGİDEN İNDİRİLEBİLME AÇISINDAN İNCELENMESİ.....</b>	<b>156</b>
Doç. Dr. Yaşar AYYILDIZ	
<b>TURİZM VE YEREL İŞLETMELER: VAN KENT MERKEZİNDEKİ FİRMALAR İRANLI TURİSTLERE NASIL BAKIYOR.....</b>	<b>158</b>
Doç. Dr. Suvat PARİN	
<b>OTEL İŞLETMELERİNDE SOSYALLEŞME TAKTİKLERİ .....</b>	<b>160</b>
Dr. Öğr. Üyesi Sedat ÇELİK	
<b>EXPLORING PERCEPTION OF PLACE, SATISFACTION AND INFORMATION SOURCES OF TRAVELLERS VISITING MONASTERY OF MOR HANANYO IN MARDIN .....</b>	<b>161</b>
Dr. Öğr. Üyesi Faruk SEYİTOĞLU - Dr. Öğr. Üyesi Kadir ÇAKAR	
<b>KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN YURT DIŞI REKLAM HARCAMALARININ KDV'DE VERGİ SORUMLULUĞU AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ.....</b>	<b>162</b>
Doç. Dr. Yunus DEMİRLİ	
<b>KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE BEDELSİZ VERİLEN HİZMETLERİN VERGİSEL BOYUTU .....</b>	<b>164</b>
Doç. Dr. Yunus DEMİRLİ - Doç. Dr. Yaşar AYYILDIZ	
<b>URBAN MOBILITY FROM HUB AIRPORTS TO CENTRALLY LOCATED HOTELS: COMPARISON AMONG CASE STUDIES IN SOUTH AMERICA (SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO AND BUENOS AIRES).....</b>	<b>166</b>
Assist. Prof. Dr. Claudia Maria ASTORINO	

- YETENEK YÖNETİMİNİN ÇALIŞAN PERFORMANSINA ETKİSİ: VAN OTEL İŞLETMELERİNDE BİR ARAŞTIRMA..... 167**  
Dr. Öğr. Üyesi Abdullah OĞRAK - Nesrin AKSU
- BRAND LOVE: EXPLORING CONSUMER-BRAND RELATIONSHIP IN RAINY DAYS.... 169**  
Öğr. Gör. Dr. Hidayet KIŞLALI
- IMPORTANCE OF READING NON-VERBAL COMMUNICATION IN TOURISM SECTOR; NON-VERBAL COMMUNICATION DIMENSION BETWEEN TOURISM EMPLOYEES AND THE TOURISTS ..... 170**  
Dr. Öğr. Üyesi Gözde ÖZDEMİR
- THE IMPACT OF PROMOTING TOURIST DESTINATIONS AFTER EARTHQUAKE IN LOMBOK ..... 171**  
Lecturer Dr.Farid SAID - Lecturer Dr. Hamsu HANAFİ - Lecturer Surayyal HİZMİ
- RUSYA-TÜRKİYE UÇAK KRİZİNİN ANTALYA HAVALİMANI ULAŞIMINA VE TURİZMİNE ETKİLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME(2015-2017)..... 172**  
Prof. Dr. İhsan BULUT - Turan Onur RECEPOĞLU - Uzman Berna ÖZOĞUL - Dr. Serdar CEYLAN
- KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİLİĞİNE STRATEJİK BİR BAKIŞ AÇISI: TURİZM SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA ..... 174**  
Dr. Öğr. Üyesi Abdulkadir GÜMÜŞ - Aysel DOĞAÇ
- İNNOVATİV YÖNETİM TARZLARININ İŞLETMELERDEKİ YÖNETİM PERFORMANSI ÜZERİNE ETKİLERİ: VAN KONAKLAMA ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA..... 175**  
Dr. Öğr. Üyesi Abdullah OĞRAK - Aysel DOĞAÇ
- ULUSAL TURİZM KONGRELERİNDE ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ ALANINDA YAPILAN BİLDİRİLERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ..... 176**  
Dr. Ahmet GÜMÜŞ - Öğr. Gör. Öznur YEKSAN
- ECOSYSTEM ASSESSMENT OF MOLLAKASIM (TUSHBA/VAN) BLUE FLAG PUBLIC BEACH..... 177**  
Doç. Dr. Fevzi ÖZGÖKÇE
- INTEREST: THE IMPORTANT FACTOR IN CAREER EDUCATION IN TOURISM ..... 178**  
Assist. Prof. Dr. Sohrab Abdi ZARRIN - Assoc. Prof. Abbas PANAHANDAH - Reza Jafari HARANDI - Dr. Ehsan EKRADE
- EMİNÖNÜ'NDE (İSTANBUL) BALIK EKMEK YEME DENEYİMLERİ ..... 179**  
Öğr. Gör. Özkan DEMİR - Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT - Emin GÜLEÇ

**GÖRSEL MAĞARACILIK DENEYİMİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: KARACA MAĞARASI**  
..... 181

Dr. Öğr. Üyesi Fazıl KAYA - Öğr. Gör. Dr. Serhat YOZCU - Doç. Dr. Gürel ÇETİN

**IĞDIR İLİ'NİN EKO TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ** ..... 182

Dr. Öğr. Üyesi Gülşen BAYAT - Mete Türkoğlu

**TUZLUCA TUZ MAĞARASININ SAĞLIK TURİZMİ KAPASİTESİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ** 183

Dr. Öğr. Üyesi Gülşen Bayat

**HAKKÂRİ'DE TARIM VE HAYVANCILIKTA KULLANILAN ETNOGRAFİK ESERLER**  
**ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA** ..... 184

Dr. Öğr. Üyesi Hasan BUĞRUL - Dr. Öğr. Üyesi Güler YILMAZ

**EĞİTİM ETKİNLİĞİNİN ÖLÇÜLMESİNDE ROİ HESAPLAMASI VE EĞİTİM ÖRNEĞİ**..... 186

Burcu YÜCESAN - Prof. Dr. Muhsin HALİS

**ENVANTER YÖNETİMİNİN ORGANİZASYON ETKİNLİĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ:**  
**CATERING HİZMETLERİ DEPARTMANINDA BİR ARAŞTIRMA** ..... 187

Fathi Lekhdhuri Mansour ALBENDAG - Doç. Dr. Mine HALİS - Prof. Dr. Muhsin HALİS

**THE NATURE OF THE DEVELOPED COUNTRIES' TRAVEL ADVICE: THE EXAMPLE OF**  
**VAN** ..... 189

Lecturer Mohammed AL HADDAR - Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

**SUSTAINABLE RESORT MANAGEMENT MODEL: NEW APPROACH TO THE**  
**MONITORING AND EVALUATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM IN**  
**BULGARIAN RESORTS** ..... 190

Prof. Dr. Nikolina POPOVA - Neno DIMOV

**ÇAVUŞTEPE URARTU KALESİ'NİN VAN TURİZMİNE KATKILARI** ..... 191

Prof. Dr. Rafet ÇAVUŞOĞLU

**TURİZM İŞLETMELERİNDE KORKU KÜLTÜRÜ VE YÖNETİMİ**..... 193

Beste Nisa ORHUN - Dr. Öğr. Üyesi Sağbetullah MERİÇ

**ANALYSIS OF MAJOR TOURIST ATTRACTIONS SHAPING THE SOFIA CITY IMAGE AS A**  
**TOURIST DESTINATION** ..... 195

Prof. Dr. Sonia MILEVA

**SAĞLIK TURİZMİNDE STRATEJİK YAKLAŞIMLAR; VAN İL BÜTÜNÜ İÇİN ÖNERİLER** . 196

Prof. Dr. Süleyman TOY - Gizem BEYHAN

**“KREATİF KENT VAN” KURGUSU İÇERİSİNDE KREATİF TURİZM UYGULAMALARI VE VAN KENT MERKEZİ İÇİN YAPILABİLECEK AKTİVİTELER ..... 198**

Prof. Dr. Süleyman TOY - Gizem BEYHAN

**KIRSAL TURİZMDE YEREL KAYNAKLARIN TURİZME KATKILARI: VAN GÜRPINAR ÖRNEĞİ ..... 200**

Şevin BAYRAM - Prof.Dr. Şevket ALP - Dr. Öğr. Üyesi Hilmi Ekin OKTAY

**MARDİN'E GELEN KÜLTÜR TURİSTİ PAZARININ PROFİLİ VE SEYAHAT ALIŞKANLIKLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA ..... 202**

Arş. Gör. A. Vahap ALTÜRK - Doç. Dr. Serhat HARMAN - Arş. Gör. Tuğba ARIK YÜKSEL

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN VAN İLİ'NİN KÜLTÜREL MİRAS VARLIKLARINA YÖNELİK FARKINDALIKLARI: VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA ..... 204**

Dr. Öğr. Üyesi Hacer ARSLAN KALAY - Arş. Gör. Duygu METİN

**ELAZIĞ İLİNİN KIRSAL TURİZM POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİ TEKNİĞİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ ..... 205**

Zeki GÜRBÜZ - Doç. Dr. Ceyhun Can ÖZCAN

**SERİK İLÇESİNİN (ANTALYA) KIRSAL KONUT EKOLOJİSİ: TAŞ EVLER ..... 207**

Prof. Dr. İhsan BULUT - Berna ÖZOĞUL - Arş. Gör. Şakir FURAL

**İŞLETME YÖNETİCİLERİNİN MÜŞTERİDEN MEMNUNİYETİ: VAN ÖRNEĞİ ..... 209**

Dr. Öğr. Üyesi Şakir İŞLEYEN - Arş. Gör. Duygu METİN - Merve İŞLEYEN

**ONLINE SEYAHAT REZERVASYONLARINDA WEB SİTELERİ BAŞARISININ DEĞERLENDİRİLMESİ ..... 211**

Dr. Öğr. Üyesi Abdullah EREN

**KULLANICILARIN SEYAHAT PLANLAMALARINDA WEB SİTELERİNİ KULLANMA NİYETLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ ..... 213**

Dr. Öğr. Üyesi Abdullah EREN

**DAVRANIŞSAL İKTİSAT BAĞLAMINDA TURİSTLERİN TÜKETİM TERCİHLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA ..... 215**

Ayşe AKBOZ - Doç. Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU

**BÖLGESEL KALKINMA VE TURİZM KÜMELENMESİ ..... 217**

Doç. Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU - Ayşe AKBOZ

**VAN KAHVALTISI VE VAN YEMEKLERİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR BAKIŞ AÇISI ..... 218**

Dr. Öğr. Üyesi Burcu TURAN TORUN - Ömer GÜNSAN

**İŞ DOYUMU İLE TÜKENMİŞLİK İLİŞKİSİ: VAN İLİ A GRUBU SEYAHAT ACENTELERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA ..... 220**

Dr. Öğr. Üyesi Songül ÖZER - Yusuf BABUR

**ERCİŞ İLÇESİNDE EKOTURİZM VE ÇEKİM KAYNAKLARININ DERECELENDİRİLMESİ . 222**

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

**ÖRGÜTSEL SİNİZM: TEORİK BİR İNCELEME..... 224**

Öğr. Gör. K. Seçkin KARAHAN - Doç. Dr. Faruk KALAY

**BRANDING PROCESS OF CITIES AND EFFECTS OF POSTMODERN SPACE PRODUCTION ON ENTREPRENEURSHIP STRUCTURE AND TOURISM: A CASE OF VAN'S CULTURE STREET ..... 226**

Dr. Mehmet ŞEREMET - Assoc. Prof. Dr. Kübra CİHANGİR ÇAMUR - Dr. Emine CİHANGİR - Emre KARADUMAN

**TURİSTİK ÜRÜN OLMA YOLUNDA GELENEKSEL VAN OTLU PEYNİRİ VE KIRSAL KADININ ROLÜ ..... 227**

Özlem DEMİRHAN - Dr. Öğr. Üyesi Emine CİHANGİR - Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ŞEREMET

**BATI AKDENİZ BÖLGESİNDE EKOTURİZM VE YEREL ÜRÜN İLİŞKİSİ ..... 229**

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU - Avşin AYHAN

**VAN TARİHİ PEYNİRCİLER ÇARŞISININ TURİZM SEKTÖRÜ VE TURİZM GİRİŞİMCİLİĞİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ ..... 231**

Dr. Öğr. Üyesi Emine CİHANGİR - Doç. Dr. Kübra CİHANGİR ÇAMUR - Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ŞEREMET - Özlem DEMİRHAN

**KIRSAL SU KÜLTÜRÜNÜN UNUTULAN YÜZLERİ: SU SARNIÇLARI "BODRUM-KIZILAĞAÇ SU SARNIÇLARI KÜLTÜR-TURİZM ROTASI" ..... 233**

Doç. Dr. Kübra CİHANGİR ÇAMUR

**YENİ TURİZM TESİSLERİ UYGULAMA YÖNETMELİĞİ: KIYI KULLANIMLARI VE YAPILAŞMA ÜZERİNE ETKİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ ..... 235**

Doç. Dr. Kübra CİHANGİR ÇAMUR - Dr. Öğr. Üyesi Emine CİHANGİR - Ekinsu ÇAMUR

**ŞEHİRDE YAŞAMA İSTEĞİNİN MARKA KİŞİLİĞİ VE MARKA ALGISI, TUTUM VE MEMNUNİYET ÜZERİNDE YARATTIĞI FARKLILIKLAR: VAN İLİ ÖRNEĞİ ..... 237**

Dr. Öğr. Üyesi Sanem ŞEHRİBANOĞLU - Prof. Dr. Reha SAYDAN - Dr. Öğr. Üyesi Emine CİHANGİR - Arş. Gör. Dr. M.Fuat LEVENDOĞLU

**VAN-İRAN İLİŞKİLERİNE STRATEJİK BİR BAKIŞ AÇISI: KAPIKÖY SINIR KAPISI ETKİSİ 239**

Dr. Öğr. Üyesi Burcu TURAN TORUN - İlyas ÖZKAN

**ŞEHİR OTELLERİNDE UYGULANAN REKREATİF AMAÇLI ANİMASYON  
FAALİYETLERİNİN HİZMET SATIŞLARINA ETKİSİ: VAN İLİ ÖRNEĞİ ..... 241**

Dr. Öğr. Üyesi Songül Özer - Ayça Sena ÖNALAN

**TURİZM SEKTÖRÜNDE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARI: VAN İLİ  
ÖRNEĞİ ..... 242**

Dr. Öğr. Üyesi Burcu TURAN TORUN - İlyas ÖZKAN

**TURİZM SEKTÖRÜNDE TERS MOBBİNG KAVRAMI ..... 243**

Dr. Öğr. Üyesi Burcu TURAN TORUN - İskender HAKAN

**VAN'IN ULUSLARARASI TURİZM PAZARI ..... 244**

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU - Cihat ŞİT

**VAN KAHVALTISININ ZİYARETÇİ YORUMLARI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ:  
TRİPADVİSOR ÖRNEĞİ ..... 246**

Arş. Gör. Asef SUBAŞI - Arş. Gör. Serkan ROL

**ÖZET**  
**BİLDİRİLER**

## CONSTRUCTIVE ECOTOURISM: ENVIRONMENTAL VOLUNTEERING, CITIZEN SCIENCE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

**Prof. Dr. Martin HAIGH**

Oxford Brookes University  
mhaigh@brookes.ac.uk

### **Abstract**

Constructive ecotourism is tourism based on altruism. It engages well-meaning volunteers in worthwhile environmental projects. This explores the motivations of environmental volunteers using Maslow's Hierarchy of Needs and India's Triguṇa theory with its three modes of Nature. Adopting different theoretical lenses is an easy path to attaining new insights. It also aids understanding of the thinking of people from other cultures. Here, Triguṇa theory helped explain the motivations of environmental volunteers engaged in three constructive ecotourism ventures. In addition to the altruistic (Sattva) motivations that encourage participation, five more general motivations emerged. These were the desires: to be good to the environment, to gain the social benefits of working with similar people in a team; for education (Sattva), skills development and career (cv) advancement (Rajas); to help the local community (Sattva and Rajas) and, ultimately, create a sense of personal well-being (Sattva). No matter how long a volunteer remains with a project, these five motivations remain much the same. Maslow's basic needs were less essential for this type of tourist who proved willing to sacrifice some comfort and safety for other personal and social gains. However, it was essential that the project proved to be challenging, worthwhile, educative, and involved teamwork. Every volunteer had to feel appreciated. The main benefits for the environmental volunteers were personal and social self-development. This has important implications for project design in Constructive Ecotourism.

**Keywords:** Constructive Ecotourism, Volunteering, Motivation



## **SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMDE TOPLUM TEMELLİ TURİZM UYGULAMALARININ ÖNEMİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR İNCELEME**

**Arş. Gör. Dr. Nurgül ÇALIŞKAN**

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

**Arş. Gör. Dr. Şule ARDIÇ YETİŞ**

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

**Öğr. Gör. Lutfullah Sadi Toprak**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
lutfullahsadi@yyu.edu.tr

### **Özet**

Kitle turizminin olumsuz etkilerine bir çözüm yolu olarak ortaya çıkan sürdürülebilir turizm anlayışı ile turist memnuniyetinin sağlanmasının yanı sıra destinasyonun ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel bütünlüğünü tehlikeye atmadan, destinasyonda faaliyet gösteren tüm paydaşların elde ettiği faydaların maksimize edilmesi amaçlanmaktadır. Ancak, destinasyon paydaşları arasında yer alan yerel halkın elde ettiği faydalar, sürdürülebilir turizm gelişim sürecini etkileyecek en önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Çünkü yerel halk, yaşamını sürdürdüğü destinasyonda turizm gelişiminin olumlu ve olumsuz etkilerinden en fazla etkilenen taraf olmaktadır. Bu nedenle, yerel halkın hayata geçirilecek turizm politikası ve planlarının oluşturulma ve uygulama aşamalarına, toplum temelli turizm uygulamaları aracılığıyla etkin bir şekilde katılımının sağlanması, sürdürülebilir turizm gelişiminin başarısı için önem taşımaktadır. En genel ifadeyle sürdürülebilirlik ve katılımcılık çerçevesinde açıklanmaya çalışılan toplum temelli turizm, turizmden elde edilen fayda ve maliyetlerin eşit ve adil olarak paylaşıldığı alternatif bir turizm yaklaşımını ifade etmektedir. Diğer bir ifadeyle toplum temelli turizm, toplumsal katılımın öne çıkarıldığı, doğal ve yerel kaynakların sürdürülebilirlik ilkesine bağlı kalarak toplum yararına kullanıldığı bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Bu yaklaşım ile yerel halkın yaşadığı destinasyondaki turistik kaynakların, yerel halk yararına kullanılması sağlanarak, yerel ekonominin güçlendirilmesi, istihdam alanlarının genişletilmesi, sosyo-kültürel yapının korunması ve çevreye karşı sorumluluk hissini geliştirilmesi hedeflenmektedir. Toplum temelli turizm, sürdürülebilir turizmin başarısı için önem arz eden bir yaklaşım olmasına karşın, ilgili alan yazın incelendiğinde konuya yönelik sınırlı sayıda çalışmanın yapıldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, çalışma ile yerel kalkınma ve sürdürülebilir turizmin bir aracı olarak toplum temelli turizmin kavramsal olarak incelenmesi ve ilgili yazına katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Toplum Temelli Turizm, Sürdürülebilirlik, Yerel Halk

## **A CONCEPTUAL INVESTIGATION ON THE IMPORTANCE OF COMMUNITY-BASED TOURISM PRACTICES IN SUSTAINABLE TOURISM**

### **Abstract**

With the perception of sustainable tourism which comes out as a solution to the negative impacts of mass tourism, as well as providing tourist satisfaction, it is aimed to maximizing the benefits of all the stakeholders operating in the destination without compromising the economic, environmental, social and cultural integrity of the destination. However, the benefits of the local community among the destination stakeholders are among the most important factors that can affect the sustainable tourism development process. Because, the most affected side by the positive and negative effects of tourism development in the destination is local community. For this reason, ensuring the effective participation of local community in the development and implementation of tourism policies and plans through community-based tourism practices is considered as an integral part of sustainable tourism development.

Community-based tourism, which is tried to be explained in terms of sustainability and participation, expresses an alternative tourism approach where the benefits and costs of tourism are shared equally and fairly. In other words, community-based tourism is considered as a process in which social participation is emphasized and natural and local resources are used for the benefit of the society while adhering to the sustainability principle. With this approach, it is aimed to strengthening the local economy, expanding employment areas, protecting the socio-cultural structure and to developing a sense of responsibility towards the environment by ensuring that the touristic resources in the destination are used for the benefit of the local people. Although community-based tourism is an important approach for the success of sustainable tourism, a limited number of studies have been conducted in the literature. In this context, the study aims to conceptually examine community-based tourism as a tool of local development and sustainable tourism and to contribute to the relevant literature.

**Keywords:** Community-Based Tourism, Sustainability, Local Community

## HİZMET KALİTESİNİN ÖNEM PERFORMANS ANALİZİ İLE ÖLÇÜLMESİ: ODA-KAHVALTI TURİZM TESİSLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

**Dr. Öğr. Üyesi Sevgi ÖZTÜRK**

Kastamonu Üniversitesi  
sevgiozturk37@gmail.com

**Arş. Gör. Öznur İŞINKARALAR**

Kastamonu Üniversitesi  
oznurbulan90@gmail.com

### Özet

Dünyada yaşanan değişimler ile birlikte ortaya çıkan kalkınma hedefine yönelik olarak hizmetler sektörünün payı gelişmişlik düzeyi ile ilişkili olarak artmaktadır. Hizmetler sektörünün bir parçası olan turizm, kalkınma süreçlerinde kentlerin rekabet performansı açısından zamanla daha önemli bir rol üstlenmektedir. Bununla birlikte son yıllarda turizmin dünyada en temel ekonomik güçlerden biri haline gelmesi sonucunda konuya ilginin giderek arttığı gözlemlenmektedir. Turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için turizm tesislerinde sunulan hizmeti kalitesi ön plana çıkmaktadır. Çalışma, hizmet kalitesi ölçümü için önem-performans analizi (IPA) yöntemi kullanılarak Samsun'da oda-kahvaltı hizmet veren konaklama birimlerinde yapılmıştır. Oda-kahvaltı turizm tesislerinde hizmet kalitesi ile ilgili önem ve performansı analiz etmek için demografik istatistikler ve 24 adet hizmet kriterlerini içeren bir anket tasarımı yapılmıştır. Araştırma sonucunda, önem-performans matrisi yardımıyla belirlenen kriterlerin analizi yapılmıştır. Yoğunlaşması veya korunması gereken kriterler, düşük öncelikli ya da olası aşırılıklar olarak kriterlerin sınıflandırılması yapılmıştır. Sınıflandırmanın ardından elde edilen analizin sonuçları, konaklama birimine ilişkin faktörlerin yeniden ele alınışını belirlemede kullanılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Hizmet kalitesi, Oda-kahvaltı, Turizm, Konaklama, Samsun

## MEASUREMENT OF SERVICE QUALITY BY IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS: A RESEARCH ON BED AND BREAKFAST TOURISM FACILITIES

### Abstract

The share of the services sector in relation to the development goal that arises with the changes in the world increases in relation to the level of development. Tourism, which is a part of the services sector, plays a more important role in the development processes of cities in terms of competition performance. However, it has been observed that as tourism has become one of the most basic economic forces in the world in recent years, interest in the subject has increased gradually. In order to ensure the sustainability of tourism, the quality of service provided in tourism facilities comes to the forefront. The study was carried out in accommodation units providing bed and breakfast service in Samsun by using importance-performance analysis (IPA) method for service quality measurement. In order to analyze the importance and performance of the service quality in the bed and breakfast tourism facilities, a questionnaire was designed including demographic statistics and 24 service criteria. As a result of the research, the criteria determined by the importance-performance matrix were analyzed. The criteria to be concentrated or maintained are categorized as low priority or possible

excesses. The results of the analysis obtained after classification are used to determine the reassessment of the factors related to accommodation.

**Keywords:** Service quality, Bed and breakfast, Tourism, Accommodation, Samsun

## **SÜRDÜRÜLEBİLİR KIYI TURİZMİ VE REKREASYONEL KULLANIMDA PEYZAJ TASARIMI ÖNERİSİ: VAN GÖLÜ KIYISINDAN BİR ÖRNEK**

**Dr. Öğr. Üyesi Feran AŞUR**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
feranekasur@gmail.com

**Betül YILMAZ**

Van Büyükşehir Belediyesi  
betulyilmaz629@gmail.com

### **Özet**

Su ve kara parçalarının buluştuğu kıyı alanları, tarihsel süreç içerisinde insanoğlunun yerleşim ve dinlenme yerleri açısından ilgisini çekmiştir. Kıyı alanları ekolojik özelliklerinin yanı sıra turizm ve rekreasyon amaçlı kültürel kullanımlar gibi çok yönlü mekansal çözümlere de olanak sağlayan peyzaj değerleri yüksek alanlardır. Bu alanlar özenle korunması ve en verimli şekilde uygun amaçlar için kullanılması gereken doğal kaynakların parçalarıdır. Bununla birlikte kıyı kentleri her zaman insan kullanımları yönünden odak noktası oluşturmaktadır. Sürekli artan nüfusu ile peyzajı şekillendiren faktörlerden biri olan insan, kıyı kaynakları üzerindeki beklentileri çeşitlilik göstermiş ve değişimlere neden olmuştur.

Van kalesinin güney batı cephesindeki alan doğal ve kültürel peyzaj açısından zengin olmasına karşın mekânsal anlamda insanların rekreasyon için tercih ettiği bir durumda değildir. Bu çalışmada, Van Gölü kıyısında Van Kalesinin güney batı cephesinde yer alan yaklaşık 2,002 km uzunluktaki kıyı şeridi ve yakın çevresindeki mevcut kullanımlar incelenerek rekreasyonel kullanım potansiyeli ortaya konulmuştur. Çalışmada yerinde inceleme ve araştırma yöntemi kullanılmıştır. Konu ile ilgili yayınlardan yararlanılmış, alan araştırması yapılmış, ilgili kişi ve kurumlarla sözlü görüşmeler yapılmıştır. Bu doğrultuda Van kent merkezi ile yakın mesafede yer alan kıyı alanı için sürdürülebilir kıyı turizmi ve rekreasyonuna yönelik öneriler getirilmiştir. Öneriler belirlenirken koruma-kullanma dengesi gözetilerek alternatif alan kullanımları üretilmiştir. Çalışma sonunda adı geçen alan için kıyı alanı yönetimi çerçevesinde önerilen peyzaj tasarım projesi hazırlanmıştır. Böylece bu alan görsel peyzaj değerleri sunabilen ve çeşitli sosyal aktivitelere olanak sağlayan, ilgi çekici bir rekreasyon alanına dönüştürülebilir.

Anahtar Kelime: Kıyı Peyzajı, Rekreasyon, Sürdürülebilirlik, Van Gölü

## **LANDSCAPE DESIGN PROPOSAL FOR SUSTAINABLE COASTAL TOURISM AND RECREATIONAL USE: AN EXAMPLE FROM THE SHORES OF LAKE VAN**

### **Abstract**

The coastal areas where water and land pieces meet have attracted the attention of human beings in terms of settlement and rest in the historical process. In addition to ecological characteristics, coastal areas have high landscaping values that enable multi-dimensional spatial analyzes such as cultural uses for tourism and recreation purposes. These areas are part of the natural resources that must be carefully protected and used for the most efficient purposes. However, coastal cities are always the focus of human use. As one of the factors that shape the landscape with its constantly increasing population, human expectations on the coastal resources have varied and caused changes.

Although the area on the south-west front of the Van castle is rich in natural and cultural landscape, it is not in a spatial sense that people prefer for recreation. In this study, the potential of recreational use has been revealed by examining the 2,002 km long coastline on the south-west front of the Van Fortress on the shores of Lake Van and its immediate surroundings. On-site investigation and research method was used in the study. Publications related to the subject have been utilized, field research has been conducted and oral interviews have been conducted with the relevant persons and institutions. In this respect, suggestions were made for sustainable coastal tourism and recreation for the coastal area located close to the city center of Van. Alternative field uses have been produced by considering the protection-use balance while determining the recommendations. At the end of the study, a proposed landscape design project was prepared for the mentioned area within the framework of coastal area management. Thus, this area can be turned into an interesting recreation area that can provide visual landscape values and allow various social activities.

**Keywords:** Coastal Landscape, Recreation, Sustainability, Lake Van

## EKOLOJİK VE KÜLTÜREL MİRASIN KORUNMASINDA VAN – TUŞBA, AYANİS URARTU KALESİ ÖRNEĞİ

**Doç. Dr. Fevzi ÖZGÖKÇE**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
f\_ozgokce65@yahoo.com

**Prof. Dr. Mehmet İŞIKLI**

Atatürk Üniversitesi  
mehmet.isikli@gmail.com

### Özet

Eski Anadolu'nun en büyük krallıklarından biri olan Urartu Krallığı Van Gölü Havzasını kendine yurt edinmiş, üç yüz yıl boyunca bu topraklarda politik ve kültürel hâkimiyet sürmüştür. Bu krallığın son görkemli kalesi Ayanis Kalesi Van Gölü'nün Doğu kıyısında Van şehrinin 38 km kuzeyinde Tuşba ilçesi sınırları içerisinde yer alır. Günümüzden yaklaşık 2700 yıl önce Urartu'nun son büyük kralı II. Rusa (M.Ö 788-748) tarafından kurulan bu kale gölün en güzel ve en bakir kıyılarına hâkim bir tepe üzerinde yer alır. Otuz yıldır arkeolojik kazı ve araştırmalara sahne olan bu kalede Urartu kültürel mirasının taşınır taşınmaz on binlerce özgün ve nadide eseri gün ışığına çıkarılmıştır. Bunlar arasında Urartu'nun en güzel sur duvarları dini ve krali anıtsal yapıları, devasa depo yapıları bulunmaktadır. Ayrıca on binlerce eşsiz sanat eseri Van Urartu Müzesi'nin depo ve vitrinlerini süslemektedir.

Ayanis Kalesi ve tapınağı tarihi değerlerine ek olarak doğal güzellikleri, çevresindeki ekolojik ve biyolojik çeşitlilik, su kaynakları ve jeomorfolojik özellikleri ve Van Gölünün kıyısında yer alması Turizm açısından bölgenin cazibe merkezi olmasına büyük katkı sağlamaktadır.

Özelde Tuşba genelde ise Van ili turizm alanında öne çıkan dezavantajlarından biri hiç kuşkusuz turistik değerlere yönelik çevre düzenlemeleri ve altyapının yetersiz kalmasıdır. Bu açıdan çok bakir turizm değerlerinin bulunduğu Van'da köklü tarihe ve kültüre sahip anıt, abide, kale ve kalıntıların korunması, restore edilmesi ve tanıtılarak turizme kazandırılması oldukça önem arz etmektedir. Ayanis'ta 2017-2018 yılları arasında Kalenin kısmi ören yeri olarak turizme kazandırılması ve ziyarete açılması için çevre düzenlemesi planlanmıştır. Kalenin doğal ekolojisi korunarak, doğal yapıya uygun ahşap traversler ile yürüme yolları, bu yollar üzerinde belirli yerlerde seyir terasları, alanın vaziyet planı, yönlendirme ve bilgilendirme tabelaları, dinlenme tesisi, ihata çiti, otopark, ana tapınak alanının reflekte cam sistemiyle kapatılması, tüm alanlara geri dönüşüm kutularının ve bankların konumlandırılması gibi temel çevre düzenlemesi, tarihi yapıların restorasyonu ve tanıtımının yapılarak turizme kazandırılması bölge turizmi için önemli bir çalışma olmuştur. Kalenin çevre düzenlemesi, restorasyonu, tarihi ve ekolojik yapısının korunması ve tanıtımının yapılması yoluyla Van'ın turizm potansiyelinin gelişmesine ve sektörün canlanmasına, bölgenin kalkınmasına önemli bir katkı sağlamıştır. Akademi ve yerel yönetim işbirliğinin bu özgün ve önemli projesi bu tür çalışmalara öncülük edebilecek niteliktedir.

**Anahtar Kelimeler:** Ayanis Kalesi, Çevre Düzenlemesi, Tuşba, Urartu, Koruma, Turizm

## CONSERVATION OF ECOLOGICAL AND CULTURAL HERITAGE: VAN - TUSBA, AYANIS URARTIAN CASTLE CASE STUDY

### Abstract

The Urartian Kingdom which is one of the largest kingdoms of ancient Anatolia settled in the Van Lake Basin and gained political and cultural dominance in this harsh zone for three hundred years. The last magnificent castle of this kingdom, Ayanis Castle, is located on the eastern shore of Van Lake within the boundaries of Tusba province, 38 km north of the modern Van city. This castle was built by Rusa II (685-645 BC) who was the last great king of Urartu Kingdom about 2700 years ago. It is located on a hill overlooking the most beautiful and untouched shores of the lake. Archaeological excavations and researches on this castle which have been continued for thirty years, presented tens of thousands of original and rare works of Urartian cultural heritage. Some of them are the most beautiful city walls, religious and royal monumental structures, and huge storages of Urartu Culture. In addition, tens of thousands of unique works of art which coming from Ayanis Castle decorate the warehouses and showcases of the Van Urartian Museum. In addition to its historical and archaeological values, Ayanis Castle has natural beauties, ecological and biological diversity. Its geomorphological features and special location make a great contribution to the regional tourism. All of them makes the region a center of attraction, especially in terms of tourism. The most important problem of Van and Tusba regions in terms of regional tourism is the inadequacy of environmental regulations and infrastructure investments. In this respect, restore and conserve the archaeological remains which have tourism value in the region is very important. From this point of view, at Ayanis Castle a landscaping project was carried out by Tusba Municipality between 2017 and 2018 for dynamize the regional tourism. Within this scope, considering the natural ecology of the castle and it's around, wooden walkways and observation and panoramic terraces have been built on the castle. In addition to them guidance and information signs, resting points, perimeter fence, parking, recycling bins and benches were placed to certain places of the castle. The most important part of the project is to protect the monumental temple with a permanent roof which is made of reflective glasses. This project, which aims to protect the ecological and cultural heritage of Ayanis Castle, has made a significant contribution to the revival of regional tourism. This unique and important project of the cooperation between academy and local government will be able to lead such activities.

**Keywords:** Ayanis Castle, Landscaping Tuşba, Urartu, Protect and Tourism



## DESTİNASYON YÖNETİM ÖRGÜTÜ ÖRNEĞİ OLARAK GİRESUN İL TURİZM KOORDİNASYON KURULU

**Dr. Öğr. Üyesi Bayram KANCA**

Giresun Üniversitesi  
b\_kanca@hotmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Çağdaş ERTAŞ**

Sırnak Üniversitesi  
ertascagdas@hotmail.com

### Özet

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), turizmin gelişiminin, yönetiminin ve pazarlamasının entegre bir yapı ile yürütülmesi gerektiğini ve kamu-özel sektör işbirliğinin en ideal örgütlenme modeli olduğunu savunmaktadır. Birçok ülke bu konuda bazı oluşumlar başlatmıştır. Ancak Türkiye, dünya turizm destinasyonları arasında önemli bir yer almasına rağmen, destinasyon temelli örgütlenme ve yönetim modelleri konusunda yeterli gelişmeyi henüz gösterememektedir. Hatta Türkiye’de kültür ve turizm değerlerinin yönetiminde ve pazarlanmasında çok başlı bir yapı mevcuttur. Bu yapının ortadan kaldırılmasına, esnek yönetim modelleri ile kamu, özel sektör, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşlarından oluşan karar mekanizmalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla, Türkiye’de turizmin daha rekabetçi hale gelmesi, paydaşlar arasında koordinasyon ve iletişimin etkin olması, kaynakların daha verimli ve sürdürülebilir kullanılması amacıyla, kamu, özel sektör, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları birlikteliği ile yerel, bölgesel, ulusal tüm paydaşların yer aldığı “destinasyon temelli örgütlenme” modellerinin oluşturulması günümüz için bir gerekliliktir.

Bu çalışmada, son yıllarda artan trendde turizm talebi olan Giresun’un İl Turizm Koordinasyon Kurulu ve alt kurulları, Türkiye’de sürdürülebilir bir turizm destinasyon yönetim örgütü oluşturulmasında bir örnek olarak incelenmiştir. Giresun İl Turizm Koordinasyon Kurulu ve alt kurullarının oluşumu ve yapısı bir vaka incelemesi olarak çalışılmış ve “Giresun İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı” üzerinden ikincil kaynak incelemesi yapılmıştır.

Giresun, turizm sektöründe gelişme göstermeye başlayan bir destinasyondur. Kentte ağırlıklı olarak doğa, kültür ve özel ilgi turizmi ürünleri kendini göstermektedir. Sürdürülebilir bir turizm destinasyonu olma sürecinde Giresun genelinde kamu, özel sektör ve sivil toplumla turizm sektörünün tek elden yönetildiği bir yönetim mekanizması kurulmuş ve yürütülmeye başlanmıştır. Bu yapılanma; İl Turizm Koordinasyon Kurulu, Yönetim Kurulu, Sektörel İzleme Kurulu ile Doğa ve Yayla Turizmi, Tanıtım ve Pazarlama, Tarih ve Kültürel Miras, Ar-Ge ve Eğitim, Altyapı ve Planlama ve Gastronomi Çalışma Birimlerinden oluşmaktadır.

Giresun ili genelinde beş yıllık süreç içerisinde turizm sektörünün geliştirilmesine yönelik eylem planı hazırlanmış; bazılarında tek kuruluşun, bazılarında birden çok kuruluşun sorumlu olduğu 2023 yılına kadar tamamlanmak üzere önerilen 77 eylem, “Giresun İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı” çalışması kapsamında belirlenmiştir. Turizm varlıkları kapsamında; yaylalar, Giresun Adası, Giresun Kalesi, Giresun Müzesi, Zeytinlik Mahallesi, Plajlar, Tirebolu Kalesi, Şebinkarahisar Meryem Ana Manastırı, Yedi Değirmenler, Gelin Kayası, Mavi Göl, Seyit Vakkas Türbesi, Kuzulan Şelalesi, Giresun Yöresel mutfağı başlıkları altında yer alan konular ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

Türkiye’de turizm destinasyonlarının örgütlü yönetilmesi açısından ilk uygulamalardan biri olan Giresun İl Turizm Koordinasyon Kurulu’nun incelenmesi, gerek diğer destinasyonlarda uygulanması gerekse Türkiye’deki turizm yazını için önemli görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilir Turizm, Sürdürülebilirlik, Destinasyon Yönetimi, Giresun

## **GIRESUN PROVINCIAL TOURISM COORDINATION COMMITTEE AS AN CASE OF DESTINATION MANAGEMENT ORGANIZATION**

### **Abstract**

The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) argues that the development, management and marketing of tourism should be carried out with an integrated structure, and that public-private cooperation is the ideal model of organization. For this, many countries have initiated some formations. But Turkey, despite taking an important place in world tourism destinations, not yet show enough improvement in the organization and management models based on destination. In Turkey, there is no clear structure for management and marketing of the tourism industry. Therefore, there is a need for decision-making mechanisms with flexible management models consisting of public, private sector, universities and non-governmental organizations. Thus, in Turkey "destination-based organizations" is a requirement for today. Such organizations are important in order to competition, effective coordination and communication among stakeholders, and efficient and sustainable use of resources.

In this study, Giresun Provincial Tourism Coordination Committee and its subcommittees were examined as an example of the sustainable tourism destination management organization in Turkey. The formation and structure of Giresun Provincial Tourism Coordination Committee and its subcommittees were studied as a case study. Secondary resource review was conducted through "Giresun Provincial Tourism Strategy and Action Plan.

Giresun is a destination that has started to develop in the tourism industry. Giresun is dominated by nature tourism, cultural tourism and special interest tourism. In the process of becoming a sustainable tourism destination, a governance mechanism in which the tourism industry is managed from a single source has been established and implemented in Giresun. This structure consists of Provincial Tourism Coordination Committee, Committee of Directors, Sectoral Monitoring Committee and Nature and Highland Tourism, Marketing, History and Cultural Heritage, R & D and Education, Infrastructure and Planning and Gastronomy Working Units. Within the scope of the "Giresun Provincial Tourism Strategy and Action Plan", an action plan was prepared for the development of the tourism industry in Giresun, 77 actions were identified to be completed by 2023. Within the scope of tourism assets; Plateaus, Giresun Island, Giresun Castle, Giresun Museum, Zeytinlik Neighborhood, Beaches, Tirebolu Castle, Şebinkarahisar Virgin Mary Monastery, Seven Mills, Bride Rock, Blue Lake, Seyit Vakkas Mausoleum, Kuzulan Waterfall, Giresun local cuisine were discussed in detail.

Examining of Giresun Provincial Tourism Coordination Committee which is one of the first applications in terms of the managing tourism destinations in Turkey, is important for other destinations and tourism literature in Turkey.

**Keywords:** Sustainable Tourism, Sustainability, Destination Management, Destination Management Organization, Giresun

## **TURİZMİN ÇEVRESEL ETKİLERİNE YÖNELİK ALGILARIN İNCELENMESİ: GENÇ BİREYLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**Dr. Öğr. Üyesi Reşat ARICA**

Adıyaman Üniversitesi  
rarica@adiyaman.edu.tr

**Öğr. Gör. Nagehan SÖNMEZ GÖK**

Anadolu Üniversitesi  
nagehans@anadolu.edu.tr

### **Özet**

Turizm sektörünün gelişimi ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel ölçekte bir takım etkileri beraberinde getirmiştir. Söz konusu etkiler sektörün rekabet gücü ve devamlılığında belirleyici hal almıştır. Bu durum sektörün yol açtığı olumlu etkileri arttırma, olumsuz etkileri azaltmaya yönelik girişimleri elzem kılmıştır. Bu bağlamda turizmin temel öznesi olan insan odaklı girişimler yaygınlaşmıştır. Bu eksende hazırlanan çalışmanın amacı, genç bireylerin turizmin doğal çevre üzerindeki etkilerine yönelik algılarının belirlenmesidir. Araştırma nicel bir çalışma olarak tasarlanmış, araştırma evrenini Anadolu Üniversitesinde eğitim alan turizm öğrencileri oluşturmuş ve veri toplamada anket tekniğinden yararlanılmıştır. Toplamda 200 anket formundan elde edilen veriler; SPSS istatistiksel analiz programı yardımı ile faktör analizi, güvenilirlik analizi, frekans analizi, t testi ve korelasyon testlerine tabi tutulmuştur. Gençlerin turizm doğal çevre algılarının, kirlilik, altyapı yetersizlikleri, iklim, bitki örtüsü ve kıyı kirlenmesi boyutlarında yoğunlaştığı belirlenmiştir. Araştırma sonuçları turizm sektöründe geleceğin istihdam kapasitesini oluşturacak lisans öğrencilerinin çevresel algılarının saptanması bakımından önemlidir. Araştırma üniversitelerde turizm eğitimi alan öğrencilerinin doğal çevre algılarının geliştirilmesine yönelik önerilerin geliştirilmesi adına önem arz etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilir Turizm, Doğal Çevre, Anadolu Üniversitesi, Genç Bireyler, Turizm

## **INVESTIGATION OF PERCEPTIONS ON ENVIRONMENTAL IMPACTS OF TOURISM: A RESEARCH ON YOUNG INDIVIDUALS**

### **Abstract**

The development of the tourism sector has brought economic, social-cultural and environmental impacts. These impacts became determinant in the competitiveness and sustainability of the sector. This has made the necessary initiatives of the sector to increase the positive effects and to reduce the negative effects. In this context, people-oriented initiatives which are the main subject of tourism have become widespread. The aim of this study is to determine the perceptions of young people about the effects of tourism on the natural environment. The research was designed as a quantitative study, the research population was determined as the students of Anadolu University and the data were collecting the questionnaire technique. Factor analysis, reliability analysis, frequency analysis, t test and correlation tests were applied to the data obtained from a total of 200 questionnaire forms with the help of SPSS statistical analysis program. Young people's perception of tourism natural environment named as; pollution, infrastructure deficiencies, climate, vegetation and coastal

pollution. The results of the research are important of determining the environmental perceptions of undergraduate students who will constitute the employment capacity of the future in the tourism sector. The research is important for the development of the suggestions for the improvement of natural environment perceptions of the students receiving tourism education in universities.

**Keywords:** Sustainable Tourism, Natural Environment, Anadolu University, Young Individuals, Tourism

## **ROUTE RECOMMENDATIONS FOR SUSTAINABILITY OF HISTORICAL AND CULTURAL URBAN CENTERS: THE CASE OF ISTIKLAL STREET**

**Arş. Gör. Buse AÇIK ETİKE**

Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi  
buseacik@atu.edu.tr

**Dr. Öğr. Üyesi Selin YILDIZ**

Yıldız Teknik Üniversitesi  
selinydz@gmail.com

### **Abstract**

Tourism, as a commodity product, has benefited many regions from cultural and economic point of view. However, research conducted in recent years reveals that negative environmental effects of tourism and differences in tourist expectations and behaviors cause changes in the perception of tourism products. In particular, the fact that tourism is built on unilateral attraction in historical and cultural centers and turning its back on the indigenous people prevents product diversification and adversely affects the sustainability of the product. For this reason, actors providing service in environment and community relations have been looking for new methods in recent years and applied to Route Tourism as one of the alternative tourism methods in order to increase tourism attractiveness and sustainability in natural and built environments. This study examines the conceptual and fictional infrastructure of the route phenomenon and includes a preliminary research on Istiklal Street, which is one of the historical and cultural heritage centers of Istanbul. The results show that the creation of a route on Istiklal Street can be an important model for the region to attract new attractions. In addition, tangible and intangible values of the region provide various route opportunities. As a result, it is expected that a research and planning activity with the participation of actors from various disciplines will play an active role in the development of the region in route tourism scenarios. In addition, the technological support of the route route is very important in terms of the use of auxiliary elements, promotion and announcement of the route.

**Keywords:** Historic City Center, Route, Sustainable Tourism

## **INNOVATION AND QUALITY IMPROVEMENTS STRATEGIES AT ACCOMMODATION BUSINESSES**

**Prof. Dr. ÇETİN BEKTAŞ**

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi  
cetin.bektas@gop.edu.tr

### **Abstract**

The success of accommodation businesses in competition is directly related to innovation and quality improvement. Innovation and quality are very important to meet increasing customer expectations. Accommodation businesses should make strategic planning to improve innovation and quality. Service innovation and quality improvement studies should be carried out within the scope of strategic planning. The aim of this study; to explain innovation and quality improvement strategies in accommodation businesses. In addition, service innovation and service creativity elements are presented. This study was carried out in the forms of literature research. Amabil's model was used as a model of innovation and creativity. This model consists of two main parts. The first part focuses on creativity. Creativity consists of expertise, creative talent and business motivation. The second part of the model covers the elements of innovation. These includes are organizational resources, management practices and organizational motivation. When the innovation and creativity elements are combined in accommodation businesses, the quality of service will increase. The study describes the conditions for success in innovation and creativity. However, the reasons for failure in innovation and creativity are revealed.

**Keywords:** Hospitality Industry, Quality Improvement, Service Innovation

## **E-GİRİŞİMCİLİK VE SANAL ORGANİZASYONLAR: AIRBNB ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**Arş. Gör. Dr. Ece DOĞANTAN**

Anadolu Üniversitesi  
ecedogantan@gmail.com

**Mehmet Ali DALĞIN**

mehmetali-21@hotmail.com

### **Özet**

Dijital teknolojilerin girişimciliğe yansımaları olarak tanımlanan e-girişimcilik, son zamanlarda iş dünyasında popüler bir kavram olarak kullanılmaya başlanmıştır. Sosyal medya, mobil internet, büyük veri analitiği ve bulut teknolojileri gibi dijital teknolojilerin ticari fırsatlar yaratmak, bilgi yaymak, müşteriler ve ortaklar ile işbirliği yapmak için araç olarak kullanıldığı e-girişimcilik, ekonomik büyüme, istihdam olanakları ve yenilikçiliğe katkı sağlamak açısından önemli bir yere sahiptir. Bu araştırmada gelişen teknolojilere bağlı olarak kabuk değiştiren girişimci bakış açısının bir ürünü olan e-girişimcilik üzerine odaklanılmaktadır. E-girişimcilerin dijital ortamda gerçekleştirdiği faaliyetlerin birer sanal organizasyon faaliyetleri olduğu düşünülmekte ve bu bakış açısından hareketle sanal organizasyonların önemli dinamiklerinin turizmde başarılı bir e-girişimcilik uygulaması olan 'airbnb' üzerinden değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın e-girişimcilik ile sanal organizasyon ilişkisini ortaya konmasının yanı sıra, turizmde pek fazla ele alınmayan e-girişimciliğe dikkat çekmesi ve teşvik etmesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda airbnb sitesindeki veriler önceden belirlenen temalara göre betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilmiş, ayrıca ikincil verilerden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda, girişimcilik uygulamalarının sanal organizasyonlarda gelişiminin giderek yaygınlaştığı ve airbn'nin bir e-girişimcilik örneği olarak bilgi ve iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullandığı belirlenmiştir. Bünyesinde bilgi ve yetenek temelli çalışanlar bulundurduğu, kullanıcılarına ve çalışanlarına özgürlük ve yaratıcılık tanıyan esnek bir organizasyon yapısına sahip olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** E-Girişimcilik, Dijital, Değişim, Sanal Organizasyonlar

## **E-ENTREPRENEURSHIP AND VIRTUAL ORGANIZATION: THE CASE OF AIRBN**

### **Abstract**

E-entrepreneurship, defined as the reflection of digital technology to entrepreneurship, has recently been used as a popular concept in the business world. E-entrepreneurship, where the digital media such as social media, mobile internet, large data analytics and cloud technologies are used as a means to create business opportunities, disseminate information, and collaborate with customers and partners, has an important place in contributing to economic growth, employment opportunities and innovation. In this study, after mentioning the emergence, development, definitions and types of e-entrepreneurship, it was aimed to reveal characteristics that differentiate e-entrepreneurships from traditional entrepreneurships will be revealed. This research focuses on e-entrepreneurship which is the product of entrepreneurship perspective.

In this study, e-entrepreneurs' activities in the digital environment are considered as Virtual Organization activities and from this point of view, it is aimed to evaluate the characteristics

which are important dynamics of virtual organizations within the scope of e-entrepreneurship applications in tourism enterprises. It is considered that the activities of e-entrepreneurs in digital environment are virtual organization activities and it is aimed to evaluate the important dynamics of virtual organizations through 'airbnb' which is a successful e-entrepreneurship application in tourism. In this context, the data on the airbnb site were evaluated with descriptive analysis method according to the predetermined themes and also secondary data were used. As a result of the research, it has been determined that the development of entrepreneurship applications in virtual organizations is becoming more widespread and 'airbnb' effectively uses information and communication tools as an e-entrepreneurship example. It has been determined that it has knowledge and talent-based employees and has a flexible organizational structure that gives freedom and creativity to its users and employees.

**Keywords:** E-Entrepreneurship, Digital, Change, Virtual Organizations



## ŞEHRİN GÖZ ARDI EDİLEN YÜZÜ: TURİZM

**Mehmet Sami ZÜMRÜT**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
mamoste\_sami@hotmail.com

### Özet

Turizm, kentlerin ekonomik ve kültürel talihini geliştirme kapasitesine sahip bir aktiviteler bütünüdür ve kentlere potansiyelinde olan saygınlıklarını kazandırırken, kentlilere de eşsiz bir ekonomik imkân sunmaktadır. Turizmin kentlere katkılarının yanında kuşkusuz bazı olumsuzlukları da beraberinde getirdiği iyi bilinmektedir.

Bu çalışma kapsamında Diyarbakır'ın sahip olduğu tarihi ve kültürel çekicilikler sıralanırken son yıllarda il sınırları içinde yürütülen arkeolojik kazılar ile gün yüzüne çıkarılan ve şehrin yerleşme tarihini daha da eskilere götüren yeni ören yerleri ve buralara erişim imkânları harita ve fotoğraflar ile somutlaştırılmıştır. UNESCO'nun Dünya Kültür Mirası Listesi'nde bulunan Diyarbakır Surları ve Hevsel Bahçeleri herkesçe bilinen önemli ören yerleri iken Diyarbakır yerleşme tarihini Ergani Çayönü'nden daha eskilere taşıyan Körtik Tepe ve Çınar Zerzevan Kalesi son yıllarda kentin yeni turizm çekiciliklerine katılmıştır. Kentte; hanlar, hamamlar, köşkler, kiliseler, camiler, köprüler, kaplıcalar, mağaralar...vb doğal ve beşeri çekicilikler turizm envanterinde sayılabilmektedir.

Bu çalışma, tarihi ve kültürel zenginlikleri ile Yukarı Mezopotamya'da binlerce yıl kesintisiz var olmayı başarmış bir kentin görmezlikten gelinen yönüne ışık tutmayı amaçlamıştır. Diyarbakır kentinin, sahip olduğu çekiciliklerle iyi bilinen kentlerden olması gerekirdi. Ne var ki kısmen var olan fakat abartılarak lanse edilen şiddet olaylarının sıkça yaşandığı algısı, bu zenginliklerin görünür olmasını engellemiştir. Bu çalışma ile şiddet algısıyla gölgelenen turizm potansiyeli harita ve fotoğraflarla somutlaştırılmış, kenti görmek isteyenler için alternatif tur rotaları oluşturulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Diyarbakır, Zerzevan Kalesi, Tur

## THE IGNORED SIGHT OF THE CITY: TOURISM

### Abstract

Tourism is a collection of activities holding the capacity to improve the economic and cultural fate of cities, and while providing the cities with respect for their potential, it also provides a unique economic opportunity for the citizens. It is well known that tourism has brought some negativities along with its contributions to cities.

Within the scope of this study, while the historical and cultural attractions of Diyarbakır are listed, archaeological excavations carried out within the provincial borders in recent years, the new historical sites bringing the settlement date of the city even older times and the accessibility to these places have been embodied with maps and photographs. Though the city Walls of Diyarbakır and Hevsel Gardens being on UNESCO's World Cultural Heritage List are well-known historical sites by many people, Körtik Tepe and Çınar Zerzevan Castle carrying the settlement history of Diyarbakır to the older times than Ergani Çayönü have joined the city's new tourist attractions in recent years. In the city; inns, baths, pavilions, churches, mosques, bridges, spas, caves, etc. natural and human attractions can be counted in the tourism inventory.

This study aims to uncover the ignored aspect of a city that has managed to exist for thousands of years in Upper Mesopotamia with its historical and cultural wealth. The city of Diyarbakir should have been one of the cities well known for its attractive features; however, the perception that exaggerated violent incidents are frequently experienced but partially present in reality has prevented these riches from being visible. In this study, the tourism potential which is overshadowed by the perception of violence is embodied with maps and photographs, alternative tour routes have been created for those wishing to see the city.

**Keywords:** Tourism, Diyarbakir, Zerbevan Castle, Tour

## ZİYARETÇİLER İÇİN KENTSEL TURİZM KAVRAMININ ALGILANMASI

**Arş. Gör. Merve TEMİZ**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
mervetemiz@comu.edu.tr

**Prof. Dr. Abdullah KELKİT**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
akelkit@comu.edu.tr

**Doç. Dr. Alper SAĞLIK**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
alpersaglik@comu.edu.tr

**Arş. Gör. Mehmet İlkan BAYRAK**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
mehmetbayrak@comu.edu.tr

**Dr. Öğr. Üyesi Elif SAĞLIK**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
elifysaglik@gmail.com

### Özet

Dünya nüfusunun büyük bir çoğunluğu kentsel alanlarda yaşamını devam ettirmektedir. Hızla değişim gösteren sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişmeler ile kentsel alanlardaki fiziki altyapı kavramı da önemini arttırmaktadır. Farklı kültür birikimine ve sosyal statüye sahip insanlar, farklı kentlere birçok amaçla kısa ve uzun vadeli ziyaretler gerçekleştirerek kentsel turizm kavramını oluşturmuştur. Kentlerdeki fiziki altyapı, kentsel turizm altyapısı ile birlikte kent yaşamı ve ekonomisine olumlu ve olumsuz birçok etki göstermektedir. Kentteki fiziksel ve turizm altyapısı, yaşanabilir bir kent ve sürdürülebilirlik için büyük öneme sahiptir. Bu çalışma, Çanakkale kentinde yürütülmüştür. Çalışmanın ana materyalini Çanakkale kentinin fiziki, doğal ve kültürel değerleri oluşturmaktadır. Konu ile ilgili yapılan bilimsel çalışmalar, ilgili kurum ve kuruluşlardan elde edilen veriler, kent merkezine ziyarete gelen yerli ve yabancı kişilere yapılan anket çalışması ve arazi çalışmaları yardımcı materyalleri oluşturmaktadır. Çalışmada kentin turizm değerleri, kentin altyapısı ile birlikte ele alınmıştır. Ziyaretçilerin kentsel turizm altyapısını nasıl algıladıkları ile ilgili anket çalışması yapılarak elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Buna göre; kentin turizm değerleri ve seçenekleri ile fiziki altyapısına ait özelliklerin algılanmasında, ziyaretçilerin cinsiyet, yaş, eğitim gibi değişkenlerinin etkisi tespit edilmiştir. Çanakkale kentinin tüm doğal ve kültürel değerleri incelendiğinde, ziyaretçilerin altyapı eksikliğinden kaynaklı kentin değerlerini tam anlamıyla algılayamadığı görülmüştür. Kent içerisinde yaşayan bireylerin yaşam kalitesini gözetecek şekilde tüm kentsel teknik altyapının geliştirilmesine yönelik planlama ve tasarım önerileri getirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Çanakkale, Kentsel Turizm, Kentsel Altyapı, Turizm Altyapısı

## PERCEPTION OF THE CONCEPT OF URBAN TOURISM FOR VISITORS

### Abstract

The vast majority of the world's population lives in urban areas. The rapidly changing social, economic and technological developments and the concept of physical infrastructure in urban areas increase its importance. People with different cultural backgrounds and social status formed the concept of urban tourism by making short and long term visits to different cities for many purposes. Physical infrastructure in cities, together with urban tourism infrastructure, has many positive and negative effects on urban life and economy. Physical infrastructure and tourism in the city, has great importance for a livable city and sustainability. This study was conducted in Canakkale. The main material of the study consists of physical, natural and cultural values of Canakkale city. Scientific studies on the subject, data obtained from related institutions and organizations, surveys conducted to local and foreign people visiting the city center and field studies constitute the auxiliary materials. In this study, tourism values of the city are discussed together with the infrastructure of the city. A survey was conducted on how visitors perceive urban tourism infrastructure and the data obtained were evaluated. According to this; the effect of variables such as gender, age and education of the visitors on the perception of tourism values, options and physical infrastructure of the city were determined. When all the natural and cultural values of the city of Canakkale are examined, it was observed that the visitors could not fully understand the values of the city due to lack of infrastructure. Planning and design proposals have been made for the development of the entire urban technical infrastructure in a manner that respects the quality of life of individuals living in the city.

**Keywords:** Çanakkale, Urban Tourism, Urban Infrastructure, Tourism Infrastructure

## **KENT TURİZMİNİN MARKA KENT OLUŞUMUNDAKİ ETKİSİ: ÇANAKKALE KENTİ ÖRNEĞİ**

### **Arş. Gör. Merve TEMİZ**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
mervetemiz@comu.edu.tr

### **Doç. Dr. Alper SAĞLIK**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
alpersaglik@comu.edu.tr

### **Dr. Öğr. Üyesi Elif SAĞLIK**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
elifsaglik@gmail.com

### **Prof. Dr. Abdullah KELKİT**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
akelkit@comu.edu.tr

### **Arş. Gör. Mehmet İlkan BAYRAK**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
mehmetbayrak@comu.edu.tr

### **Özet**

Günümüzde çevrede meydana gelen değişiklikler, insanların yaşam ve davranışları üzerinde önemli etkiler oluşturmaktadır. Yaşanan bu değişiklikler ile insanlar farklı kentlere gidip yeni deneyimler kazanarak, alternatif turizme olan ilgiyi arttırmıştır. Geçmişten beri var olan ve son yıllarda daha çok ortaya çıkan kent turizmi, ziyaretçilerin kısa süreli olarak faaliyet gösterdiği bir turizm çeşitidir. Kentlerin kimliğini oluşturan coğrafi ve iklimsel özellikler, meydan ve sokaklar, tarihi güzellikler ve anıt yapılar, folklorik ve sosyo kültürel özellikler tümüyle ziyaretçilere sunulmaktadır. Kentler, kent imajını ve marka değerini arttıran stratejiler geliştirerek bir rekabet ortamında turizm olanaklarını güçlendirmektedir. Bu çalışmada, doğal ve kültürel özellikleriyle zengin, kendine özgü bir kimliği olan Çanakkale kenti, ana materyal olarak seçilmiştir. Çalışmada literatür taraması yapılarak kent turizmi, kentleşme, kent kimliği, markalaşma kavramlarına yer verilmiştir. Bu kavramlar göz önüne alınarak Çanakkale'nin marka kent olabilirliği ve kent turizmine etkisi incelenmiştir. SWOT analizi yapılarak kentin güçlü ve zayıf yönleri, kentin fırsatları ve kent gelişimini tehdit unsuru olarak etkileyecek faktörler belirlenmiştir. Buna göre; Gelibolu Tarihi Alanı, Troya Antik kenti, Truva atı, Aynalı Çarşı, Saat Kulesi, tabyalar vb zenginlikler Çanakkale'nin marka kent olma yolunda önemli etkenler olarak tespit edilmiştir. Tespit edilen bu zenginlikler değerlendirilerek, Çanakkale'nin bir marka kent olması yolunda kent turizmi için çeşitli stratejiler belirlenmiş ve birtakım öneriler geliştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Çanakkale, Kent Kimliği, Kent Tuzimi, Marka Kent

## **THE EFFECT OF URBAN TOURISM ON BRAND URBAN FORMATION: CASE OF ÇANAKKALE**

### **Abstract**

Today, changes in the environment have significant effects on people's life and behavior. With these changes, people went to different cities and gained new experiences and increased interest in alternative tourism. Urban tourism, which has existed since the past and has emerged more in recent years, is a type of tourism in which visitors operate for a short time. Geographical and climatic features, square and streets, historical beauties and monumental structures, folkloric and socio-cultural features that make up the identity of the cities are all presented to the visitors. Cities, strengthen tourism opportunities in a competitive environment by developing strategies that increase urban image and brand value. In this study, the city of Canakkale, which has a unique identity with its natural and cultural characteristics, was chosen as the main material. In the study, literature review is made. Taking these concepts into consideration, the likelihood of Canakkale being a brand city and its effect on city tourism were examined. The concepts of urban tourism, urbanization, urban identity and branding are included. By SWOT analysis, the strengths and weaknesses of the city, the opportunities of the city and the factors that will affect the development of the city as a threat are determined. According to this; Gallipoli Historical Area, Troy Ancient City, Trojan Horse, Mirrored Bazaar, Clock Tower, bastions, etc. were identified as important factors in becoming a brand city of Canakkale. By evaluating these riches, various strategies have been determined for urban tourism and some suggestions have been developed to make Canakkale a brand city.

**Keywords:** Çanakkale, City Identity, City Tourism, Brand City

## **TURİZM İŞLETMESİ YÖNETİCİLERİNİN ERZİNCAN TURİZMİ HAKKINDAKİ DEĞERLENDİRMELERİ**

**Dr. Öğr. Üyesi İsmail ÇALIK**

Gümüşhane Üniversitesi  
ismailcalik29@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Erkan GÜNEŞ**

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi  
erkangunes24@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Gürkan ALAGÖZ**

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi  
gurkan.alagoz.yls@gmail.com

### **Özet**

Bu araştırmanın amacı Erzincan'da faaliyet gösteren turizm işletme yöneticilerinin Erzincan turizmi hakkındaki görüşlerinin belirlenmesidir. Bu amaçla 4 seyahat acentası ve 5 otel işletmesi yöneticisi ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış mülakat formu kullanılmıştır. Görüşme metinleri betimsel analiz yöntemi ile kategorileştirilerek, analiz edilmiştir. Katılımcılara iletilen sorular; turizmin Erzincan ekonomisindeki yeri, öncelikli turizm alanları, turizm arzının yeterliliği, Erzincan ilindeki alternatif turizm potansiyeli ve geliştirilmesi gereken turistik ürünler kapsamındadır. Araştırma sonuçlarına göre Erzincan'da turizm bilinci eksikliği, konaklama arz olanaklarının yetersizliği, seyahat acentalarının paket tur oluşturamaması, ilde yeterli sayıda turist rehberinin bulunmaması, turistik ürünlerin (tulum peyniri, Erzincan Leblebisi, Ergen Dağı, Kemaliye Evleri vb.) markalaşamaması gibi sorun alanları bulunmaktadır. Ayrıca katılımcılar bu sorun alanlarına rağmen Erzincan'da doğa sporları turizmi (rafting, yamaç paraşütü vb.) , kış turizmi (Ergen Dağı), Gastronomi turizmi (Cimin Üzümü, Erzincan Leblebisi, tulum peyniri), el sanatları (bakırcılık), inanç turizmi (Terzibaba, Sultan Melik türbeleri vb.) konularında güçlü turizm potansiyelinin bulunduğunu belirtmişlerdir.

**Anahtar Kelimeler:** Erzincan, Turizm, Erzincan Turizm Potansiyeli

## **EVALUATIONS OF TOURISM BUSINESS MANAGERS ABOUT ERZİNCAN TOURISM**

### **Abstract**

The aim of this research is to determine the opinions of the tourism business managers about Erzincan tourism. For this purpose, semi-structured interviews were conducted with 4 travel agencies and 5 hotel business managers. In the research, semi-structured interview form was used as data collection tool. Interview texts were categorized and analyzed with descriptive analysis method. Questions presented to participants in the context of tourism; The place of tourism in Erzincan economy, priority tourism areas, adequacy of tourism supply, alternative tourism potential in Erzincan province and touristic products that need to be developed. According to the results of the research, there are problem areas such as lack of tourism awareness in Erzincan, inadequate supply of accommodation facilities, inability of travel agencies to create package tours, lack of sufficient tourist guides in the province, branding of

tourist products (tulum cheese, Erzincan's roasted chickpea, Ergen Mountain, Kemaliye Houses etc.). In spite of these problem areas, participants also participated in extreme sports tourism (rafting, paragliding, etc.), winter tourism (Mount Ergen), Gastronomy tourism (Cimin Vineyard, Erzincan's roasted chickpea, tulum cheese, etc.), handicrafts (coppersmithing), faith tourism (Terzibaba, Sultan Melik tombs, etc.) are reported to have a strong tourism potential.

**Keywords:** Erzincan, Tourism, Tourism Potential of Erzincan Province



## **EĞLENCE PARKLARINDA ZİYARETÇİ MEMNUNİYET DÜZEYİNİN BELİRLENMESİ: WONDERLAND EURASIA TEMA PARKI ÖRNEĞİ**

**Doç. Dr. Sevgi ÖZTÜRK**

Kastamonu Üniversitesi  
oznurbulan90@gmail.com

**Arş. Gör. Öznur İŞINKARALAR**

Kastamonu Üniversitesi  
oznurbulan90@gmail.com

### **Özet**

21. yüzyılda teknolojinin hızla gelişmesi eğlence beklentilerinin ve bunun mekânsal yansımalarının dönüşmesine ve güncel bir ele alış kazanmasına sebep olmuştur. Özellikle kapitalist projelerin etkisiyle oluşan yeni dünya düzeninde insanlar, eğlenmek için yeni mekân ve objelere ihtiyaç duyar hale gelmiştir. Günümüzde mekânın metalaşmış durumu boş zaman aktivitelerinin ve turizm yaklaşımlarının rekabete dayalı yeni bir boyut kazanmasına sebep olmuştur. Bunun sonucunda popüler kültür alışveriş merkezleri, rekreasyon alanları, tema parklar gibi sosyo-kültürel fonksiyonları üretmiş ve ön plana çıkarmıştır. Bu bağlamda geçmişte tarımsal amaçlı kullanılan bir alan üzerinde Ankara'nın turizm potansiyeli yüksek bir projesi olması hedefiyle üretilen "Wonderland Eurasia Tema Parkı" örneğinde eğlencenin karlı bir pazar alanı olarak ele alınışı tartışılmaktadır. Bu çerçevede, alanda sunulan hizmetlerin ziyaretçiler açısından önem ve performans düzeylerini belirlemek, ziyaretçilerin memnuniyetlerini ve ziyaret sonrası düşüncelerini ortaya koymak çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda alanı ziyaret eden kişilerle anket yoluyla veriler elde edilmiş ve önem performans grafikleri yardımıyla Quatrant analizi kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda bir tüketim pratiği olmasının ötesinde sunulan hizmet performans düzeyinin değerlendirilmesi yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Wonderland Eurasia, Tema Parkları, Turizm, Ziyaretçi Memnuniyeti, Ankara

## **DETERMINATION OF VISITOR SATISFACTION LEVEL IN AMUSEMENT PARKS: CASE OF WONDERLAND EURASIA THEME PARK**

### **Abstract**

The rapid development of technology in the 21st century has transformed the expectations of entertainment and its spatial reflections and gained a current hand. Especially in the new world order created by the influence of capitalist projects, people need new places and objects for fun. Nowadays, the commodified state of the space has caused leisure activities and tourism approaches to gain a new dimension based on competition. As a result, popular cultural shopping centers, recreation areas, theme parks, such as produced and highlighted socio-cultural functions. In this context, in the sample of "Wonderland Eurasia Theme Park" which was produced with the aim of having a high tourism potential of Ankara on an area used for agricultural purposes in the past, the discussion of the entertainment as a profitable market area is discussed. In this framework, the purpose of the study is to determine the importance and performance levels of the services offered in the field for the visitors, and to reveal the satisfaction and post-visit thoughts of the visitors. In this direction, data were obtained through

surveys with the visitors and the significance was evaluated using Quatrant analysis with the help of performance graphs. As a result of the research, the performance level of the service provided was evaluated besides being a consumption practice.

Key Words: Wonderland Eurasia, Theme Park, Tourism, Visitor Satisfaction, Ankara

## KAMUSAL MEKÂN ÖRNEĞİ OLAN KALDIRIM KAFELERİN MEKÂNSAL TASARIM İLKELERİ DOĞRULTUSUNDA İRDELENMESİ: TRABZON ÖRNEĞİ

**Dr. Öğr. Üyesi Çiğdem BOGENÇ**

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi  
cigdem.bogenc@erdogan.edu.tr

**Doç. Dr. Banu BEKÇİ**

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

### Özet

Dahil edici ve bütünleştirici özelliği olan kamusal mekanlar toplumun tüm bireyleri tarafından kullanılmakta olan sosyalleşme mekanlarıdır. Farklı sosyo-kültürel gruplardan gelen bireylerin kentli olabilmeyi deneyimlediği kamusal mekânlar aynı zamanda mekânın kültürel kimliğinin oluşmasında da önemli rol oynamaktadır. Kentin yönetim erki tarafından sosyalleşme ve dinlenme gibi ihtiyaçların giderilebileceği alanlar olarak tasarlanan kamusal mekânlar her geçen gün önem kazanırken kullanıcı eğilimleri ve ihtiyaçları doğrultusunda ki değişimler ile de zaman içerisinde değişerek gelişmektedir. Son yıllarda kent merkezlerindeki mekânsal değişimler, turizme yönelik hizmet anlayışının gelişmesi, artan turist sayısı, değişen kullanıcı talepleri doğrultusunda kamusal mekân da kaldırım kafeler ön plana çıkmaya başlamıştır. Son yıllarda Trabzon'da hem yöre halkı hem de turizm amaçlı gelen ziyaretçiler tarafından yoğun bir şekilde kullanılan kaldırım kafeler bu çalışmanın odak noktasını oluşturmuştur. Çalışmada Trabzon ili meydan parkı çevresinde yer alan kaldırım kafeler mekânsal tasarım kriterleri bağlamında irdelenerek alana özgü tasarım önerileri geliştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kamusal Mekân, Yaya Alanları, Kaldırım Kafe, Tasarım, Turizm

## EXAMINATION OF SIDEWALK CAFES AS EXAMPLES OF PUBLIC SPACES IN ACCORDANCE WITH SPATIAL DESIGN PRINCIPLES: TRABZON CASE

### Abstract

Inclusive and integrative public spaces are used by all members of society. Public spaces in which individuals from different socio-cultural groups are experienced to be urban also play an important role in the formation of the cultural identity of the space. The public spaces, which are designed as areas where the needs of the city such as socialization and recreation can be met by the management power, are gaining importance with each passing day and are shaped by the changes in line with the user trends and needs. In recent years, in line with the spatial changes in the city centers and changing user demands, the pavement cafes have become prominent in the public space. In recent years, the pavement cafes, which are used extensively by both locals and tourists in Trabzon, have been the focus of this study. In the study, pavement cafes located around the square park of Trabzon province were examined in the context of spatial design criteria. Site-specific design suggestions were developed.

**Keywords:** Public Space, Pedestrian Areas, Sidewalk Cafe, Design, Tourism

## KENT VE EĞİTİM TURİZMİ

**Dr. Öğr. Üyesi Alev GÜRBEY**

Istanbul Üniversitesi  
alevbk@istanbul.edu.tr

**Ebru GÜRBÜZ**

Bursa Uludağ Üniversitesi  
ebrugrbz93@gmail.com

### Özet

Kentler; insanlara ekonomik ve kültürel gelişim olanakları sunan mekân olmalarının yanında, tarihi, sosyal, kültürel, siyasi ve ekonomik özelliklere sahip yerleşmeler olarak tanımlanmaktadır. Özellikle İstanbul gibi metropoller modern, estetik, temiz, güvenli ve daha fazla çeşitliliği bünyesinde barındıran bir yerleşim birimi olarak algılanmakta ve turizmin gelişmesine zemin hazırlamaktadır. Kentlere yönelik turizm talebinin oluşmasında iş gezileri, konferans, sergiler, kısa süreli tatiller, günlük geziler, arkadaş ve akraba ziyaretleri, eğlence vb. pek çok farklı eğilimler gerçekleşmektedir. Turizm talebi çalışmalarında çok fazla ele alınmayan, arka planda kalan bir diğer unsur ise üniversitelerdir. Lisans eğitimi için yaklaşık olarak 2 ila 6 yıl boyunca yaşadıkları kentin dışına çıkan öğrenciler, yükseköğretimleri için geldikleri kentlerde turist olarak tanımlanabilirler. Her ne kadar "Her İle Bir Üniversite" projesi ile Türkiye'nin birçok iline bir veya birden fazla üniversite açılmış olsa bile, İstanbul sahip olduğu toplam 61 üniversite ile yerli-yabancı öğrenciler için bir çekim noktası olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, İstanbul kentinde üniversite eğitimi gören öğrencilerin turizm hareketleri içerisindeki yerini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Orman Fakültesi öğrencileri ile pilot bir yapılmış ve çalışma sonucunda ortaya çıkan veriler irdelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kent Turizmi, Eğitim Turizmi, Üniversite Öğrencileri

## THE URBAN AND EDUCATION TOURISM

### Abstract

Cities are defined as settlements with historical, social, cultural, political and economic characteristics, as well as being a place that offers people economic and cultural development opportunities. Especially metropolises such as Istanbul are perceived as a modern, aesthetic, clean, safe and more diversified settlement and pave the way for the development of tourism. There are many different trends in the formation of tourism demand for cities such as business trips, conferences, exhibitions, short-term vacations, day trips, visits to friends and relatives, entertainment and so on. Another factor is that the universities are not discussed in many of the tourism demand studies. the students, who leave the city where they live for approximately 2 to 6 years for undergraduate education, can be identified as tourists in the cities they come for higher education. Even if one or more universities opened in many provinces of Turkey with the "A University for Every City" project, Istanbul is still an attraction center for local and foreign students by a total number of 61 universities. The aim of this study is to reveal the place of university students the tourism movements of Istanbul. Therefore, data obtained from the pilot study conducted with the students from Istanbul University-Cerrahpaşa Faculty of Forestry were examined.

**Keywords:** Urban Tourism, Educational Tourism, University Students

## **A STUDY ON THE FACTORS CONSIDERED IN CHOOSING SAFRANBOLU AS A TOURISTIC DESTINATION**

**Doç. Dr. Nuray TÜRKER**

Karabuk Üniversitesi  
nturker@karabuk.edu.tr

**Dr. Öğr. Üyesi Cenk Murat KOÇOĞLU**

Karabuk Üniversitesi  
cenk-murat@hotmail.com

**Berkay GÖKGÖZ**

Karabuk Üniversitesi  
bgberkaygokgoz@gmail.com

**Ayşe CANATAR**

Karabuk Üniversitesi  
aysecanatar33@gmail.com

### **Abstract**

Safranbolu is one of the most important cultural tourism destinations in the Western Black Sea Region. The city which was declared as an UNESCO World Heritage Site in 1994, attracts an average of one million tourists every year. Considering the importance of Safranbolu in terms of tourism industry; it is significant to determine the factors that tourists consider in choosing Safranbolu as a tourism destination, the importance of these factors, and the success of Safranbolu on these issues for providing tourist satisfaction. For this purpose, a quantitative research design was used in this study and a structural questionnaire including 36 statements about the attributes of Safranbolu was applied to 405 local tourists. In this study, the level of importance given by tourists to the attributes of Safranbolu and the level of performance were measured using the Importance - Performance Analysis (IPA).

The results of the research show that the historical and cultural richness, natural beauties of Safranbolu, and the security issues are located in the "keep up the good work" quadrant (high performance-high importance). In other words, visitors consider the city's historical, cultural and natural attractions and security as important factors in choosing the destination. The results also show that visitors' perceptions of performance for these factors are relatively high. However; shopping facilities, recreational activities, daily tours, reasonable food and beverage prices, sufficient car parking areas, competency of speaking foreign language by tourism staff are located in the "possible overkill quadrant" (high importance-low performance) of IPA. This shows that although visitors attach importance to these factors, but their performance evaluations are below the average.

**Keywords:** Destination Choice, Importance-Performance Analysis, Safranbolu

## **BALIKESİR ATATÜRK PARKI'NIN PEYZAJ MİMARLIĞI PLANLAMA VE TASARIM İLKELERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**

**Doç. Dr. Alper SAĞLIK**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
alpersaglik@comu.edu.tr

**Prof. Dr. Abdullah KELKİT**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
akelkit@comu.edu.tr

**Arş. Gör. Merve TEMİZ**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
mervetemiz@comu.edu.tr

**Dr. Öğr. Üyesi Elif SAĞLIK**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
elifysaglik@gmail.com

**Arş. Gör. Mehmet İlkan BAYRAK**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
mehmetbayrak@comu.edu.tr

### **Özet**

Kentsel yeşil alanlar canlılar için büyük önem taşımaktadır. Giderek artan yapılaşmanın yanında rekreasyonel aktivitelere olanak sağlayan kentsel yeşil alanlar, gün geçtikçe değer kazanmaktadır. Önemli bir kentsel yeşil alan niteliği taşıyan kent parkları, bireylerin yoğun ve stresli yaşam ortamından uzaklaşıp çeşitli rekreasyonel faaliyetlere yönelimini sağlar. Kentte yaşayan bireylerin kaliteli bir çevrede rekreasyonel faaliyet sürdürmesine olanak sağlayan kent parkları, fiziksel çevrenin önemli parçasıdır. Yaşamın her noktasında kente ve içerisinde yaşayan bireylere konfor ve kalite sunmaktadır. Bu nedenle kent parkları yeşil alan ihtiyacını karşılayan önemli alanlar içerisinde yer almaktadır. Çalışma alanını kentsel yeşil alan olarak Balıkesir için büyük önem taşıyan Atatürk Parkı oluşturmaktadır. Çalışma yöntemini, literatür taramaları, yerinde incelemeler, tarih, elde edilen projeler ve yerinde çekilen fotoğraflar ile incelemeler kapsamaktadır. Parkın oluşum aşamaları ve gelişimine yer verildiği gibi Peyzaj Mimarlığında Planlama ve Tasarım ilkeleri açısından değerlendirilmiştir. Çocuk oyun alanları, bitkisel tasarım, mimari yapılar, döşemeler tespit edilerek uygunluğu incelenmiştir. Eksiklikler ve dezavantaj yaratan koşullar belirlenmiş ve bunlara yönelik öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Kentsel Yeşil Alan, Kent Parkı, Peyzaj, Balıkesir

## **EVALUATION OF BALIKESİR ATATÜRK PARK IN TERMS OF LANDSCAPE ARCHITECTURE PLANNING AND DESIGN PRINCIPLES**

### **Abstract**

Urban green areas are of great importance for living things. Urban green areas, which enable recreational activities as well as increasing construction, are gaining value day by day. As an important urban green area, urban parks allow individuals to move away from the busy and

stressful living environment and to engage in various recreational activities. Urban parks, which enable individuals living in the city to pursue recreational activities in a quality environment, are an important part of the physical environment. It offers comfort and quality to the city and its inhabitants at every point of life. For this reason, urban parks are among the important areas that meet the need for green areas. The study area consists of Atatürk Park which is of great importance for Balıkesir as an urban green area. The formation stages and development of the park are evaluated in terms of the principles of Planning and Design in Landscape Architecture. Children's playgrounds, plant design, architectural structures, flooring were identified and their suitability was examined. Deficiencies and disadvantageous conditions were identified and recommendations were made.

**Keywords:** Urban Green Area, City Park, Landscape, Balıkesir

## MİLLET BAHÇESİ KAVRAMI: KAHRAMANMARAŞ İLİ ÖRNEĞİ

### **Doç. Dr. Alper SAĞLIK**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
alpersaglik@comu.edu.tr

### **Prof. Dr. Abdullah KELKİT**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
akelkit@comu.edu.tr

### **Arş. Gör. Merve TEMİZ**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
mervetemiz@comu.edu.tr

### **Dr. Öğr. Üyesi Elif SAĞLIK**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
elifysaglik@gmail.com

### **Süheyla Gizem PIRNAR**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
suheylagizempirnar@gmail.com

### **Özet**

Bahçe tarih boyunca, insanlar tarafından paylaşılan ve gelecek kuşaklara aktarılan semboller sistemi olarak tanımlanan, kültürün mekâna yansımalarının bir sonucu olarak biçimlenmiştir. Millet bahçeleri halka rekreasyonel olanaklar sağlayan, halkın doğayla iç içe olmasını sağlayan, tarihi doğal ve kültürel değerleri koruyan, toplumun sosyo-kültürel yapısını, yansıtan ülkenin vizyonunu geliştirip önemli katkılar sağlayan alanlardır. Geçmiş ve gelecek arasında bağlayıcı özelliğe sahip bu alanlar, kültürlerin değişim ve gelişim süreçlerinin incelenmesi için toplumlar hakkında önemli bilgiler vermektedir. Osmanlı döneminde Batılılaşma ile geleneksel toplumdan modern topluma geçişte yeşil alanlar, anlamsal, biçimsel ve fonksiyonel açıdan farklılaşmıştır. Tanzimat ve ıslahat fermanlarından sonra yapılan kanuni esaslarıyla beraber yeni düzenlemelerle ümmet ve millet kavramı birleştirilmiş ve yalnızca millet kavramı kullanılmıştır. Bu kapsamda hazırlanan Vilayet Nizamnamesi içinde yer alan bir konu da Millet bahçeleri olmuştur. Millet bahçeleri bütünlüğü simgeleyen bir kavramdır. Tarihten bu yana günümüze kadar millet bahçesi anlayışı ve uygulamaları devam etmiştir. Bu çalışmada millet bahçesi kavramı ve tarihçesinden yola çıkarak millet bahçesinde olması gereken tasarım kriterlerinden bahsedilmiş, Kahramanmaraş ili 15 Temmuz Millet Bahçesi'nin projelendirme ve uygulama aşamaları incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Bahçe, Milli Bahçesi, Rekreasyon, Kahramanmaraş

## **CONCEPT OF NATION GARDEN; CASE OF KAHRAMANMARAS**

### **Abstract**

Throughout history, all gardens appear as areas created by the reflections of lived cultures on physical spaces, which are transferred to future generations by people. Nation gardens are areas that provide recreational opportunities to the public, ensure that the people are intertwined with nature, protect historical, natural and cultural values, improve the vision of



the country reflecting the socio-cultural structure of the society and provide important contributions. These areas, which are binding between the past and the future, provide important information about societies for the study of the change and development processes of cultures. During the transition from traditional to modern society with Westernization in the Ottoman period, green spaces were differentiated in semantic, formal and functional terms. After the Tanzimat and reform edicts, with the new regulations, the concept of ummah and nation was united and only the concept of nation was used. In this scope, the Nation gardens was a subject in the Provincial Regulations. Nation gardens is a concept that symbolizes integrity. Since then, the understanding and practices of the nation garden have continued. In this study, the concept of the nation garden and the design criteria that should be in the garden of the nation based on the history, the project design and implementation stages of the 15 July Nation Garden of Kahramanmaraş were examined. The method of study includes literature surveys, on-site examinations, history, projects and photographs taken on-site.

**Keywords:** Garden, National Garden, Recreation, Kahramanmaraş

## MÜLTECİ/SIĞINMACI TURİZMİ: VAN ÖRNEĞİ

**Doç. Dr. Suat PARİN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
suatparin@hotmail.com

**Hatice YILMAZ ASLAN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
h\_yelmaz@yahoo.com

### Özet

Günümüzde mülteci ve sığınmacı sorunu, dünya ülkelerinin çoğunda olduğu gibi, Türkiye'nin de en temel sorunlarından biridir. Jeopolitik konumu itibariyle ülkelerarası geçiş konumundaki Türkiye'nin mülteci ve sığınmacı sorunundan etkilenmemesi mümkün değildir. Özellikle sınır bölgeleri ve buralara yakın kentler, mülteci ve sığınmacılara en çok ev sahipliği yapan yerler arasında yer almaktadır. Türkiye'nin İran'la sınır şehri olan Van kenti sığınmacılara ev sahipliği yapma noktasında önemli bir görev üstlenmektedir. Van ili 2019 yılı itibariyle mülteci, sığınmacı ve geçici koruma statüsünde bulunan yaklaşık 10.000 insana ev sahipliği yapmaktadır. Farklı etnik ve dini gruplara mensup bu insanlar, Türkiye dışındaki farklı bir ülkeye gidene dek, bu şehre dair bir yaşam deneyimi elde etmektedirler. Türkiye'de ve dünyada göç üzerine çalışmalar yapan araştırmacılar, ülkelerinden çok farklı nedenlerle göç etmek zorunda kalmış söz konusu kişilerin ya da grupların, genellikle göç etme nedenleri, göç sürecinde karşılaştıkları zorluklar, göç ettikleri yerlerde karşılanma biçimlerini araştırmış/araştırmaktadırlar. Oysaki uluslararası göç pretiğinin aktörü pozisyonundaki bu insanların gündelik hayatlarında deneyim alanları sadece yaşamlarını sürdürdükleri mekanlarla sınırlı değildir ve oldukça geniş bir yelpaze oluşturmaktadır. Mülteci/Sığınmacı ya da geçici koruma statüsünde bulunan insanlar göç ettikleri şehirde yaşamlarını idame ettirirken, zorunlu olarak bazı mekanları deneyimlemektedirler. Ancak bu insanlar geldikleri yerdeki pozisyonlarına bağlı olarak (Eğitim düzeyleri, sosyo ekonomik durumları vb.) bu zorunlu mekanlar dışında şehrin tarihsel, doğal, kültürel ve sosyal mekanlarıyla da bir diyalog geliştirmektedirler. Bu araştırmamızda Van kentinde yaşayan mülteci ve sığınmacıların şehrin tarihsel ve turistik mekânlarının göçmenler için ne ifade ettiği, mültecilerin şehir kimliğinde ön plana çıkan yerleri neden, nasıl ve hangi aralıklarla deneyimledikleri araştırılacaktır. Bu araştırma, yukarıda ana hatlarıyla sınırları çizilen sorular etrafında, nitel görüşmelerle Van'da yaşayan İran, Afganistan ve Suriyeli göçmenlerin turistik deneyimlerini anlamaya dönük bir amaç taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Mülteci, Göç, Kent

## REFUGEE AND ASYLUM SEEKERS TOURISM: VAN EXAMPLES

### Abstract

Novadays the refugees and asylum seekers problem is most basic problem in Turkey as a majority of world countries. There is no possibilite to Turkey not affect the refugees and asylum seekers problem. Because of transnational geopolitical position of Turkey. Especially The border areas and nearby cities are hosting to majority of refugees. Van city, the border city of Turkey has important role to about in hosting refugees as of 2019. Van city is hosting to about 10000 people with refugees, asylum seker and temporary protection status. These people who belong to different ethnic and religious groups, get a life experience of this city until they travel

to a different country outside Turkey. Researchers who work on migration in the world and Turkey, they have investigated the reason of migration, difficulties, encountered during migration process and the way they are met in the places they migrated. However, these people, who are actors of international migration practice are not limited to the places in which they live and become very wide range. People with refugee/asylum seeker or temporary protection status live their lives in the city they immigrated to, while they experience same places as a necessity. However these people develop a dialogue with the historical, natural cultural and social places of the city. In addition to the obligatory places depending on their position (education level, social- economic status etc...)

In this research refugees and asylum seekers living in the van city will be investigated what the historical and touristic places of the city mean for the migrants why, how and at what intervals the refugees experience the place that stand out in the city identity. this study aims to understand the touristic experiences of Iranian, afghan and syrian migrants living in van city through qualitative interviews around the questions outlined above.

**Keywords:** Tourism, Refugees, Migration, City

## TURİZM SEKTÖRÜNDE KRİZ YÖNETİMİ

**Dr. Öğr. Üyesi Ayhan CESUR**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

acesur650@gmail.com

### Özet

Ekonomik kalkınmanın temel engellerinin başında gelen kriz durumu, ekonomik yapı için oldukça önemli olan turizm faaliyetlerini de etkileyen bir husus olarak ön plana çıkmaktadır. Bu noktada her ne kadar kriz yönetim uygulamaları gündeme gelse de yapılan uygulamalardan nihai bir sonuç alındığını söylemek mümkün değildir. Nitekim krizlerin beklenmeden ortaya çıkma gibi genel kabul gören bir özelliği vardır. Bu bağlamda krizlere dair önlemler alınsa da bu önlemlerin net koruma sağladığını söylemek mümkün değildir. Bununla birlikte yine kriz durumlarının ortaya çıkış şekillerinde çoklu etkiden bahsedilebilmesi krizlerin önlenmesine engel olan bir diğer unsur olarak değerlendirilebilir. Bunu turistik yapı üzerinden örneklendirmek gerekirse; turizm faaliyetlerinde hem turistlerin gideceği ülkenin ekonomik veya sosyal yapısındaki kriz durumları bu faaliyetleri etkilerken hem de turistlerin yaşadıkları ülkelerdeki benzer yapılarda yer alan kriz durumları önem arz etmektedir.

Turizm faaliyetlerinde yürütülecek olan kriz yönetiminde kriz süreci veya sonrasında ziyade kriz öncesi durumların gündeme getirilmesi ve önleme çalışmalarının yapılması noktasındaki gereklilik kaçınılmazdır. Nitekim özellikle dış turizm girdileri açısından kriz durumundan kaynaklı olarak oluşabilecek olumsuz durumların etkilerinin silinmesi zaman almaktadır. Bu bağlamda turizm faaliyetlerinde krizin etkisinin, kriz durumu sona erdikten sonra bile sürdüğünü söylemek mümkündür.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Kriz ve Turizm, Kriz Yönetim, Turizm Sektörü

## CRISIS MANAGEMENT IN TOURISM SECTOR

### Abstract

The crisis situation, which is one of the main obstacles of economic development, is an issue that affects tourism activities which are very important for the economic structure. At this point, although the crisis management practices have come up, it is not possible to say that a final result has been obtained from the practices. As a matter of fact, crises have a generally accepted feature such as emergence unexpectedly. In this context, although measures are taken for crises, it is not possible to say that these measures provide clear protection. However, it is also possible to talk about multiple effects in the emergence of crisis situations. To illustrate this through the touristic structure; While the crisis situation in the economic or social structure of the country where the tourists will go, these activities affect the activities and the crisis situations in the similar structures in the countries where the tourists live are important.

In the crisis management to be carried out in tourism activities, it is inevitable that the pre-crisis situations should be brought to the agenda rather than the crisis processor after and that prevention activities should be carried out. As a matter of fact, especially in terms of foreign tourism inputs, it takes time to erase the effects of negative situations that may arise due to the crisis. In this context, it is possible to say that the impact of the crisis in tourism activities persists even after the crisis has ended.

**Keywords:** Tourism, Crisis and Tourism, Crisis Management, Tourism Sector

## TURİSTİK HEDİYELİK EŞYA SATICILARININ ETİK ALGILAMALARI

**Dr. Öğr. Üyesi Gürkan ALAGÖZ**

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi  
gurkan.alagoz.yls@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Erkan GÜNEŞ**

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi  
erkangunes24@gmail.com

**Öğr. Gör. Burak BAŞAR**

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi  
burak@erzincan.edu.tr

### Özet

Turistik amaçlarla gidilen destinasyonda destinasyonu ve tatili hatırlatıcı ürünler almak tüketicilerin önemli davranışlarındandır. Çünkü tüketici hediyelik eşya ile belki de bir kültürü tanıma şansına sahip olacaktır. Bu nedenle turistik ürünlerin satışında satış elemanlarının davranışları önemli yer tutmaktadır. Çalışanların etik olmayan davranışlar sergilemesi hem yöreye olan hem de ürüne olan imajı olumsuz etkileyebilir. Bu araştırmanın amacı turistik hediyelik eşya mağazalarında çalışan satış elemanlarının etik algılamalarını tespit etmektir. Bu kapsamda Erzurum'da turistik hediyelik eşya satan mağazalarda Levy ve Dubinsky (1983) tarafından geliştirilen etik algılama ölçeğinden yararlanılarak satış elemanlarına anket formu uygulanmıştır. Ayrıca satış elemanlarına demografik özelliklere yönelik sorular ve Erzurum'da turizm gelişiminin satışlar üzerinde etkili olup olmadığı ve oltu taşı işlemciliğinin Erzurum için önemine yönelik sorular yöneltilmiştir. Anket Şubat 2019 – Mart 2019 tarihleri arasında Erzurum Rüstem Paşa Kervansarayı (Taşhan) ve Erzurum 1. Vakıf İşhanı Kuyumcular ve Tesbihçiler Çarşısında 57 mağazada 57 hediyelik eşya satıcısıyla yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, satış elemanlarının tamamı turizm gelişiminin satışlar üzerinde etkili olduğunu ve oltu taşı işlemciliğinin Erzurum'un en önemli turistik ürünü olduğunu belirtmişlerdir. Satış elemanlarının etik olmayan satış davranışlarını çoğunlukla yanlış buldukları sonucu ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Etik, Satış Etiği, Turistik Hediyelik Eşya Mağazası, Oltu Taşı, Erzurum

## ETHICAL PERCEPTIONS OF TOURISTIC GIFTWARE SELLERS

### Abstract

It is one of the important behaviors of the consumers, to buy products that remind them of the destination and holiday in the destination for tourist purposes. Because, maybe the consumer will have the chance to get to know a culture with souvenirs. For this reason, the salespeople's behaviors play an important role in the sale of tourist products. Unethical behaviors of employees may adversely affect the image of both the region and the product. The aim of this research is to determine the ethical perceptions of salespeople in gift shops. Within this scope, a questionnaire form which was developed by Levy and Dubinsky (1983) was applied to salespeople in gift shop selling gifts in Erzurum. In addition, salespeople were asked questions about demographic characteristics and whether tourism development in Erzurum had an impact on sales and the importance of oltu stone processing for Erzurum. The survey was

conducted through 57 survey from 57 gift shops in The Rustem Pasha Carvanserai (Tashan) and 1. Foundation Bazaar Jewellers and Rosaries Market between February 2019 and March 2019. According to the findings, all of the salespeople stated that tourism development had an effect on the sales and oltu processing was the most important touristic product of Erzurum. It is concluded that salespeople often find unethical sales behaviors wrong.

**Keywords:** Ethics, Sales Ethics, Touristic Gift Shop, Oltu Stone, Erzurum

## **VERİ TABANLI PAZARLAMA VE MÜŞTERİ SADAKATI İLİŞKİSİ: KUŞADASI'NDAKİ 4 VE 5 YILDIZLI OTEL YÖNETİCİLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

**Dr. Öğr. Üyesi Ahu Yazıcı AYYILDIZ**

Adnan Menderes Üniversitesi  
ayazici@adu.edu.tr

**Muhammed BAYKAL**

Adnan Menderes Üniversitesi  
muhbarbay@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Tuğrul AYYILDIZ**

Adnan Menderes Üniversitesi  
tugrulayildiz@gmail.com

### **Özet**

Veri tabanlı pazarlama, işletmelerin müşterilerini daha iyi tanıyarak işletme ile müşteriler arasında daha güçlü ilişkiler kurulmasını sağlayan, işletmelerin uzun vadede müşteri sadakatini kazanmasına yardımcı olan ve işletmeye kâr artışı getiren bir pazarlama stratejisidir. İşletmeler açısından öneme sahip olan veri tabanlı pazarlama ve müşteri sadakati kavramlarının konu alındığı bu çalışmada, konaklama işletmelerinin uyguladığı veri tabanlı pazarlama stratejilerinin müşteri sadakati ile olan ilişkisinin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında verilerin toplanması için Kuşadası ilçesinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otellerdeki yöneticiler üzerine anket çalışması yapılmıştır. 41 otele yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen veriler ile otel yönetiminin müşteri sadakatini kazanmak için hangi stratejilere başvurduğu ve bu stratejilerin müşteri sadakatine olan etkisi ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Veri Tabanlı Pazarlama, Müşteri Sadakati, Kuşadası

## **THE RELATIONSHIP BETWEEN DATABASE MARKETING AND CUSTOMER LOYALTY: AN APPLICATION ON THE MANAGERS FROM THE 4 AND 5 STAR HOTELS IN KUŞADASI**

### **Abstract**

Database marketing is a marketing strategy which provides a strong relationship between the cooperation and the customer by getting to know the customers and try to gain the customer loyalty in the long term and bring the increase in the profit. In this study that focuses on the database marketing which is important for the cooperation and the concept of customer loyalty, it is aimed to reveal the relationship between the strategies of database marketing and customer loyalty. This questionnaire has been applied to the directors from the 4 and 5 star hotels in Kusadası. By using the data obtained as a result of the questionnaire that was applied in 41 hotels, it is aimed to reveal which strategies does the hotel management apply in order to gain the customer loyalty and the effect of these strategies on the customer loyalty.

**Key Words:** Database Marketing, Customer Loyalty, Kuşadası

## **BUDAKLI (BİTLİS) KAPLICASININ MİNERAL ÖZELLİKLERİNİN JEOLJİK VE COĞRAFI YAPI İLE İLİŞKİSİ**

**Dr. Öğr. Üyesi Nurcan AVŞİN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
nurcanavsın@yahoo.com

**Prof. Dr. Arif KIVRAK**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
akivrakyyu.edu.tr

**Emrah KAVAK**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
emkavak05@gmail.com

### **Özet**

Termal kaynaklar, magma haznesine yakın olan ya da tektonik olarak aktif bölgelerdeki yer altı sularının magma nedeniyle ısınarak yeryüzüne çıkması ile oluşmaktadır. Bu süreçte, magma içerisinde eriyik halde bulunan çeşitli maddeler sıcak suya karışarak kaynakların insan sağlığı için şifalı olmasını sağlamaktadır. Kaplıca, ılıca gibi isimler de verilen bu kaynaklar, içerdikleri metal ve yarı metallere rağmen, sodyum, florür, kalsiyum gibi faydalı elementler de içerdiklerinden sağlık turizmi açısından sıklıkla tercih edilmektedir.

Türkiye, aktif tektonik bir ülke olması nedeniyle çok sayıda termal kaynağa sahiptir. Özellikle Doğu Anadolu Bölgesi, Erzurum, Bingöl, Tunceli, Elazığ, Ağrı, Bitlis ve Van illerindeki önemli termal kaynakları ile bu bölgenin termal turizm açısından önemli bir potansiyele sahip olduğunun sinyalini verir. Araştırma alanı olarak seçilen Budaklı kaplıcası da Bitlis ili Güroymak ilçesi sınırları içerisinde, Nemrut kraterinin batısında yer almaktadır. Tektonik ve volkanik öneme sahip olan bu alan, yer altındaki sıcak suyun fay hatları ile yeryüzüne ulaşması neticesinde yöre halkının kullanıma açılmış olup çeşitli rahatsızlıkların tedavisinde talep görür hale gelmiştir.

Bu çalışma, Budaklı termal kaynağının içerdiği element özelliklerini tespit etmek, bu elementlerin faydalarını ortaya koyarak hangi hastalıkların tedavisinde kullanıldığını ve kullanılabilirliğini araştırmak, henüz fazlaca alt yapı eksikliği bulunan Budaklı kaplıcasının olanaklarının geliştirilmesine katkıda bulunmak amacıyla ele alınmıştır. Bu kapsamda gerçekleştirilen arazi ve büro çalışmaları neticesinde, alanın coğrafi ve jeolojik yapısının sıcak su kaynağının oluşumu ve yeryüzüne ulaşmasındaki rolü incelenmiş, kaplıcadan alınan su numunelerinin kimyasal analizleri yapılarak mineral içerikleri belirlenmiştir. Buna göre Budaklı kaplıcası, önemli miktarda magnezyum, sodyum, radon ve florür içermektedir. Bu nedenle, romatizmal hastalıklar, eklem rahatsızlıkları, sinüzit ve fitik gibi rahatsızlıkların tedavisinde giderek artan bir yoğunlukta kullanılmaktadır. Ancak mevcut kullanım koşullarının iyileştirilmesi ve kullanım alanlarının genişletilmesi (diğer bazı fizyolojik ve ruhsal hastalıkların tedavisinde kullanımının sağlanması) gerekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Bitlis, Budaklı, Kaplıca, Sağlık Turizmi



## THE RELATIONSHIP BETWEEN GEOLOGICAL AND GEOGRAPHICAL STRUCTURE OF MINERAL PROPERTIES OF BUDAKLI (BİTLİS) SPA

### Abstract

Thermal springs are formed when the groundwater near the magma reservoir or in the tectonically active zones heats up due to magma. In this process, various substances dissolved in the magma are mixed with hot water to ensure that the resources are healing for human health. These sources, also known as hot springs, and hot springs are frequently preferred in terms of health tourism because they contain useful elements such as sodium, fluoride and calcium, despite the metals and semi-metals they contain.

Turkey, because it is a tectonically active country has many thermal springs. Especially with its important thermal resources in Eastern Anatolia Region, Erzurum, Bingöl, Tunceli, Elazığ, Ağrı, Bitlis and Van provinces, this region has an important potential for thermal tourism. Budaklı hot spring, which is selected as a research area, is located to the west of Nemrut crater within the boundaries of Güroymak district of Bitlis province. This area, which has a tectonic and volcanic importance, has been opened to use by the local people as a result of the hot water reaching to the earth by the fault lines and has become demanded for the treatment of various diseases.

This study was carried out in order to determine the elemental properties of the Budaklı thermal source, to reveal the benefits of these elements and to find out which diseases they can be used in the treatment of, and to contribute to the development of the facilities of the Budaklı thermal spring, where there is still a lack of infrastructure. As a result of the land and office studies carried out within this scope, the role of geographic and geological structure of the area in the formation and reaching of the hot water source was examined and the chemical contents of the water samples taken from the thermal springs were determined. Accordingly, Budaklı spa contains a significant amount of magnesium, sodium, radon and fluoride. Therefore, it is increasingly used in the treatment of diseases such as rheumatic diseases, joint disorders, sinusitis and hernia. However, the current conditions of use need to be improved and their field of use expanded (to be used in the treatment of some other physiological and mental diseases).

**Keywords:** Bitlis, Budaklı, Spa, Health Tourism

## **ANALYSIS OF ENVIRONMENTAL AWARENESS LEVEL CHANGE OF PHYSICALLY HANDICAPPED STUDENTS WITH NATURE EDUCATION**

**Emre KUZUGÜDENLİ**

Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi  
emrekuzugudenli@sdu.edu.tr

**Canpolat KAYA**

Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi  
canpolat@sdu.edu.tr

### **Abstract**

In this study that emphasised scientific studies on positive effects of nature on living beings, nature education provided with Let's Go Beyond Barriers Let's Meet with Nature (Engelleri Aşalım Doğayla Buluşalım) (project number is 118B356) supported by TÜBİTAK, the purpose was to analyse effect of nature education on physically handicapped students' changing environmental awareness level and students' view about nature education. Participants as research material consisted of 15 physically handicapped students in different cities. Research method was designed with single group pre-test post-test experimental pattern. For data collection, as pre-test and post-test, form consisting of open ended questions was used after environmental awareness test and activities. Paired sampling t-test was used to compare pre-test and post-test scores in data analysis obtained with quantitative data. Content analysis was conducted on qualitative data obtained from open-ended questions. Results of this study showed that post-test results of individuals for dimensions of environmental awareness increased.

**Keywords:** Nature education, Handicapped Students, Nature

## **KÜLTÜREL MİRASIN TURİZMİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNE KATKISI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME: MUĞLA- KARABAĞLAR YAYLASI ÖRNEĞİ**

**Prof. Dr. Hülya KOÇ**

Dokuz Eylül Üniversitesi  
hayatzngn@gmail.com

**Prof. Dr. Hayat ZENGİN ÇELİK**

Dokuz Eylül Üniversitesi  
hayatzngn@gmail.com

### **Özet**

Kültürel miras, toplumların farklı yaşama biçimlerinin ve üretimlerinin tarihsel aktarımlarıyla ortaya çıkan bir değerler bütünüdür. Bugüne ulaşmayı başarmış maddi ve maddi olmayan unsurların bir arada yarattığı bu bütünün, korunarak bugünden sonrasına nasıl aktarılacağı pek çok disiplin ve kent planlaması çalışmalarının da ele aldığı konular arasındadır. Tüm çalışmalar içerisinde izlenen ortak problem ise, değişen yaşam biçimi, mekânsal ve sosyal gereksinimler temelinde işlevsiz hale gelmiş fiziksel oluşumların yaşamla ve yerleşme dokuları ile yeniden nasıl bütünleştirilebileceği ile ilgilidir. Bu sorun kültürel mirasın sahip olduğu ilgi çekici özellikleri değerlendiren bazı arayışları gündeme getirmiş ve insanların merak ve izleme arzusu temelinde “turizm” önemli bir çıkış noktası olarak kullanılmaya başlamıştır. Dünyada 20. yy’ın sonlarına doğru yaşanan küresel ekonomik değişimler de bu arayışı desteklemiş ve “yer” ve “kimlik” ekseninde şekillenen farklı turizm türleri tüm dünyada ve ülkemizde yaygınlık kazanmıştır.

Ancak turizmin kültürel bileşenlerle temasının yarattığı riskler ve özellikle de kitlesel turizm ile ortaya çıkan sorunlar, son süreçte daha duyarlı yaklaşımlara olan gereksinimleri artırmıştır. Sürdürülebilir turizm kavramı böyle bir arayışın ürünüdür ve kitlesel turizmin olumsuz çevresel ve sosyal etkilerine karşı bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. Temelinde doğal alanların, kültürel değer ve özelliklerin duyarlı ve sınırlayıcı yaklaşımlarla korunmaya çalışılmasına yönelik bir anlayış bulunmaktadır. Bu doğrultuda, sürdürülebilir turizme konu edilecek alanlarda çevreye zarar vermeyecek faaliyetlerin yer alması öngörülürken, aynı zamanda yerel halkın da bu süreçte sorumluluk alması sağlanmaya çalışılmaktadır.

Bu çalışma Sürdürülebilir Turizm olgusunu, Türkiye’nin özel bir ekosisteme sahip ender çukur yaylalarından biri olan ve 19. Yy’ın sonlarından itibaren yerel halkın bölgede yazları sürdürdüğü kırsal üretim ve hayvancılık faaliyetleri ile önemli bir kültürel miras alanı haline dönüşen Muğla-Karabağlar Yaylası temelinde ele almayı amaçlamaktadır. Bugün bu özellikleri ile KentSEL ve 3.Derece Doğal Sit statülerine konu olan bölgenin karşı karşıya bulunduğu koruma sorunlarına odaklanan çalışmada, tarımsal üretimin yapıldığı tarlaların kenarlarında inşa edilmiş ve “işçi konutu” olarak adlandırılan taş ve özgün mimari unsurların yeniden yaşamla ve yerleşme ile nasıl bütünleştirilebileceğine ilişkin sorulara sürdürülebilir turizm üzerinden alternatif bir yaklaşım sağlanmaya çalışılmaktadır. Bugün tarımsal üretim açısından yaşanan sorunların, bölgeyi daha çok bir ikinci konut ve turizm bölgesi olarak geleceğe taşımaya yönelik arayışları ortaya çıkarmış olduğu bir aşamada, kültürel miras, doğa ve sosyal yaşam etkileşimini önemseyen bir ele alışı nasıl yapılandırılabilirliği “işçi konutları” üzerinden tartışmaya açılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel Miras, Sürdürülebilir Turizm, İşçi Evleri, Muğla-Karabağlar Yaylası

## AN EVALUATION ON THE CONTRIBUTION OF CULTURAL HERITAGE TO THE SUSTAINABILITY OF TOURISM: THE CASE OF MUĞLA-KARABAĞLAR

### Abstract

Cultural heritage is a set of values that emerge from the historical transfers of the different ways of life and production of societies. How this whole, created by the material and immaterial elements that have succeeded to reach today, will be preserved and transferred to the future is among the topics covered by many disciplinary and urban planning studies. The common problem is related to how to reintegrate these physical formations that have become dysfunctional on the basis of changing life style, spatial and social needs, into life and settlement patterns. This problem raises some quests that evaluate the interesting features of cultural heritage. On the basis of people's curiosity and desire to know tourism has started to be used as an important starting point. Global economic changes in the world towards the end of the 20th century also supported this quest and different types of tourism, which take shape in the axis of place and identity have become widespread throughout the world and in our country.

However, the risks posed by the contact of tourism with cultural components and especially the problems arising with mass tourism have increased the need for more sensitive approaches. The concept of sustainable tourism is the product of such a quest and has emerged as a reaction to the negative environmental and social impacts of mass tourism. It is based on an understanding of protecting natural areas, cultural values and features with sensitive and restrictive approaches. In this respect, it is envisaged that activities that will not be harmful to the environment will take place in the areas to be subject to sustainable tourism, while at the same time it is aimed to ensure that local people take responsibility in this process. This study aims to address the phenomenon of sustainable tourism on the basis of Muğla-Karabağlar Plateau. Karabağlar is one of the rare highland pit has a special ecosystem of Turkey. The Muğla-Karabağlar Plateau has become an important cultural heritage site since the end of the 19th century with the rural production and animal husbandry activities carried out by local people in the region in the summers.

This study focuses on the conservation problems of the plateau which is subject to Urban and 3rd Degree Natural Sites status. There are stone buildings called "workers' houses" built on the sides of the fields where agricultural production takes place in the plateau. The paper explores how these buildings with the original architectural elements, can be integrated with life and settlement. In this research, an alternative approach is tried to be provided through sustainable tourism.

Today, the problems experienced in terms of agricultural production have revealed the search for transferring the region into the future as a second residential and tourism region. At this stage, the discussion on how to deal with the cultural heritage, nature and social life interaction is discussed through "workers' housing".

**Keywords:** Cultural Heritage, Sustainable Tourism, Workers' Houses, Muğla-Karabağlar Plateau

## SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS DEĞERLERİ: ERZURUM ÖRNEĞİ

**Dr. Öğr. Üyesi Uğur AKDU**

Gümüşhane Üniversitesi  
akduugur@hotmail.com

**Öznur TABU**

Gümüşhane Üniversitesi  
oznurtabu@gmail.com

### Özet

Kültür, geçmişten günümüze kadar gelen maddi-manevi değerler bütünüdür. Kültür, bulunduğu bölgenin, yörenin yaşayış tarzını, örf, adet ve geleneklerini yansıtmaktadır. Her bölge için kültür farklılık gösterir. Bazı kültürel miraslar yok olmaya yüz tutmaktadır bu kapsamda UNESCO somut ve somut olmayan kültürel miras listesi oluşturmuştur. Oluşturulan bu liste ile toplumun somut olmayan kültürel miraslarının gelecek kuşaklara aktarılması sağlamak ve korumak hedeflenmektedir. Bu çalışma Erzurum ilinin somut olmayan kültürel miraslarının envanterinin çıkarılmasına yöneliktir. Bu kapsamda Erzurum'un az bilinen somut olmayan miraslarını ortaya çıkararak farkındalığı arttırmak, gelecek nesillere aktarılması için kaynak oluşturmak, somut olmayan kültürel mirasın korunmasına yönelik yapılacak planlara ve bölge turizmine katkı sağlamak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi modeli tercih edilmiş olup Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Erzurum'un resmi kurum ve kuruluşları tarafından yayınlanan ikincil kaynaklardan elde edilen verilere dayanılarak değerlendirmelerde bulunulmuştur. Araştırmanın diğer basamağında ilin otoriteleri ve halkı ile mülakat yapılarak envanterin eksikliklerinin tamamlanması planlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Unesco, Kültür, Somut Olmayan Kültürel Miras, Erzurum

## INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE VALUES: ERZURUM EXAMPLE

### Abstract

Culture is a collection of material-spiritual values from the past to the present. Culture reflects the living style, customs, traditions and traditions of the region and region. Culture structures are varies for each region. Unfortunately some cultural heritages are damaging and passing into oblivion around the world. Due to this reasons UNESCO has created a tangible and intangible cultural heritage lists. Unesco aims to protect the tangible and intangible cultural heritage of the society by transferring it to future generations with this lists. This study aims to take inventory of the intangible cultural heritage of Erzurum. In this context, it was aimed to raise awareness, to create resource for transfer to future generations, to contribute to the plans to be made for the preservation of intangible cultural heritage and tourism by search out the lesser known intangible cultural heritages of Erzurum. In this respect, document analysis model which is one of the qualitative research methods has been preferred. Evaluations were made based on the data obtained from secondary sources published by the Ministry of Culture and Tourism and the official institutions and organizations of Erzurum. In the other step of the research, it is planned to complete the deficiencies of the inventory by interviewing the authorities and the people of the province.

**Keywords:** Unesco, Culture, Intangible Cultural Heritage, Erzurum

## DARENDE SOMUNCU BABA KÜLLİYESİ İLE AFŞİN ESHABI KEHF KÜLLİYESİNİN İNANÇ TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRMESİ

**Dr. Öğr. Üyesi Mehmet TOP**

Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
kizilkule.35@gmail.com

**Öğr. Gör. Hatice BALTA**

Batman Üniversitesi  
hatice.balta86@gmail.com

### Özet

İnanç turizmi, kutsal yerlerin ziyaret edilmesi sonucu ortaya çıkan bir turizm şekli olup, Türkiye 'de inanç turizmi kapsamında görülebilecek birçok kutsal ve tarihi yer ile eserler bulunmaktadır. Bu bağlamda Anadolu'nun kültürel zenginliği inanç turizminin de bir parçası haline gelmiş ve günümüzde kültürel turlarla birlikte güzergah belirlenmesinde önemli bir faktör olmuştur. Malatya çevresinde yer alan Nemrut Dağı, Eshab-ı Kehf ve Somuncu Baba gibi ziyaret yerleri bunlardan bazılarıdır. Bildiri kapsamında, Malatya'dan başlayarak belirli bir güzergah çerçevesinde aynı gün gezilebilecek olan Darende Somuncu Baba Külliyesi ile Afşin Ashabı Kehf Külliyesi toplam 300 km lik bir mesafeyi kapsamaktadır. Doğrudan Malatya Kayseri yolunu takip ederek Darende Merkezde yer alan Somuncu Baba türbesi ziyaret edildikten sonra, Darende çıkışında Elbistan yoluna saparak hem Günpınar şelalesi hem de Afşin Eshabı Kehf ziyaret yerine rahat ulaşılabilir.

Darende'nin merkezinde Tohma Irmağı kenarında yer alan Somuncu Baba Külliyesi her yıl binlerce misafiri ağırlamaktadır. Adına külliye kurulmuş olan Şeyh Hamid-i Veli (Somuncu Baba), 1331-1412 yılları arasında yaşamış olup, birçok şehirde bulunmuş nihai durağı ise Darende olmuştur. Tohma Kanyonu içerisinde yaptığı çilehanesi ve Tohma ırmağı kıyısına kurduğu dergâhı ile etrafındakileri irşâd eden Somuncu Baba Hazretleri, 1412 yılında Darende'de vefat etmiştir. Somuncu Baba Külliyesi dâhilinde; Somuncu Baba Türbesi, Hulusi Efendi Haziresi, Somuncu Baba Müzesi, Hamidiye Çarşısı, Abdethaneler, Şeyh Hamid-i Veli Kütüphanesi, Kudret Havuzu, Somuncu Baba Çilehanesi, Tohma Kanyonu ve mesire alanları bulunmaktadır. Kahramanmaraş'ın Afşin İlçesi'nin 7 km. kuzeybatısında yer alan külliye, Roma döneminden beri kutsal sayılan ve Eshab-ı Kehf adıyla tanınan kayalık bir tepenin yamacındaki mağaranın çevresine kurulmuştur. Anadolu' da Afşin, Efes ve Tarsus'un dışında Asya, Avrupa ve Afrika kıtalarının birçok yerinde bazı mağaralara Eshab-ı Kehf denilmiştir. Fakat birçok Müslüman tarihçi ve tefsirci Eshab-ı Kehf mağarasının büyük bir ihtimalle Afşin'deki mağara olduğu konusunda birleşmişlerdir. . Eshab-ı Kehf, Bizans devrinde olduğu gibi, Selçuklular'ın fethinden sonra da Hıristiyanlar ve Müslümanlar tarafından kutsal bir mekan kabul edilerek önemli bir ziyaret yeri olmuştur. Buraya gelen ziyaretçilerin ihtiyaçlarının karşılanması ve konaklamalarının sağlanması için Anadolu Selçuklularının Maraş Emiri Nusretüddin Hasan Bey, ribat (1215), cami (1215-1234) ve han (1232-33) yapılarından oluşan külliye inşa ettirilmiştir. Daha soma külliyyeye Dulkadir Beyliği (1337-1522) döneminde medrese (1480-1492), kadınlar mescidi (1500) ve buk'a ilave edilerek büyütülmüştür. Külliyyeye en son eklenen Paşa Çardağı, Osmanlı döneminde 1531 yılında inşa edilmiştir. Darende ve Afşin'de bulunan bu değerlerin kültür ve inanç turizmi açısından gerekli ilgiyi görüp görmediği değerlendirilecektir. Bu külliyelerin alan yönetimlerinin yapılıp yapılmadığı; buna bağlı alt ve üst yapı ile çevre düzenlemesi ve temizliğinin ihtiyacı karşılayacak biçimde oluşturulup, oluşturulmadıkları irdelenecektir. Ayrıca

Bu iki külliye'nin birbirine entegre edilerek ziyaret edilme olanakları ortaya konmaya çalışılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Eshab-ı Khef, Somuncu Baba, Darende, Külliye, İnanç Turizmi

## EVALUATION OF DARENDE SOMUNCU BABA COMPLEX AND AFŞİN ESHABI KEHF COMPLEX IN TERMS OF FAITH TOURISM

### Abstract

Religious tourism, is a form of tourism resulting from a visit to the holy places and there are many works of sacred and historic sites can be seen within the scope of faith tourism in Turkey, In Turkey. In this context, the cultural richness of Anatolia has become a part of faith tourism and has been an important factor in determining the route with cultural tours. Some of the places to be visited in Malatya and its surroundings are Mount Nemrut, Eshab-ı Khef and Somuncu Baba. Within the scope of the study, starting from Malatya, Darende Somuncu Baba Complex and Afşin Ashabi Khef Complex, which can be visited on the same day within a certain route, covers a total distance of 300 km. By following the way to Malatya – Kayseri, after visiting visiting Somuncu Baba tomb in Darende Center, it can easily be got to both the Günpınar waterfall and Afşin Eshabi Khef by taking the way to Elbistan when driving off Darende. Somuncu Baba Complex, located in the center of Darende, on the banks of the Tohma River, welcomes thousands of visitors each year. Sheikh Hamid-i Veli (Somuncu Baba), in whose name a complex was established, lived between 1331-1412, had been to many cities, however, Darende was the final stop. By building the suffer-house in Tohma Canyon and the lodge on the banks of the Tohma River, he showed the true path to the ones around him. He died in Darende in 1412. Within the complex of Somuncu Baba; there are Somuncu Baba Mausoleum, Hulusi Efendi Burial Area, Somuncu Baba Museum, Hamidiye Bazaar, Abdethaneler, Şeyh Hamid-i Veli Libraries, Kudret Pool, Somuncu Baba Suffer-house, Tohma Canyon and recreation spots.

The complex, located 7 km. to the northwest of Afşi, Kahramanmaraş, was built around a cave on the slope of a rocky hill known as Eshab-ı Khef, which has been considered sacred since the Roman period. Apart from Afşin, Ephesus and Tarsus in Anatolia, some caves were called Eshab-ı Khef in many parts of Asia, Europe and Africa. However, many Muslim historians and commentators have agreed that the cave of Ashab-ı Khef is probably the cave in Afşin. Eshab-ı Khef. As in the Byzantine period, Eshab-ı Khef was considered a sacred place and an important place of visit by Christians and Muslims after by being conquest by Seljuks. In order to meet the needs of the visitors and ensure their accommodation, the complex including ribat (1215), mosque (1215-1234) and inn (1232-33) were constructed by Emiri Nusretüddin Hasan Bey, command of Maraş of Anatolian Seljuks. Later, in the period of Dulkadir Principality (1337-1522), the madrasah (1480-1492) was enlarged by adding to women mosque (1500) and buk. Pasha Cardağı, which was added to the complex last, was built in 1531 during the Ottoman period.

These values, found in Darende and Afşin, will be evaluated whether they are shown the necessary interest in terms of culture and faith tourism. Whether the site management of these complexes is made or not; whether the infrastructure and superstructure connected to it and the landscaping and cleaning constructed meet the need or not will be examined. In addition, the opportunity to visit these complexes by integrating each other will be put forward.

**Keywords:** Eshab-ı Khef, Somuncu Baba, Darende, Complex, Faith Tourism

## **İRAN'DA İRAK-I ACEM'DEN QOMES'E HORASAN YOLU ÜZERİNDEKİ SELÇUKLU MİMARİ ESERLERİ**

**Dr. Öğr. Üyesi Mehmet TOP**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
kizilkule.35@gmail.com

**Mohammad AMINIAN**

Doğu Azerbaycan Kültürel Miras - El Sanatları ve Turizm Genel Müdürlüğü  
aminian91@gmail.com

### **Özet**

Bu rota, İranın güneybatısından başlayıp, kuzeydoğuya doğru uzanmaktadır. Bu güzergâh üzerindeki şehirlerin büyük bir kısmı Irak-ı Acem bölgesinde kalmaktadır. Günümüzde pek kullanılmayan Irak-ı Acem Qazvin, Hamedan, Rey, Saveh, Kum, Kaşan ve güneyde İsfahani içine almaktadır. Irak-ı Acemin en önemli merkezi olan Rey, Sultan Tuğrul döneminde Selçuklu yönetiminin başkenti olmuştur. Sultan Malikşah döneminde ise, Selçuklu başkenti İsfahana taşınmış olup, bundan sonra İsfahan ve çevresi öne çıkmıştır. Yine aynı rotanın Semnan ve Damghan gibi şehirleri Qomes bölgesinde kalmakta ve Horasana uzanan yol üzerinde önemli merkezler olarak dikkat çekmektedirler. Selçuklu yönetimi başından beri, bu şehirlerde cami, medrese ve kervansaraylar inşa etmeyi başarmıştır. Ayrıca büyük alimler ve alimlerin varlığıyla Selçuklu dönemi, İslam dünyasının bilimsel ve sanatsal Ronesans dönemi olarak adlandırılabilir. Bu dönemde, Rey kentine atfedilen Razi mimari tarzı olarak adlandırılan bir mimari türü yaratılmıştır. Bu şehirlerde önemli mimari örneklerin oluşmasında etkili olan bu yöntem, dönemin bilimsel-sanatsal koşullarının belirleşmesini de sağlamıştır. Selçuklu döneminin son derece zarif mimarisi, özellikle Sultan Tuğrul'un mezarı gibi değerli anıtların varlığı, kültürel turizm için mükemmel bir temel oluşturmaktadır.

Kazvinden başlayıp, sırasıyla Hamadan, Saveh, Rey üzerinden Veramin, Semnan ve Damgana uzanan rota; Şahrud, Sebzevar ve Nişaburla Horasana ulaşmaktadır. Günümüzde bu güzergah İranda dört eyaleti içermektedir. Bunlar Kazvin, Hamedan, Tahran ve Semnan eyaletleri şeklinde bölümlenmiştir. Bu rota üzerindeki tarihi merkezlerde Türkiyede az bilinen Selçuklu mimarisini yansıtan birçok eser bulunmaktadır. Camiler, mezar anıtları, minareler, kaleler, kervansaraylar bunların başlıcalarıdır. Kazvinin Mescidi Camisi, Harrekan Türbeleri Hamedan Alevian Türbesi, Saveh mescidi cami ve minaresi, Rey Sultan Tuğrul kubbesi, Veramin Mescidi cami, Semnan Mescidi cami ve minaresi, Anuşirvan kervansarayı, Damghan minareleri ve türbeleri ile zengin Selçuklu mirası gözler önüne serilmiş olacaktır.

Kazvin-Hamedan (284 km), Hamedan-Rey (327km), Rey-Damghan(342km) uzaklığa sahiptir. Bu bildiri kapsamında rotanın içerisinde kalan merkezlerdeki Selçuklu kültür mirasına dikkat çekilerek bir "Selçuklu Yolu" güzergâhına dikkat çekilmiş olacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Selçuklu Mimarisi, Horasan Karayolu, Irak Ajam Ve Qomes İli, Kültür Turizmi



## SELJUK ARCHITECTURAL WORKS IN IRAN ON THE IRAK-I ACEM'DEN QOMES'E HORASAN ROAD

### Abstract

This route starts from the southwest of Iran and extends to the northeast. Most of the cities along this route remain in Irak-ı Acem region. Irak-ı Acem Qazvin, which is not widely used today, includes Qazvin, Hamedan, Rey, Saveh, Kum, Kashan and Isfahan in the south. Rey, which is the most important centre of Irak-ı Acemin, was the capital of the Seljuk rule during the Sultan Tuğrul period. As for during the reign of Sultan Malikşah, Isfahan became the capital of Seljuk and after that Isfahan and its surroundings came to the fore. The cities of the same route, such as Semnan and Damghan, remain in the Qomes region and stand out as important centres on the road leading to Horasana.

At the very beginning of the Seljuk rule, it managed to build mosques, madrasas and caravanserais in these cities. Moreover, with the presence of great scholars and scholars, the Seljuk period can be called as the scientific and artistic Renaissance period of the Islamic world. During this period, an architectural type called Razi architectural style was created. This method, which was effective in the formation of important architectural examples in these cities, enabled the determination of the scientific-artistic conditions of the period. Extremely elegant architecture of the Seljuk period, especially the presence of valuable monuments such as the tomb of Sultan Tugrul, provides an excellent base for cultural tourism.

The route, starting from Kazvain, and extend to Veramin, Semnan and Damgana via Hamadan, Saveh, Rey in turn; reach to Shahrud, Sebzevar, Nishapur and Horasan. Today, this route includes four states in Iran. These are divided into Kazvin, Hamedan, Tehran and Semnan. In the historic centres on this route, there are many works that reflect the Seljuk architecture which are not well-known in Turkey. Mosques, tomb monuments, minarets, castles, caravanserais are the main ones. Kazvinin Masjid mosque, Harrekan Tombs, Hamedan Alevian Tomb, Saveh small mosque and minaret, Rey Sultan Tugrul dome, Veramin Masjid mosque, Semnan Masjid mosque and minaret, Anuşirvan caravanserai, Damghan minarets and rich Seljuk heritage will be revealed. Kazvin-Hamedan is 284km, Hamedan-Rey is 327 km and Rey-Damğān is 342 km away. Within the scope of this declaration, by drawing attention to the Seljuk cultural heritage in the centres within the route, attention will be drawn to the "Seljuk Way" route.

**Keywords:** Seljuk Architecture, Khorasan Highway, Iraq Ajam and Qomes Province, Cultural Tourism

## **TURİZM AÇISINDAN ANTİK DİYARBAKIR SULARI, DEĞİRMENLERİ VE TARİHİ HZ SÜLEYMAN CAMİİ İLİŞKİSİNİN ARAŞTIRILMASI**

**Dr. Öğr. Üyesi Yaşar SUBAŞI DİREK**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
yasarsu2000@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Sahabettin ÖZTÜRK**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
sahozturk13@gmail.com

### **Özet**

Diyarbakır Kalesi, Surları ve Burçları, bölgede hüküm süren medeniyetlerin, kültürlerin ve dönemin ihtiyaçları doğrultusunda şekillenerek, özgünlüğünü ve 7 bin yıllık tarihsel varlığını halen sürdüren orijinal ve özgün kültür varlıkları olarak yaşamakta, dünya tarihi için önemli bir evrensel miras özelliğini korumaktadır. Dünya Miras Komitesi, 2016 yılında, "Diyarbakır Surları ve Hevsel Bahçeleri Kültürel Peyzaj Alanı" nın UNESCO Dünya Miras Listesi'ne kaydedilmesine karar verdi.

Bu kültür mirası içinde, zamana yenik düşen, ancak geçmişten günümüze nadide eserler olarak kalan değirmenler ve bu değirmenleri çalıştıran antik sular da yer almaktadır. Çalışmanın amacı; Karacadağ'dan Sur içine gelen, oradan Hz Süleyman camii içine verilen ve fiskayasından dökülerek aşağıda yer alan iki tarihi değirmeni çalıştıran ve oradan da Hevsel bahçelerine akıp bahçeleri sulayan çok işlevli antik suyun bilinmeyen macerasını, mimari düzen içinde belgelemektir.

Çalışmanın yöntemi, yerinde tespit ve gözlem ile konu ile ilgili literatür taraması, aynı zamanda yerinde ölçüm, modelleme ve çizimlerle belgelemeler şeklindedir. Çalışmanın sonuç ve bulguları olarak; İnanç turizmi için de önemi büyük olan Tarihi Hz Süleyman Cami ve çevresi, hem tarihi miras ve mimari açıdan, hem de su kaynaklarının efektif kullanımı yönünden araştırılmıştır. Günümüze kadar farkına varılmamış olan çok işlevli su kullanımının çalışma ile kullanımı, hem de tarihi değerlerle daha da zenginleşen ve önemi artacak olan kentin, turizmde ve tanıtımında önemli oranda yararı olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Diyarbakır Antik Suları, Değirmenler, Hz Süleyman Camii, Hevsel Bahçeleri

## **INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN ANTIQUE DIYARBAKIR WATERS, MILLS AND HISTORY SÜLEYMAN MOSQUE IN TERMS OF TOURISM**

### **Abstract**

Diyarbakır Castle, Walls and Horoscopes are shaped in line with the needs of the civilizations, cultures and periods that prevail in the region, and remain the original and original cultural assets that maintain their originality and 7 thousand years of historical existence and maintain an important universal heritage for world history. In 2016, the World Heritage Committee decided to register the Pey Diyarbakır City Walls and Hevsel Gardens Cultural Landscape Area 'on the UNESCO World Heritage List.

Within this cultural heritage, there are mills and ancient waters running these mills, which have been succumbed to time, but remain as rare artifacts from the past to the present. Purpose of the study; It is to document the unknown adventure of the multifunctional ancient water that

comes from Karacadağ into the city wall, which is given to the Prophet Süleyman Mosque and which is poured from its fiskaya, runs the two historical mills below and then flows into the Hevsel gardens and irrigates the gardens.

The method of the study is on-site detection and observation and literature review on the subject, as well as on-site measurement, modeling and documentation with drawings. As the results and findings of the study; Historical Suleyman Mosque and its surroundings, which are of great importance for faith tourism, were investigated both in terms of historical heritage and architecture and in terms of the effective use of water resources. It is thought that the use of multifunctional water usage, which has not been realized until today, will be enriched with historical values and will increase in importance and will have a significant benefit in tourism and promotion.

**Keywords:** Diyarbakır Ancient Waters, Mills, Hz Süleyman Mosque, Hevsel Gardens

## **MİMARİ AÇIDAN ŞUAYIP VE DARAL ANTİK KENTLERİNİN KIRSAL VE KÜLTÜREL TURİZM ÖZELLİKLERİNİ ARAŞTIRMAK**

**Dr. Öğr. Üyesi Yaşar SUBAŞI DİREK**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

yasarsu2000@gmail.com

### **Özet**

Anadolu yerleşmelerin ortak özelliği, sürekli yerleşimler sonucu oluşan fiziksel ve kültürel katmanlaşmadır. Tarihi katmanlaşma niteliği kentsel yerleşmeler kadar, kırsal yerleşmelerin de özgün karakteri olarak karşımıza çıkabilmektedir. Bu bağlamda, arkeolojik kalıntılarıyla geleneksel kırsal mimarisi içiçe geçmiş bir biçimlenmeyle günümüze ulaşan örneklerden ikisi, çalışma kapsamında incelenmiştir. Bunlardan ilki; "Peygamberler Şehri" olarak bilinen Şanlıurfa'da Şuayip Peygamber'in yaşadığı ve Hazreti Musa ile buluştuğu mekan olduğu sanılan antik Şuayip kenti; Diğeri ise erken Bizans döneminde bir sınır garnizon kenti olarak kurulan ve çoğu ilk dönemden kalan savunma, su yapıları ve nekropol alanlarıyla dikkat çeken Dara antik kentidir.

Çalışmaya konu olan her iki antik kent'te de, geleneksel kırsal dokudaki yaşantı günümüzde devam etmektedir. Son dönemlerde kırsal turizmin de ön planda olduğu düşünülürse, bu kentler, hem kırsal, hem de tarihi özellikleri ile bölge turizmi için can suyu niteliğindedir. Çalışmanın amacı: aynı bölgede yer almalarına karşın farklı amaçlar için kurulan bu iki antik kentin, Kırsal ve Kültürel Turizm değerlerini, mimari açıdan irdelemek, benzer ve farklı yönlerini kıyaslamak, tanıtılmalarını sağlayarak Ülke turizmine kazandırmaktır.

Bu amaçla, çalışmanın yöntemi, literatür taramasına ilave olarak, alanda tespit ve belgelemeler yapmak, ölçüm ve modellemelerle özellikle çok az bilinen Şuayip kentini araştırıp, kayıt altına almaktır. Sonuçta elde edilen bulguların kongrede paylaşılması ile bu kentlerin turizm açısından potansiyellerinin artacağı, böylece turizm rotalarına dahil edileceği, dolayısıyla turizmin ekonomik açıdan bölgeye ve ülkeye katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Şuayip ve Dara Antik Kentleri, Kırsal Turizm, Kültürel Turizm

## **ARCHITECTURAL RESEARCH CHARACTERISTICS OF RURAL AND CULTURAL TOURISM THE SUAYIP AND THE DARAL ANTIQUE CITIES**

### **Abstract**

The common feature of most of the Anatolian settlements is the physical and cultural stratification resulting from continuous settlements. Historical stratification can be seen as the unique character of rural settlements as well as urban settlements. In this context, two examples that have survived to date with archeological remains and traditional rural architecture are examined within the scope of the study. The first of these; Known as the "City of the Prophets" The ancient Şuayip city, which is rumored to be the place where Şuayip Prophet lived and met Hazrat Musa in Şanlıurfa; The other is the Dara ancient city, which was established as a border garrison city in the early Byzantine period and attracts attention with its defense, water structures and necropolis areas, many of which remained from the first period. In both ancient cities, which are the subject of the study, life in the traditional rural fabric continues today. Considering that rural tourism has been in the forefront recently, these cities, with their rural as well as historical features, are the water

of life for regional tourism. The aim of this study is to examine the values of rural and cultural tourism of these two ancient cities, which were established for different purposes, although they are located in the same region, to compare similar and different aspects and to introduce them to the country tourism. For this purpose, in addition to the literature review, the method of the study is to make determinations and documentation in the field, and to investigate and record the city of Şuayp which is very little known especially with measurements and modeling. It is thought that the potential of these cities in terms of tourism will be increased by sharing the findings obtained in the congress in the congress so that they will be included in tourism routes and thus tourism will contribute to the region and the country in economic terms.

**Keywords:** Şuayıp and Dara Ancient Cities, Rural Tourism, Cultural Touris

## HAKKARİ YEREL KONUTLARININ TURİZM AÇISINDAN İRDELENMESİ

**Kader MÜHÜRDAROĞLU**

Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
kdr30mhrdr@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Yaşar SUBAŞI DİREK**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
Yasarsu2000@gmail.com

### Özet

Günümüzde alternatif turizm kolları arayışları yaygınlaşmış ve bunların sonucunda, kültürel değerlerin korunması ve yaşatılması amacıyla bir takım çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Bu çalışmaların başında gelenlerden biri yerel/geleneksel konut yapılarının topluma kazandırılmasıdır. Böylece kültürel değerler yaşatılırken aynı zamanda turizm aracılığıyla hem kent tanıtılmakta, hem de kent halkının ekonomik açıdan kalkınmasına kısmen destek olunmaktadır.

Birçok kültürle etkileşim içinde olan ülkemizde de birbirinden farklı yerel/geleneksel konut ortaya çıkmıştır. Bu konutlar ülkenin bir çok yerinde olduğu gibi Hakkâri'de de insanoğlunun içinde bulunduğu ortama, ekonomik koşullarına ve ihtiyaçlarına yönelik olarak tasarlanmıştır. Hakkâri sarp ve engebeli bir arazi yapısına sahip olmasından dolayı kendine has bir sivil mimari oluşturmuştur. Genellikle yöresel malzeme olan taş, kerpiç ve ahşaptan geleneksel teknikler kullanılarak inşa edilmiş bu konutlar, çok büyük boyutlarda olmayıp zamanla yapılan eklemelerle genişletilmiştir. Bu çalışmanın amacı, kentte bulunan ve orijinalliğini halen korumakta olan az sayıdaki yerel konutlardan bir tanesi özelinde, Hakkari kentinin yerel konutlarını tanıtmak ve kent turizminin gelişmesine katkı sağlamaktır.

Çalışmada amacına uygun olarak, Hakkari İli şehir merkezinde yer alan Naime Özkan adlı şahısa ait olan 1930'lu yıllarda inşa edilmiş taş konut seçilmiştir. Yöntemi olarak, öncelikle literatür araştırması yapılmış, ardından alanda konutun ölçüm ve fotoğraflarla tespitleri belgelenmiştir. Alınan veriler Rölöve çizimlerine dönüştürülmüştür. Daha sonraki süreçte, Yapının şehir merkezinde yer alması sebebiyle konutun gerekli bakımları yapıldıktan sonra şehrin tanıtımı amacıyla konaklama veya müze gibi yeniden işlevlendirilmesi için proje hazırlanmış ve sonuçta Hakkari kentinin turizmine hizmet edecek bir yapı, kazandırılmaya çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yerel Konut, Hakkari, Kültür Değerleri

## INVESTIGATION OF HAKKARİ LOCAL HOUSES IN TERMS OF TOURISM

### Abstract

Today, the search for alternative tourism branches has become widespread and as a result of this, a number of studies have been started to preserve and maintain cultural values. One of the most important of these studies is to bring local / traditional housing structures to the society. Thus, while the cultural values are kept alive, at the same time, the city is promoted through tourism and partly supported the economic development of the city people.

In our country which interacts with many cultures, different local / traditional dwellings have emerged. These residences are designed for the environment, economic conditions and needs of human beings in Hakkari as in many other parts of the country. Hakkari has a unique civil architecture due to its steep and rugged terrain. Constructed using traditional techniques of

stone, mudbrick and wood, which are generally local materials, these dwellings are not very large and have been expanded with additions made over time. The aim of this study is to introduce the local residences of Hakkari and contribute to the development of city tourism, in particular one of the few local residences in the city which still maintains its originality.

In accordance with the purpose of the study, a stone house built in the 1930s belonging to a person named Naime Özkan in the city center of Hakkari was chosen. As a method, first of all literature research was done and then measurements and photographs of the dwellings were documented. The received data has been converted to the survey drawings. Later, due to the fact that the building is located in the city center, after the necessary maintenance of the house, the project was prepared for the promotion of the city, such as accommodation or museum, and a structure that would serve the tourism of Hakkari was tried to be gained.

**Keywords:** Local Housing, Hakkari, Cultural Values

## **BAŞKALE KÖYLERİ KONUTLARININ KIRSAL TURİZM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**

**Rabia BOZMAÇ**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
rabiabozmac@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Yaşar SUBAŞI DİREK**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
Yasarsu2000@gmail.com

### **Özet**

Küreselleşme ile birlikte özellikle de sanayileşmiş ülkelerde, kalabalık şehir yaşantısından yorulan insanların doğal yaşam özlemi duydukları gözlemlenmektedir. Bunun sonucunda kırsal alanlara yönelik turizm faaliyetlerine ilgi giderek artmaktadır. Van'ın Başkale ilçesi doğal, tarihi ve kültürel değerleri ile kırsal turizm için elverişli koşullara sahiptir. Kırsal turizm için önemli bir unsuru, Başkale köylerinde yer alan ve yörenin özgün karakterlerini belirgin bir şekilde taşıyan konutlar oluşturmaktadır. Bölgede kolay bulunan ve doğaya en az atık bırakan kerpiç, taş ve ahşap gibi ekolojik yapı malzemesi kullanılarak yapılan bu konutlar, yörenin kırsal turizme kazandırılması amacıyla, kullanıma uygun özelliktedir.

Bu çalışmada, Başkale'nin avantajları ön plana çıkarılarak, kırsal turizm için tanıtımına önayak olması ve bu sayede yerel mimarinin özgünlüğüyle korunması, aynı zamanda yöre insanına ekonomik gelir sağlaması amaçlanmaktadır. Çalışmanın amacına uygun olarak, Başkale köy konutlarının özelliklerinin ve yansımalarının çoğunun görüldüğü, YUKARI KÜME köyündeki nitelikli büyük konut detaylı olarak araştırılmış, köy konutlarının kırsal turizm açısından değerlendirilmesi için bir proje hazırlanmıştır.

Çalışmanın yöntemi olarak, öncelikle literatür araştırması yapılmış, ardından ilgili köye gidilerek alanda konutun ölçüm ve fotoğraflarla tespitleri belgelenmiştir. Alınan veriler Rölöve çizimlerine dönüştürülmüştür. Daha sonraki süreçte, çizimler turizm için işlev verme açısından projelendirilmiştir. Böylece kentten uzak ve turistlerin gereksinimlerini karşılamakta dezavantajı bulunan kırsalda, bu duruma çözüm önerisi geliştirilmiştir. Konutlara cazip ve yeni işlevsel niteliklerin kazandırılması ile yerel konutların kırsal turizme katma değer olarak eklenmesi düşünülmektedir. Çalışma sonucunda, Başkale ilçesinin kırsal turizme kazandırılması için tanıtıcı misyon üstlenmesi ve kırsal mimarinin teşvikine katkı sağlanması hedeflenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kırsal Turizm, Yerel Konut, Başkale, Van

## **EVALUATION OF BASKALE VILLAGES RESIDENCES IN TERMS OF RURAL TOURISM**

### **Abstract**

With globalization, especially in industrialized countries, it is observed that people who are tired of crowded city life longing for natural life. As a result, interest in tourism activities in rural areas is increasing. Başkale district of Van has natural, historical and cultural values and favorable conditions for rural tourism. An important element for rural tourism is the residences located in Başkale villages, which have distinctive characteristics of the region. These residences, which are easily found in the region and made of ecological building materials such



as mudbrick, stone and wood, which leave the least waste to nature, are suitable for use in order to bring the region into rural tourism.

In this study, it is aimed to bring Başkale's advantages to the forefront and promote it for rural tourism and thus protect the local architecture with its originality and at the same time provide economic income to the local people. In accordance with the aim of the study, the large housing in YUKARI KÜME village, where most of the properties and reflections of Başkale village houses were seen, was investigated in detail and a project was prepared for the evaluation of village houses in terms of rural tourism.

As a method of the study, firstly literature research was done and then the village was visited and the measurements and photographs of the house were documented. The received data has been converted to the survey drawings. In the following process, the drawings were designed to function for tourism. Thus, in rural areas, which are far from the city and have the disadvantage of meeting the needs of tourists, a solution proposal has been developed. It is envisaged that local housing will be added as an added value to rural tourism by providing the houses with attractive and new functional qualities. As a result of this study, it is aimed to contribute to the promotion of rural architecture and to undertake an introductory mission in order to bring Başkale district to rural tourism.

**Keywords:** Rural Tourism, Local Housing, Baskale, Van

## SAFRANBOLU UNESCO DÜNYA MİRAS ALANINDA ERİŞİLEBİLİR TURİZM İÇİN ALTERNATİF ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

**Dr. Öğr. Üyesi Çiğdem BOGENÇ**

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi  
cigdem.bogenc@erdogan.edu.tr

**Doç. Dr. Banu BEKÇİ**

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

### Özet

Safranbolu UNESCO Dünya Miras Alanında Erişilebilir Turizm İçin Alternatif Çözüm Önerileri 21. yüzyılın ilk insan hakları belgesi olarak kabul edilen engelli hakları Sözleşmenin 9'uncu maddesinde yer alan engelli bireylerin hem erişilebilirlik hakkı hem de 30. Maddedeki kültürel yaşama katılım maddelerini referans alarak engelli bireylerin erişim olanaklarını iyileştirmeye odaklanmıştır. Bahsedilen sözleşmeyi imzalayan tüm taraf devletler engelli bireylerin yaşamlarını tek başlarına idame ettirmelerini ve hayatın tüm alanlarında aktif bir şekilde rol almalarını sağlamakla yükümlüdürler.

Evrensel tasarım engelli bireylerin turizm, kültürel yaşama katılım, dinlenme ve boş zaman aktivitelerine erişim için her türlü fiziki çevrede rahatça hareket edebilmelerini sağlayan temel unsurdur. Bu bağlamda tasarımcılara önemli görevler düşmekte olup doğal ve kültürel turizm alanlarına erişimin sağlanması ve mekan titizlikle tasarlanması gerekmektedir. Bu nedenle engelli bireylerin haklarını gözeten evrensel tasarım kriterleri mekan tasarımlarında dikkatle irdelenmelidir.

Bu çalışmanın örneklem alanı olarak seçilen UNESCO dünya miras kenti Safranbolu ülkemizin önemli kültürel miras alanlarından biri olup yaya ulaşım aksları erişilebilirlik açısından irdelenerek tarihi çevrelere yönelik tasarım önerileri geliştirilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Safranbolu, Unesco, Erişilebilirlik, Turizm, Tarihi Çevre

## ALTERNATIVE SOLUTIONS FOR ACCESSIBLE TOURISM IN SAFRANBOLU UNESCO WORLD HERITAGE SITE

### Abstract

Disability rights, which are accepted as the first human rights document of the 21st century, are focused on improving the accessibility of people with disabilities by referring to both the right of accessibility of individuals with disabilities in Article 9 of the Convention and the articles of participation in cultural life in Article 30. All contracting states that have signed the agreement are obliged to ensure that persons with disabilities are able to maintain their lives on their own and to take an active part in all areas of life. Universal design is the basic element that enables people with disabilities to move freely in any physical environment to participate in tourism, cultural life, recreation, and leisure activities. In this context, the designers have important duties and the access to natural and cultural tourism areas and the space requires meticulous design. For this reason, universal design criteria that respect the rights of people with disabilities should be carefully examined in space designs.

Safranbolu, the UNESCO world heritage city chosen as the sampling area of this study, is one of the important cultural heritage areas of our country. Pedestrian transportation axes will be examined in terms of accessibility and design proposals will be developed for historical environments.

**Keywords:** Safranbolu, Accessibility, Tourism, Historical Environment

## HAKKÂRİ EL YAPIMI AYAKKABILARI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

**Dr. Öğr. Üyesi Hasan BUĞRUL**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
hbugrul@yyu.edu.tr

### Özet

Hakkâri, daha farklı sebepler yanında coğrafi yapısının bir sonucu olarak da dış dünya ile olan irtibatı çok sınırlı olmuştur. Bunun sonucu olarak da doğal dokusu pek fazla tahrip olmadan günümüze kadar gelmiştir. Bu bağlamda geçmişte yöre halkının sosyal yaşamında kullandığı pek çok unsurla karşılaşmak mümkündür. Bu unsurlar arasında farklı amaçlarla giyilen ayakkabıları sayabiliriz. 1970'li yıllara kadar Hakkâri ve yöresinde «leken» denilen kar ayakkabısının yanı sıra üç çeşit ayakkabı görülmektedir. Bunlardan birincisi, tamamen keçi kılı ipliğin yapılan «reşik»; ikincisi, tabanı araba lastiğinden ve diğer kısımları keçi kılı ipliğinden yapılan «lastik»; üçüncüsü ise dana veya manda derisinden yapılan «kalik» denilen ayakkabıdır. Bu üç ayakkabı çeşidi malzeme ve kalite bakımından farklılık gösterirler. Geçmişte bunların her bir çeşidi farklı statüdeki insanlar tarafından giyilirdi. Günümüzdeki gibi geçmişte isteyen dilediği kalitede ve biçimde ayakkabı giyemezdi. Kişisel mal varlığı yanında kişinin statüsü de bunda önemli bir etmen idi. Bu çalışmada; Hakkâri ve çevresinde geleneksel yöntemlerle yapılan ayakkabıları ele alarak yörenin kültür ve sanatının tanıtımında ve bu alanda yapılacak bilimsel çalışmalara katkı sağlanması amaçlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Hakkâri, Geleneksel Ayakkabı, Reşik, Lastik, Kalik

## A STUDY ON HANDMADE SHOES OF HAKKARI

### Abstract

Hakkari has had very limited contact with the outside world as a result of its geographical structure besides the other reasons. As a result of this, its natural texture has survived to the present day without much destruction. In this context, it is possible to encounter many elements that the local people used in their social life in the past. Among these elements we can also rate shoes worn for different purposes. Until the 1970s, except snow shoes called «leken», three types of shoes can be seen. The first of these is the one made of goat hair yarn called «reşik»; the second is called «lastik», whose sole is rubber and other parts have knitting made of goat hair yarn; the third is a shoe called «kalik» made of calf or buffalo leather. These three types of shoes differ in material and quality. In the past, each of them was worn by people of different status. In the past, anyone could not wear shoes of the desired quality and form. Besides the personal assets, the status of the person was an important factor in this.

In Hakkari, Van and Bitlis provinces, by adding different materials as well, shoes with similar designs are still produced. Besides being worn by folklore groups, their models are kept as ornaments in the most important corners of houses, workplaces and different businesses and they are marketed to tourists as souvenirs. Thus, they constitute an important resource for tourism as a cultural element. In this study; by considering the traditional methods of shoes making in Hakkâri and its surrounding, we aim to contribute to the promotion of the culture and art of the region and scientific studies in this field.

**Keywords:** Hakkari, Traditional, Shoe, Culture, Tourism

## **KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE BOŞ ZAMANLAR DEĞERLENDİRİLMESİNDE KÜLTÜREL MİRASIN ÖNEMİ**

**Fidan VELİZADE**

Azerbaijan Tourism and Management University  
vlzdfdnrhl@gmail.com

### **Özet**

Zaman öne doğru ilerlerken geçmişin izlerini daim kendisi ile taşıyor. Bu yolculukta bazı engeller tarihin yapısını kendinde bulunduran eşsiz sanat eserlerini yok ederek tarih sahnesinden siliyor. Fakat günümüze ulaşmayı başarmış tarihsel yapılar bizlerin, tüm dünya halklarının kültürel mirasını artırmakta. Bizler bu mirasın taşıyıcıları, koruyucularıyık. Ülkesinden asılı olmayarak tüm insanlar dünyanın eşsiz incileri olan bu sanatsal, muhteşem yapıları korumalı, bizlerden sonra gelecek nesiller için muhafaza etmelidir.

Kültürel miraslar tüm halkların kendilerini dünyaya tanıtma bilmesinde önemli yere sahip bir araçtır. Bunu turizm vasıtası ile başarmak mümkündür. Günümüzde turizm yüksek hızla öne doğru ilerlerken bizlerin amacı turizmden faydalanan çevrelerin kültürel mirasları daha yakından tanımalarına vasıtacı olabilmektir.

Zaman internet ve teknoloji asrı olarak kayda geçmiş durumda. Tüm alanlarda bu konuda hızlı değişim gözler önünde oğleyse neden turizm bu sırada olmasın?! Kitle iletişim araçları ve reklam bu gün hayatımızın büyük bir kısmını kaplamakta. Reklam doğru zamanda ve doğru yerde yapıldıkda doğru sonuca hızlı ulaşmak mümkün. Tanıtım reklamları turizm sektörünü büyük hedeflere ulaştırma bilecek nitelikde. Günümüzün insanların çoğu boş zamanlarında seyahet yapmayı tercih ediyor. "Boş zamanlar" kültürel mirasların tanıtılması bakımından daha geniş şekilde değerlendirilmelidir.

Kültürel miraslar tüm ülkelerin turizmine katkı sağladığı için bu gün dünyanın tüm kısımlarında turizmin değişik alanları olmak üzere yeni yapılandırmalar yapılmakta, bunun yanı sıra bu kültürel mirasların korunmasına daha çok dikkat edilmektedir.

Tüm bu yapılan işler, birçok açıdan değerlendirilebilir:

1. Ülkenin tarihi, medeni, dini medeniyetini tanıtmaya muvaffak olmak
2. Turizmin kültürel miras sayesinde gelişimi
3. Turistlerin ülkeye gelişi ile ekonomide ırelileme kaydedilmesi.
4. Yetişmekte olan neslin kültürel mirası tanınması ve bu mirasın gelecek nesillere ulaşmasına vasıtacı olmak.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel Miras, Boş Zamanların Değerlendirilmesi, Kitle İletişim Araçları

## **THE IMPORTANCE OF CULTURAL HERITAGE IN MASS MEDIA AND LEISURE ACTIVITIES**

### **Abstract**

As time moves forward, it always carries the traces of the past with itself. In this journey, some obstacles erase the unique artwork that holds the structure of history and erase it from the stage of history. But the historical structures that have survived to the present day increase our cultural heritage of all the peoples of the world. We are the bearers of this heritage, and protectors. Without depending on citizenship, all people must preserve these artistic,

magnificent structures, which are unique pearls of the world, and preserve them for generations to come after us.

Cultural heritage is an important tool for all peoples to know themselves to the world. It is possible to achieve this through tourism. Nowadays, while tourism is moving forward with high speed, our aim is to help the tourism beneficiaries to get to know cultural heritage more closely.

When the internet and technology is recording over a century. Mass media and advertising cover a large part of our lives these days. When the advertisement is made at the right time and in the right place, it is possible to reach the right result quickly. It can reach the big targets of tourism sector, if promotional advertisements are carried out in right place and right time. Most of today's people prefer to travel in their spare time. "Leisure time" should be spent more broadly in terms of the promotion of cultural heritage.

Since cultural heritages contribute to the tourism of all countries, new structuring is being made in different parts of the world and more attention is paid to the protection of these cultural heritage.

All these things can be evaluated in many ways:

1. Introducing the country's history, civilization and religious civilization
2. The development of tourism through cultural heritage
3. Increasing the economy with the arrival of the tourists.
4. Recognizing the cultural heritage of the growing generation and to mediate this heritage to reach future generations.

**Keywords:** Cultural Heritage, Leisure Time Evaluation, Mass Media

## **GÖKÇEADA ÖRNEĞİNDE KÜLTÜREL PEYZAJIN KORUNMASI AÇISINDAN SAKİN ŞEHİR HAREKETİNİN ÖNEMİ**

**Erman ÖZDEMİR**

Mimar Sinan Üniversitesi  
ermanozdemir.8@hotmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Çiğdem KAPTAN AYHAN**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
cigdemayhan@yahoo.com

### **Özet**

İtalya'da 1999 yılında ortaya çıkan Sakin Şehir (Cittaslow) Hareketi, dünyanın pek çok farklı coğrafyasında kabul görmüş ve bir koruma politikası olarak benimsenmiştir. Bu hareketin felsefesi; özgün olmayan, iletişimden yoksun ve sadece tüketime odaklı bir yaşamı reddetmek üzerine kurulmuştur. İnsanları sahip oldukları özgün ve geleneksel yaşam alışkanlıklarını modern bir yaklaşımla sürdürmeye davet eder. Geçmişten gelen ve koruma değeri olan tüm doğal ve kültürel öğeleri kapsayıcı politikalar içerir. Yerel üretimi özellikle teşvik eder. Böylece büyük kentlere göç ve yerel kimliklerin kaybolması gibi sorunlara çözümler sunar.

Çalışma alanı olarak seçilen ve Türkiye'nin en büyük adası olan Gökçeada, Ege Denizi'nin kuzeydoğusunda yer almaktadır. Önemli doğal peyzaj özelliklerinin yanı sıra, dikkat çekici bir kültürel zenginliği de sahiptir. Ayrıca Gökçeada, Türkiye'nin su kaynakları açısından en zengin adasıdır. Adada, tamamı koruma altında olan beş adet Rum Köyü özellikle geleneksel mimari örnekleri açısından büyük önem taşımaktadır. Ayrıca geleneksel yöntemlerle elde edilen yöresel ürünler de (şarap, zeytinyağı) adanın korunması gereken diğer kültürel öğeleridir. Gökçeada, uluslararası sakin şehir ağına 2011 yılında dahil olmuştur. Bu ağın ilk ve tek adasıdır. Bu çalışmada; sakin şehir hareketinin, kültürel peyzaj özelliklerinin sürdürülebilirliğine katkısı Gökçeada örneğinde araştırılmıştır. Bu amaçla, sakin şehir manifestosunda yer alan konuyla ilgili kriterler irdelenmiştir. Yerinde yapılan gözlem ve incelemelerle, sakin şehir ilanı ve sonrasındaki süreçte kültürel peyzajların korunmasına yönelik yapılan çalışmaların yeterlilikleri ele alınmıştır. Çalışma sonunda; sakin şehir unvanının Gökçeada'da istenen ölçüde etkili olmadığı saptanmıştır. Ek olarak, adada hızla gelişen turizm hareketlerinin kültürel peyzaj öğeleri üzerindeki yıkıcı etkilerini en aza indirgeyebilmek adına, sakin şehir yaklaşımı çerçevesinde çeşitli öneriler getirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sakin Şehir Hareketi, Kültürel Peyzaj, Koruma, Gökçeada, Çanakkale

## **THE IMPORTANCE OF THE SLOW CITY MOVEMENT FOR THE CONSERVATION OF CULTURAL LANDSCAPE IN GÖKÇEADA SAMPLE**

### **Abstract**

The Movement of Cittaslow was born in Italy in 1999 and it has been adopted as a conservation policy by many different countries of the world. The philosophy of this movement; is based on rejecting a life that is not original, devoid of communication and focuses only on consumption. It invites people to maintain their original and traditional life habits with a modern approach. It involves inclusive policies, for all natural and cultural elements from the past that have

conservation value. It particularly encourages local production. Thus, it provides solutions to problems such as migration to big cities and the loss of local identities.

Gökçeada, which is selected as a study area is Turkey's largest island and, it is located in the northeastern of the Aegean Sea. In addition to important natural landscape features, it also has a remarkable cultural richness. Also, Gokceada is the richest island in terms of water resources in Turkey. Five Anatolian Greek villages, all of which are under protection, have great importance especially in terms of traditional architectural examples. In addition, local products (wine, olive oil) produced by traditional methods are the other cultural elements of the island that should be protected. Gökçeada was joined in the international slow city network in 2011. It is the first and only island in the network.

In this study, the contribution of the slow city movement to the sustainability of cultural landscape features was investigated in the case of Gökçeada. For this purpose, the relevant criteria in the slow city manifesto were examined. With the observations and investigations carried out in-situ, the proficiency of the projects or activities on conservation of cultural landscapes, from achieving the status of the slow city to today were discussed. At the end of the study; it was found that the title of the slow city was not as effective as expected in Gökçeada. In addition, in order to minimize the destructive effects of the rapidly developing tourism activities on the cultural landscape elements, various suggestions have been made within the framework of the slow city approach.

**Keywords:** The Movement of Cittaslow, Cultural Landscape, Conservation, Gökçeada, Çanakkale



## TURİSTİK KONAKLAMADA ALTERNATİF BİR YÖNTEM-EV PANSİYONCULUĞU VE GELENEKSEL ARTVİN EVLERİNDE UYGULANABİLİRLİĞİ\*

**Doç. Dr. Fatih ORHAN**

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi  
forhan@erzincan.edu.tr

**Prof. Dr. Serhat ZAMAN**

Uludağ Üniversitesi  
serhatzaman@uludag.edu.tr

**Doç. Dr. Ahmet ÇAVUŞ**

Atatürk Üniversitesi  
ahmetcavus@atauni.edu.tr

### Özet

Konaklama, turizmin en önemli ayaklarından birini oluşturmaktadır. Özellikle bir turistik bölgenin yabancı ülkelerden veya uzak mesafelerden turist çekebilmesinin en önemli ön şartları arasında yer alır. Bu kapsamda turistik destinasyonlarda konaklama hizmetlerinin iyileştirilmesine büyük önem verilir. Turistik konaklamada otel, motel gibi klasik konaklama hizmetleri en yaygın olanlarıdır. Ancak bunlar için büyük yatırımlara ihtiyaç olup, hem önemli oranda sermaye gerektirir hem de çevresel etkilerinin boyutları geniş olur. Özellikle kırsal turizm gelişim bölgelerinde bu tür konaklama tesislerinin çevre ile uyumlu olmadığı ve yahut da bölgenin turist çeken doğal yapısını bozucu etkilerinin ortaya çıktığı birçok uygulamada görülmüştür. Bu kapsamda bu tür bölgelerde çevresel etkileri minimum düzeyde kalacak, yörenin doğal ve kültürel yapısıyla çelişmeyecek alternatif konaklama hizmetlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu amaca hizmet edebilecek konaklama hizmetlerinin başında da ev pansiyonculuğu gelmektedir. Ev pansiyonculuğu, uygun koşullara sahip evlerin tamamının ya da bir veya birkaç odasının gelen ziyaretçilerin konaklaması için kullanılması hizmetidir. Bu yöntem, gerek dünyada ve gerekse ülkemizdeki birçok kırsal turizm bölgesinde başarıyla uygulanmış ve uygulanmaktadır. Ev pansiyonculuğu öncelikle yerel halkın gelir seviyelerinde iyileşmeye neden olacak ve kırsal alanlarda hayat şartlarının düzelmesine vesile olacaktır. Ayrıca gelen turistler de doğa ile baş başa, şehrin yoğun ve stresli hayatından uzak bir tatil geçirme fırsatı bulacaklardır. Bununla birlikte ev pansiyonculuğunun kültürel birikimin korunmasına da birçok faydası bulunmaktadır. Nitekim turistlere hizmet verecek bir geleneksel meskenin belli onarım ve tadilatın geçmesi önemsendiği gibi, koruma bilinci de yöre ailelerinde gelişecektir. Artvin ili geleneksel meskenleri, ilin muhtelif alanlarında halen varlığını koruyabilmiştir. Ancak birçoğu kullanılmamalarının verdiği yıpranma ile önemli oranda zarar görmüştür. Artvin ili kırsal alanlarının turistik potansiyeli yüksek olduğu gibi bu evlerin ev pansiyonculuğu kapsamında kullanılma potansiyelleri de oldukça yüksektir. Bu kapsamda bu potansiyelin değerlendirilmesi ve ildeki belli kırsal alanların rasyonel planlamalar ile kırsal turizme kazandırılması uygun olacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Konaklama, Ev Pansiyonculuğu, Artvin, Geleneksel Mesken

\*Bu çalışma, Tübitak tarafından desteklenen proje (Proje No: 118K358) kapsamında gerçekleştirilmiştir.

## AN ALTERNATIVE METHOD FOR TOURISTIC ACCOMMODATION-HOME PENSION AND APPLICABILITY IN TRADITIONAL ARTVIN HOUSES

### Abstract

Accommodation is one of the most important pillars of tourism. Particularly, it is one of the most important prerequisites for a tourist region to attract tourists from foreign countries or distances. In this context, great importance is given to the improvement of accommodation services in tourist destinations. Classic accommodation services such as hotels and motels are the most common ones in tourist accommodation. However, there is a need for large investments, which require significant capital and the extent of their environmental impact. Especially in rural tourism development regions, it has been seen in many applications that such accommodation facilities are not compatible with the environment or the effects of disturbing the natural structure of the region attracting tourists. In this context, alternative accommodation services are needed in such regions where environmental impacts will be kept to a minimum and will not conflict with the natural and cultural structure of the region. One of the leading accommodation services that can serve this purpose is home pension. Home boarding is the service of using all or one or more rooms of suitable houses to accommodate the visitors. This method has been successfully applied both in the world and in many rural tourism regions in our country. Home boarding will primarily lead to improvements in local people's income levels and will lead to improved living conditions in rural areas. In addition, tourists will have the opportunity to spend a holiday away from the busy and stressful life of the city. However, home pension has many benefits for the preservation of cultural accumulation. As a matter of fact, it is important that a traditional residence to serve tourists undergo certain repairs and renovations, and the awareness of protection will develop in the local families. The traditional dwellings of the province of Artvin still exist in various areas of the province. However, many of them suffered a significant amount of wear due to their non-use. The rural areas of Artvin have a high touristic potential and the potential of these houses to be used within the scope of home boarding is quite high. In this context, it would be appropriate to evaluate this potential and to bring certain rural areas in the province to rural tourism through rational planning.

**Keywords:** Tourism, Accommodation, House Pension, Artvin, Traditional Dwelling

## THE PROS AND CONS OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES: APPLICATIONS FROM THE HOTEL INDUSTRY

**Dr. Öğr. Üyesi Gözdegül BAŞER**

Antalya Bilim Üniversitesi  
gozdegul.baser@antalya.edu.tr

### Abstract

Tourism is being expected to show a sustained growth and the number of international arrivals is expected to be 1.8 billion by 2030 (UNWTO, 2019). Considering that tourism is a multidimensional service system covering different actors and organizations, tourism marketing is one of the vital tools to take share of this growing market. Digital marketing strategies in tourism has been developing and applied by different actors in the sector. In addition, tourism industry is one of the first service industries to adapt and use information and communication technologies (ICT) for promoting its services (Sadr, 2013). Increasingly it is evident that high-tech tourists and regions or enterprises meet in an electronic marketplace and communicate directly through electronic channels, eliminating the need for spatial concentration of production and distribution (Minghetti and Buhalis, 2010). However, tourism is not a clear-cut sector but an all-embracing and pervasive domain of service and industrial activities (Wahab and Cooper, 2001, p.5). Hotel industry tries to follow the latest technology and tries to adapt to the new trends. This paper aims to propose digital marketing strategies in tourism and discuss the advantages and disadvantages of these strategies. The research method is qualitative. Semi-structured interviews are done with marketing managers from 5 star hotels in Antalya. The findings point out that digital marketing has been being mostly used for “display advertising”, “pay per click” and “social media marketing”. The pros and cons of every application is shown. Better management of data, more automation and use of artificial intelligence and Internet of Things technologies may lead to better strategies in the future. UNESCO and WTO have certainly indicated that countries need to respond to new tourists’ demands and this response can be achieved by using innovative techniques offered by digitalization or new technology (Da Costa Liberato et al., 2018). The pros and cons of digital marketing strategies point out the necessary actions and applications that may be followed.

**Keywords:** Digital Marketing, Strategy, Tourism

### References:

- Da Costa Liberato, P. M., Alén-González, E., & de Azevedo Liberato, D. F. V. (2018). Digital Technology in a Smart Tourist Destination: The Case of Porto. *Journal of Urban Technology*, 25(1), 75–97.
- Minghetti, V., & Buhalis, D. (2010). Digital divide in tourism. *Journal of Travel Research*, 49(3), 267-281.
- Sadr, S. M. H. (2013). The role of ICT in tourism industry on economic growth: case study of Iran. *European Journal of Business and Management*, 5(17), 159–165.
- UNWTO (2019), International Tourism Results 2018 and Outlook 2019, <http://cf.cdn.unwto.org> (13.06.2019).
- Wahab, S., & Cooper, C. (2005). *Tourism in the Age of Globalisation*. (C. Cooper & S. Wahab, Eds.). Routledge.

## TURİST PROFİLİNİN DEĞİŞİMİNDE GÖRSEL VE DİJİTAL MEDYA FAKTÖRÜ: İSTANBUL ÖRNEĞİ

**Arş. Gör. Gökhan UŞMA**

Adana Alparslan Türkeş Bilim Ve Teknoloji Üniversitesi  
gusma@atu.edu.tr

### Özet

Turizm sektörü ülke ekonomisinde milli gelire olumlu etkisi, istihdam açısından doğrudan dolaylı ve uyarılmış etki yaratması, dış ödemeler dengesindeki pozitif etkisi ile katkıda bulunan bir sektördür. Türkiye'yi turizmde destinasyon olarak belirleyen en önemli ülkeler başta Rusya olmak üzere Almanya, İngiltere gibi Avrupa'nın önemli ülkeleridir. Ayrıca son yıllarda turizm potansiyeli yüksek coğrafi alan olarak Ortadoğu ülkeleri tarafından Türkiye turizm destinasyonu olarak tercih edilmektedir. İstanbul bu oranda en büyük paya sahip destinasyon olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmayla, Türkiye'nin turizmde önemli destinasyonlardan biri olan İstanbul'a gelen uluslararası turist profillerinin incelenmesi, turist profilinin değişiminde görsel ve dijital medyanın etkilerinin irdelenmesi ve destinasyon imajı bağlamında ele alınması amaçlanmıştır. Çalışma yöntemi olarak konu hakkındaki istatistiklere ulaşılmış, görsel ve dijital medya üzerinden yürütülen çalışmalar tespit edilmiş, Ortadoğulu turistler ile gerçekleştirilmiş röportajlar edinilmiştir. Elde edilen veriler neticesinde görsel ve dijital medyanın İstanbul'un turist profili değişimindeki ve destinasyon imajı üzerindeki etkisi tartışılmıştır. Bu bağlamda, son yıllarda Ortadoğu'da televizyon kanallarında ve internet üzerinden (netflix, youtube vd.) yayınlanan Türk dizilerinin, Ortadoğu coğrafyasında yaşayanlarla doğrudan ve daha samimi iletişim kurulabilmesi amacıyla görsel ve dijital medya kanalları üzerinden o ülkenin dilinde yerleştirilmiş içerik paylaşımlarının ve farklı turizm çeşitlerinde görsel ve dijital medyanın kullanılmasının Ortadoğu'dan İstanbul'a gelen turist sayısının artmasındaki ve dolayısı ile İstanbul'un turist profili değişimindeki görsel ve dijital medya etkileri olduğu görülmektedir. Destinasyon imajı bağlamında, kentin yerel özelliklerini kaybetmesi ve belirli bir profile hitap etmeye başlaması, turist profilinde çeşitliliğin azalmasına öte yandan yerel halk ile yer arasındaki bağlantının da zayıflamasına sebep olmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Profili Değişimi, İstanbul, Görsel Medya, Dijital Medya, Destinasyon İmajı

## VISUAL AND DIGITAL MEDIA FACTOR IN THE CHANGE OF TOURIST PROFILE: THE CASE OF ISTANBUL

### Abstract

The tourism sector contributes to the national economy with its positive impact on national income, direct, indirect and stimulated effect on employment, and positive effect on the balance of international payments. The most important countries that determine Turkey as a tourism destination are particularly Russia, Germany and the UK which are the major European countries. In addition, a high tourism potential in recent years by geographical area Middle Eastern countries are preferred Turkey as a tourism destination. Istanbul is the destination with the largest share in this ratio. In this study, the aim is to investigate the international tourist profile coming to Istanbul, which is one of the most important tourism destinations in Turkey and to evaluate the effects of visual and digital media on the change of the tourist profile. As

the method of the study, statistical data were reached on the subject, studies / policies conducted on visual and digital media were determined and interviews that conducted with Middle Eastern tourists obtained. As a result of the data obtained, the effect of visual and digital media on the change of tourist profile of Istanbul and the destination image was discussed. In the context of Visual and Digital Media, the one of the factors in increasing the number of tourists coming from the Middle East to Istanbul is the Turkish series broadcasted on television channels and the Internet (netflix, youtube et al.). On the other hand, sharing localized contents in the language of that country through visual and digital media channels in order to establish direct and more intimate communication with the people living in the Middle East and the use of visual and digital media in different tourism types are among the effects of visual and digital media. It shows that They all are the effects of visual and digital media on change of Istanbul's tourist profile. In the context of the destination image, the loss of local features of the city and the addressing to a specific profile, causes a decrease in the diversity of the tourist profile, but also weakens the connection between the locals and the place.

**Keywords:** Change of Tourist Profile, Istanbul, Visual Media, Digital Media, Destination Image

## **GÖRSEL VE DİJİTAL MEDYA FAKTÖRÜYLE DEĞİŞEN TURİST PROFİLİNİN SOSYAL VE FİZİKSEL ÇEVREYE ETKİSİ: İSTİKLAL CADDESİ ÖRNEĞİ**

**Arş. Gör. Gökhan UŞMA**

Adana Alparslan Türkeş Bilim Ve Teknoloji Üniversitesi  
gusma@atu.edu.tr

**Dr. Öğr. Üyesi Selin YILDIZ**

Yıldız Teknik Üniversitesi  
selinydz@gmail.com

### **Özet**

İstanbul gerek günümüzde gerekse de ülke turizminin tarihi içerisinde çok önemli bir yere sahiptir. 1888'de, dünyaca ünlü Orient Express'in Paris-İstanbul seferlerine başlamasıyla birlikte Orient Express yolcularının alışkın oldukları yüksek standartları sağlayabilecek nitelikte bir otele gereksinim duyulması ve böylelikle İstanbul'a gelen yabancı turistleri ağırlamak amacıyla 1892'de Pera Palas Otel'i'nin açılmasından bu yana; İstanbul Avrupa'nın en çok ziyaret edilen üçüncü, dünyada en çok ziyaret edilen ilk on destinasyonu arasında yer alan bir küresel turizm merkezi haline gelmiştir. Bu çalışmayla, Türkiye'nin turizmde önemli destinasyonlardan biri olan İstanbul'a gelen uluslararası turist profillerinin incelenmesi, turist profilinin değişiminde önemli bir etkiye sahip olan görsel ve dijital medya bağlamında, turist profilindeki bu değişimin fiziksel ve sosyal çevre üzerindeki etkilerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında İstanbul'un en çok ziyaret edilen yerlerinden biri olan İstiklal Caddesi ele alınmıştır. Konu ile ilgili tanımlamalara ulaşmak ve turizm sektöründeki istatistiksel verilere ulaşmak için öncelikle literatür taraması yapılmış, alan çalışması sürecinde de turist profilinin etkisiyle gelişen durumların tespiti için fotoğraf ile belgeleme sağlanmıştır. İstanbul'un tarihi ilçelerinden Beyoğlu'nda bulunan ve turizm açısından önemli merkezlerinden biri olan İstiklal Caddesi, son yıllarda büyük değişimler geçirmektedir. Son dönemde Avrupalı ağırlıklı turist profilinin Ortadoğulu ağırlıklı bir kitleye dönüşmesiyle birlikte; alışveriş eğiliminden sanata, konaklamadan mimariye birçok alanda caddenin değişimler geçirdiği görülmektedir. Çalışma kapsamında bu noktalar detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Değişen Turist Profili, İstanbul, İstiklal Caddesi, Sosyal Çevre, Fiziksel Çevre

## **THE EFFECT OF TOURIST PROFILE CHANGING WITH VISUAL AND DIGITAL MEDIA FACTOR ON SOCIAL AND PHYSICAL ENVIRONMENT: THE CASE OF İSTİKLAL STREET**

### **Abstract**

Istanbul has an important place both at the present time and in the history of tourism of our country. With the launch of Paris-Istanbul services of the world-famous Orient Express in 1888, a hotel capable of meeting the high standards that Orient Express passengers are accustomed to was needed. Thus, since the opening of the Pera Palace Hotel in 1892 in order to host foreign tourists coming to Istanbul; it has become a global tourism place which is the third most visited in Europe and one of the top ten most visited destinations in the world. The aim of this study is to investigate the international tourist profile of Istanbul, that is one of the most important destinations in Turkey's tourism, and to reveal the effects of this change in tourist

profile on the physical and social environment in the context of visual and digital media which have a significant effect on the change of tourist profile. Within the scope of the study, one of the most visited places of Istanbul, Istiklal Street is discussed. In order to reach the definitions and to reach statistical data in the tourism sector, firstly literature review has been done and photographic documentation has been provided for the determination of the conditions developed by the tourist profile. Istiklal Street, which is one of the most important tourism centers, is located in Beyoglu historical district of Istanbul and has been undergoing major changes in recent years. With the recent transformation of the European dominantly tourist profile into a Middle Eastern-dominated tourist profile, from the trend of shopping to art, from accommodation to architecture, it is seen that the street undergoes changes in many areas. Within the scope of this study, these points are discussed in detail.

**Keywords:** Changing Tourist Profile, Istanbul, Istiklal Street, Social Environment, Physical Environment

## **GÖNÜLLÜ TURİZMİNDE SAĞLIK BAKIM HİZMETLERİ: TIP ETİĞİ PERSPEKTİFİNDEN BİR DEĞERLENDİRME**

**Arş. Gör. Özlem BİLDİK**

Bezmalem Vakıf Üniversitesi  
ozlemsbildik@gmail.com

### **Özet**

Bir alternatif turizm türü olarak gönüllü turizmine (voluntourism) olan ilgi son yıllarda dünya çapında oldukça artmış durumdadır. Özellikle az gelişmiş ülkelere ve düşük gelirli topluluklara yönelik faaliyetleri içeren gönüllü turizmi kapsamında sağlık bakım hizmetleri de yer almaktadır. Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşları bünyesinde ve profesyonel sağlık çalışanları tarafından yapılan gönüllü sağlık bakım hizmetleri hariç tutulacak olursa bu alandaki faaliyetler gönüllü turizmi sektöründe faaliyet gösteren kar amaçlı şirketler tarafından gerçekleştirilmekte ve sağlık profesyonelleri dışındaki kişiler de bu faaliyetlerde gönüllü olabilmektedir. Gönüllülük programlarının hassas ve karmaşık yapısı, özellikle tıbbi gönüllülük söz konusu olduğunda daha da belirgin hale gelmektedir. Bu nedenle, bu faaliyetlere yönelik pek çok açıdan etik sorgulamalar yöneltilmektedir. Gelişmiş ülkelerde, modern tıp etiğinin önemli ve yerleşik kavramları haline gelmiş olan kanıta dayalı uygulama, özerklik ve rıza gibi pek çok kavramın, gelişmekte olan pek çok ülkede önem ve öncelik listesinde genellikle yüksek olmadığı bilinmektedir. Bu çalışmada, sözü edilen kavramlar çerçevesinde gönüllü sağlık bakım hizmetlerinin yapısı irdelenecek, tıp etiği perspektifinden farklı bakış açıları getirilen eleştiriler çerçevesinde mevcut durumun tespiti ve ilgili çözüm önerileri ele alınacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Gönüllü Turizmi, Sağlık Bakım Hizmetleri, Tıp Etiği

## **HEALTH CARE SERVICES IN VOLUNTOURISM: AN EVALUATION FROM THE PERSPECTIVE OF MEDICAL ETHICS**

### **Abstract**

The interest in 'volunteer tourism' as a type of alternative tourism has increased considerably in recent years worldwide. There are also health care services within the scope of volunteer tourism, which includes activities especially for less developed countries and low-income communities. Excluding non-profit and non-governmental organizations and voluntary health care services provided by healthcare professionals, activities in this field are carried out by profit-making companies operating in the volunteer tourism sector. Likewise, persons other than healthcare professionals may be volunteer in these activities.

The vulnerable and complex nature of volunteering programs becomes more apparent, especially in the case of medical volunteering. Therefore, ethical questions are directed towards these activities in many respects.

It is a known fact that in developed countries, many concepts such as evidence-based practice, autonomy and consent, which have become important concepts of modern medical ethics, are often not high on the list of importance and priority in developing countries.

In this study, the structure of voluntary health care services will be examined within the framework of the mentioned concepts. The current situation and related solutions will be criticised within the different perspectives of medical ethics.

**Keywords:** Voluntary Tourism, Health Care Services, Medical Ethics



## **VAN GÖLÜ HAVZASINA AİT ENDEMİK BİR TÜR OLAN İNCİ KEFALİ' NİN BÖLGE TURİZMİ AÇISINDAN ÖNEMİ**

**Dr. Öğr. Üyesi Songül ÖZER**

Van Yüzüncü Yil Üniversitesi  
songulduz@yyu.edu.tr

**Ayça Sena ÖNALAN**

Van Yüzüncü Yil Üniversitesi  
aycasena\_@hotmail.com

### **Özet**

Geçmişten günümüze kadar geçen zaman içerisinde gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkeler için büyük önem arz eden turizm sektörü, özellikle gerçekleştiği bölgenin sahip olduğu doğal ve kültürel kaynaklardan ve destinasyonun sahip olduğu çekici unsurlardan önemli ölçüde etkilenmektedir. Bu doğrultuda dünyada sadece Van Gölü kapalı havzasının tuzlu-sodali sularında yaşayabilen inci kefalı balık türü, bölgenin turizm cazibesi açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Geniş bir turizm potansiyeline sahip olan ve içerisinde doğal kültürel bir çok turistik varlık bulunduran bu şehrin önemli çekici unsurları içerisinde yer alan inci kefalı aynı zamanda bölgenin doğal, ekonomik ve kültürel değerlerinden biridir. Bu çalışmanın amacı Van Gölü Havzasına ait endemik bir tür olan inci kefalinin bölgeye kazandırdığı turistik zenginliği ve bölgenin turistik imajı açısından önemine vurgu yapmaktır. Bu kapsamda çalışmada inci kefalı balık türünün dünden bugüne tarihi geçmişi ve Van Gölü Havzasında nasıl yaşam sürdüğü ile ilgili gerekli literatür taraması yapılmıştır. Devamında bölgenin, bu balık türünü turizm açısından nasıl değerlendirdiği, tanımının hangi düzeyde yapıldığı incelenmiştir. Çalışma bölgede var olan turistik varlıkların bölge imajı açısından olumlu yönde kullanılması ve farkındalığının artırılması açısından önem taşımaktadır. Çalışma nitel araştırma yöntemi kullanılarak tasarlanmış veri toplama aracı olarak doküman analizi kullanılmış, ikincil verilerden yararlanılmıştır. Çalışmanın sonucunda bölgeye ait endemik bir tür olan inci kefalinin bölge turizmi açısından önemi ortaya konmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Van Gölü Havzası, İnci Kefali

## **THE IMPORTANCE OF İNCİ KEFALİ, AN ENDEMIC TYPE OF VAN GÖLÜ BASIN FOR REGIONAL TOURISM**

### **Abstract**

The tourism sector, which is of great importance for all developed and developing countries in the past, has been particularly affected by the natural and cultural resources of the region and the attractive elements of the destination. In this respect, the pearl mullet, which can only live in the salty-soda waters of the Van Lake closed basin, has a very important place in terms of tourism attraction of the region. The pearl mullet, which is one of the most attractive elements of this city which has a wide tourism potential and has many natural cultural assets, is also one of the natural, economic and cultural values of the region. The aim of this study is to emphasize the importance of the pearl mullet which is an endemic species of Lake Van Basin in terms of touristic richness and touristic image of the region. In this study, the literature on the past history of pearl mullet fish and how it survived in the Van Lake Basin was investigated. In the following, how the region evaluates this fish species in terms of tourism and the level of its

promotion is examined. The study is important in terms of using the touristic assets existing in the region in terms of regional image in a positive way and raising awareness. Document analysis was used as a data collection tool designed using qualitative research method and secondary data were used. As a result of the study, the importance of pearl mullet, which is an endemic species of the region, in terms of regional tourism has been revealed.

**Keywords:** Tourism, Lake Van Basin, Pearl Mullet

## **SUSTAINABILITY IN HIGHLAND SETTLEMENTS: HIGHLANDS OF KOZAN**

**Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KÖSE**

Afyon Kocatepe Üniversitesi  
mustafakose@aku.edu.tr

**Öğr. Gör. Dr. Hidayet KIŞLALI**

Afyon Kocatepe Üniversitesi  
kislali.hidayet@gmail.com

### **Abstract**

Studies on sustainable tourism have been expanding in the last three decades. Eventhough, it has started with an enviromental conservationview, it is evolving to become a holistic field that considers enviromental, sociocultural and economic aspects of tourism. Second home ownership or summer residence is a phenomenon that should be examined carefully in terms of sustainable tourism development. Thanks to the rapid socio-economic developments since the 1960s, it is possible to observe functional changes in traditional Yaylasettlements in Turkey. Traditionally, Yaylais a Turkish name designating highlands where locals keep livestock, but some of them has become recrational areas hosting summer residences.

Surrounding Çukurova from east to west, the Taurus Mountains offer a cooler environment for the individuals who seek a place to escape from summer heat. Therefore, highlands for recreation purposes intensify in this region day by day. In this study, we aimed to investigate development of second homes on three highlands (Suluhan, Horzum and Çulluuşağı) of Kozan district in the north of Çukurova with a holistic approach. The selected highlands are the most popular summer highlands in summer.

In this study, sustainable tourism is discussed from a holistic perspective. Sustainability has been tried to be evaluated with its social, cultural and economic aspects without being reduced to the conservation of natural resources. Development of second residences in Suluhan, Horzum and Çulluuşağı highlands are explored. Since natural resources have an undeniable importance for sustainable tourism development, environmental, spatial and temporal changes related to the second home ownership in the region are examined with the help of satellite imagery. This study sheds a light on the sustainability of settlements on highlands. The results we have obtained here are considered as starting point to expand our investigation to other aspects of sustainability in the region. This study offers a clearer understanding of the current situation for all stakeholders, such as, local governments, people involved in recreational activities on highlands, and other individuals living in the region.

**Keywords:** Sustainable Tourism, Second Homes, Highlands, Kozan-Adana

## INVESTIGATION OF ARCHITECTURAL BUILDING POTENTIALS IN TOURISM: THE CASE OF ADANA

**Arş. Gör. Buse AÇIK ETİKE**

Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi  
buseacik@atu.edu.tr

### **Abstract**

The phenomenon of alternative tourism arising from individualized tourist demands and the need for a sustainable environment has changed the flow direction of the tourism activities of the cities directly or indirectly and has created the awareness of their different potentials within the scope of interest tourism. One of these potentials consists of building groups that make up the physical structure of the city. Visiting not only the spaces used as a volume but also the value of the structure creates a new tourism potential. Recognizing and introducing the value of the structures that have survived from various civilizations in the historical flow of Adana, the metropolitan city, has become a necessity in providing the tourist flow. For this reason, the study aims to evaluate the potential of architectural structures in the creation of tourism value through Adana. In this context, various architectural structures in Adana province were examined and their historical and cultural importance, their contribution to interest tourism and their functional uses were determined. During the study, a literature study was conducted to obtain detailed information about the subjects and structures, and photography and drawing techniques were used for recording. As a result, the present values of the building, which forms the basis of architecture tourism in Adana, have been determined and the potential of touristic activity in the city has been stated. Suggestions related to this subject were presented at the end of the study.

**Keywords:** Historical Building, Tourism Destination, Alternative Tourism

## KÖKEN ve GENETİK GEÇMİŞ TEMELLİ SEYAHATLER BAĞLAMINDA “GENEALOGICAL TOURISM”

**Onur Can KESKİNOĞLU**

Anadolu Üniversitesi  
onur.can1923@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Oğuz DİKER**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
oguzdiker@comu.edu.tr

### Özet

İnsanların kökleri ve kökenlerini araştırmaya yönelik gerçekleştirdikleri faaliyetler yepyeni bir turizm fenomeni olarak ortaya çıkmaktadır. Miras turizmin bir alt tipi olan söz konusu seyahatler, insanların geçmişlerine yönelik merakları ile gelişmektedir. Köken ve geçmiş aramaya yönelik gerçekleştirilen seyahatler iki grupta incelenmektedir. Bunlardan ilki akademik ve bilimsel araştırmalar kapsamında gerçekleştirilen seyahatlerdir. Söz konusu seyahatler bilim insanları ve profesyoneller tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu seyahatler genellikle insanlığın doğuşu ya da belirli ırkların gelişimleri yaşam şekillerini araştırmaya yöneliktir. İkinci grup ise insanların kendi köken ile geçmişini aramaya yönelik gerçekleştirdikleri seyahatlerdir. Bu seyahatler bireysel ya da kitlesel olarak gerçekleştirilse de doğrudan özel amaçlara yöneliktir. İnsanlar, ailevi miras bilgileri, resmi nüfus kayıtları vb. yoluyla ya da DNA testleri ile kökenlerini tespit edebilmektedir. Bunların tespiti sonrasında ise kökenleri ve geçmişinin dayandığı yerlere seyahatler gerçekleştirilerek atalarının izlerini sürmektedir. Özellikle bölgeler arasında nüfus geçişkenliğinin çok olduğu ülkeler ile coğrafi bölgelerde yaşayan insanların, nesiller sonrasında köklerinin uzandığı bölgelere ziyaretler gerçekleştirdiği bilinmektedir. Bu çalışmanın amacı köken ve geçmiş aramaya yönelik seyahatler ile bu seyahatlere neden olan motivasyonları, bunlarla birlikte ortaya çıkan “genealogical tourism” kavramının ortaya konulmasıdır. İkincil verilerden yararlanılarak hazırlanan çalışma ile ilgili konuda alana literatür katkısı sağlanması hedeflenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Köken, Genetik Geçmiş, Genealogical Tourism

## GENEALOGICAL TOURISM IN TERMS OF ROOT AND GENETIC ORIGIN BASED TRAVELS

### Abstract

Travels that carry out motivation to investigation one's roots and origins emerge as a brand new tourism phenomenon. These travels, a sub-type of heritage tourism, develop with people's curiosity about their past. Travels to search for origin and history are examined in two groups. The first of these is the travels carried out within the scope of academic and scientific research. These trips are carried out by scientists and professionals. These travels are often aimed at exploring the way of life, the progress of mankind or the development of certain races. The second group is the journey of people seeking their own origins and history. These travels are carried out individually or in mass, but are directly aimed at special purposes. People could get information about their roots with family heritage information, official records or by DNA tests. By determination of identification, people travel to their origins traces

their ancestors. Genealogical travels are so common for countries or geographical regions where there is population transitivity. The aim of this study is to reveal the concept of genealogical tourism and the motivations that lead to attend to this tourism type. It is aimed to contribute to the literature on the subject related to the study prepared by using secondary data.

**Keywords:** Root, Genetic Origin, Genealogical Tourism

## EVALUATION OF THE TURKISH COFFEE IN TURKISH GASTRONOMY BY SWOT ANALYSIS AND IT'S EXAMINATION IN ACCORDANCE WITH CULTURAL SUSTAINABILITY

**Dr. Öğr. Üyesi Güzde ÖZDEMİR**

Istanbul Aydın Üniversitesi

gozdeo@aydin.edu.tr

### **Abstract**

Turkish coffee has a unique and critical value in Turkish cuisine with its tradition that goes back to the 16th century. It is very important to examine the social representation of Turkish coffee due to many reasons; it is one of the mostly consumed drink, it is a way of socialization and its rituals have intrinsic value through the history. Despite this privilege and gastronomic value of Turkish coffee, it is subject to some threats like globalization of foreign coffee chains, filtered coffee industry, interest towards foreign brands by cultural degeneration or some speculations over the origins of Turkish coffee. Therefore, this study aimed to conduct a SWOT analysis to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities and threats of Turkish coffee in accordance with Turkish cuisine as well as tourism industry. The SWOT results are combined with the current literature and researcher's field notes revealing different countries' perceptions towards Turkish coffee. Study findings derived from SWOT analysis show that, one of the most important opportunities of Turkish coffee against pre-mentioned threats is being registered on UNESCO's Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity on behalf of Turkey in 2013. The national characteristics of Turkish people become a strength for the sustainability of Turkish coffee, as it is the drink of special occasions, marriage proposals or some religious festivals. However, there is a threat of international coffee chains and their increasing popularity and market share in Turkey. Alternative coffee types such as espresso, filtered coffee, cappuccino or iced coffees are well promoted and could be found everywhere including coin-operated coffee machines or in markets as single use portions. The Turkish coffee's main weakness is its inadequate marketing actions. Turkish coffee awareness, and its promotion for foreigners are not efficient. The study shows that the Turkish coffee's strength of standing a means of communication, promoting respect for cultural diversity that are open to all individuals is found to be able to balance and overcome the possible threats. However, it would be beneficial to be aware of these weaknesses and global threats to protect our gastronomic value, maintain cultural sustainability as well as facilitating for tourism industry in the long run.

**Keywords:** Turkish Coffee, Gastronomy, Swot, Culture, Sustainability

## TÖRENSEL YEMEKLERİN GASTRONOMİK COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜN OLARAK KULLANIMI: İSKİLİP DOLMASI ÖRNEĞİ

**Dr. Öğr. Üyesi Salih Zeki ŞAHİN**

Hitit Üniversitesi

salihzekisahin@hitit.edu.tr

### Özet

Türkiye, oldukça zengin kültürel mirasa sahip bir ülkedir. Söz konusu zengin kültürel mirasın en önemli parçalarından biri olan ve 'soyut kültürel miras' olarak da adlandırılan mutfak kültürü de, özgünlüğü ve çeşitliliği ile dikkat çekmektedir. Türkiye'nin farklı yörelerinde; düğün, nişan, kına, doğum, ölüm, ilk diş çıkarma, yağmur duası, asker uğurlama/karşılama, dini bayram ve günler, kıymetli misafir ağırlama gibi özel gün ve olaylar nedeni ile hazırlanan törensel yemekler yapılmakta, yiyecekler sunulmaktadır. Törensel yemeklerin taşıdığı anlam ve önemin yanısıra, yapılacak ulusal ve uluslararası çalışmalarla, bu yemeklerin hazırlanış ve sunuşunun kayıt altına alınması, tescili, korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması da gerekmektedir. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) tarafından 2011 yılında insanlığın somut olmayan kültürel mirası listesine alınan 'geleneksel tören keşkeği', bu konuda yapılmış uluslararası çalışmalarımıza güzel bir örnek olarak verilebilir. Ulusal düzeyde ise Türk Patent ve Marka Kurumu'na yapılan, yöresel nitelikli özgün ürünlerin 'coğrafi işaretli ürün' tescilli çalışmaları bu kapsamda dikkati çekmektedir. Özellikleri veya ünü itibarıyla, kaynaklandığı yöre ile özdeşleşmiş ürünleri gösteren coğrafi işaretler; hem kendi üreticilerine ve yörelerine hem de ülkeye önemli ekonomik katkılar sağlamaktadır. Gastronomik Coğrafi İşaretli Ürünler; Türk Patent ve Marka Kurumunca tescilli, işlenmiş veya işlenmemiş yöresel gıda ürünlerini nitelendirmektedir. 2019 Ağustos ayı Türk Patent ve Marka Kurumu verilerine göre ülkemizde 434 tescilli coğrafi işaretli ürün vardır ve bunun 338'i (%78) Gastronomik Coğrafi İşaretli Ürünlerden oluşmaktadır. Ayrıca, tescil başvurusu yapılmış 421 ürünün 369'u (%88) da gastronomik coğrafi işaretli ürün kapsamındadır. Tescilli 93 gastronomik yemeğin sadece 11'inin törensel nitelikli özel gün yemeği olduğu görülmüştür. Araştırmanın ana konusu İskilip Dolması'da 2005 yılında mahreç işaretli coğrafi ürün olarak tescili yapılmış törensel nitelikli yöresel bir yemektir. Yapımında kullanılan malzemelerden araç gerece, pişirme yöntem ve tekniğinden sunumuna kadar oldukça özgün ve folklorik bir deneyim sunmaktadır. Araştırma çalışması, nitel bir yapıya sahip olup, belge/doküman incelemesine dayalı, betimsel bir karakter göstermektedir. Bu çalışma ile törensel bir yemek olan İskilip Dolması'nın tanıtılması, coğrafi işaretli ürün tescillenme çalışmalarının önemine dikkat çekilmesi ve törensel yemeklerin gastronomik coğrafi işaretli ürünler olarak turizm pazarına sunulması gerekliliğine vurgu yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Törensel Yemek, Gastronomi, Coğrafi İşaret, İskilip Dolması, Çorum

## THE USE OF CEREMONIAL MEALS AS GASTRONOMIC GEOGRAPHICAL INDICATIONS PRODUCTS: CASE OF ISKILIP DOLMASI

### Abstract

Turkey is a country with a rich cultural heritage. Culinary culture, also called 'intangible cultural heritage', which is one of the most important parts of this rich cultural heritage, draws attention with its authenticity and diversity. In the different regions of Turkey, ceremonial meals have prepare and offered for special occasions and events such as weddings,



engagements, henna, birth, death, first teething, rain praying, soldier farewell/welcome, religious holidays and days. In addition to the meaning and importance of ceremonial dishes, the preparation and presentation of these dishes should be recorded, registered, protected and transferred to future generations through national and international studies. The 'ceremonial Keşkek tradition', which was listed by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) in 2011, as an intangible cultural heritage of humanity, can be given as a good example of our international studies on this subject. At the national level, the Turkish Patent and Trademark Office's studies on the registration of unique local products as a 'geographical indications products' are attract attention. Geographical indications, indicating the products identified with the region of origin in terms of their characteristics or reputation; provides important economic contributions to its own producers, regions and to the country. Gastronomic Geographical Indications Products, characterizes processed or unprocessed local food products which are registered by Turkish Patent and Trademark Office's. According to the Turkish Patent and Trademark Office data's, in April 2019, there are 417 registered geographical indications products in Turkey and 324 (78%) of these are Gastronomic Geographical Indications Products. Also, 352 (86%) of the 408 products which registration application has been made are covered by gastronomic geographical indications products. İskilip Dolması which is the subject of the research, is a traditional regional dish, registered as a geographical origin marked product in 2005. It offers a very unique and folkloric experience from the ingredients to utensils its preparation, cooking methods and techniques and presentation. The study has a qualitative structure and a descriptive character based on document analysis. In this study, it is aimed to introduce İskilip Dolma which is a ceremonial meal, to draw attention to the importance of registration studies with geographical indications products and to emphasize the necessity of presenting ceremonial dishes to the tourism market as gastronomic geographical indications products.

**Keywords:** Ceremonial Meal, Gastronomy, Geographical Indication, İskilip Dolması, Çorum

## **GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA VEGAN, VEJETARYEN, PESKETARYEN YÖRESEL YEMEKLERİ: DOĞU KARADENİZ ÖRNEĞİ**

**Dr. Öğr. Üyesi Uğur AKDU**

Gümüşhane Üniversitesi  
akduugur@hotmail.com

**Öznur TABU**

Gümüşhane Üniversitesi  
oznurtabu@gmail.com

### **Özet**

Yöresel lezzetlerin popüler olduğu günümüzde gastronomiye duyulan önem artmış bu bağlamda beslenme tarzında farklı tercih ve istekler ortaya çıkmıştır. Bu farklı tercih ve istekler doğrultusunda son zamanlarda dünya genelinde vegan, vejetaryen ve pesketaryen kişilerin sayısında artış görülmektedir. Doğu Karadeniz bölümü kendine has yerel bir kültüre sahiptir. Farklı kültürlerden etkileşip gelişerek zaman içinde kendi kültürünü temsil eder hale gelmiştir. Bu çalışmada Doğu Karadeniz Bölgesi'nin sahip olduğu yöresel yemeklerin vegan, vejetaryen ve pesketaryen kişiler için envanterinin çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi modeli tercih edilmiş olup Kültür ve Turizm Bakanlığı ile bölgenin resmi kurum ve kuruluşları tarafından yayınlanan ikincil kaynaklardan elde edilen verilere dayanılarak değerlendirmelerde bulunulmuştur. Bu doğrultuda yöresel yemekler il bazında tespit edilmiş ve bu yemeklerin vegan, vejetaryen ve pesketaryen kişilerin tercihlerine yönelik olup olmadığını değerlendirilmiştir. Elde edilen yöresel yemekler arasından vegan, vejetaryen ve pesketaryen tercihlerine uygun olan yemekler seçilerek listelenmiştir. Çalışmanın, potansiyel ziyaretçilerin hangi ilde vegan vejetaryen ve pesketaryen yemekleri yiyebilecekleri konusunda rehberlik ederek bölgenin gastronomi turizmi açısından gelişmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırmanın diğer basamağında ilin otoriteleri ve halkı ile mülakat yapılarak envanterin eksikliklerinin tamamlanması planlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi, Doğu Karadeniz Bölgesi, Vegan, Vejetaryen, Pesketaryen

## **VEGAN, VEGETARIAN, PESCATARIAN FOOD IN THE SCOPE OF GASTRONOMY TOURISM: EASTERN KARADENİZ EXAMPLE**

### **Abstract**

Today, where local flavors are popular, the importance of gastronomy has increased and, in this context, different preferences and desires have emerged in the nutrition type. In line with these different preferences and desires, it can be said that there has been an increase in the number of vegans, vegetarian and pescatarian people worldwide. The Eastern Black Sea region has become a representation of its own culture over time by developing and interacting from different cultures. In this study, aimed to make an inventory of the regional dishes of the Eastern Black Sea Region for vegan, vegetarian and pescatarian people. In this respect, document analysis model which is one of the qualitative research methods has been preferred. Evaluations were made based on the data obtained from secondary sources published by the various authors, Ministry of Culture and Tourism and the official institutions and organizations of East Black Sea Region. In this context, regional foods were determined on a provincial basis

and it was evaluated whether these foods were intended for the preferences of vegan, vegetarian and pescatarian people. The dishes that are suitable for vegan, vegetarian and pescatarian preferences has selected and listed from among the regional dishes. It is thought that the study will contribute to the development of the region in terms of gastronomic tourism by guiding the potential visitors. In the other step of the research, it is planned to complete the deficiencies of the inventory by interviewing the authorities and the people of the province.

**Keywords:** Gastronomy, Eastern Black Sea Region, Vegan, Vegetarian, Pescatarian

## COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLER AÇISINDAN TÜRKİYE'NİN GASTRONOMİ HARİTASI

**Prof. Dr. Şaban ESEN**

Bartın Üniversitesi  
sabanesen@bartin.edu.tr

**Gülbin Hilal TİTİZ**

Bartın Üniversitesi  
glbn.hll.ttz@gmail.com

### Özet

Coğrafi işaret; belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünü gösteren işarettir. Coğrafi işaretler, menşe adı ya da mahreç işareti olarak tescil edilir. Gıda, tarım, maden, el sanatları, sanayi ürünleri coğrafi işaret tesciline konu olabilir.

Türkiye'de coğrafi potansiyeli olan ürün sayısının yaklaşık 2500 adet olduğu tahmin edilmektedir. An itibarı ile Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından tescil edilen ve tescil için süreci devan eden ürün sayısı 836'dır. Tescil edilmiş 419 adet coğrafi üründen 220'si gastronomi kapsamındaki (yemek ve çorbalar, fırıncılık ve pastacılık mamulleri, peynirler, işlenmiş ve işlenmemiş et ürünleri vb. gibi) ürünlerden oluşmaktadır. Yine tescil için başvurusu yapılmış 417 üründen de 200 adeti bu kapsamda yani yiyecek-içecek kapsamındaki ürünlerden oluşmaktadır.

Gastronomi potansiyeli olan ürünlerin tüketilmesi noktasında tüketicilerin büyük bir kısmının o bölgeye gelmesi ile mümkün olacağından bu şekilde ortaya çıkan turizm akımına da gastronomi turizmi denmektedir.

Bu çalışmanın amacı, tescili yapılmış ve tescil süreci devam eden gastronomi kapsamında ele alınabilecek ürünlerin Türkiye'deki dağılımını ve bu dağılımın içinde alt grupların (et yemekleri, sebze yemekleri, tatlılar vb. gibi) iller ve bölgeler itibarı ile bir haritasını çıkarmak olacaktır.

Çalışmada veri elde etmede ikincil kaynaklardan (Türk Patent ve Marka Kurumu) yararlanılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi, Coğrafi İşaret, Mahreç İşareti, Menşe İşareti

## A MAP OF TURKEY'S GASTRONOMIC GEOGRAPHICALLY INDICATED PRODUCTS

### Abstract

Geographical indication; is a sign indicating the product identified with the region, area, region or country where the origin is located in terms of its prominent quality, reputation or other characteristics. Geographical indications are registered as name of origin or geographical indication. Food, agriculture, mining, handicrafts, industrial products may be subject to registration of geographical signs.

The number of products with geographical potential in Turkey is estimated to be approximately 2,500. Currently, the number of products registered by the Turkish Patent and Trademark Agency is 836. Of the 419 registered geographic products, 220 consist of gastronomy products (food and soups, bakery and pastry products, cheeses, processed and unprocessed meat

products, etc.). Again, 200 of 417 products applied for registration consist of food-containing products within this scope.

Since the consumption of the products with gastronomic potential will be possible with the majority of consumers coming to that region, the tourism flow that occurs in this way is called gastronomy tourism.

The purpose of this study, the registration was made and the registration process is ongoing distribution in Turkey of products that may be covered in gastronomy and subgroups within this range (meat dishes, vegetable dishes, desserts etc. Etc.) provinces and regions will bring out a map with reputation.

In the study, secondary sources (Turkish Patent and Trademark Authority) were used to obtain data.

**Keywords:** Gastronomy, Geographical Sign, Source Sign, Origin Sign

## **GASTRONOMİ TURİZMİ ALANINDA BARTIN MUTFAĞINA ÖZGÜ AMASRA SALATASI**

**Murat ÇAVUŞOĞLU**

Bartın Üniversitesi  
muratcavus67@hotmail.com

**Aziz SEVİMBAY**

Bartın Üniversitesi  
asevimbay@hotmail.com

**Ferhat ÇAVUŞOĞLU**

Bartın Üniversitesi  
ferhatcavusoglu@gmail.com

### **Özet**

Yeme-içme bilimi anlamına gelen gastronomi, turizm içerisinde son yıllarda çok sık kullanılmaya başlanılan bir kavramdır. Turistik seyahatlerin en önemli unsurlarından birini oluşturan yeme-içme, turistin gidilecek yer ziyaretinde genellikle ikincil veya alt amaçlar olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Toplumların kültürel zenginliğini ortaya koyan unsurların başında mutfak kültürü gelmektedir. Yeryüzündeki en zengin üç mutfaklardan biri olan Türk mutfağı yerli yabancı turistlerin ilgilerini çekmektedir. Turistlerin yeni lezzetleri tatmak amacıyla seyahat etmesi olarak adlandırılan gastronomi turizmi sayesinde, yöreye özgü yemekler sunularak o yöreye ait kültürel özellik yansıtılmaktadır. Yemek kültürü diğer turizm unsurlarıyla birleştirilerek turistlerin mutlu olarak tekrar ziyaretleri artırılabilir. Araştırmanın amacı, Türk mutfağından Amasra'ya özgü Amasra Salatasının tanıtımına yönelik ilgili bireylere ve kuruluşlara öneriler sunmaktır. Bu araştırma, yörenin yemek kültürünün öne çıkartılması, gastronomi 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.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi Turizmi, Bartın mutfağı, Amasra salatası

## **AMASRA SALAD SPECIFIC TO BARTIN CUISINE IN GASTRONOMY TOURISM**

### **Abstract**

Gastronomy, which means the science of eating and drinking, is a concept that has been used frequently in tourism in recent years. Food and drink, which constitutes one of the most important elements of touristic travel, is generally seen as secondary or sub-purposes for tourists visiting the destination. Culinary culture is one of the most important elements of the cultural richness of societies. Turkish cuisine, one of the three richest cuisines in the world, attracts the attention of local and foreign tourists. Thanks to the gastronomic tourism, which is called as the travel of tourists to taste new delicacies, the cultural features of that region are reflected by offering special dishes of the region. Food culture can be combined with other tourism elements to increase the happiness of tourists visiting again. The aim of the study is to provide recommendations to the individuals and organizations concerned with the introduction of Amasra Salad specific to Amasra from Turkish cuisine. This research aims to

emphasize the food culture of the region, to make suggestions for gastronomic tourism and to give importance to local development. In this context, the study was conducted with the literature review method over qualitative research design. This study is a descriptive study conducted with survey model.

**Keywords:** Gastronomy Tourism, Bartın Cuisine, Amasra Salad

## KAPARİNİN (KEBERE) YEMEKLERDE KULLANIMI

**Dr. Öğr. Üyesi Ali İzzet YILMAZ**

Hitit Üniversitesi  
aliizzetyilmaz@hitit.edu.tr

### Özet

Doğal olarak yetişen, çalı formulu, 150-200 yıl yaşayan bir bitki olan kapari Anadolu'da "geber, gebere, gebele, gedigen, kebere, yılan kabağı, şeytan kürü, tirmik, yabani karpuz, kedi tırnağı, kedi cırnağı, turşu otu, keper inciri, şebellah" gibi birçok farklı isimlerle bilinmektedir. Türkiye'de iki türden toplam altı varyetesi doğal ortamlarında yetişmektedir. Son yıllarda birçok bölgede, tıbbi ve aromatik bitkiler kapsamında desteklediği için, tarım bitkisi olarak yetiştirilmeye de başlanılmıştır.

Kapari bitkisi Eski Yunan, Roma, Osmanlı ve Avrupa'da yemeklerde çeşni olarak kullanılmıştır. Olgunlaşmadan toplanan kapari meyveleri, acı olduğu için taze olarak tüketilememektedir. Bu nedenle, toplanan meyvelerden, salamura veya turşu yapılarak acılığı giderilmekte ve yemeklerde çeşni olarak kullanılmaktadır. Geçmiş dönemlerdeki ve günümüzdeki, şifalı bitkiler ve tıp kitaplarında da kapari bitkisinden bahsedilmektedir.

Kapari bitkisinin çiçek tomurcukları, kökleri, meyveleri, tohumları, yaprakları ve taze sürgünleri bazı hastalıkların tedavisinde, kozmetikte, boyacılıkta, hayvancılıkta ve böcek ilacı yapımı gibi farklı alanlarda kullanılmaktadır.

Çok yıllık bir bitki olması, köklerinin 40 metre derinliğe kadar inmesi, susuzluğa dayanması, verimsiz topraklarda yetişebilmesi gibi birçok özelliğinden dolayı kapari bitkisi özellikle erozyonla mücadelede içinde tercih edilmektedir.

Evlıya Çelebi seyahatnamesinde, Çorum ili Osmaniye ve Dodurga ilçelerinde yetişen gebere isimli bitkiden yapılan turşudan bahsetmektedir. Osmanlı Sarayına her yıl buradan kapari turşusu/salamurası gönderildiğine dair bilgiler bulunmaktadır. Son yıllarda verilen teşviklerle bölgede üretimi artmaya başlamıştır. Kapari bitkisinden elde edilen ürünler, Çorum'un tanıtımında kullanılmaya başlanmıştır.

Bu çalışma, kaparinin kullanıldığı yiyeceklerin araştırılması amacıyla yapılmıştır. Geçmişte ve günümüzde kapari kullanılarak yapılan yemekler/içecekler tespit edilmiştir. Yayınlanmış olan yemek kitapları ve şifalı bitkilerle ilgili kitaplardaki tarifler araştırılmıştır. Ayrıca yörede kapari tarımı yapan kişilerle görüşmeler yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kapari, Çorum, Yöresel Yemekler

## USING OF THE CAPER IN DISHES

### Abstract

Caper is a naturally grown, shrub-shaped plant that lives for 150-200 years. It is known in Anatolia with many different names "geber, gebere, gebele, gedigen, kebere, yılan kabağı, şeytan kürü, tirmik, yabani karpuz, kedi tırnağı, kedi cırnağı, turşu otu, keper inciri, şebellah." A total of six varieties of two species in Turkey are grown in their natural environment. In recent years, it has been started to be cultivated as an agricultural plant because it is supported in many regions within the scope of medicinal and aromatic plants.

The caper plant was used as a condiment for cooking in Ancient Greece, Rome, Ottoman and Europe. Caper fruits collected from ripening cannot be consumed fresh as they are bitter. For



this reason, the bitterness of pickled fruits is made by pickling or pickle and used as condiment in meals. Caper plant is also mentioned in medicinal and medical books in the past and present. Flower buds, roots, fruits, seeds, leaves and fresh shoots of capers are used in the treatment of some diseases, cosmetics, painting, animal husbandry and insecticide production.

Caper plant is preferred especially in control soil erosion because of its many features such as being a perennial plant, its roots going down to a depth of 40 meters, being resistant to thirst, growing in inefficient soils.

In his travel book, Evliya Çelebi mentions pickles made from a plant called "gebere", which grows in Osmancık and Dodurga districts of Çorum province. There is information that the caper marinade / brine is sent to the Ottoman Palace every year. With the incentives given in recent years, production has started to increase in the region. The products obtained from the caper plant began to be used in the promotion of Çorum.

This study was carried out to investigate the meals that used capers. Foods and beverages made using capers have been identified in the past and present. The recipes in the cookbooks and medicinal plants published were searched. In addition, interviews were conducted with people engaged in caper cultivation in the region.

**Keywords:** Capers, Çorum, Local Foods

## **GASTRONOMİ TURİZMİ VE COĞRAFI İŞARET KAPSAMINDA DİYARBAKIR İLİNİN GASTRONOMİ POTANSİYELİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**Dr. Öğr. Üyesi Serap AKDU**

Gümüşhane Üniversitesi  
serapakdu@gmail.com

**Duygu KARAKAŞ**

Gümüşhane Üniversitesi  
serapakdu@gmail.com

### **Özet**

Gastronomi turizmi, insanların bilinenden farklı bir mutfak kültüründeki yiyeceklerin tadımını, sunumunu, üretim aşamalarını, restoranlarını ve yiyecek üreticilerini keşfetmek amacıyla gerçekleştirilen turizm şeklidir. Yöresel ürünlerin gastronomi turizmi içerisindeki önemi gün geçtikçe dünya genelinde dikkat çeken bir konuyu oluşturmaktadır. Bu amaçla kullanılan coğrafi işaretleme ile ülkeler yöresel ürünlerinin sürdürülebilirliğini ve yasal olarak koruma altına alınmasını sağlamak istemektedirler. Çalışmanın alanını oluşturan Diyarbakır ili de gerek doğal gerekse tarihi ve kültürel yapısı ile bugün coğrafi işaretlenebilecek çok sayıda gastronomik ürüne sahiptir. Bu doğrultuda nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi modeli tercih edilmiş olup Türk Patent ve Marka Kurumu'ndan elde edilen verilere dayanılarak değerlendirmelerde bulunulmuştur. Bu doğrultuda Diyarbakır ilinin tescillenmiş coğrafi işaretli ürünleri ile tescil başvurusu süren gastronomik ürünleri tespit edilmiştir. Daha sonra Diyarbakır ilinde coğrafi işaretlenebilecek ürünler tespit edilmeye çalışılmış ve öncelikle tescillenebilecek gastronomik ürünler ile ilgili önerilerde bulunularak gastronomi turizmi açısından etkileri değerlendirilmiştir. Çalışmada Diyarbakır ilinin coğrafi işaretli ürünlerinin tespiti ve coğrafi işaret ile tescillenebilecek ürünlerinin ortaya konulması ve bu doğrultuda başvuruların yapılmasına dikkat çekmek hedeflenmiştir. Araştırmanın diğer basamağında ilin otoriteleri ve halkı ile mülakat yapılarak envanterin eksiklerinin tamamlanması planlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi Turizmi, Coğrafi İşaretleme, Diyarbakır

## **A RESEARCH ON GASTRONOMY POTENTIAL OF DİYARBAKIR PROVINCE IN THE SCOPE OF GASTRONOMY TOURISM AND GEOGRAPHICAL INDICATION**

### **Abstract**

Gastronomy tourism is a form of tourism which is carried out in order to discover the tasting, presentation, production stages, restaurants and food producers of the food in a different culinary culture. The importance of local products in gastronomy tourism is a subject that attracts attention throughout the world. With the geographical marking used for this purpose, countries want to ensure the sustainability and legal protection of their local products. Diyarbakır province, which constitutes the field of study, has a large number of gastronomic products that can be geographically marked today with both its natural and historical and cultural structure. In this respect, document analysis model was preferred among qualitative research methods and evaluations were made based on the data obtained from Turkish Patent and Trademark Authority. In this respect, the registered geographically marked products of Diyarbakır and the gastronomic products for which the registration application is in progress

have been determined. Afterwards, the products that could be geographically marked in Diyarbakır were tried to be determined and firstly the suggestions were made about the gastronomic products that could be registered and their effects were evaluated in terms of gastronomic tourism. In this study, it is aimed to determine the products of Diyarbakır province with geographical markings and to reveal the products that can be registered with geographical markings and to draw attention to the applications made in this direction. In the other step of the research, it is planned to complete the deficiencies of the inventory by interviewing the authorities and the people of the province.

**Keywords:** Gastronomy Tourism, Geographical Marking, Diyarbakır

## **VAN İLİ ÇOK YILLIK YEREL BİTKİ GEN KAYNAKLARININ GASTRONOMİK DEĞERİ**

**Doç. Dr. Nurhan KESKİN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
keskin@yyu.edu.tr

**Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
aleaddinoglu@yyu.edu.tr

### **Özet**

Bilindiği üzere Gastronomi turizmi, bir bölgeye özgü yemekleri sunarak ve bölgenin kültürel kimliğini ve mirasını yansıtarak söz konusu bölgeye rekabet avantajı sağlayan, daha önce yaşanmamış bir yiyecek içecek deneyimi yaşamak için seyahat motivasyonu yaratan ve seyahat davranışlarının güdülenmesine önemli ölçüde yardımcı olan etkili bir turizm çeşididir. Yeme-içmenin bilime ve sanata dönüştürülmesi olarak değerlendirilen gastronomi artık turizmle bütünleşmeye ve ülke tanıtımlarında aktif bir rol üstlenmeye başlamıştır. Gastronominin, turizm deneyiminin ayrılmaz bir parçası olarak değerlendirildiği ve bazı durumlarda temel seyahat motivasyonu olabileceği de vurgulanmaktadır.

Çok yıllık bahçe bitkileri, Dünya mutfağının olduğu kadar Türk mutfağının da vazgeçilmezleri arasındadır. Özellikle vitamin, fenolik bileşik, antioksidan, lif, aroma ve mineral içerikleri ile vücudu besleyen, yararlı ve sağlıklı ürünlere sahiptir. Gastronomi turizminin geliştirilmesi amacıyla çok yıllık bahçe bitkilerden daha fazla yararlanılması gerekmektedir. Turistlerin doğala en yakın ürünleri taze veya kuru olarak tüketmelerinin yanı sıra mutfak kültürümüzdeki kullanımlarını da deneyimleme ya da öğrenme eğilimlerinden yola çıkarak planlanan bu çalışmada, Van ili coğrafyasında yetişen çok yıllık bahçe bitkilerinin gastronomik bir çekim unsuru olarak kullanılabilirliği ve turizme katkıları incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Bahçe Bitkileri, Geleneksel Değerlendirme, Yerel Çeşit

## **GASTRONOMIC VALUE OF PERRENIAL LOCAL PLANT GENE RESOURCES IN THE VAN PROVINCE**

### **Abstract**

As it is known, Gastronomy tourism is an effective type of tourism that offers a region-specific cuisine and reflects the cultural identity and heritage of the region, provides a competitive advantage to the region in question, creates the motivation to travel for a food and beverage experience that has never been experienced before and significantly helps to motivate travel behaviors. Gastronomy, which is regarded as the transformation of food and drink into science and art, has now started to integrate with tourism and take an active role in the promotion of the country. It is also emphasized that gastronomy is considered as an integral part of the tourism experience and in some cases may be the main travel motivation.

Perennial horticultural plants are among the indispensables of Turkish cuisine as well as world cuisine. Especially vitamins, phenolic compounds, antioxidants, fiber, aroma and mineral contents of the body that feeds, has beneficial and healthy products. In order to improve gastronomy tourism, more perennial horticultural plants should be utilized. In this study, which is planned based on the tendency of tourists to consume the products closest to the nature as fresh or dry as well as to experience or learn their use in our culinary culture, the usability of

perennial horticultural plants grown in the province of Van as a gastronomic attraction and their contributions to tourism were examined.

**Keywords:** Tourism, Horticulture, Traditional Evaluation, Local Variety

## ORGANİK TARIM DESTEĞİNDE GASTRONOMİK YAKLAŞIMLAR

**Doç. Dr. Nurhan KESKİN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

keskin@yyu.edu.tr

### Özet

Hızlı nüfus artışı ve gıda gereksinimi ile birlikte yaygınlaşan kimyasal girdi kullanımının insan ve hayvan sağlığı üzerine olumsuz etkilerinin hissedilmeye başlanması, organik ürün talebinin artmasına neden olmuştur. Dünyada giderek artan bir kabul gören organik tarım, ekolojik sistemde hatalı uygulamalar sonucu kaybolan doğal dengeyi korumaya yönelik insan ve çevre dostu üretim sistemlerini içermekte olup, esas itibarıyla sentetik kimyasal ilaçlar ve gübrelemenin kullanılmasının yasaklanması yanında, organik ve yeşil gübreleme, münavebe, toprağın muhafazası, bitkinin direncini artırma ile birlikte, parazit ve predatörlerden yararlanmayı tavsiye eden, üretimde miktar artışını değil kalitesinin yükseltilmesini amaçlayan sertifikalı bir yönetim şeklidir

Son yıllarda, ülkemizde organik ürünlerle yapılan yemekleri sunan yiyecek içecek işletmelerinin sayısı artmaktadır. Özellikle kırsal alanlardaki çiftlik evlerinin bio-pansiyon ve bio-hotel şekline dönüştürüldüğü işletmelerde, GDO (Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar) 'lu ve BDM (Büyümeyi Düzenleyici Maddeler)' li yiyecekler kullanılmamaktadır. Konuklar organik ürünleri tüketmekte üretim aşamasını ve doğal ortamı yaşamaktadır. Konuklar tatil süresince ve bu işletmelerde ekmeğe pişirilebilmekte, reçel, pekmez, salça, turşu gibi yöresel gıdalar yapabilmekte ve dalından meyve sebze toplaya bilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Eko-Turizm, Sağlık, Bilinçli Tüketim, Sürdürülebilir Gastronomi

## GASTRONOMIC APPROACHES IN SUPPORTING OF ORGANIC AGRICULTURE

### Abstract

The rapid increase in population and the requirement of food as well as using of extensive chemical inputs that start to feel the negative effects on human and animal health, have led to an increase in the demand for organic products. Organic agriculture, which is increasingly accepted in the world, includes human and environmentally friendly production systems to protect the natural balance lost as a result of inappropriate applications in the ecological system. Besides, it is a form of certified management that aims to increase quality, rather than quantity in production and to recommend organic and green fertilization, alternation, soil protection, increasing of plant resistance, using of parasites and predators, as well as prohibiting for using of synthetic chemical drugs and fertilization

In recent years, the number of food and beverage firms that offer organic foods has been increased in our country. GMO (Genetically Modified Organisms) and PGRs (Growth Regulators) foods are not used in the firm, especially reformed from the farm houses into bio-pension bio-hotels in rural areas. Guests consume organic products and experience the natural environment of production. During the holiday, guests can bake bread, make local foods such as jam, molasses, tomato paste, pickles, and pick fruit and vegetables from their branches.

In this study, gastronomic approaches to the supporting of organic agriculture are presented.

Key words: Eco-Tourism, Health, Conscious Consumption, Sustainable Gastronomy

## THE ROLE OF ETHNOBOTANICAL USES IN GASTRONOMY TOURISM IN VAN

**Doç. Dr. Fevzi ÖZGÖKÇE**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
f\_ozgokce65@yahoo.com

### **Abstract**

Traditional information about the plants used by the people living in Van for food purposes was determined. The role of traditional foods in gastronomy tourism is increasing day by day in our country and all over the world. In this study, the experiences and knowledge of the local people in the field of gastronomy and plants used for food purposes were recorded. Ethnobotanical uses in Van have been brought to a scientific platform with the contribution of other disciplines, especially the place in gastronomic tourism, and offered to the service of humanity. Gastrotourists prioritize their health and taste. And they want to eat pure, ecological food on time and on-site. The traditional way of serving Ethnobotanical foods and beverages belonging to the Van cuisine in the historical Van Houses and Etnorestaurants are presented in this study. The rituals of welcoming guests, the collection, preparation, cooking of the plants used in the preparation of the food and the presentation stages are given to the guests, separately. In rural areas, before the flowering period in spring, many plants (kari, pikask, tırşo, akpınar, gohbizin, pung, spitank, etc.) are collected and used as raw, brine or dried as organic foods, spices or medicine. These plants are used in the preparation of traditional foods (keledoş, helise, eşgili, sengeser, çılbr, cılbr, kürt köftesi, vancacığı, herbal cheese etc.). It is also used as a fragrance and flavor to traditional foods. Ethnobotanical uses of the people of the region are the products of a long tradition and Van's place in Gastronomy tourism has been revealed. Each meal of the ethnorestaurants serving in this area in Van has rich menus. The city of Van is an important destination in Gastronomy tourism with its famous Van breakfast and local lunches and dinners.

**Keywords:** Ethnobotany, Gastrotourism, Gastronomy Tourism, Van

## **VAN DOĞAL BİTKİ ÖRTÜSÜNÜN YEREL MUTFAĞA KATKILARI; TURİZMİN ÇEŞİTLENMESİNE ÖNERİLER**

**Muhsine PERİHAN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
muhsineperihan@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Feran AŞUR**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
feranekasur@gmail.com

**Prof. Dr. Şevket ALP**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
alp.sevket@gmail.com

### **Özet**

Anadolu İran'ın batıya uzantısı iken İran da, Anadolu'nun doğuya devamı konumundadır. Birbirinin devamı olan Anadolu ve İran coğrafyası tarihi ipek yolunu üzerindeki önemli duraklardandır. Bu coğrafyada Van Gölü Havzası, orta nokta ve en önemli geçiş güzergâhlarından biridir. Bu yüzden turizm açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Fakat bu potansiyelin yeterince kullanılmamaktadır. Bunun sebeplerinde biri de yeme ve içme sektöründeki stadarların geliştirmemesidir.

Van ilinin coğrafik ve iklim koşulları, kendine özgü bir bahçe ve buna bağlı olarak beslenme kültürünü ortaya çıkarmıştır. Bu da yerel kültür açısından zenginlik kaynağıdır. Bölgede bahçelerde veya dağlardan toplanan bitkilerden, çeşitli yemekler, tatlılar ve içecekler hazırlanmaktadır. Bunlardan yaygın olanlar; gül reçeli, gül şurubu, ayranası, çiriş mıhlısı, çiriş plavı vb.

Turizmle kalkınan bölgelerde yeme içme sektöründe yerel standartların belirlendiği bilinmektedir. Bölgemizde turizimden daha fazla hasılat almak için yerel bitkilerden oluşan yiyeceklerin günümüz beslenme şekillerine göre modifiye edilebilirliği konusunda görüşler bildirilecektir. Bunun gerçekleşmesi ve turizime kazandırılması durumunda yerel türlerin korunmasına ve doğal türlerin kültüre alınmasına neden olacak buda bölgeenin tarımına katkı sağlayacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Van, Yerel Mutfak, Turizm, Yerel Bitki Örtüsü

## **CONTRIBUTION OF VAN VEGETATION TO LOCAL CUISINE; SUGGESTIONS FOR DIVERSIFICATION OF TOURISM**

### **Abstract**

While Anatolia is the extension of Iran to the west, Iran is the continuation of Anatolia to the east. The continuation of Anatolia and Iran is one of the important station on the historical silk road. In this geography, Lake Van Basin has the central location and one of the important transit routes. Therefore, it has great potential in terms of tourism. However, this potential is not used sufficiently. One of the reasons for this is the local cuisine doesn't take part in the food and beverage sector properly and the inability to develop appropriate standards for this sector.



Thanks to the geographical and climatic conditions of Van province, a unique garden culture of the city and accordingly nutrition culture emerged. This is a source of wealth for local culture. Various dishes, desserts, and drinks are prepared from the plants collected from the gardens and mountains in the region. The most common ones are; rose jam, roasted meat with sour uşgun, ayranası, çiriş mıhlası, çiriş with rice etc.

It is known that local standards are set in the food and beverage sector in the regions that developed in tourism. In order to get more revenue from tourism in our region, opinions will be given about the modification of foods consisting of local plants according to today's diets. If this happens and it is given to tourism, it will lead to the protection of local species and the cultivation of natural species, which will provide solid agriculture for the region.

**Keywords:** Van, Local Cuisine, Tourism, Local Vegetation

## YÖRESEL ÜRÜN VE YEMEKLERİN TANITILMASI: SİİRT İLİ ÖRNEĞİ

**Öğr. Gör. Nalan ASLAN**

Siirt Üniversitesi  
nalan.aslan@siirt.edu.tr

**Öğr. Gör. Fatma KOÇ**

Siirt Üniversitesi  
fatma.koc@siirt.edu.tr

### Özet

Dünyada yaşanan gelişim ve değişimlere paralel olarak, turistlerin beklentilerinin de değişmeye başladığı görülmektedir. Bu değişim turizm sektöründen pay alan ülkelerin sundukları turizm ürünlerini çeşitlendirmelerini kaçınılmaz bir durum haline getirmiştir. Şehirlerin sahip oldukları kültürel değerler, günümüzde turistleri seyahate yönlendiren ya da seyahat edecekleri şehirleri seçerken dikkat ettikleri önemli kriterlerdendir. Kültürel değerler içerisinde yer alan yöresel öğeler bu noktada önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Çeşitli kültürlerin yıllarca bir arada yaşadığı kendine has bir iklim ve bitki örtüsüne sahip olan Siirt ilinde bölge ismini ön plana çıkararak rekabet avantajı sağlayacak yöresel ürün ve yemekler bulunmaktadır. Bu değerlerin tanıtımının yapılması ve sahip çıkılması gerekmektedir. Bu bağlamda derleme olarak planlanan çalışma ile Siirt iline ait yöresel ürün ve yemekler incelenecek ve açıklanacaktır. Çalışma ile yerel değerlerinin tanıtımının yapılarak turizm ürünü olarak kullanımının yaygınlaşması ve bölge turizmüne katkı sağlaması amaçlanmaktadır. Literatürde Siirt ilinin yöresel ürün ve yemeklerinin incelendiği çalışmanın bulunmaması çalışmayı önemli kılmaktadır. Çalışma sonucunda yöreye has bu ürünlerin kente katkısından bahsedilerek korunması ve tanıtılmasına ilişkin önerilerde bulunulacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Yöresel Ürün, Yöresel Yemek, Siirt

## INTRODUCTION OF LOCAL PRODUCTS AND MEALS: THE EXAMPLE OF SİİRT PROVINCE

### Abstract

Parallel to the developments and changes in the world, it is seen that the expectations of tourists have started to differentiate. This change has made it inevitable for countries that have a share in the tourism sector to diversify their tourism products. Nowadays, the cultural values of cities are one of the important criteria that they take into consideration when choosing the cities to guide tourists or travel. The local items in the cultural values appear as an important element at this point. Siirt province, which has a unique climate and vegetation where various cultures live together for years, has regional products and dishes that will provide a competitive advantage. These values should be needed to promote and adopt. In this context, the study planned as a compilation will be examined and explained the local products and dishes of Siirt province. The aim of this study is to promote the use of local values as a tourism product and to contribute to regional tourism. Due to the lack of a study in the literature on the local products and dishes of Siirt province, it makes the study important. As a result of this study, the contribution of these local products to the city will be mentioned and suggestions will be made for the protection and promotion.

**Keywords:** Local Product, Local Food, Siirt

## **YİYECEK VE İÇECEK İŞLETMELERİNE YÖNELİK TRIPADVISOR SİTESİNDE YER ALAN YORUMLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ ADIYAMAN ÖRNEĞİ**

**Dr. Öğr. Üyesi Reşat ARICA**

Adıyaman Üniversitesi  
rarica@adiyaman.edu.tr

**Doç. Dr. Çiğdem SABBAĞ**

Adıyaman Üniversitesi  
csabbag@adiyaman.edu.tr

### **Özet**

Bilginin pazar dinamiklerinden biri haline geldiği turizm sektöründe, sosyal iletişim ağları pazarın popüler bilgi kaynaklarından biri haline gelmektedir. Sosyal iletişim ağlarında yapılan paylaşım ve değerlendirmeler bir yandan turistik bölge ve işletme yöneticileri öte yandan benzer ilgi alanına sahip potansiyel turistler için bilgi ve değer üretmektedir. Bu kapsamda hazırlanan araştırmanın amacı, sosyal iletişim ağlarında yiyecek ve içecek işletmeleri müşterilerinin değerlendirmelerinin ve ürettiği bilginin incelenmesidir. Bu bağlamda Adıyaman bulunan yiyecek ve içecek işletmelerine yönelik TripAdvisor sitesinde yapılan değerlendirmeler incelenmiştir. TripAdvisor sitesinde yapılan incelemeler neticesinde 40 farklı işletmeye yönelik toplamda 453 değerlendirmenin yapıldığı belirlenmiştir. Elde edilen verinin analizinde nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır. Araştırma sonuçları turistlerin yiyecek ve içecek işletmelerine yönelik değerlendirmelerinin tatmin ve tatminsizlik olarak isimlendirilen iki ana kategoride kümelendiği göstermektedir. Araştırma sosyal medya aracılığıyla üretilen bilginin işletme yöneticileri ve benzer ilgi alanına sahip potansiyel müşteriler üzerinde çok boyutlu etkilerinin olmaktadır. Çalışmada elde edilen sonuçlar, müşterilerin işletmelere yönelik imaj algılarının yöneticiler tarafından anlaşılmasına yardımcı olmakla kalmayacak, aynı zamanda turistlerin bilgi üretici rolünün yiyecek ve içecek işletmeleri bağlamında incelenmesi konusunda araştırmacılara izlek oluşturacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** TripAdvisor, Sosyal İletişim Ağları, Yiyecek ve İçecek İşletmeleri, Adıyaman, Turizm

## **EVALUATION OF COMMENTS ON THE TRIPADVISOR WEBSITE FOR FOOD AND BEVERAGE BUSINESSES: EXAMPLE OF ADIYAMAN**

### **Abstract**

In the tourism sector where information has become one of the market dynamics, social communication networks have become one of the popular information source of the market. Sharing and evaluating the social communication networks generate information and value for the destination managers and business executives on the one hand and potential tourists with similar interests on the other. The purpose of this study is to examine the evaluations and information generated by the customers of food and beverage businesses in social communication networks. In this context, the reviews on the TripAdvisor website for food and beverage businesses in Adıyaman were examined. As a result of examination on TripAdvisor, it was determined that a total of 453 reviews which were made for 40 different businesses. In the analysis of the data obtained, content analysis method were used which is widely used in

qualitative research. The results of the research show that customers' evaluations of food and beverage businesses are clustered into two main categories named as satisfaction and dissatisfaction. The results of the study will not only help the managers to understand the image perceptions of the customers of the food and beverage businesses, but will also provide the researchers with an insight into the investigation of the information producing role of the tourists in the for food and beverage businesses.

**Keywords:** TripAdvisor, Social Networks, Food and Drink Business, Adiyaman, Tourism

## **DETERMINATION OF FINANCIAL PERFORMANCE OF TOURISM COMPANIES IN BIST BY ENTROPY BASED CP METHOD**

**Dr. Öğr. Üyesi Ayhan KARAKAŞ**

Bartın Üniversitesi  
ayhankarakas74@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÖZTEL**

Bartın Üniversitesi  
ahmetoztel@gmail.com

### **Abstract**

Businesses should periodically review their financial position to survive. Political, economic, social and technological developments compel businesses to do so. In this context, it is important to present the financial performances of tourism enterprises. Performance analysis is used to measure the extent to which companies use their resources effectively and efficiently for business purposes. The aim of this study is to measure the financial performance of 9 tourism enterprises in the BIST by CP (Compromise Programming) method. For this purpose, financial data between 2014-2018 were used. As evaluation criteria; The most frequently used financial ratios are used in financial performance analysis. In order to determine the relative significance levels of these ratios, the Entropy weighting method was preferred. Entropy-based CP model; It provides an appropriate framework for conducting an objective analysis without decision-makers or expert opinions. As a result of the analysis, tourism enterprises in BIST are ranked according to their financial performance. The ranking aims to provide an indicator that will give an idea to the stakeholders of the sector and especially to the small investors

**Keywords:** Tourism Enterprises, Financial Performance, Entropy, CP, BIST

## TURİZMİN EKONOMİK KALKINMA ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

**Dr. Öğr. Üyesi Ayhan CESUR**

Yüzüncü Yıl Üniversitesi

acesur650@gmail.com

### Özet

Ekonomik kalkınma, en basit tanımlama veya anlamlandırma şekliyle ülkelerin iktisadi anlamda refah seviyesi açısından bulunduğu noktayı ifade etmektedir. Bu hususun ilk dönemlerde sanayileşme yapısı ile ölçüldüğünü görmek mümkündür. Buna ek olarak yine bahsedilen dönemlerde sanayi faaliyetleri altında elde edilen gelirlerin de ekonomik kalkınmada ölçüt olarak kabul edildiği görülürken zaman içinde hizmet sektöründe yaşanan gelişmeler ve bu alanda değerlendirilen turizm faaliyetlerinin de bu anlamda ele alındığı görülmektedir.

Turizm faaliyetleri ile başlayan ekonomik girdilerin artması ile ülkelerin kalkınmasında turizmin ne derece etkili olduğunun da farkına varılarak bu alana yönelik iyileştirme hamlelerinin yapıldığı bilinmektedir. Bu bağlamda dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'de de cumhuriyet öncesinde başlayan turizmle ilgili hamleler Cumhuriyet'in ilanından sonra da devam etmiştir. Bu hamlelere kalkınma planları, turizmle ilgili kurumların oluşturulması, devlet tarafından turizm faaliyetlerine destek verilmesi vb. uygulamaları örnek göstermek mümkündür.

Turizmin ekonomik kalkınma üzerindeki etkileri ve bu alandaki çalışmaların konu edildiği çalışmamız literatürde yer alan farklı kaynaklarda bu alanda yazılan çalışmaların bir araya getirildiği derleme bir çalışmadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Ekonomik Kalkınma, Kalkınma, Turizm Ve Kalkınma

## THE EFFECTS OF TOURISM ON ECONOMIC DEVELOPMENT

### Abstract

Economic development, in the simplest form of definition or meaning, refers to the point where countries exist in terms of economic welfare. It is possible to see that this was measured by the industrialization structure in the early periods. In addition, it is seen that incomes obtained under industrial activities in the mentioned periods are considered as criteria for economic development, while the developments in the service sector and tourism activities evaluated in this field are also considered in this sense. It is known that with the increase of economic inputs starting with tourism activities, it is known that tourism is effective in the development of countries and improvements are made in this field. In this context, as is the entire World moves on tourism in Turkey started even before the republic was continued after the proclamation of the Republic. These moves include development plans, the establishment of official institutions for tourism, support for tourism activities by the state and so on. It is possible to Show application sexample.

The study of the effects of tourism on economic development and the studies in this field is a compilation of the studies written in different sources in the literature.

**Keywords:** Tourism, Economic Development, Development, Tourism and Development

## **KÜLTÜR, SANAT, EĞLENCE, DİNLENCE VE SPOR FAALİYETLERİ OLARAK REKREASYONUN GAYRİSAFİ YURTIÇİ HASILADAKİ YERİ**

**Dr. Öğr. Üyesi Ümit GABERLİ**

Siirt Üniversitesi  
umit.gaberli@siirt.edu.tr

### **Özet**

Bu çalışmanın amacı, kültür, sanat, eğlence, dinlenme ve spor faaliyetlerinin yarattığı ekonomik hacim üzerinden rekreasyonel faaliyetlerin GSYH içindeki yerini ve önemini ortaya koymaktır. Çalışmanın yöntemi istatistiksel veri analizidir. Çıkış noktasını yaratılan ekonomik hacim oluşturduğundan odak noktamız ticari rekreasyondur. Ticari rekreasyonun kapsamını ortaya koyabilmek için rekreasyon sınıflamasına değinilmiştir. 1998Q1-2016Q2 dönemi için yapılan analiz sonucunda, her yılın 2. ve 3. çeyreğinde bir önceki çeyreğe göre sabit fiyatlarla (1998 baz yılı) artış yaşandığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, ticari rekreasyon kapsamındaki faaliyetlerin yılın temmuz-aralık döneminde artış göstermesi mevsimsel etkilerin olduğuna işaret etmektedir. 2015 yılı itibariyle yaklaşık 250 milyon TL'lik bir ekonomik büyüklüğe ulaşan ve oldukça geniş ileri-geri bağlantılara sahip olan bu alan iyi bir planlama ile kayda değer bir büyüklüğe ulaştırılabilir. Bu anlamda, elde edilen bulgular iktisadi gelişme ve büyüme literatürü için önemli bir katkı niteliğindedir.

**Anahtar Kelimeler:** Rekreasyon, Ticari Rekreasyon, Gayrisafi Yurtiçi Hâsıla

## **RECREATION IN GDP AS CULTURE, ART, ENTERTAINMENT, RECREATION AND SPORTS ACTIVITIES**

### **Abstract**

The aim of this study is to reveal the importance of recreational activities in GDP through the economic volume created by culture, art, entertainment, recreation and sports activities. The method of study is statistical data analysis. The focus is commercial recreation due to the our starting point is created economic volume and recreation classification is mentioned to reveal the scope of commercial recreation. As a result of the analysis carried out for the period 1998Q1-2016Q2, it is found that there is an increase in the second and third quarters of each year according to the previous quarter with fixed prices (1998 base year). In this context, these activities within the scope of commercial recreation increased in July-December period of the year indicates that there are seasonal effects. This area, which reached an economic size of approximately 250 million tl. in 2015, can be reached to a considerable size with good planning, because it has very large backwards and forwards linkages. In this sense, the findings are an important contribution to economic development and growth literature.

**Keywords:** Recreation, Commercial Recreation, Gross Domestic Product

## RTE ÜNİVERSİTESİNE AİT BATIPARK PROJESİNE YÖNELİK MEKÂNSAL TASARIM ÖNERİLERİ

**Doç. Dr. Banu BEKÇİ**

Recep Tayyip Erdogan Üniversitesi  
bekcibanu@hotmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Çiğdem BOGENÇ**

Recep Tayyip Erdogan Üniversitesi  
cigdem.bogenc@erdogan.edu.tr

### Özet

Üniversite kampüsleri hem öğrenciler hem de üniversite çalışanları için önemli sosyalleşme mekanları arasında yer almaktadır. Başarılı bir şekilde planlanmış kampüs yerleşkeleri kent kullanıcılarına da farklı aktivitelere katılma imkanları sunmaktadır. Kampüs içerisindeki kamusal mekânlar öğrenciler, akademik ve idari personeller kadar yerel halk tarafından da belirli dönemlerde de kullanılmaktadır. Bu nedenle mekânlara yönelik yapılması düşünülen peyzaj tasarımlarında kullanıcıların tümü dikkate alınarak çözüm önerileri geliştirilmelidir. RTE Üniversitesi yerleşkesine ek olarak düşünülen Batıpark projesi hem üniversite öğrencilerinin hem de çalışanlarının sosyal ve fiziksel ihtiyaçlarını karşılayacak ortak kullanım alanı olarak düşünülmekte olup bireysel ihtiyaçların karşılanmasını temel unsur olarak almaktadır. Alışmanın birinci aşamasını rekreasyonel ihtiyaçların ve beklentilerin belirlenmesi ikinci aşamasını ise mekânsal peyzaj tasarım önerilerinin kullanıcılar tarafından irdelenmesi oluşturmaktadır. Yapılan çalışmanın sonucunda üniversite kampüs yerleşkeleri mekân tasarımlarına yönelik öneriler geliştirilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Üniversite, Rekreasyonel Alan, Gençler, Peyzaj Tasarımı

## SPATIAL DESIGN RECOMMENDATIONS FOR BATIPARK PROJECT OF RECEP TAYYİP ERDOĞAN UNIVERSITY

### Abstract

Public spaces of university campuses are used by the local people in certain periods as well as students, academic and administrative staff. For this reason, solution proposals should be developed for landscape designs that are planned to be made for spaces by considering all users. As a supplementary building to RTE University campus, Batıpark project is considered as a common use area to meet the social and physical needs of both university students and employees and takes individual needs as a basic element. In the first part of the study, the determination of recreational needs and expectations is discussed and in the second part of the study, the examination of spatial landscape design proposals by users is discussed. At the end of the study, suggestions will be developed for the space design of university campuses.

**Keywords:** University, Recreational Area, Young People, Landscape Design



## KAMPÜS YERLEŞKELERİNE YÖNELİK REKREASYONEL PLANLAMA ÖNERİLERİ

**Doç. Dr. Banu BEKÇİ**

Recep Tayyip Erdogan Üniversitesi  
bekcibanu@hotmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Çiğdem BOĞENÇ**

Recep Tayyip Erdogan Üniversitesi  
cigdem.bogenc@erdogan.edu.tr

### Özet

Kentlerimizde olduğu gibi yerleşkelerdeki fiziki çevrelerin mimarı yapılarında kullanılan geleneksel doku çevre tasarımlarında kullanılmamakta hatta sosyolojik açıdan incelenen bu mekânların bireylere zarar verdiği görülmektedir. En küçük ekosistemlerden en büyük ekosistemlere kadar birbirleriyle oluşturdukları etkileşimde, bir sistemin bozulma ve dengesizliği diğer sistemleri de olumsuz yönde etkilemektedir. Bu etkileşimler zamanla bireyleri olumsuz etkileyerek çevrelerini algılayamamalarına sebep olmakta lakin mekansal tercihlerini olumlu yönde etkilemektedir.

Bu bağlamda çalışma alanı olarak seçilen Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi yerleşkesinde karşılaşılan mimari ve ekolojik sorunların çözümünde indirgemeci yaklaşımlardan kaçınılarak bütüncül yaklaşımı esas alan tasarımlara eleştirel bir bakış açısı getirilecektir. Tasarlanan mekansal çözüm önerileri ilerki kullanıcılarına sorgularak yapılması düşünülen tasarımlara örnek oluşturacaktır. Böylece Rize kent makro formu ölçeğinde kentsel açık ve yeşil alan sistemlerinin bir parçası olarak önem teşkil edecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Yerleşke, Peyzaj Mimarlığı, Planlama, Tasarım, İnsan-Çevre

## RECREATIONAL PLANNING RECOMMENDATIONS FOR CAMPUSES

### Abstract

As in our cities, the traditional texture used in the architectural structures of the physical environments in the campuses is not used in environmental designs. Also, it is seen that these spaces, which are examined from a sociological point of view, cause harm to individuals. From the smallest ecosystems to the largest ecosystems, the interaction and disturbance of one system adversely affects other systems. In this context, a critical perspective will be brought to the designs based on the holistic approach by avoiding the reductionist approaches in the solution of the architectural and ecological problems encountered on the Recep Tayyip Erdogan University campus chosen as the study area.

**Keywords:** Campus, Landscape Architecture, Planning, Design, Human-Environment

## **REKREATİF AMAÇLI SPOR YAPAN BİREYLERİN SOSYAL FİZİKİ KAYGI DÜZEYLERİNİN VE EGZERSİZ YAPMA SEBEPLERİNİN ARAŞTIRILMASI**

**Rıdvan UZUN**

Van Milli Eğitim İl Müdürlüğü  
rm\_uzun@hotmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Fatih ERİŞ**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
fatisheris@yyu.edu.tr

**Öğr. Gör. Kemal SARGIN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
sargin\_kemal@hotmail.com

### **Özet**

Kaygı, kavramı Batılı kaynaklardan dilimize “anksiyete” kavramının tercüme edilmesi ile girmiştir. Kaygı, nedeni bilinmeyen bir sebepten ötürü hissedilen belirsiz korku, endişe ve sıkıntı ile gösterir. Bireyde kötü bir şey olacağına ve bunu engelleyemeyeceğine ilişkin bir düşüncenin belirmesiyle kaygı ortaya çıkar. Bireyin dış görünüşünden dolayı duyduğu endişeleri ile ilgili kavramlardan birisi olan sosyal fizik kaygı, insanların fiziksel görünüşlerinin başkaları tarafından değerlendirilirken hissettikleri endişe, gerginlik olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Van ilinde bazı özel spor salonu üyelerinin sosyal fizik kaygı düzeylerini araştırmaktır. Çalışmanın örneklem grubu Van ilinde özel spor salonlarında fitness, vucut geliştirme, plates ve crossfit aktivitelerine katılan yetişkin bireylerden oluşmaktadır. Çalışma grubunu 50 erkek ve 50 kadın toplam 100 yetişkin oluşmaktadır. Verilerin analizleri için, SPSS paket programı kullanılırken, normalite testi yapılmıştır. Elde edilen veriler normal dağılım gösterdiği için araştırmada, independent- t test yöntemi ve tanımlayıcı istatistik metotları kullanıldı. Araştırma grubuna dış görünüşleri ile ilgili düşüncelerini belirlemek için sosyal fizik kaygı ölçeği uygulanırken, egzersize yönelik düşüncelerini belirlemek için ise Egzersizde Davranışsal Düzenlemeler Ölçeği uygulanmıştır. Katılımcılar erkeklerde yaş (29,53±6,944) ve kadınlarda yaş (30,14±7,129) ortalamaları ve standart sapmaları bulunmuştur. Çalışmada kadınlar ve erkekler arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. P>0,441

**Anahtar Kelimeler:** Rekreasyon, Spor, Kaygı

## **REVIEWING THE REASONS OF DOING EXERCISE AND SOCIAL-PHYSICAL ANXIETY LEVELS ON INDIVIDUALS DOING RECREATIONAL SPORTS**

### **Abstract**

The aim of this study is to review the social and physical anxiety levels of individuals who are members of private gyms in city of Van. Sample group of the study consists of adults participating in fitness, body building, pilates and crossfit activities in private gyms in Van. The study group includes 50 male and 50 female participants, a total of 100 adults. For the data analysis, SPSS program package was used and test of normality was performed. Due to the fact that the obtained data showed normal distribution, independent T test method and descriptive statistical methods were used. In order to define the opinions about physical appearances, the research group was applied the Social Physical Anxiety Scale developed by Hart et al. (1989) of

which Turkish validity has been checked by Mulazimoglu, Balli and Asci. And in order to define their thoughts about exercises, Scale of Behavioral Regulations in Exercises, which was developed by Mullen et al. (1997) and which was revised by Markland and Tobin (2004) (Ersoz et al. (2012). The mean age and standard deviation for male participants were  $29,53 \pm 6,944$  and  $30,14 \pm 7,129$  for women. In the study, no significant difference was found between men and women ( $P > 0,441$ ).

**Keywords:** Recreation, Sports, Anxiety

## **VAN İLİNDE ÖZEL SPOR SALONLARINDA SPOR YAPAN BİREYLERİN YAŞAM KALİTE DÜZEYLERİNİN ARAŞTIRILMASI**

**Öğr. Gör. Serdar ŞAHİN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
serdarsahin@yyu.edu.tr

**Öğr. Gör. Kemal SARGIN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
sargin\_kemal@hotmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Fatih ERİŞ**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
fatisheris@yyu.edu.tr

**Rıdvan UZUN**

Van Milli Eğitim İl Müdürlüğü  
rm\_uzun@hotmail.com

### **Özet**

Kalite insanların, yaşantının ya da herhangi bir nesnenin, diğerlerinden ayırt edici olan üstün niteliklerini bildirir. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) 1948 yılında sağlığı yalnız hastalığın bulunmayışı olarak değil, fiziksel, ruhsal ve sosyal açılardan tam bir iyilik hali olarak tanımlamıştır. Tam iyilik halinin ne olduğuna ilişkin yapılan tanımlama çalışmaları yaşam kalitesi kavramını ortaya çıkarmıştır. Yaşam kalitesi üzerine çalışma yapan uzmanlar, yaşam kalitesi sağlama konusunda egzersiz ve değerlendirme rolünün önemli bir yer tuttuğunu belirtmektedirler. Katılımcıların düzenli yaptıkları fiziksel aktiviteleri ile entelektüel, sosyal, ruhsal, fizyolojik ve psikolojik iyi oluşlar geliştirilmeye çalışılmaktadır. Fiziksel aktiviteler, doğru seçildiğinde sosyal ve psikolojik değişkenler ile etkileşime geçerek kişilerin yaşam kalitesini artırabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, Van ilinde bazı özel spor salonlarında spor yapan bireylerin yaşam kalite düzeylerini araştırmaktır. Çalışmanın örneklem grubu Van ilinde özel spor salonlarında fitness, vucut geliştirme, plates ve crossfit aktivitelerine katılan 40 erkek ve 40 kadın toplam 80 yetişkinden oluşmaktadır. Araştırma grubuna WHO'nun geliştirdiği 23 madde ve 5 alt boyuttan oluşan Yaşam Kalitesi Ölçeği "World Health Organization Quality of Life (WHOQOL-BREF)" kullanılmıştır. Ölçek, Fiziksel Kalite (3 madde), Psikolojik Kalite (5 madde), Sosyal Kalite (3 madde), Çevresel Kalite (6 madde), Bağımsızlık Kalitesi (6 madde) olmak üzere beş alt başlıktan oluşmaktadır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin her birinde aralıklı ölçüm düzeyi olarak kabul edilen 5'li Likert Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe geçerlik güvenirlik çalışması yapılmıştır. Verilerin analizleri için, SPSS paket programı kullanılırken, normalite testi yapılmıştır. Elde edilen veriler normal dağılım gösterdiği için araştırmada, independent- t test yöntemi ve tanımlayıcı istatistik metotları kullanıldı. Katılımcılar erkeklerde yaş (30,20±7,28) ve kadınlarda yaş (29,40±6,36) ortalamaları ve standart sapmaları bulunmuştur. Çalışmada kadınlar ve erkekler arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. P< 0,05

**Anahtar Kelimeler:** Kalite, Yaşam, Fiziksel Aktivite

## REVIEWING THE QUALITY OF LIFE LEVELS OF INDIVIDUALS WORKING OUT IN PRIVATE GYMS IN VAN

### Abstract

The aim of this study is to review the quality of life levels of individuals working out in private gyms in the city of Van. Sample group of the study consists of 80 adults (40 male and 40 female) who join fitness, body building, pilates and crossfit activities. World Health Organization's Quality of Life (WHOQOL-BREF) Scale (1998) which consists of 23 items and 5 sub-dimensions was used for the research group. The scale includes five sub-categories which are Physical Quality (3 items), Psychological Quality (5 items), Social Quality (3 items), Environmental Quality (6 items), Independence Quality (6 items). In each of the scales used in the study, 5 Point Likert Scale was used. Validity and reliability checks of the study was performed by Sevil (2015). For the data analysis, SPSS program package was used and test of normality was performed. As the obtained data showed normal distribution, independent T-test method and descriptive statistic methods were used. The mean age and standard deviation of male participants is  $30,20 \pm 7,28$  and  $29,40 \pm 6,36$  for female participants. There has been a significant difference found between men and women in the study ( $P < 0,05$ ).

**Keywords:** Quality, Life, Physical Activity

## MERKEZDEN TAŞRAYA TURİZM POLİTİKALARININ YANSIMALARI

**Dr. Öğr. Üyesi Gülçinay BAŞDOĞAN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

gule\_01@yahoo.com

### Özet

Van kentinin tarihi yapısına baktığımızda M.Ö. 15.000 - 8.000 kadar uzanan bir geçmişe sahip bir kent olduğu görülmektedir. Kent, tarihsel süreçte birçok medeniyete ev sahipliği, Urartu Krallığına ise başkentlik yapmıştır. Bulunduğu jeo-politik konum itibarı ile birçok farklı kültürü de içinde barındırmıştır. Ancak bu kültürel ve tarihsel zenginliğe rağmen Van İlinin sosyal, ekonomik ve kültürel kalkınma boyutunda yeterli bir ilerleme kaydedemediği Sosyo-Ekonomik Gelişim Endeksi (SEGE) araştırmalarında net olarak görülmektedir. Buna göre bu çalışma Van'ın kalkınmasına yönelik turizm politikalarında önemli bir kuruluş olan Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın stratejilerini belirleyerek bu stratejilerin yatırımlardaki yansımalarını ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu hedefler doğrultusunda Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013 ile Kültür ve Turizm Bakanlığı 2015-2019 Dönemi Stratejik Planı incelenerek Van iline yönelik yapılan yatırımlar ve politikalar Van Rölöve ve Anıtlar Müdürlüğü çatısında değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Endeksi, Turizm Politikaları, Kültür ve Turizm Bakanlığı Stratejik Planlar, Van Rölöve ve Anıtlar Müdürlüğü

## REFLECTIONS OF TOURISM POLICIES FROM TO THE CENTRAL TO THE PROVINCIAL

### Abstract

A quick look to the past of the city of Van will reveal an extensive history reaching back to 15.000 – 8.000 BC. While the city housed numerous civilizations in its history, one of its most prominent features is that it was the capital of the Urartian Kingdom for a certain period. Its geo-political positioning has also caused the city to gather properties from numerous different cultures. However, even though the city has such a vast cultural and historical treasure, the Socio-Economic Development Index (SEDI) clearly reveals that the city of Van couldn't achieve the desired social, economic, and cultural progress along with it. Accordingly, this study aims to identify the strategies of the Ministry of Culture and Tourism –which is amongst the most prominent authorities regarding the tourism policies of the city of Van- and to find out their reflections in actual investments. Within this perspective, the 2007-2013 portion of the Turkey Tourism Strategy 2023 Action Plan, and the 2015-2019 Period Strategic Plan, of the Ministry of Culture and Tourism were inspected, and the investments and policies towards the city of Van were evaluated under the scope of Van Directorate of Surveying and Monuments.

**Keywords:** Socio-Economic Development Index, Tourism Policies, Ministry of Culture and Tourism Strategic Plans, Van Survey and Monuments Directorate

## **YEREL PAYDAŞLARIN CITTASLOW ŞEHİR AĞINA YÖNELİK ALGI VE TUTUMLARINA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA: AHLAT CITTASLOW ŞEHİR ÖRNEĞİ**

**Dr. Öğr. Üyesi Adnan ALKAN**

Siirt Üniversitesi  
ad\_alkan@hotmail.com

### **Özet**

Cittaslow hareketi 1999 yılında Greve in Chianti'nin eski belediye başkanı Paolo Saturnini'nin vizyonu doğrultusunda ortaya çıkmış olup şehirlerin yaşam kalitesini yükseltmek ve farklı bir kalkınma modeli ortaya koymaları için geliştirilmiştir. Cittaslow (Yavaş Şehir) hareketi, kültür ve turizm bileşenli bir anlayış olarak doğal ve kültürel değerlerin korunup yerel ölçekte geliştirilmesini amaç edinerek bölgesel ekonomik gelişmeyi ve kalkınmayı da desteklemektedir. Türkiye'de doğal ve kültürel birçok değeri olan, fakat geçmişte bunu yerel kalkınma aracı olarak kullanamayan küçük şehir ve kasabalar, yerel kalkınmalarını sağlamak için Cittaslow (Yavaş Şehir) hareketine katılmaktadır. Günümüzde 28 ülkede 182 üyeye yayılan Cittaslow hareketinin amacı Slow Food felsefesini kentsel boyuta taşımaktır. Türkiye'de Cittaslow hareketine son olarak 23 Mart 2019 tarihinde Köyceğiz ve Ahlat'ın dahil edilmesiyle birlikte bu harekete üye olan kent sayısı 17 olmuştur. Bu çalışmada, Türkiye'de Yavaş Şehir Hareketi'ne en son dahil olan Ahlat'ta yerel paydaşları oluşturan kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum örgütleri, meslek örgütleri, turizm endüstrisi içerisinde yer alan kişi ve kuruluşların Yavaş Şehir Hareketi'ni nasıl algıladığı incelenmiştir. Ayrıca söz konusu hareketin şehrin kalkınması ve gelişmesine katkı sunup sunmadığına ilişkin yapılan araştırmanın bulgularına yer verilmektedir. Ahlat şehrindeki yerel paydaşların Yavaş Şehir Hareketine dair algı, tutum ve beklentilerini ölçmeyi amaçlayan bu çalışma, nitel bir araştırmaya dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda amaçlı örneklem yöntemiyle belirlenen yerel paydaşlarla derinlemesine görüşme yapılmıştır. Görüşme sonuçları betimsel bir analizle değerlendirilerek, yerel paydaşların Yavaş Şehir Hareketine dair algı ve yaklaşımları ortaya konmuştur. Çalışmada elde edilen bulgulara göre Ahlat şehrinde yerel paydaşların Yavaş Şehir Hareketi konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları ve bu akımın şehirde henüz kalkınma ve gelişmeye etki edecek bir düzeyde olmadığı anlaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yavaş, Şehir, Ahlat, Turizm

## **A STUDY ON THE PERCEPTIONS AND ATTITUDES OF LOCAL STAKEHOLDERS ON THE CITTASLOW CITY NETWORK: THE CASE OF AHLAT CITTASLOW CITY**

### **Abstract**

The Cittaslow movement emerged in 1999 in line with the vision of Paolo Saturnini, former mayor of Greve in Chianti. The Cittaslow movement was developed to improve the quality of life of cities and to present a different development model. The Cittaslow (Slow City) movement supports regional economic development and development with the aim of preserving and developing natural and cultural values on a local scale as a cultural and tourism component approach. Small cities and towns with many natural and cultural values in Turkey, cities and towns with many natural and cultural values in Turkey. Today the Cittaslow movement, which spans 182 members in 28 countries, aims to carry the Slow Food philosophy to the urban dimension. The number of members of the Cittaslow movement in Turkey reached 17. with the inclusion of Koycegiz and Ahlat on March 23, 2019,

The findings of the research on whether the Cittaslow movement contributes to the development of the city. This study, which aims to measure the perception, attitude and expectations of local stakeholders in the city of Ahlat about the Slow City Movement, is based on a qualitative research. In this context, in-depth interviews were conducted with local stakeholders determined by purposive sampling method. The results of the interviews were evaluated with a descriptive analysis and the local stakeholders' perceptions and approaches to the Slow City Movement were revealed. According to the findings of the study, it is understood that local stakeholders in Ahlat city do not have sufficient information about the Slow City Movement. Furthermore, it is understood that this trend is not yet at a level that will affect development and development in the city.

**Keywords:** Slow, City, Ahlat, Tourism



## BOX-JENKINS MODELİ İLE TÜRK TURİZM SEKTÖRÜNDE TALEP TAHMİNİ

**Dr. Öğr. Üyesi Şekip YAZGAN**

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi  
sekiptyazgan@hotmail.com

**Doç. Dr. Ömer YALÇINKAYA**

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi  
omeryalcinkaya84@hotmail.com

### Özet

Turizm sektörü, günümüzde Türkiye dahil olmak üzere birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomileri için önemli bir konumda bulunmaktadır. Turizm, en genel ifadeyle, bir ülkeye dinlenmek, eğlenmek, görmek ve tanımak gibi amaçlarla yapılan turistik geziler ile turist çekerek gelir elde etmek için iktisadi ve sosyo-kültürel açıdan yapılan çalışmaların bütünü olarak tanımlanmaktadır. Turizm sektörü, ödemeler bilançosu cari işlemler hesabının uluslararası hizmetler kısmında bulunmaktadır. Bu yönüyle turizm, görünmeyen bir ihracat kalemi olup, sabit sermaye yatırımlarının finansmanı için gerekli döviz girişini sağlamakta, doğrudan ve dolaylı etkilerle ekonominin alt sektörlerini uyararak üretim kapasitesini genişletmekte ve ekonomik büyümenin sağlanması ile kalkınma düzeyinin artırılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmada, dünya genelindeki gelişmelerle paralel 1965 ve dışı açılma politikalarıyla birlikte 1980 yıllarından itibaren turizm sektörünün giderek daha fazla önem kazandığı Türkiye ekonomisinde turizm talebi bir Box-Jenkins metodu olan ARIMA modeli ile incelenmektedir. Çalışmada, 2012 ile 2018 yılları arası aylık veriler kullanılarak 2019 yılı için Türkiye'ye gelen aylık ziyaretçi sayıları tahmin edilmekte ve elde edilen tahminlerin güvenilirliği değerlendirilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Sektörü, ARIMA, Türkiye

## DEMAND FORECASTING IN THE TURKISH TOURISM SECTOR BY USING BOX-JENKINS MODEL

### Abstract

The tourism industry today is in a prime location for many developed and emerging economies, including Turkey. Tourism, in general terms, is defined as the whole of economic and socio-cultural studies in order to generate income by attracting tourists and tourist trips to a country for resting, having fun, seeing and getting to know. In the tourism sector, the balance of payments is included in the international services section of the current account. In this respect, tourism is an invisible export item, providing foreign exchange inflows for the financing of fixed capital investments, stimulating the sub-sectors of the economy with direct and indirect effects, expanding its production capacity and playing an important role in achieving economic growth and increasing the level of development. In this study, together with the parallel 1965 and opening-up policy developments across the globe since the 1980 tourism demand in gaining more importance as Turkey's economy growing tourism sector are studied with a Box-Jenkins, the method ARIMA model. In the study, 2012 and 2018 using monthly data for 2019 are estimated from the number of monthly visitors to Turkey and assessed the reliability of the estimates obtained.

**Keywords:** Tourism Sector, ARIMA, Turkey

## **TÜRKİYE TURİZM GELİRLERİNİN YAKINSAMA ANALİZİ: FOURIER BİRİM KÖK TESTİNDEN KANITLAR**

**Doç. Dr. ÖMER YALÇINKAYA**

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi  
omeryalcinkaya84@hotmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi ŞEKİP YAZGAN**

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi  
sekiptyazgan@hotmail.com

### **Özet**

Son dönemde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler üzerine yapılan çalışmalarda turizm sektörünün ekonomik büyümenin ve gelişmenin en önemli kaynaklarından birisi olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Turizm sektörü, sabit sermaye yatırımlarının finansmanı için gerekli döviz girişini sağlamakta, doğrudan ve dolaylı etkilerle ekonominin alt sektörlerini uyararak üretim kapasitesini genişletmekte ve ekonomik büyümenin sağlanması ile kalkınma düzeyinin artırılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Turizmin ekonomik büyüme ve kalkınma düzeyi üzerindeki söz konusu etkileri ise turizm hareketleri sonucunda sektörde ortaya çıkan harcama-gelir akımının yarattığı çarpan mekanizmasının işlemesiyle gerçekleşmektedir. Turizm bir tüketim faaliyeti olduğundan turistlerin yaptıkları tüketim harcamaları sonucunda artan turizm talebini karşılamak üzere yapılan yatırım harcamaları gerek turizm sektöründeki gerekse turizmi besleyen diğer sektörlerdeki üretim faktörleri sahiplerinin gelirlerini oluşturmaktadır. Böylece, turizm hareketleri sonucunda turizm sektöründe ortaya çıkan harcama-gelir akımı, ülke ekonomilerinde çarpan etkisi nedeniyle başlangıçta yapılan turizm harcamalarına kıyasla çok daha geniş kapsamlı gelir etkileri oluşturmakta ve ekonomik büyümenin sağlanması ile kalkınma düzeyinin artırılmasına olanak sağlamaktadır. Bunun yanında turizm, gelirin gelişmiş ülkelere yayılmasını ve az gelişmiş ülkelere doğru dağılımına katkı yaparak söz konusu ülkeler arasında yakınsamayı sağlamaktadır. Bu kapsamda çalışmada, turizm gelirleri açısından, 1996-2017 yılları arasında kapsayan dönem için, Türkiye ile lider ülke konumunda bulunan Amerika Birleşik Devletleri arasında bir yakınsamanın olup olmadığı, zaman serisi analizi kapsamında Fourier birim kök testleriyle ekonometrik olarak incelenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Yakınsama Hipotezi, Turizm Gelirleri, Fourier Birim Kök Testi

## **ANALYZING THE CONVERGENCE HYPOTHESIS FOR TURKEY'S TOURISM REVENUES: EVIDENCE FROM FOURIER UNIT ROOT TESTS.**

### **Abstract**

In recent studies on developed and developing countries, it is concluded that the tourism sector is one of the most important sources of economic growth and development. The tourism sector provides foreign exchange inflows for the financing of fixed capital investments, stimulates the sub-sectors of the economy with direct and indirect effects, expands production capacity and plays an important role in achieving economic growth and increasing the level of development. The effects of tourism on economic growth and development level are realized by the multiplier mechanism created by the expenditure-income flow created in the sector as a result of tourism movements. Since tourism is a consumption activity, the investment

expenditures made to meet the increasing tourism demand as a result of consumption expenditures of the tourists constitute the income of the owners of production factors both in the tourism sector and other sectors that feed tourism. Thus, the expenditure-income flow in the tourism sector as a result of tourism movements creates much more comprehensive income effects than the initial tourism expenditures due to the multiplier effect in the economies of the country and enables the economic growth to be achieved and increase the level of development. In addition, tourism contributes to the distribution of income from developed countries to developing and underdeveloped countries and thus provides convergence among these countries. The study in this context, in terms of tourism revenue, for the period covering the years 1996-2017 years, in the leading country with Turkey, where there is a convergence between the United States, is being examined in econometrics of time series analysis within the scope of Fourier unit root tests.

**Keywords:** Convergence Hypothesis, Tourism Receipts, Fourier Unit Root Test

## TÜRKİYE'DEKİ KALKINMA PLANLARINDA TURİZMİN ÇEVRESEL ETKİLERİNİN VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM ANLAYIŞININ DEĞERLENDİRİLMESİ

**Dr. Öğr. Üyesi Alper UZUN**

Balıkesir Üniversitesi  
u\_alper@hotmail.com

**Burak OĞLAKCI**

Balıkesir Üniversitesi  
burakoglakci42@gmail.com

**Rafet Yiğit**

Balıkesir Üniversitesi  
rafetyigit64@gmail.com

**Şeyhmus İNAL**

Balıkesir Üniversitesi  
inal4763@gmail.com

### Özet

Seyahat ve turizm endüstrisi, dünyanın en büyük endüstrileri arasında yer almaktadır. Turizm endüstrisinin sosyal, kültürel, ekonomik olarak birçok faydası bulunmaktadır. Ancak tarihsel süreçte bu endüstriye olan talebin artması ile birlikte; doğal, tarihi ve kültürel zenginlikler üzerindeki baskı artmış, doğal ve yapay çevreler de bu durumdan olumsuz şekilde etkilenmiştir. Büyük kitleler ile plansız olarak gerçekleştirilen turizm faaliyetleri zamanla sorun haline gelmeye başlamış ve bu olumsuz etkilerin ele alınması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Önceleri konuya ilişkin yaklaşımlar ile başlayan bu farkındalık durumu ilk olarak, ekonomik kalkınma ile çevrecilik arasında bir yakınsamaya işaret eden 'sürdürülebilir kalkınma' kavramını ortaya çıkarmıştır. Daha sonraki süreçte sürdürülebilirlik anlayışının turizme uygulanabilmesi amacı ve turizm etkinliklerinin çevreye zarar vermeden yapılması, gelecek nesillere aktarılması düşüncesi ile "sürdürülebilir turizm" kavramı ortaya çıkmıştır. Alternatif turizm çeşitlerinin uygulanabilmesi, devamlılığının sağlanması ve desteklenmesi amacı ile uluslararası alanda komisyonlar/kurumlar kurulmuş, niteliği bakımından uluslararası alanda önem arz eden birçok zirve ve konferansta konuya ilişkin tartışmalar gerçekleşmiş ve önemli çıktılar sağlanmıştır.

Bu çalışmanın amacı, 1960 yılında Devlet Planlama Teşkilatı'nın (DPT) kurulması ve 1963 yılında uygulanmaya başlanan kalkınma planlarında turizm ile ilgili olarak yapılmış olan politikalar ile belirlenmiş olan hedef ve ilkelerde, turizmin çevresel etkilerinin nasıl/ne şekilde yer aldığını incelemektir. Bunun yanında sürdürülebilir turizm kapsamında yer alan alternatif turizm türlerine kalkınma planlarında ne derece yer verildiği araştırılmış ve tartışılmıştır. Çalışmada; uluslararası literatürde konu ile ilgili kitap, makale ve dergiler ile ülkemizdeki kalkınma planları söylem analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Bu araştırma yapılırken tarihsel süreçte uluslararası kamuoyunda konuya ilişkin olarak yapılan çalışmalar ve buna uyan ülkelerin gerçekleştirdiği uygulamalar ile ülkemiz kalkınma planlarındaki turizm politika, hedef ve ilkeleri arasındaki tarihsel bağlam da gözetilmiş ve karşılaştırma yapılmıştır.

Elde edilen bulgular ve sonuçlara bakıldığında zaman, kalkınma planlarında turizmin çevresel etkilerine genel olarak değinilmediği ve belirli dönemlerde kitle turizminin teşvik edildiği görülmüştür. Bunun yanında kongre, sağlık, termal, kış, su sporları ve gençlik turizmi gibi alternatif turizm türlerinin geliştirilmesine yönelik hedef ve ilkeler belirlenmiştir. Uygulanmaya

konan ilk kalkınma planından son kalkınma planına kadar, yer yer doğal, tarihi ve kültürel değerlerin korunmasına yer verilse de, turizmin çevresel etkilerinin neler olduğuna bu çevresel etkilerden nasıl korunulması gerektiği ve hangi önlemlerin alınması gerektiği planlarda yer almamaktadır. İkinci kalkınma planından itibaren kalkınma planlarında turizm politikası olarak "kitle turizmi" belirtilmiştir. Dördüncü planda kitle turizmine ek olarak bireysel turizmde planlarda yer almıştır. İlk defa beşinci planda kitle turizminin yanında alternatif turizm türlerinin de geliştirilmesine dikkat çekilmiştir. Sürdürülebilir turizm terimi ilk kez sekizinci planda yer almıştır. Dokuzuncu kalkınma planında ekoturizm ile ilgili yönlendirme faaliyetlerinden bahsedilmiştir. Onuncu kalkınma planında ise turizm politikası olarak çevreye duyarlı ve sorumlu turizm anlayışı çerçevesinde sürdürülebilir turizm politikası belirlenmiştir.

Genel bir değerlendirme yapıldığında; turizmde sürdürülebilirlik anlayışı kısmi olarak 2000'li yıllardan itibaren kalkınma planlarında kendine yer bulabilmiştir. Bu doğrultuda kalkınma planlarındaki sürdürülebilirlik anlayışı tarihsel perspektiften değerlendirildiği zaman, uluslararası alanda sürdürülebilirlik adına gerçekleştirilen uygulama, ilke ve politikaları sonradan takip ettiği sonucunu söylemek mümkündür.

**Anahtar Kelimeler:** Kalkınma Planları, Turizm, Çevresel Etki, Sürdürülebilir Turizm, Türkiye

## **EVALUATION OF ENVIRONMENTAL EFFECTS OF TOURISM AND SUSTAINABLE TOURISM UNDERSTANDING IN DEVELOPMENT PLANS IN TURKEY**

### **Abstract**

The travel and tourism industry is located among the largest industries in the world. There are many social, cultural and economic benefits of tourism industry. However, with the increase in demand for this industry in the historical process, the pressure on natural, historical and cultural riches has increased and natural and artificial circles have been adversely affected by this situation. Tourism activities carried out unplanned with large masses have started to become a problem over time and the need to address these negative effects has emerged. This state of awareness, which started with the approaches, related to the subject at first, introduced the concept of 'Sustainable Development', which points to a convergence between economic development and environmentalism. In the following process, the concept of "sustainable tourism" has emerged with the aim of applying the sustainability approach to tourism and with the idea of carrying out tourism activities without damaging the environment and transferring them to future generations. With the aim of implementing, maintaining and supporting alternative types of tourism, international commissions/institutions have been established, discussions on the subject have taken place and important outputs have been provided at many international summits and conferences which are of international importance.

The aim of this study, the establishment of the State Planning Organization (SPO) in 1960 and within the development plans which started to be implement in 1963; is to examine how the environmental effects of tourism are included in the targets and principles be determined made in relation to tourism. In addition, it has been investigated and discussed the extent to which the alternative types of tourism included in the scope of sustainable tourism are included in the development plans. In the study; books, articles and journals related to the subject in international literature and development plans in Turkey were analyzed by using discourse analysis method. In the course of this research, the historical context between the tourism policies, targets and principles in the development plans of Turkey and the practices carried out by the countries that comply with this and the studies carried out in relation to the

subject in the international public in the historical process were also observed and the comparison was made.

When looking at the findings and results, it was observed that the environmental effects of tourism were not generally mentioned in the development plans and that mass tourism was encouraged in certain periods. In addition, objectives and principles for the development of alternative tourism types such as congress, health, thermal, winter, water sports and youth tourism have been determined. From the first development plan put into practice to the last development plan, the topic of conservation of natural, historical and cultural values has been given place. However, the environmental effects of tourism and how to protect from these effects and what measures should be taken are not included in the plans. Since the second development plan, "mass tourism" has been stated as the tourism policy in the development plans. In addition to mass tourism, the fourth plan included plans for individual tourism. In the fifth plan for the first time, attention was drawn to the development of alternative tourism types besides mass tourism. The term sustainable tourism was included in the eighth plan for the first time. In the ninth development plan, ecotourism-related was orientation activities are mentioned.

When a general evaluation was made, the sustainability concept in tourism was partially able to find its place in development plans since the 2000s. In this respect, when the concept of sustainability in Turkey's development plans is evaluated from a historical perspective, it is possible to tell the conclusion that it falls behind the practices, principles and policies realized in the name of sustainability in the international arena.

**Keywords:** Development Plans, Tourism, Environmental Impact, Sustainable Tourism, Turkey

## KIRSAL BİR MEKANIN YENİDEN ÜRETİMİ = EKOTURİZM BAĞLAMINDA SİNEBEL VADİSİ'NİN (PERVARI) TURİZM OLANAKLARI

**Yahya ÖZTÜRK**

Van Milli Eğitim İl Müdürlüğü  
marmara3476@hotmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Halil ZORER**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
zorer-halil@hotmail.com

### Özet

Mekan, coğrafya ve coğrafyacıların en temel ilgi alanıdır. Mekanların fiziki ya da beşeri özelliklerinin saptanabilmesi ve bunların insan yaşamına olan etkisinin irdelenmesi turizm ve rekreasyonel faaliyetler açısından üzerinde önemle durulan araştırma konularından biridir. Bunun yanında mekanın yeniden ele alınması, doğal mimarisinin tespiti ve olanaklarının saptanması, yenilikçi düşünceyle var olan dokunun iyileştirilip geliştirilmesi mekanın kazanımı ve yeniden üretimidir. Ekoturizm bağlamında mekan, turistik çekicilikleri saptanan ve bu çekiciliklerin analiziyle geliştirilip turizme kazandırılan bir öğedir. Özellikle kırsal dokunun ekolojik yapısı, günümüzde alternatif turizm sürecinde hızla yükselen bir değerdir. Sinebel Vadisi de ekoturizm bağlamında doğal çeşitliliği zengin jeomorfik, hidrografik, litolojik özelliği olan bir manzara sunmaktadır. Bu çalışmada amaç Sinebel Vadisi doğal coğrafya özelliklerinin tanıtılması ve turizm fırsatlarının belirtilmesidir. Sinebel Deresi, Pervari (Siirt) ilçesinde Botan Çayı'nın yukarı havzasında yer alan yıl boyunca akış gösteren bir akarsudur. Sinebel Vadisi'nin el değmemiş doğal yapısı ve bozulmamış habitatu ekoturizm sürecinde, bu sürece katılanların "doğal çevreye doyma, doğal çevreden tatmin olma" oranını artıracaktır. Mağara turizmi, rafting ve kano turizmi, dağcılık, günü birlik yürüyüş (hiking), doğa yürüyüşleri (trekking), botanik turizmi, ferrata (kaya tırmanışı), ekspedisyon (en az 1 haftalık kamplar) gibi ekoturizm tür çeşitliliği fazla olan Sinebel Vadisinde turistik peyzaj oldukça zengindir. Ayrıca Sinebel Deresi'nin sahip olduğu boğaz vadi karakterli morfojenik yapısından dolayı vadinin üst yamaçlarında uygun yerlere kanyon vadilerde olduğu gibi yapılacak seyir terasları da Sinebel Vadisi'nde turizm olanaklarını arttırıcı bir rol oynayacaktır. Tüm bunlardan hareketle Sinebel Vadisi'nin doğal mekanının yeniden ele alınması ve bu ele alışı tarzının ekoturizm odaklı olması bölgede alternatif turizmin değerlendirilmesi adına yapılacak en önemli hamle olacaktır. Netice olarak ekoturizm potansiyeli fazla olan Sinebel Vadisi için, ekoturizm değer oranının fazla olduğu ve bölgesel kalkınmaya destek açısından önemlerin dikkate alınması gerektiği öngörülmektedir. Fırsat ve tehditlerin iyi analiziyle Sinebel Vadisi, bölge için önemli ekoturizm destinasyonlarından biri olacak potansiyele sahiptir. Mekan, coğrafya ve coğrafyacıların en temel ilgi alanıdır. Mekanların fiziki ya da beşeri özelliklerinin saptanabilmesi ve bunların insan yaşamına olan etkisinin irdelenmesi turizm ve rekreasyonel faaliyetler açısından üzerinde önemle durulan araştırma konularından biridir. Bunun yanında mekanın yeniden ele alınması, doğal mimarisinin tespiti ve olanaklarının saptanması, yenilikçi düşünceyle var olan dokunun iyileştirilip geliştirilmesi mekanın kazanımı ve yeniden üretimidir. Ekoturizm bağlamında mekan, turistik çekicilikleri saptanan ve bu çekiciliklerin analiziyle geliştirilip turizme kazandırılan bir öğedir. Özellikle kırsal dokunun ekolojik yapısı, günümüzde alternatif turizm sürecinde hızla yükselen bir değerdir. Sinebel Vadisi de ekoturizm bağlamında doğal çeşitliliği zengin jeomorfik, hidrografik, litolojik özelliği olan bir manzara sunmaktadır. Bu çalışmada amaç Sinebel Vadisi

doğal coğrafya özelliklerinin tanıtılması ve turizm fırsatlarının belirtilmesidir. Sinebel Deresi, Pervari (Siirt) ilçesinde Botan Çayı'nın yukarı havzasında yer alan yıl boyunca akış gösteren bir akarsudur. Sinebel Vadisi'nin el değmemiş doğal yapısı ve bozulmamış habitatu ekoturizm sürecinde, bu sürece katılanların "doğal çevreye doyma, doğal çevreden tatmin olma" oranını artıracaktır. Mağara turizmi, rafting ve kano turizmi, dağcılık, günü birlik yürüyüş (hiking), doğa yürüyüşleri (trekking), botanik turizmi, ferrata (kaya tırmanışı), ekspedisyon (en az 1 haftalık kamplar) gibi ekoturizm tür çeşitliliği fazla olan Sinebel Vadisinde turistik peyzaj oldukça zengindir. Ayrıca Sinebel Deresi'nin sahip olduğu boğaz vadi karakterli morfojenik yapısından dolayı vadinin üst yamaçlarında uygun yerlere kanyon vadilerde olduğu gibi yapılacak seyir terasları da Sinebel Vadisi'nde turizm olanaklarını artırıcı bir rol oynayacaktır. Tüm bunlardan hareketle Sinebel Vadisi'nin doğal mekanının yeniden ele alınması ve bu ele alış tarzının ekoturizm odaklı olması bölgede alternatif turizmin değerlendirilmesi adına yapılacak en önemli hamle olacaktır. Netice olarak ekoturizm potansiyeli fazla olan Sinebel Vadisi için, ekoturizm değer oranının fazla olduğu ve bölgesel kalkınmaya destek açısından önemlerin dikkate alınması gerektiği öngörülmektedir. Fırsat ve tehditlerin iyi analiziyle Sinebel Vadisi, bölge için önemli ekoturizm destinasyonlarından biri olacak potansiyele sahiptir.

**Anahtar Kelimeler:** Sinebel Vadisi, Ekoturizm, Alternatif Turizm, Pervari

## REPRODUCTION OF A RURAL SPACE=TOURISM OPPORTUNITIES OF SİNEBEL VALLEY (PERVARI) IN THE CONTEXT OF ECOTURISM

### Abstract

Space is the main interest of geography and geographers. Determining the physical or human characteristics of the spaces and examining their effects on human life is one of the research topics that are emphasized in terms of tourism and recreational activities. In addition to this, the reconsideration of the space, the determination of the natural architecture and determination of the possibilities, the improvement and development of the existing tissue with innovative thinking is the acquisition and reproduction of the space. The space in the context of ecotourism is an element which is determined by tourist attractions and developed by the analysis of these attractions and gained to tourism. Especially the ecological structure of rural tissue is a rapidly rising value in the alternative tourism process nowadays. The Sinebel Valley offers a geomorphic, hydrographic, lithological landscape with rich natural diversity in the context of ecotourism. The aim of this study is to introduce the natural geography features of Sinebel Valley and to identify tourism opportunities. Sinebel Stream is a river that is located in the upper basin of the Botan Stream in Pervari (Siirt) district and is flowing throughout the year. The untouched natural structure and unspoiled habitat of the Sinebel Valley will increase the rate of "saturation and satisfaction with the natural environment" of the participants in the ecotourism process. Touristic landscape in the Sinebel Valley with a wide variety of ecotourism such as cave tourism, rafting and canoe tourism, mountaineering, hiking, trekking, botanical tourism, rock climbing (ferrata), expedition (at least 1 week camps) is quite rich. Since the bosphorus of Sinebel Stream has a morphogenic structure with valley-character, the terraces to be built on the upper slopes of the valley as well as the canyon valleys will play a role in increasing the tourism opportunities in the Sinebel Valley. Taking all of these into consideration, reconsideration of the natural space of Sinebel Valley and its ecotourism-oriented approach will be the most important step to be taken to evaluate alternative tourism in the region. As a result, for Sinebel Valley, which has a high potential for ecotourism, it is foreseen that ecotourism value ratio is high and the precautions should be taken into



consideration in terms of supporting regional development. With a good analysis of opportunities and threats, the Sinebel Valley has the potential to become one of the major ecotourism destinations for the region.

**Keywords:** Sinebel Valley, Ecotourism, Alternative Tourism, Pervari

## **BAHÇESARAY İLÇESİNİN TURİZM KAYNAKLARI VE CİTTASLOW (SAKİN ŞEHİR) ADAYI OLMA POTANSİYELİ**

**Öğr. Gör. İrfan BAYTAR**

İstanbul Üniversitesi  
irfanbaytar@hotmail.com

**Prof. Dr. Mesut DOĞAN**

İstanbul Üniversitesi  
esutan@istanbul.edu.tr

### **Özet**

Turizm sektörü, dünya nüfusundaki artış, alım gücü yükselen insan sayısının nispeten artması, şehirlerin büyümesi, sanayileşme, şehirlerde artan iş temposu ve trafik stresi gibi sorunlar nedeniyle sürekli büyümektedir. Bu durum dinlenmeye olan ihtiyacı beraberinde getirmekte ve turizm aktivitesine katılanların sayısını her geçen gün arttırmaktadır. Bu doğrultuda, sergilediği doğal ortam özelliği sebebiyle Citta Slow'ler (Sakin Şehir), önemli çekim merkezi haline gelmektedir.

Bahçesaray ilçesinde; hava, su, toprak kalitesinin iyi olması, burada endüstriyel ve evsel atık probleminin bulunmaması, trafik gürültüsü, ışık kirliliği gibi sorunların yer almaması, bu ilçeyi Citta Slow (Sakin Şehir) aday olma potansiyelini değerlendirmeye imkân tanımaktadır. Bahçesaray'ın bu özellikleri ile birlikte sahip olduğu doğal zenginlikleri ve ören yerleri ile bu yerlere erişim imkânları üzerinde durulmuş, bunlar harita ve fotoğraflarla görselleştirilerek sunulmuştur. Bu veriler ışığında ilçenin Sakin Şehir potansiyeli sürdürülebilirlik göz ardı edilmeden irdelenmiştir. Bahçesaray ilçesinde bulunan tarihi yapılardan Kırmızı Köprü, Kartal Köyü'nde bulunan Fekiye Teyran'ın türbesi, kilise kalıntıları ve hanlar ile tabiat güzelliklerinden Müküs Çayı (rafting için elverişli), doğal cevizi ile balı önemli turizm çekicilikleri arasında bulunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Bahçesaray, Cittaslow, Sakin Şehir, Sürdürülebilirlik

## **TOURISM RESOURCES OF BAHÇESARAY DISTRICT AND POTENTIAL OF CİTTASLOW (CALM CITY) CANDIDATE**

### **Abstract**

The tourism sector is constantly growing due to problems such as the increase in the world population, the relative increase in the number of people whose purchasing power is increasing, the growth of cities, industrialization, increasing business tempo and traffic stress in cities. This situation brings with it the need for rest and increases the number of participants in tourism activity day by day. In this respect, Cittaslow's (Calm City) is becoming an important center of attraction due to its natural environment.

In the district of Bahcesaray; air, water, soil quality is good, there is no industrial and domestic waste problem, traffic noise, light pollution, such problems do not take place, this district allows Citta Slow (Calm City) potential to evaluate the potential. With these features of Bahçesaray, natural wealth and historical sites and accessibility to these places are emphasized and these are presented by visualizing with maps and photographs. In the light of these data, the Calm City potential of the district has been examined without ignoring sustainability. The

Red Bridge, the tomb of Fekiye Teyran in the village of Kartal, the ruins of the churches and the inns and the natural beauty of Müküs Stream (suitable for rafting), natural walnuts and honey are among the important tourist attractions in Bahcesaray district.

**Keywords:** Bahçesaray, Cittaslow, Calm City, Sustainability

## **ASSESSMENT OF ISPARTA CITY FOR ECO-TOURISM POTENTIAL**

**Emre KUZUGÜDENLİ**

Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi  
emrekuzugudenli@sdu.edu.tr

**Canpolat KAYA**

Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi  
canpolat@sdu.edu.tr

### **Abstract**

Travel choices of societies tend to change due to socio-economic developments. Therefore, it is extremely important to develop different tourism types to answer changing tourism demand, have more benefit from tourism and to achieve competitive advantage over competitors. One of the alternative tourism types is eco-tourism. Various negative factors such a noise, environmental pollution, monotony, stress etc due to increasing urbanisation has lead tourism approach to slowly adopt eco-tourism.

Turkey has suitable geographical, cultural and social structure for eco-tourism. These rich resources can meet increasing eco-tourism demand, country can have important share from eco-tourism and highly benefit from advantages. However, as in all other tourism types, it is important to mention that regional analysis are important in eco-tourism.

Identification of regional opportunities for eco-tourism is important to select more realistic tourism strategies across the country. Strong and weak side, threats and opportunities of each region with development potential for eco-tourism should be expressed and therefore, roadmap should be created. Main purpose of this study is based on this idea. Eco-tourism potential of Isparta city that can be an important region in our country for eco-tourism was evaluated and recommendations for development were presented.

**Keywords:** Eco-Tourism, Isparta, Nature

## MANAGING THE INTERCULTURAL DIFFERENCES IN GUEST RELATIONS MANAGEMENT: EXAMPLES FROM FIVE STAR HOTELS

**Dr. Öğr. Üyesi Gözdegül BAŞER**

Antalya Bilim Üniversitesi  
gozdegul.baser@antalya.edu.tr

### **Abstract**

One of the greatest challenges facing hotel organizations today is the ever growing volume and pace of competition (Kandampully and Suhartanto, 2000). Hence, customer relations has become a field of great interest since hotels aim to attain higher customer satisfaction to cope with competition. This fact urges hotel management to give higher priority for guest relations management. Highly satisfied customers are much more loyal than satisfied customers (Tepeci, 1999). Guest relations managers try to achieve highly satisfied customers which will probably lead to “loyal” customers. Customer loyalty is a concept that is in relation with mainly hotel image, brand loyalty and customer satisfaction. Loyal customers will also help promote the hotel by providing strong word-of-mouth, create business referrals, provide references and serve on advisory boards (Bowen and Chien, 2008). A satisfied tourist not only comes again, but also “spreads the word” (Pizam and Mansfeld, 1999). The satisfied guests may lead to “loyal customers”. Within the hospitality context, there is intense interest in identifying the factors that determine guest loyalty to hotels because it is generally believed that loyal customers lead to greater profitability. (Martinez and Bosque, 2013). However, intercultural differences among guests may create problems to be managed. There may be differences in the perceptions of guests because of cultural differences. The purpose of this study is to search how the guest relations managers manage the intercultural differences among guests. For this purpose, a qualitative study is done with guest relations managers from 5 star hotels in Antalya. Semi-structured interviews are done with guest relations managers. The findings and results will be reported in detail in the coming days as the study has been going on and will be finalized in two weeks’ time.

**Keywords:** Intercultural Differences, Guest Relations, Management

## ARAP TURİSTLERİN GASTRONOMİ TURİZMİNE YÖNELİK TUTUMLARI: TRABZON ÖRNEĞİ

**Öğr. Gör. Engin Ahmet MUHSİR**

Karadeniz Teknik Üniversitesi  
enginmuhsir@ktu.edu.tr

**Osman ÖZAKSU**

Trabzon Büyükşehir Belediyesi  
elrmn61@hotmail.com

### Özet

Trabzon'un Yayla turizmi Eko turizm, Gastronomi turizmi gibi alternatif turizm destinasyonu potansiyeline sahip şehirlerden biri olduğu bilinmektedir. Son yıllarda Trabzon'a gelen Arap turist sayısında belirli bir artış gözlemlenmektedir. Bu artışın en önemli nedenleri arasında şehrin doğal güzellikleri ve gastronomik zenginliği ön plandadır. Bu çalışmada Trabzon'un Gastronomi Turizminin Arap turistler tarafından ne ölçüde talep gördüğü, ve satın alma davranışlarını nasıl etkilediğini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde bu yıl Trabzon'a gelen Arap turistlerle 450 anket yapılmış 385'inin sağlıklı sonuçlar verdiği belirlenmiştir. Veriler üzerinde "yüzde", "frekans" ve "t testi" analizleri gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak Arap turistlerin çoğunluğunun konaklama sürelerini uzatma eğiliminde olduğu ve Trabzon'a tekrar gelmek istedikleri tespit edilmiştir. Trabzon mutfağının lezzetli ve doyurucu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. En düşük ortalama sahip ifadeler ise "Ürünlerin fiyatını pahalı buluyorum" ve "Trabzon mutfağı hakkında bilgi sahibi olmak için konaklama süremi uzatmak isterim" olarak belirlenmiştir. Genel olarak Arap turistlerin Trabzon'un doğal güzelliklerini, mutfağını sevdiklerini ve gelecek yıllarda tekrardan bölgeye gelme eğilimleri gösterecekleri tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Arap Turist, Gastronomi Turizmi, Yöresel Mutfak

## ATTITUDES OF ARAB TOURISTS TOWARDS GASTRONOMY TOURISM: CASE OF TRABZON

### Abstract

It is known that tableland tourism of Trabzon has alternative tourism destinations such as eco-tourism and gastronomy. In recent years, a certain increase has been observed in the number of Arab tourists visiting to Trabzon. Among the most significant reasons for this increase, natural beauties and gastronomic richness are at the forefront. In this study, it is aimed to reveal to what extent the gastronomy tourism of Trabzon is demanded by Arab tourists and how it affects purchasing behavior. As part of this purpose, 450 surveys were conducted with Arab tourists who came to Trabzon this year and 385 of these surveys were determined positive. "Percent", "frequency" and "t test" were performed on the data. As a result, it was found that the majority of Arab tourists tend to extend their period of stay and want to come to Trabzon again. It was concluded that Trabzon cuisine is delicious and satisfying. The lowest average statements are "I find the price of products expensive" and "I would like to extend my period of stay to get information about Trabzon cuisine. In general, it has been determined that

Arab tourists love Trabzon's natural beauties, cuisine and tend to come back the region in the following years.

**Keywords:** Arab Tourist, Gastronomic Tourism, Regional Cuisine

## YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNDE HİZMET ADALETİ: ŞIRNAK ÖRNEĞİ

**Dr. Öğr. Üyesi Çağdaş ERTAŞ**

Şırnak Üniversitesi  
ertascagdas@hotmail.com

**Arş. Gör. Gökhan KADIRHAN**

Şırnak Üniversitesi  
gokhankadirhan@hotmail.com

### Özet

Yiyecek-içecek işletmelerinin nihai amaçlarına ulaşmaları için, tüketicilerini memnun etmeleri önemlidir. Ancak günümüzde, tüketici ihtiyaçları her geçen gün değişmekte, tüketici memnuniyetini sağlamak ise zorlaşmaktadır. Tüketicilerin işletmelere olan sadakatleri düşmektedir. İşletmeler, her ne kadar tüketici memnuniyetini yükseltmek için sundukları hizmetin sorunsuz olmasına gayret gösterebilirler de, hizmet sürecinde birtakım hatalar yapabilmektedir. Elbette işletmelerin bu hataları sıfıra indirmeleri pek mümkün gözükmemektedir. Zira çok farklı süreçlerden geçen hizmeti tamamen kontrol altına almak zordur. Ancak hizmet iyileştirme programları ile hizmet sürecinde ortaya çıkan hataları telafi etmek mümkündür. Hizmet sürecinde ortaya çıkan hataları düzeltecek ya da tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayacak birtakım iyileştirme ya da düzeltmeler yapıldığı takdirde, tüketicinin memnuniyetinin artması mümkün olacaktır. Hizmet iyileştirmelerinin tüketici memnuniyeti üzerindeki bu iyileştirici etkisi, tüketicilerin hizmet telafilerini nasıl değerlendirdiklerini bilme ihtiyacını ortaya çıkaracaktır. Bu durum da hizmet adaleti kavramını gündeme getirmektedir.

Yapılan araştırmalar, tüketicilerin başarısızlık sonrası telafilerde çalışanların adil olup olmadığını, başka bir şekilde ifade etmek gerekirse hizmet adaletinin gözetilip gözetilmediğini dikkate aldıklarını göstermektedir. Birçok kişinin, yiyecek-içecek işletmelerinde en az bir defa adaletsiz bir hizmet yaklaşımıyla karşılaşmış olması, muhtemeldir. Bir restorana siparişini bekleyen başka müşterilerden sonra giden birinin, siparişini daha önce alması, hizmet adaletine veya adaletsizliğine bir örnek olarak verilebilir. Günümüzde tüketiciler artık kendine sunulan hizmeti değerlendirmekle yetinmemekte, kendilerine sunulan hizmetle diğer tüketicilere sunulan hizmeti karşılaştırabilmektedir. Bu karşılaştırmada bir adaletsizlik algılandığında, tüketiciler gerek yiyecek-içecek işletmesine gerekse söz konusu işletmenin sunduğu hizmete dönük birtakım olumsuz tutumlar geliştirebilmektedir. Bu açıdan bakıldığında hizmet adaleti, yiyecek-içecek işletmeleri için önemli bir faktör konumuna gelmektedir. Ancak yiyecek-içecek yazını incelendiğinde, yiyecek-içecek işletmelerinde hizmet adaletinin pek incelenmediği dikkati çekmektedir. Yazındaki bu eksiklikten ve konunun yiyecek-içecek işletmeleri için öneminden yola çıkılarak tasarlanan bu araştırmada, Şırnak şehir merkezinde faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerinde hizmet adaletinin ne düzeyde olduğu incelenmektedir. Böylece, genelde turizm özelde yiyecek-içecek yazınına katkı sunmak ve yiyecek-içecek işletmeleri yöneticilerine birtakım önerilerde bulunmak amaçlanmaktadır. Araştırmanın nüfusu, yiyecek-içecek işletmelerinin mevcut tüketicileridir. Araştırmanın veri toplama süreci devam etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Hizmet Adaleti, Yiyecek-İçecek İşletmeleri, Şırnak



## SERVICE JUSTICE IN FOOD & BEVERAGE FACILITIES: CASE OF ŞIRNAK

### Abstract

It is important for food & beverage facilities to satisfy their consumers in order to achieve their ultimate goals. Today, however, consumer needs are changing day by day and it is becoming more difficult to achieve consumer satisfaction. Loyalty of consumers to businesses decreases. Businesses may make some mistakes in the service process. Of course, it is not possible for businesses to reduce these errors to zero. Because it is difficult to fully control the service. However, it is possible to compensate for the errors in the service process through service improvement programs. If some improvements or corrections are made during the service process, it will be possible to increase the satisfaction of the consumer. This effect will reveal the need for to know how consumers evaluate service compensations. This raises the concept of service justice.

Researches show that consumers take into account if employees are fair in post-failure remedies. It is likely that many people have encountered an unfair service approach at least once in food & beverage facilities. An example of service fairness or injustice is the fact that the person who goes to a restaurant after the other customers waiting for their order receives the order earlier. Indeed consumers compare the services offered to them with those offered to other consumers. When an injustice is perceived in this comparison, consumers may develop some negative attitudes towards the food & beverage facility and the service offered by the facility. From this perspective, service justice is an important factor for food & beverage facilities. However when food & beverage literature is examined, it is noteworthy that service justice in food & beverage facilities is not examined much. This study, which was designed based on this deficiency in literature, examines the level of service justice in food & beverage facilities operating in Sirnak city center. The aim of the research is to contribute to food & beverage literature and to make some suggestions to the managers of food & beverage facilities. The population of the research is the current consumers of food & beverage businesses. The data collection process of the research is ongoing.

**Keywords:** Service Justice, Food & Beverage Facilities, Şirnak

## HOŞAP ÇAYI HAVZASI'NIN TURİZM KAYNAKLARI VE BU KAYNAKLARIN PLANLAMASINA YÖNELİK ÖNERİLER

**Mehmet BOZKOYUN**

Harran Üniversitesi  
mehmetbozkoyun@hotmail.com

**Prof. Dr. Necmettin ELMASTAŞ**

Harran Üniversitesi  
elmastas@harran.edu.tr

### Özet

Hoşap Çayı Havzası, coğrafi bölge ayırımına göre, Doğu Anadolu Bölgesi'nin Yukarı Murat-Van Bölümü'nde yer almaktadır. Kuzeyinde Edremit ve İpekyolu ilçeleri, kuzeydoğusunda Özalp ve Saray ilçeleri, doğusunda Başkale ilçesi, güneyinde Hakkari, güneybatısında Çatak ilçesi, batısında Gevaş ilçesi ve Van Gölü bulunan havzanın toplam alanı 2.551 km<sup>2</sup>'dir. Havzanın su kaynaklarını toplayan Hoşap Çayı, Van Gölü'ne dökülmektedir. Havza, turizm kaynakları açısından önemli bir potansiyele sahip olduğu halde, bu potansiyelin yeterince değerlendirilemediği tespit edilmiştir. Destinasyonların sahip oldukları turizm kaynaklarının belirlenmesi ve bu kaynakların belli bir planlama dahilinde turizme kazandırılması büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı, gerek doğal ve gerekse beşeri turizm kaynakları açısından zengin olan Hoşap Çayı Havzası'nın turizm kaynaklarını belirlemek ve bu kaynakların değerlendirilmesine yönelik önerileri geliştirmektir. Çalışma kapsamında, havzanın doğal ve beşeri kaynaklarına yönelik saha araştırmasını içeren incelemeler yapılarak gerekli veri, bilgi ve bulgular elde edilmiştir. Elde edilen tüm veriler Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) ortamına aktarılarak havzanın turizm kaynakları haritalandırılmış ve analizler yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Hoşap Çayı, Turizm, Turizm Kaynakları, Turizm Planlaması

## TOURISM RESOURCES OF THE HOŞAP RIVER BASIN AND RECOMMENDATIONS FOR PLANNING OF THESE RESOURCES

### Abstract

The Hoşap River Basin is located in the Upper Murat Van Section of the Eastern Anatolia Region according to the geographical region. The province of Van (Edremit and İpekyolu districts) in the north, Özalp and Saray districts in the northeast, Başkale district in the east, Hakkari in the south, Çatak district in the southwest, Gevaş district in the west and Lake Van in the west have a total area of 2,551 km<sup>2</sup>. Hosap River, which collects the water resources of the basin, is poured into Lake Van. Although the basin has an important potential in terms of tourism resources, it has been determined that this potential has not been adequately evaluated. Determining the tourism resources of the destinations and bringing these resources into tourism within a certain planning is of great importance. The purpose of this study is to determine the tourism resources of the Hosap River Basin and to examine the proposals for the evaluation of these resources. Within the scope of the study, investigations including the field research for natural and human resources of the basin were carried out and necessary data, information and findings were obtained. All data were transferred to Geographic Information Systems (GIS) and the tourism resources of the basin were mapped and analyzed.

**Keywords:** Hoşap River, Tourism, Tourism Resources, Tourism Planning

## **2003'TEN 2018'E TÜRKİYE'YE GELEN TURİST PROFİLİNİN VERİ GÖRSELLEŞTİRME ARACI TABLEAU ARACILIĞIYLA İNCELENMESİ**

**Öğr. Gör. Serpil SEVİMLİ DENİZ**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
sdeniz@yyu.edu.tr

### **Özet**

Bu çalışmanın amacı, turizm verilerinin analizinde veri görselleştirme araçlarının kullanılabilirliğini göstermektir. Bu amaçla 2003-2018 yılları arasında Türkiye'ye gelen turist profili veri görselleştirme aracı olan Tableau ile incelenmiştir. 15 yıllık turizm verileri Türkiye İstatistik Kurumu'ndan alınmıştır. Turistlerin Türkiye'ye geliş amaçları ve değişimler incelenmiştir. Veriler incelenirken bubble, heatmap clustergam, motion chart ve dashboard kullanılmıştır. Araştırmanın temel varsayımı, veri görselleştirme araçları yardımıyla turizm verilerinin daha anlaşılır olacağıdır.

Veri analizi, araştırmaların ve problem çözmenin vazgeçilmez bir parçasıdır. En temel veri analizi yaklaşımları: görselleştirme, istatistikler, veri madenciliği ve makine öğrenme yöntemleridir. Görsel veri analizi, insanların bilişsel becerilerine bağlıdır. İnsanın hayal gücü ve yaratıcılığı ile sınırlı yapılandırılmamış eyleme geçirilebilir iç görülerinin keşfedilmesine izin verir. Veri görselleştirme, verinin daha anlaşılır olacak şekilde grafikler ile sunumudur. Veri görselleştirmenin en önemli amaçlarından biri de klasik formatta sunulan karmaşık ve kafa karıştıran verileri, kolay algılanabilir grafik ara yüzler ile rahatça anlaşılır hale getirmektir. Bu terim her ne kadar 80'li yıllarda dile getirilmişse de, bilgisayarla veri görselleştirme 90'lı yılların başlarında hareketlenmeye başlamıştır. Veri görselleştirme ile; dikkat çeken detaylar veya iyileştirmeye ihtiyaç duyulan noktalar tanımlanabilir, hangi etkenlerin diğerlerini nasıl etkilediği daha rahat açıklanabilir. Hangi verinin nereye yerleştirileceği ve ne sonuç alınacağı anlamlandırılabilir ve verilerden analizler yapılarak daha anlamlı tahminler oluşturulabilir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Profili, Veri Görselleştirme, Tableau, Turizm Verileri

## **FROM 2013 TO 2018 PROFILE OF INCOMING TOURISTS TO TURKEY EXAMINING VIA THE DATA VISUALIZATION TOOL TABLEAU**

### **Abstract**

The aim of this study is to show the usability of data visualization tools in the analysis of tourism data. For this purpose, between the years 2003-2018 data visualization profile of tourists coming to Turkey on which the vehicle was examined by Tableau. 15 years of tourism data is taken from the Statistics Institute of Turkey. Tourists coming to Turkey objectives and changes are examined. Bubble, heatmap clustergam, motion chart and dashboard were used for data analysis. The basic assumption of the research is that tourism data will be more understandable with the help of data visualization tools.

Data analysis is an indispensable part of research and problem solving. The most basic data analysis approaches: visualization, statistics, data mining and machine learning methods. Visual data analysis is dependent on people's cognitive skills. It allows the exploration of unconfigured action insights limited by human imagination and creativity. Data visualization is a graphical representation of data in a way that is more understandable. One of the most important objectives of data visualization is to make complex and confusing data presented in classical

format easily understandable with easy-to-understand graphic interfaces. Although this term was expressed in the 80s, data visualization with computer started to be active in the early 90s. With data visualization; attention-grabbing details or points in need of improvement can be identified, explaining which factors affect others more easily. Which data will be placed where and what results can be understood and more meaningful estimates can be made by analyzing the data.

**Keywords:** Tourist Profile, Data Visualization, Tableau, Tourism Data

## VERİ MADENCİLİĞİ ARAÇLARI KULLANARAK TÜRKİYE'NİN TURİZM GELİRLERİNİN AYLARA GÖRE YAPAY SİNİR AĞLARI İLE TAHMİNLENMESİ

**Öğr. Gör. Serpil SEVİMLİ DENİZ**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
sdeniz@yyu.edu.tr

### Özet

Veri madenciliği, veriler arasından faydalı bilgiye ulaşma, bilgiyi madenleme işidir. Büyük veri yığınları içerisinde gelecekle ilgili tahminde bulunabilmemizi sağlayabilecek bağıntıların bilgisayar programı kullanarak aranması olarak da tanımlanabilir. Yapay sinir ağları, veri madenciliği çalışmalarında kullanılan yöntemlerden biridir. Yapay sinir ağları, insan beyninin temel işlem elemanı olan nöronu şekilsel ve işlevsel olarak taklit ederek oluşturulan programlardır. Matematiksel yöntemlere dayanan yapay sinir ağları tahminleme amaçlı kullanılabilir. Sebep ve sonuç ilişkisine dayanan bir tahmin probleminde, yapay sinir ağının girdileri bağımsız değişken, çıktısı ise bağımlı değişkendir. Doğrusal olmayan bir regresyon modeli olarak düşünülebilir.

Bu çalışmada, turizm sektöründe bir tahmin probleminin çözümü amacıyla yapay sinir ağı kullanılarak veri madenciliği aracı WEKA ile modelleme ve çözümleme yapılmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yayınlanan, 1969- 2017 yılları arası aylık turizm gelirleri verilerinden yararlanılmıştır. Bu veriler YSA ile modellenerek, 2018 verileri tahminlenmiştir. Gerçek veriler kullanıldığı için modelden elde edilen hata miktarları için 2019 da aylık bazda elde edilebilecek turizm gelirleri tahminlenebilir. Modelleme tahmin problemlerinin çözümünde önemli bir aşamadır. Turizm sektöründe değişime uyum sağlayıp, rekabeti yönetebilmek adına uygun tahminlemeler yapabilmek önemlidir. Bu tahmin çalışmaları, turizm işletmeleri yöneticilerine ve yerel yönetimlere, ileriye yönelik karar alma ve planlama çalışmalarında yol gösterici olacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Yapay Sinir Ağı, Tahmin, Turizm Gelirleri

## ESTIMATION USING THE DATA MINING TOOLS WITH ARTIFICIAL NEURAL NETWORKS TURKEY'S TOURISM REVENUES BY MONTHS

### Abstract

Data mining is the process of accessing useful information from the data, and mining the information. It can also be defined as using computer programs to find the relations that can enable us to make predictions about the future from large data heaps. Artificial neural networks are one of the methods used in data mining studies. Artificial neural networks are programs created by mimicking the neuron which is the basic processing element of the human brain. Artificial neural networks based on mathematical methods can be used for prediction purposes. In an estimation problem based on the cause and effect relationship, the input of the artificial neural network is an independent variable and the output is the dependent variable. It can be considered as a non-linear regression model.

In this study, modeling and analysis of data mining tool WEKA was performed by using artificial neural network to solve an estimation problem in tourism sector. Published by Turkey's Statistics Institute, it has benefited from 1969- 2017 tourism revenues between monthly data. These data were modeled with ANN and 2018 data were estimated. As the actual data is used,

it is possible to estimate the tourism revenues that can be obtained on a monthly basis in 2019 for the error amounts obtained from the model. Modeling is an important step in the solution of forecasting problems. It is important to be able to adapt to the change in the tourism sector and to make appropriate estimates in order to manage the competition. These forecasting studies will guide tourism management managers and local governments in forward-looking decision-making and planning.

**Keywords:** Artificial Neural Network, Estimation, Tourism Incomes

## TURİZMİN ETKİLERİ KONUSUNDA YEREL HALKIN BAKIŞ AÇISINI KONU ALAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN BİBLİYOMETRİK PROFİLİ

**Öğr. Gör. Lutfullah Sadi TOPRAK**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
lutfullahsaditoprak@yyu.edu.tr

**Prof. Dr. İbrahim YILMAZ**

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

**Rezzan ÇIKRIK**

rezzanneu@hotmail.com

### Özet

Türkiye'nin farklı turizm destinasyonlarında turizmin gelişmesiyle birlikte olumlu ve olumsuz pek çok etki ortaya çıkmıştır. Bu etkiler genellikle çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkiler şeklinde kategorize edilmektedir. Bu konuda çok sayıda bilimsel çalışma yapıldığı ve ağırlıklı olarak yerel halkın söz konusu etkilere ilişkin bakış açısının ortaya konulduğu bilinmektedir. Ancak bu çalışmaları bibliyometrik bakış açısıyla çeşitli kriterlere göre bir arada analiz eden çalışma sayısı oldukça sınırlıdır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, Türkiye'de turizmin etkileri konusunda yerel halkın bakış açısını ele almış lisansüstü tezlerin çeşitli kriterlere göre bibliyometrik yöntemle analiz edilmesidir. Çalışmada 2000-2017 yılları arasında turizmin etkileri konusunda yerel halkın görüşlerini ortaya koyan 85 adet lisansüstü tez analiz edilmiştir. Analizlerde tezlere ilişkin "yıl", "tür", "yayınlandığı üniversite", "hazırladığı enstitü ve anabilim dalı", "danışman ünvanı", "araştırma alanı" ve "temel bulguları" kriterleri kullanılmıştır. Analizler sonucunda en fazla tezin 2014 ve 2015 yıllarında yazıldığı ve tezlerin çoğunluğunun yüksek lisans tezi olduğu belirlenmiştir. En fazla tezin Gazi Üniversitesinde hazırlandığı, tezlerin çoğunlukla sosyal bilimler enstitüleri bünyesindeki turizm işletmeciliği ana bilim dallarında hazırlandığı saptanmıştır. En fazla tez yürüten tez danışmanı ünvanının Yrd. Doç. Dr. olması dikkat çekmektedir. Araştırma alanı olarak en çok tercih edilen illerin sırasıyla Antalya, Muğla ve İzmir olduğu belirlenmiştir. Son olarak, yerel halkın turizmin etkilerine yönelik yaklaşımlarının genel anlamda olumlu olduğunu söylemek mümkündür.

**Anahtar Kelimeler:** Turizmin Etkileri, Yerel Halk, Bibliyometri, Lisansüstü Tezler, Türkiye.

\*Bu çalışma Rezan ÇIKRIK' ın "Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Bakış Açısını Konu Alan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili" isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizmin Etkileri, Yerel Halk, Bibliyometri, Lisansüstü Tezler, Türkiye

## BIBLIOMETRIC PROFILE OF POSTGRADUATE THESES RELATED TO IMPACTS OF TOURISM FROM THE PERSPECTIVE OF LOCAL PEOPLE

### Abstract

Many positive and negative impacts have emerged with the development of tourism in the different destinations of Turkey. Usually, these impacts are categorized as environmental, economic, and socio-cultural. It is seen that; a large number of scientific studies have been done about this subject and mainly the subject is revealed with the local people's point of view. However, the number of studies that analyze these studies, according to various parameters is

rather limited. Thus, the purpose of this study is to analyze post-graduate theses according to various parameters with the bibliometric method. In the study, 85 post-graduate theses prepared between the years of 2000-2017 have been analyzed. While analyzing, "year", "type", "published university", "institute", "published department", "the degree of the supervisor", "research area" and "key findings" were used. According to the results, most of the theses were written in the years of 2014 and 2015, were written in the area of master's degree, and are written in Gazi University. Most theses are prepared intensively in the institutes of social sciences and the departments of tourism management. Also the degree of the supervisor is mostly assistant professor and the most preferred destinations as research areas are respectively Antalya, Muğla and İzmir. Finally, local people's attitudes and perceptions towards the impacts of tourism are generally positive.

**Keywords:** Impacts of Tourism, Local People, Bibliometric, Postgraduate Theses, Turkey



## **TÜRKİYE'DEN YURT DIŞINA OLAN SEYAHATLERİN ZAMANSAL DEĞİŞİMİ VE MEKANSAL GÖRÜNÜMÜ**

**Doç. Dr. İsmail KERVANKIRAN**

Süleyman Demirel Üniversitesi  
ikervankiran03@gmail.com

**Doç. Dr. Murat ÇUHADAR**

Süleyman Demirel Üniversitesi  
muratcuhadar@sdu.edu.tr

**Mehmet Fatih BAĞMANCI**

Süleyman Demirel Üniversitesi  
mfatihbagmanci@gmail.com

### **Özet**

Türkiye, her yıl farklı ülkelere milyonlarca kişiyi ağırlamakla birlikte Türkiye'den de her yıl farklı ülkelere olan seyahatlerin gittikçe arttığı görülmektedir. Ulaşılan sayının gelişmiş ülkelere oranla düşük olmasının yanında seyahatlerin hem niteliğindeki değişim hem de niceliğinde meydana gelen artış ve konuya yönelik çalışmaların sınırlı olması bu çalışmanın temel motivasyonunu oluşturmaktadır. Çalışma, turizmin sosyal, siyasi ve ekonomik boyutunun yanında, mekânsal boyutunu; Türkiye'den yurt dışına yapılan seyahatlerin mekânsal dağılımını, gelişim sürecini, turizm hareketliliğinin yönünü, değişimin zamansal olarak karşılaştırmasını ortaya koymak amacıyla hazırlanmıştır. 1970-2017 yılları arasında kapsayan bu çalışmanın istatistikî verileri, Dünya Turizm Örgütü ve TÜİK'den elde edilmiştir. Verilerin zamansal ve mekânsal analizi ArcGIS 10.5 programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. 1960'lı yıllarda 20-30 bin civarında olan yurt dışına çıkan vatandaş sayısı, 2017 yılına gelindiğinde 9 milyon seviyesine yaklaşmıştır. "Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler" amaçlı seyahatlerin payının, uluslararası hareketliliğe benzer şekilde her geçen gün artış gösterdiği tespit edilmiştir. Yurt dışına çıkan vatandaşların tercih ettiği ülkeler, akrabalık, komşuluk ilişkileri ve mekânsal yakınlığın etkisiyle Gürcistan, Yunanistan, Bulgaristan, Almanya ve İtalya gibi ülkeler olmuştur. Dış aktif turizmde önemli paya sahip olan ülkemizin, kendi vatandaşının yurt dışı seyahatlere katılımını destekleyerek buna uygun bir ortamın oluşturulması için çaba sarf etmesi; uluslararası ilişkiler, kültür aktarımı, çevre koruma bilinci, insan hakları, ulus-ötesilik, çok kültürlülük, barış ve hoşgörü ortamına katkı, evrensel entegrasyon gibi açılardan büyük bir önem arz etmektedir. Gelişmiş ülkelerde yurt dışına seyahat edenlerin nüfuslarına oranları %40'ın üzerindeyken ülkemizde bu oranın düşük olması üzerinde tartışılması gereken bir konu olarak görülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Turizm Coğrafyaları, Türkiye, Mobilite. Mekânsal Görünüm

## **THE TEMPORAL CHANGE AND SPATIAL PERSPECTIVE OF TRAVELING ABROAD FROM TURKEY**

### **Abstract**

While Turkey welcomes millions of people every year from different countries, the number of trips made from Turkey to different countries has also increased steadily every year. The main motivation of this study is to explore the reasons why the ratio of trips is low compared to

developed countries and the number of studies in terms of the increase in the quality and quantity of travel is limited. In addition to the social, political and economic dimensions of tourism, the study explores the spatial dimension of tourism; the study has been carried out to reveal the temporal changes by comparing the spatial distribution of traveling abroad from Turkey, the development process and the direction of tourism activities. The statistical data of this study, which covers the period between 1970 and 2017, was obtained from the World Tourism Organization and TURKSTAT. The temporal and spatial analysis of the data was carried out by using the ArcGIS 10.5 program. The number of citizens who went abroad in the 1960s, which was around 20-30 thousand, reached 9 million by 2017. The share of travel for “excursion, entertainment, sporting and cultural activities” has been increasing day by day, similar to international mobility. The countries preferred by those traveling abroad were Georgia, Greece, Bulgaria, Germany and Italy due to kinship, neighborhood relations and spatial proximity. Our country, which has a significant share in foreign active tourism, endeavors to create a suitable environment by supporting the participation of its citizens in foreign travel; this is essential for international relations, cultural transfer, awareness for environmental protection, human rights, transnationalism, multiculturalism, contributing to peace and tolerance, and universal integration. While the ratio of those traveling abroad to the population in developed countries is over 40%, the low rate in our country is viewed as a matter that should be discussed.

**Keywords:** Tourism Geographies, Turkey, Mobility. Spatial Perspective.

## **LOGOLARDA KULLANILAN YEREL SİMGELERİN KENT KİMLİĞİNDEKİ ÖNEMİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME: BİTLİS ÖRNEĞİ**

**Dr. Öğr. Üyesi Hasan KÖŞKER**

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi  
hasankosker@yahoo.com

**Dr. Öğr. Üyesi Vedat YILMAZ**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
vedatylimaz1977@gmail.com

### **Özet**

Bir kenti diğer kentlerden ayırmak ve o kentin kurum kimliğini ortaya koyabilmek için kent logoları kullanılmaktadır. Kent kimliğinin görsel göstergesi olan logo aynı zamanda kenti tanıtan ve farklılığını ortaya koyan kurumsal bir marka değeridir. Turizm pazarında büyük pay sahibi olan kentlerin, logolarında yerel simge ve değerleri özenle kullandıkları görülmektedir. Her kentin kendine özgü tarihi bir geçmişi, doğal güzellikleri ve o kenti diğer kentlerden ayıran yerel simgeleri bulunmaktadır. Bu araştırmanın amacı; Bitlis ve ilçelerinin logolarında kullanılan tarihi, doğal ve yerel simgeleri tasarım, renk, şekil, kalite ve teknik açısından değerlendirmektir. Araştırma verileri Bitlis ve ilçelerine ait dokümanlar, kurumsal internet siteleri, tanıtım filmleri ve kataloglar incelenerek elde edilmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda Bitlis Valiliği, Bitlis Belediyesi ile 6 ilçenin kaymakamlık ve belediye logoları incelenerek betimsel analizleri yapılmıştır. Bulgular; Bitlis ve ilçelerinin tarihi, doğal ve yerel simgelerini logolarında başarıyla kullandıklarını ortaya koymaktadır. Ancak hem logoların tasarımında hem de logolarda kullanılan simgelerde renk, şekil, kalite ve teknik açıdan önemli eksiklikler tespit edilmiştir. Mevcut logolar içinde renk, şekil, kalite ve teknik açıdan en profesyonel logo olarak Ahlat logosu gözükmektedir. Bunu Bitlis Valiliği ve Tatvan Kaymakamlığı'nın logoları takip etmektedir. Kentin marka değerinin yükseltilebilmesi için logo tasarımında mutlaka profesyonel destek alınmalıdır. Logolarda kentin tarihi, doğal ve turistik değerlerini ön plana çıkarabilecek, onlara marka değeri kazandırabilecek kaliteli, akılda kalıcı ve çağdaş tasarımlar tercih edilmelidir. Araştırma verileri Bitlis'teki kamu kurumlarına, yerel yönetimlere, özel sektör temsilcilerine ve ilin tanıtımında aktif rol alan sivil toplum kuruluşlarına sağlıklı veriler sağlayabilir.

**Anahtar Kelimeler:** Bitlis, Kent Kimliği, Logo, Yerel Simge, Marka

## **AN EVALUATION ON THE IMPORTANCE OF LOCAL ICONS USED IN THE LOGOS IN THE CITY: BITLIS CASE**

### **Abstract**

City logos are used to distinguish a city from other cities and to reveal the identity of the city. The logo, which is visual indicator of urban identity, is also a corporate brand value that introduces the city and reveals its difference. It is observed that the cities, which have a large share in the tourism market, use local symbols and values carefully in their logos. Each city has its own historical history, natural beauties and local symbols that distinguish it from other cities. The purpose of this research; To evaluate the historical, natural and local symbols used in logos of Bitlis and districts in terms of design, color, shape, quality and technique. The research data were obtained by examining the documents, corporate websites, promotional

films and catalogs of Bitlis and its districts. In line with the purpose of the study, Bitlis Governorship, Bitlis Municipality and 6 districts of the district governor and municipality logos were analyzed and descriptive analyzes were made. Results; It shows that the historical, natural and local symbols of Bitlis and its districts are used successfully in their logos. However, there are significant deficiencies in the color, shape, quality and technical aspects of the logos and the symbols used in the logos. Within the existing logos, Ahlat logo appears as the most professional logo in terms of color, shape, quality and technique. This is followed by the logos of the Governorship of Bitlis and the District Governor of Tatvan. In order to increase the brand value of the city, professional support should be taken in the logo design. In the logos, quality, catchy and contemporary designs should be preferred to bring the city's historical, natural and touristic values to the forefront and to give them brand value. Research data can provide sound data to public institutions in Bitlis, local governments, private sector representatives and non-governmental organizations actively involved in the promotion of the province.

**Keywords:** Bitlis, City Identity, Logo, Local Icon, Brand

## **ÖRGÜTSEL BAĞLILIK KONUSUNDA YAZILMIŞ YÜKSEK LİSANS TEZLERİNİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ**

**Öğr. Gör. Öznur YEKSAN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
oznuryeksan@hotmail.com

**Ahmet GÜMÜŞ**

İstanbul Aydın Üniversitesi  
ahmetgumus4006@gmail.com

### **Özet**

Bu çalışma, örgütsel bağlılık konusunda yazılmış yüksek lisans tezlerini bibliyometrik analiz yöntemi yoluyla incelenmesini amaçlamaktadır. Çalışmada, 2014-2019 yıllarında yazılmış 300 adet yüksek lisans tezi belirli parametreler doğrultusunda incelenmiştir.

Çalışmada elde edilen veriler SPSS 23 istatistik programına aktarılarak, verilerin frekans ve yüzde analizleri yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda tezlerin en çok Türkçe dilinde yazıldığı, yıllara göre tez adetleri incelendiğinde, en fazla tezin 2018 yılında yazılmış olduğu, konu ile ilgili tezlerde daha çok kadın yazarların yer aldığı, en çok tezin Beykent Üniversitesinde yazıldığı, anabilim dalı olarak en fazla işletme alanında olduğu, tezlerde en çok iş tatmini konusunun çalışıldığı ve nicel araştırma yönteminin yazarlarca tercih edildiği bulgulanmıştır.

Çalışma, yalnızca yüksek lisans tezleri ve on bir parametreyle sınırlı tutulmuştur. Gelecekte yapılacak çalışmalarda, doktora tezleri de çalışmaya eklenebilir. Ayrıca amaç, atıf sayısı, örneklem grubu gibi parametreler de eklenerek çalışmanın genişletilebileceği ve ilgili alan yazınına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Örgütsel Bağlılık, Bibliyometrik Analiz, Ulusal Tez Merkezi

## **BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF MASTER THESES ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT**

### **Abstract**

The aim of this study is to examine master's theses about organizational commitment through bibliometric analysis method. In this study, 300 master theses written in 2014-2019 were examined in accordance with certain parameters.

Data related to the parameters in the study were transferred to SPSS 23 statistical program and frequency and percentage analyzes of the data were performed. Most of the theses were written in Turkish, the number of theses was written in 2018 and the number of theses related to the subject was mostly written by woman writers. The most theses were written in Beykent University, the department was the most in the field of Business Administration, most of the theses were the subject of job satisfaction and the quantitative research methods were chosen by most writers.

The study was limited to only master theses and eleven parameters. In the future studies, phd theses can be added to the study. In addition other parameters such as aim, number of citations, sample groups that the study can be expanded and is thought to contribute the relevant literature.

**Keywords:** Organizational Commitment, Bibliyometric Analysis, National Thesis Center

## **YEREL HALKIN TURİZMİN ETKİLERİNE YÖNELİK ALGILAMALARI: DOĞU VE GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGELERİ ÜZERİNE YAPILMIŞ ARAŞTIRMALARIN İÇERİK ANALİZİ**

**Prof. Dr. İbrahim YILMAZ**

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

**Öğr. Gör. Öznur YEKSAN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
oznuryeksan@hotmail.com

### **Özet**

Bu çalışmanın amacı Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerindeki illerde yaşayan yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarını tespit etmektir. Bu amaçla, Doğu Anadolu illerinden, Bitlis, Erzincan, Erzurum Iğdır, Van; Güneydoğu illerinden Adıyaman, Diyarbakır, Gaziantep, Mardin, Şanlıurfa gibi iller üzerine yapılan çalışmalar incelenmiştir. Çalışmada bahsi geçen araştırmaların bulguları içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre yerel halkın genel olarak turizme pozitif baktığı ve geleceği turizmde gördüğü tespit edilmiştir. Ayrıca yerel halkın turizmin sosyo-kültürel ve çevresel etkilerine kıyasla ekonomik etkileri konusunda daha olumlu düşündükleri görülmüştür. Yerel halkın, turizm gelişimiyle birlikte yaşam biçiminin değişmesi, geleneksel değer yargıları ve toplumsal ahlakın bozulması konularında zaman zaman tedirginlikler yaşadığı da saptanmıştır. Türkiye'nin pek çok bölgesinde olduğu gibi Doğu ve Güney Doğu Anadolu bölgesindeki illerde de benzer araştırmalar yapılmıştır. Ancak bu araştırmaların bulgularını bütünsel bir bakış açısıyla analiz eden az sayıda çalışma yapıldığı görülmektedir. Bu nedenle çalışmanın ilgili alan yazına katkı sağlayacağı ve bu alandaki boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Yerel Halk, Güneydoğu Anadolu, Doğu Anadolu, İçerik Analizi

## **PERCEPTIONS OF RESIDENTS TO TOURISM IMPACTS: CONTENT ANALYSIS OF RESEARCH ON EAST AND SOUTHEASTERN ANATOLIA**

### **Abstract**

The aim of this study is to determine the perceptions of the local people living in the provinces of Eastern and Southeastern Anatolia on the effects of tourism. For this purpose, Bitlis, Erzincan, Erzurum Iğdır, Van; Adıyaman, Diyarbakır, Gaziantep, Mardin and Sanliurfa from southeastern provinces were studied. The findings of the researches mentioned in the study were examined by content analysis method.

According to the findings of the research, it was found that the local people generally look at tourism positively and see the future in tourism. In addition, it is seen that the local people think more about the economic effects of tourism compared to the socio-cultural and environmental effects of tourism. It has also been found that local people experience uneasiness about the change of lifestyle with tourism development, traditional value judgments and deterioration of social morality.

In the provinces in Turkey, as in many parts of East and South East Anatolia were also made similar investigations. However, few studies have analyzed the findings of these studies from a holistic perspective. Therefore, it is thought that the study will contribute to the relevant literature and fill the gap in this area.

**Keywords:** Local People, South East Anatolia, East Anatolia, Content Analysis

## BİNGÖL İLİ TURİZM POTANSİYELİNİN YEREL PAYDAŞLAR TARAFINDAN BELİRLENMESİ

**Öğr. Gör. Volkan TUNCEL**

Bingöl Üniversitesi  
volkantuncel44@gmail.com

**Doç. Dr. Ahmet ÇAVUŞ**

Atatürk Üniversitesi  
ahmetcavus@atauni.edu.tr

### Özet

Doğu Anadolu Bölgesi sınırları içinde bulunan Bingöl ili doğa ve kültür turizmi açısından bir çok kaynak değere sahiptir. Aynı zamanda halk oyunları, geleneksel giyim, el sanatları ve mutfak kültürü açısından önemli turistik çekicilikleri bulunan ilin yüzölçümünün %28'i ormanlık alanlardan oluşmaktadır. İl sahip olduğu termal su kaynakları, gölleri, kış turizmine uygun iklim özellikleri ve yeryüzü şekilleri ile de dikkat çekmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Bingöl ilinin turizm potansiyelini ortaya koymak, yapılabilecek alternatif turizm türlerini saptamak ve turizmle ilgili sorunları tespit etmektir. Bu kapsamda ilde turizmin gelişmesinde etkili olan yerel yöneticiler ve uzmanlarla (Bingöl Valisi, Belediye Başkanı, İl Kültür ve Turizm Müdürü, Bingöl Üniversitesi turizm programı akademisyenleri, ilde faaliyet gösteren Fırat Kalkınma Ajansı yöneticileri, sektör temsilcileri (konaklama, seyahat ve yiyecek içecek işletmeleri yöneticileri) ile mülakat yapılarak veriler analiz edilmiştir. İlin sahip olduğu doğal alan, kış sporlarına uygun iklim özellikleri, zengin jeotermal kaynakları, ormanlık alanları ve gölleri ilin turizmin gelişmesinde önemli avantajlardır. İlin turistik öneme sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi değerlerinin tanıtımın yeterli düzeyde yapılmaması, yerel halkın turizm değerleri hakkında yeterince bilinç düzeyine sahip olmaması, hizmet kalitesindeki eksiklikler, ulaşım ağının yetersiz olması, bölgenin deprem kuşağında yer aldığından var olan tarihi yapılarda tahribatin oluşması ve bölgede terör olaylarının yaşanması sebebiyle güvensizlik ortamının oluşması başlıca sorunlardır.

**Anahtar Kelimeler:** Bingöl, Turizm Potansiyeli, Turizm Bileşenleri, Sorunlar

## BİNGÖL PROVINCE OF TOURISM POTENTIAL DETERMINATION BY LOCAL STAKEHOLDERS

### Abstract

Bingöl province, which is located within the borders of Eastern Anatolia Region, has various resource value in terms of nature and cultural tourism. At the same time, the province which of have be found folk dances, traditional clothing, handicrafts and cuisine culture in terms of important tourist attractiveness, 28% of the surface area consists of forested areas. The province which have has attracted attention with its thermal water resources, lakes, climate characteristics suitable for winter tourism and landforms.

The aim of this study, to reveal the tourism potential of Bingöl province, to determine alternative tourism types and to identify problems related to tourism. In this context, local managers and experts who are active in the development of tourism in the province (Bingöl Governor, Mayor, Provincial Culture and Tourism Manager, Bingöl University tourism program



academicians, executive who is in service in Bingöl at Firat Development Agency, sector representatives (accommodation and travel agency managers) in unison interview making by data have had analyzed. The province have owned, natural area, climate characteristics suitable for winter sports, rich geothermal resources, forested areas are important advantages of the province in the development of tourism. Inadequate promotion of the natural, cultural and historical values of the province, lack of awareness of the local people about tourism values, deficiencies in the quality of service, inadequacy of the transportation network are the main problems of the region. In addition to these problems; the destruction of the historical structures existing in the earthquake region and the terror causing insecurity problems are also creates problems for the region.

**Keywords:** Bingöl, Tourism Potential, Tourism Components, Problems

## TURİST VERSUS KÂŞİF: ŞABAN TEOMAN DURALI'NIN “DENİZ VE KÂŞİFLİK” ESERİ ÜZERİNE NOTLAR

**Doç. Dr. İdiris DEMİREL**

Manisa Celal Bayar Üniversitesi  
idiris.demirel@cbu.edu.tr

**Arş. Gör. Haluk DOĞAN**

Manisa Celal Bayar Üniversitesi  
hal\_ukde@hotmail.com

### Özet

Şaban Teoman Duralı (1947--) son dönem Türk düşüncesinin önemli isimlerinden biridir. Felsefeye dair özgün eserleriyle tanınmaktadır. O, bir felsefeci olduğu kadar bir seyyahdır da. Asya'dan Avrupa'ya, Afrika'dan Amerika'ya dünyanın birçok bölgesine ve coğrafyasına seyahat etmiştir. Seyahat ve keşif, onun vazgeçilmez tutkusudur. Çünkü ona göre, felsefeyle keşfetme isteği arasında kopmaz bir bağ vardır. Duralı'ya göre kâşif, mümtaz ve müstesna bir şahsiyettir. O, bilme aşkıyla dolup taşan bireydir. Kâşifin yolculuğunun her aşamasına merak duygusu eşlik eder. Gezilen görülen yerleri tüm unsurlarıyla bilmek ve kavramak ister. Bu anlamda kâşif, bir bakımdan filozoftur da. Turist ise bu özelliklerden yoksundur. Onun yolculuğuna merak ve bilme isteği eşlik etmez. Turistin amacı can sıkıntısını gidermekten ibarettir.

Bu çalışmanın amacı, Şaban Teoman Duralı'nın “Deniz ve Kâşiflik” adlı eserini temel alarak onun seyahat, keşif, kâşif ve turist gibi kavramlara yüklediği anlamları ortaya koymaktır. Ayrıca bu çalışmada düşünürün seyahatle doğrudan ilgili gördüğü felsefe, hayat, ölüm ve inanç gibi temalar da incelenecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Seyahat, Kâşif, Turist, Felsefe, Hayat

## TOURIST VERSUS EXPLORER: NOTES ON ŞABAN TEOMAN DURALI'S BOOK OF “DENİZ VE KÂŞİFLİK”

### Abstract

Şaban Teoman Duralı (1947--) is one of the important names of the recent Turkish thought. He is known for his original works of philosophy. He is a philosopher as well as a traveler. He has traveled from Asia to Europe, from Africa to America to many geographies of the world. Travel and discovery are his indispensable passions. For him, there is an unbreakable link between philosophy and the desire to explore. According to Duralı, an explorer is a distinguished and exceptional personality. S/he is an individual filled with love of knowing. His/her journey is accompanied by a sense of wonder. S/he wants to know and comprehend the places visited. In this sense, the explorer is also a philosopher. The tourist lacks of these features as the journey is not accompanied by curiosity and desire to know. The goal of the tourist is to alleviate boredom.

The aim of this study is to reveal the meanings attributed to concepts such as travel, exploration, explorer and tourist based on Şaban Teoman Duralı's book of “Deniz ve Kâşiflik”. In addition, themes such as philosophy, life, death and belief that the thinker sees directly related to travel will be examined.

**Keywords:** Travelling, Explorer, Tourist, Philosophy, Life

## TURİZM SEKTÖRÜNDE MÜSTAHSİL MAKBUZU UYGULAMASI

**Doç. Dr. Yaşar AYYILDIZ**

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi  
yasarayildiz@ibu.edu.tr

**Doç. Dr. Yunus DEMİRLİ**

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi  
demirli\_y@ibu.edu.tr

### Özet

Kırsal bölgelere yakın faaliyet gösteren turizm işletmeleri bazı ihtiyaçlarını yörede üretim yapan çiftçilerden karşılayabilmektedirler. İşletmelerin her türlü alımlarını belgelendirmeleri zorunlu olmakla birlikte, ülkemizde çiftçilerin büyük çoğunluğu gerçek usulde vergiye tabi tutulmadıklarından satışlarında fatura düzenleme zorunlulukları da bulunmamaktadır. Bu tür durumlarda turizm işletmelerinin gerçek usulde vergiye tabi olmayan çiftçilerden yaptıkları tedariklerini nasıl belgelendirecekleri sorunu ortaya çıkabilmektedir.

213 sayılı VUK'nun 235'inci maddesi, gerçek usulde vergiye tabii olmayan çiftçilerden satın alınan malların bedellerinin ödenmesi esnasında müstahsil makbuzu düzenlenmesini zorunlu kılmaktadır. Bu belge aynı zamanda fatura yerine de geçmekte ve alımların belgelendirilme zorunluluğunu karşılamaktadır. Ancak, müstahsil makbuzu düzenlenmesi sırasında, gelir vergisi tevkifatı (stopaj) ve bazı durumlarda sosyal güvenlik kesintisi yapılması da zorunlu olduğundan, uygulama zaman zaman karışık bir hal arzedeabilmektedir.

Çalışmanın amacı; turizm işletmelerinin bu tür alımlarının belgelendirilmesinde düzenlenmesi zorunlu olan müstahsil makbuzu uygulamasında vergi hukuku açısından dikkat edilecek önemli hususların detaylı olarak ortaya konulması olarak belirlenmiştir. Çalışmada; müstahsil makbuzu uygulamasının, tarafları, şekil ve şartları, düzenleme esasları ve zamanı, makbuzların temini, gelir vergisi tevkifatı (stopaj) ve sosyal güvenlik kesintisi yapılması uygulaması gibi konular mevzuattaki düzenlemeler ışığında değerlendirilecektir. Çalışmanın, turizm işletmelerinin gerçek usulde vergiye tabi olmayan çiftçilerden yaptıkları tedariklerini müstahsil makbuzu ile belgelendirirken vergi hukuku açısından karşılaşılabilecekleri olası sorun ve uyuşmazlıkların önlenmesine katkıda bulunması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Müstahsil, Müstahsil Makbuzu, Vergi Hukuku, Gelir Vergisi Tevkifatı (Stopaj)

## PRODUCER RECEIPT APPLICATION IN TOURISM SECTOR

### Abstract

Tourism enterprises operating in rural areas are able to meet some of their needs from local farmers. Although it is compulsory for the enterprises to document all their purchases, the majority of the farmers in our country are not subject to tax in the real procedure and there is no obligation to issue invoices in their sales. In such cases, the problem arises as to how tourism enterprises can document their procurement from farmers who are not taxable in real terms.

Article 235 of the Tax Procedure Law (TPL) no 213 requires the issuance of producer receipts during the payment of the prices of goods purchased from farmers who are not subject to tax in the real procedure. This document also serves as an invoice and fulfills the obligation to document purchases. However, during the issuance of the producer receipt, the application

may be confused from time to time, since withholding tax and (in some cases) social security deductions are mandatory.

Purpose of the study is to reveal the important issues to be considered in terms of tax law in detail in the application of the receipt of the obligatory receipt in the documentation of such purchases of tourism enterprises. In the study, the application of the producer receipt shall be evaluated in the light of the regulations in the following aspects; parties, shapes and conditions, regulation principles and time, supply of receipts, withholding tax and deduction of social security and similar subjects.

**Keywords:** Producer, Producer Receipt, Tax Law, Income Tax Withholding

## **DÜZCE ÜNİVERSİTESİ'NDE TURİZM EĞİTİMİ ALAN LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN SPOR TURİZMİNE YÖNELİK TUTUMLARININ İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

**Fatih TURGUT**

Düzce Üniversitesi  
fatihturgut100@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Arif GÜNGÖR**

Düzce Üniversitesi  
arifgungor@duzce.edu.tr

### **Özet**

Spor turizmi ülkemiz başta olmak üzere tüm dünya ekonomilerine katkıda bulunan önemli bir alternatif turizm çeşididir. Ülkemiz bu alandan faydalanmak için yeterli doğal güzelliklere sahiptir. Yapılması gereken en önemli şey sahip olduğumuz genç ve dinamik insan gücümüzü doğru kullanarak spor turizminde gelişmiş bir konuma gelmektir. Bu bağlamda turizm bölümünde öğrenim gören öğrencilerin, spor turizmine yönelik tutumlarının önemli olduğu düşünülmüştür. Bu çalışmada Düzce Üniversitesi'nde turizm eğitimi gören lisans öğrencilerinin spor turizmine yönelik tutumlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış, anket tekniği tercih edilmiştir. Kardaş ve Sadık (2018) tarafından geliştirilen 'Spor Turizmine Yönelik Tutum Ölçeği' kullanılarak öğrencilerin tutumları çeşitli değişkenler açısından incelenmiştir. Araştırma verileri SPSS 22 Paket Programı ile analiz edilmiştir. Elde edilen verilerin çözümlenmesinde; frekans, t testi ve one way anova testi gibi analizlerden yararlanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda Turizm Eğitimi lisans öğrencilerinin demografik özellikleri ile spor turizmine yönelik tutum ölçeğinin boyutları arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Yapılan çalışmada elde edilen bulgulardan; Turizm Eğitimi lisans öğrencilerinin spor turizmine yönelik tutumlarının genel olarak olumlu olduğu anlaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Spor Turizmi, Düzce Üniversitesi, Tutum

## **AN INVESTIGATION ON THE ATTITUDES OF UNDERGRADUATE STUDENTS AT THE TOURISM EDUCATION AT DÜZCE UNIVERSITY TOWARDS SPORTS TOURISM**

### **Abstract**

Sports tourism is an important alternative type of tourism that contributes to the world economies, especially to our country. Our country has enough natural beauties to benefit from this area. The most important thing that needs to be done is to use our young and dynamic manpower to reach an advanced position in sports tourism. In this context, it is thought that the attitudes of students studying in tourism department towards sports tourism are important. In this study, it is aimed to investigate the attitudes of undergraduate students studying tourism at Düzce University towards sports tourism. In the research, quantitative research method was used and survey technique was preferred. The attitudes of students were examined in terms of various variables by using the 'Attitude Scale towards Sport Tourism' developed by Kardaş and Sadık (2018). Data were analyzed with SPSS 22 Package Program. In the analysis of the data obtained; frequency, t test and one way anova test. As a result of the

analyzes, it was found that there are significant differences between demographic characteristics of tourism education undergraduate students and the dimensions of attitude scale towards sports tourism. According to the findings obtained in the research; It has been understood that the attitudes of the undergraduate students of Tourism Education towards sports tourism are generally positive.

**Keywords:** Sports Tourism, Düzce University, Attitude

## **PACKAGING SHOPPING AS A CULTURAL EXPERIENCE: ONLINE PRESENTATION AND MARKETING OF SHOPPING AS A TOURIST ACTIVITY IN SINGAPORE.**

**Prof. Dr. Voon Chin PHUA**

Gettysburg College  
vphua@gettysburg.edu

**Jessica L. LAEMLE**

Gettysburg College  
laemje01@gettysburg.edu

### **Abstract**

Tourism is a major industry with shopping as an important activity and significant source of revenue. Studies have made a distinction between shopping tourism and tourism shopping and examined different tourists purchasing patterns. However, few studies, if any, have focused on examining how online websites help build an image of shopping in the context of tourism. Specifically, we used Singapore as an example and examined different aspects of shopping that these websites choose to feature. The first theme is to feature Singapore as a shopping hub that offers a wide variety of products, a range of prices and convenience. The second theme frames shopping not just as a retail engagement but also a cultural experience. Singapore's shopping destinations include a mix of chain stores, malls and local businesses that offer convenience, services, amenities, cultural exposure, and innovative design elements. Tourism-related websites leverage these aspects and use a bundled approach in presenting shopping as a tourist activity in Singapore.

**Keywords:** Tourism, Shopping, Culture

## COĞRAFİ İŞARET TESCİLİNDE İPİN UCU KAÇTI MI?

**Prof. Dr. Şaban ESEN**

Bartın Üniversitesi  
sabanesen@bartin.edu.tr

**Gülbin Hilal TİTİZ**

Bartın Üniversitesi  
glbn.hll.ttz@gmail.com

### Özet

Coğrafi işaret, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir. Coğrafi işaretler, menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayrılmıştır. Coğrafi işaretli ürünlerin çok büyük bir kısmı aynı zamanda turizm potansiyeli yüksek olan ürünlerdir. Örneğin yemek türleri veya gastronomi kapsamındaki bütün ürünler, hediyelik eşyalar, bir yöreye has tarımsal ürünler (Taşköprü sarımsağı) ye da bir bölgenin doğal özellikleri (Pamukkale Travertenleri) gibi. Özellikle son yıllarda coğrafi işaretli ürünlerin tesciline yönelik eğilim son derece ivme kazanmıştır. Bu durum bir yönüyle sevindirici olmakla birlikte bir diğer yönüyle de endişe verici bir duruma yol açmaya başlamıştır. Çünkü coğrafi işareti tescil ettirmek bir anlamda moda haline gelmeye başlamıştır. Bu da belirli bir yöreye has bir ürünü sıradanlaştırmaya doğru götürülebilmektedir. Coğrafi işaretli ürünlerin en önemli özelliği, bir yöreden/coğrafyadan beslenmesidir. Dolayısıyla bu husus çok önemlidir. İnsanlar coğrafi işaretli bir ürünü satın alırken, ürünün o yöreye ait olduğunu düşünerek satın almaktadırlar. Bir markette satılan ve üzerinde Gümüşhane Kömesi/pestili yazan bir ürünün gerçekten de Gümüşhane'ye has olduğunu nereden bileceğiz. 1996-2018 yılları arasındaki toplam coğrafi işaret tescilli ürün sayısı 421 adettir. Ve bu rakamın 198 adeti son iki yıla aittir. Bu da toplam tescilli ürünlerin %47'sinin son iki yılda yapıldığını göstermektedir. Bir diğer rakam ise son iki yılda tescil süreci devam eden ürün sayısı ise 470 adettir ki, bu rakam şu ana kadar tescilli yapılmış ürün sayısından fazladır. Rakamlardan da görüldüğü üzere özellikle son yıllarda coğrafi işaretli ürün tescilinde çok hızlı bir artış yaşanmaktadır. Bu çalışmanın amacı, son yıllarda büyük artış gösteren ve büyük bir çoğunluğu da turizm potansiyeli taşıyan bu coğrafi işaretli ürünlerin denetim noktasındaki sıkıntılarının neler olabileceğini ortaya koymak olacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Coğrafi İşaret, Mahreç İşareti, Menşe İşareti, Geşeneksel Ürün

## HAVE WE OVERSTEPPED THE LIMITS OF REGISTERİNG GEOGRAPHICAL INDICATIONS?

### Abstract

A geographical indication is a sign that indicates a product that is identified with a region, area, region or country of origin in terms of its distinctive quality, reputation or other characteristics. Geographical indications are divided into two as the name of origin and the geographical indication. Most of the geographically marked products are also products with high tourism potential. For example, all types of food or gastronomy, souvenirs, agricultural products specific to a region (Taşköprü garlic) or the natural characteristics of a region (Pamukkale Travertines). Especially in recent years, the trend towards the registration of geographically marked products has gained immense momentum. While this situation is pleasing in one



aspect, it also leads to a worrying situation in another. Because registering the geographical indication has become a fashion in a sense. This can lead to a normalization of a product specific to a particular region. The most important feature of geographically marked products is that they are fed from a region / geography. Therefore, this is very important. When people buy a product marked geographically, they buy it considering that it belongs to that region. How do we know that a product that is sold in a grocery store that says Gümüşhane Kömesi is really unique to Gümüşhane. Between 1996 and 2018, the total number of registered geographical products is 421. And this figure is 198 for the last two years. This shows that 47% of the total registered products were made in the last two years. Another figure is 470 products that have been registered in the last two years, which is more than the number of registered products so far. As can be seen from the figures, especially in recent years, there has been a rapid increase in the registration of geographically marked products. The aim of this study will be to reveal the problems in the control point of these geographically marked products, which have increased in recent years and most of them have tourism potential.

**Keywords:** Geographical Sign, Origin Sign, Traditional Product

## **TURİZM ŞİRKETLERİNİN MESLEKİ KURULUŞLARA YAPTIKLARI ÜYELİK VE AİDAT ÖDEMELERİNİN, VERGİDEN İNDİRİLEBİLME AÇISINDAN İNCELENMESİ**

**Doç. Dr. Yaşar AYYILDIZ**

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi  
yasarayildiz@ibu.edu.tr

### **Özet**

Turizm şirketleri, çeşitli nedenlerle faaliyet alanı çerçevesinde çok sayıda dernek, vakıf, oda, birlik ve benzeri mesleki kuruluşa üye olmakta ve bu kuruluşlara giriş ve üyelik aidatı, katkı payı, masraflara katılma payı ve benzeri adlarla muhtelif ödemeler yapabilmektedirler. Bu ödemelerin kurumlar vergisi matrahının tespitinde gider sayılıp sayılamayacağı bir başka ifade ile indirim konusu yapıp yapılamayacağı özellik arz etmektedir. Kurumlar Vergisi Kanunu (KVK), kurumlar vergisinin; bir hesap dönemi içinde elde edilen "safî kurum kazancı" üzerinden hesaplanacağını ve safî kurum kazancının da, Gelir Vergisi Kanununun (GVK) "ticarî kazanç" hakkındaki hükümlerince tespit edileceğini hükme bağlamıştır. GVK da, safi kazancın tespitinde indirilecek giderleri, genel giderler dahil, sayarak hüküm altına almıştır. Bir masrafın genel gider olarak indirim konusu yapılabilmesi için ise; gelirin elde edilmesi için yapılmış olması, masrafla iş arasında açık, güçlü bir illiyet bağının mevcut olması, masrafın işin önemi ölçüsünde yapılmış bulunması ölçütlerine bakılmaktadır. Çalışmanın amacı; turizm şirketlerince üye olunan mesleki kuruluşlara aidat ve benzeri adlarla yapılan muhtelif ödemelerin kurumlar vergisi matrahının tespitinde gider olarak dikkate alınıp alınmayacağı konusunda özellik arz eden durumların detaylı olarak ortaya konulması olarak belirlenmiştir. Çalışmada, konu mevzuattaki düzenlemeler yanında, idarenin konuya bakış açısı da değerlendirilerek tartışılacaktır. Çalışmanın, turizm şirketlerinin bu konuda karşılaşılabilecekleri olası vergi uyumsuzluklarının önlenmesine katkıda bulunması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Şirketleri, Mesleki Kuruluşlar, Üyelik Aidatları, Vergiden İndirilebilir Giderler

## **REVIEW OF "THE MEMBERSHIP AND FEE PAYMENTS OF TOURISM COMPANIES TO PROFESSIONAL ORGANIZATIONS" IN THE CONTEXT OF "TAX DEDUCTIBLE EXPENSES"**

### **Abstract**

Tourism companies become members of numerous associations, foundations, chambers, unions and similar professional organizations within the scope of their activities for various reasons and can make various payments with entry and membership fees, contribution, contribution to expenses and similar names. It is important whether these payments can be counted as an expense in the determination of the corporate tax base, in other words, it can be made subject to a discount. According to the Turkish Corporate Tax Law (CTL), it is stipulated that "corporate tax" is calculated over the "net corporation profit" obtained during an accounting period and "net corporation profit" is determined by the provisions of the "commercial gain" in the Turkish Income Tax Law (ITL). The Income Tax Law also included the expenses to be deducted in the determination of the net earnings, including general expenses. In order for an expenditure to be accepted as an overhead, the following criterias are considered: to be made in order to generate income, a clear, strong causal link between costs

and work and the expenditure is made to the extent of the importance of the work. Purpose of the study: it has been determined as to reveal in detail the situations that are specific to whether the various payments made to the professional organizations, which are members of the tourism companies, by means of dues and similar names can be taken as expenses in the determination of the corporate tax base. In the study, the subject will be discussed by considering the regulations in the legislation and the administration's point of view. The study is expected to contribute to the prevention of potential tax disputes that tourism companies may face in this respect.

**Keywords:** Tourism Companies, Professional Organizations, Membership Fees, Tax-Deductible Expenses

## TURİZM VE YEREL İŞLETMELER: VAN KENT MERKEZİNDEKİ FİRMALAR İRANLI TURİSTLERE NASIL BAKIYOR

**Doç. Dr. Suvat PARİN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
sparin@yyu.edu.tr

### Özet

Van'ın sosyo-ekonomik yapısında son yıllarda İran'dan gelen turistler önemli bir yer tutmaya başladı. Fark edilebilir düzeyde ilk kez 2014 yılında İran'da Nevruz Bayramı'nın açtığı geniş resmî tatil olanağını değerlendirmek amacıyla Van'a yoğun bir İranlı turist kafelesi akın etmeye başladı. Sonraki yıllarda İran'dan gelen turistlerin hem sayısında bir artış oldu hem de Van'a geldikleri zaman aralıkları bütün yıla yayılmaya başladı. Gelen turistler nasıl bir profile sahiptir? Turistlerin Van'a gelme amaçlarında hangi hedefler ön plana çıkmaktadır? Gelen turistler ne kadar kalıyor? Van'da buldukları süre içinde nasıl bir konaklama tercihinde bulunuyorlar? Gelen turistler ortalama kişi başı ne kadar harcıyor? Van'a gelen İranlı turistlerin sınıfsal pozisyonları nasıl bir özellik göstermektedir? Bu ve benzeri sorular hem kentteki yerleşik nüfusun hem ticari birimlerin hem de akademik çevrelerin yanıt aradığı türden sorular olarak ön plana çıktı. Açıkça belirtmek gerekirse bu düzlemdeki söz konusu sorulara yanıt arayan hatırı sayılır çalışmanın/araştırmanın yapıldığı görülmektedir. Bu araştırma ise Van kent merkezinde faaliyet gösteren ve İranlı turistlere hizmet veren işletmelerin gözüyle İran turizmine bakışı merkeze almaktadır. Başka bir ifade ile bu çalışmanın amacı, işletmeler İran turizmine nasıl bakıyor? İranlı turistlerle hangi hususlarda problemler yaşamaktadırlar? Van kent ekonomisine önemli girdiler sağlayan İranlı turistlerin daha çok gelmesini sağlamak için diplomatik düzeyde neler yapılmalı? İran konsoloslğunun ve bir İran bankasının Van'da açılması işletmeler açısından nasıl değerlendirilmektedir gibi araştırma problemleri üzerinden firmaların konuyla ilgili yaklaşımlarını ortaya koymaktır. Çalışma kapsamında Tuşba, İpekyolu, Edremit ve Gevaş'ta İranlı turistlere yönelik hizmet veren 517 işletme ile görüşüldü. Araştırmanın analizleri 517 firma yetkilisi ile yapılan anket verilerine dayanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Van, İran, Turizm, İşletmeler

## TOURISM AND LOCAL ENTERPRISES: HOW DO THE COMPANIES IN VAN CITY CENTER SEE IRANIAN TOURISTS?

### Abstract

In recent years, tourists from Iran have begun to play an important role in the socio-economic structure of Van. It was noticeably first in 2014 when an intense Iranian tourist group started to flock to Van in order to enjoy the long official holiday of Nowruz in Iran. In the following years, there was an increase in the number of tourists coming from Iran and also their arrivals continued all the year at different intervals. What kind of profiles do the tourists have? What primary goals do they have in coming to Van? How long do they stay? What kind of accommodation do they prefer during their stay in Van? How much do they spend on average per person? How do they differ in class statues? These and similar questions, which the settled population in the city, the commercial units and academia sought, came to the fore. Obviously, it is seen that there are considerable studies / researches seeking answers to these questions.

This research focuses on the Iranian tourism through the eyes of enterprises operating in Van city center and serving Iranian tourists. In other words, the purpose of this study is to reveal the approaches of the companies on the subject through research problems such as; how do the enterprises perceive Iranian tourism? What are the problems with Iranian tourists? What should be done at the diplomatic level in order to attract more Iranian tourists who provide important inputs to the Van city economy? How does the opening of the Iranian consulate and an Iranian bank in Van affect the enterprises? Within the scope of the study, 517 business firms, providing service to Iranian tourists in Tuşba, İpekyolu, Edremit and Gevaş, have been interviewed. The analysis of the research is based on the survey data conducted with 517 company officials.

**Keywords:** Van, Iran, Tourism, Businesses

## OTEL İŞLETMELERİNDE SOSYALLEŞME TAKTİKLERİ

**Dr. Öğr. Üyesi Sedat ÇELİK**

Şırnak Üniversitesi  
sedattcelik@gmail.com

### Özet

Otel işletmelerinde çalışanların işletmeye bağlılığı, iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık gibi tutumları işletme performansı için oldukça önemlidir. Rekabet ortamının, yeni iş imkanları ile birlikte çalışanların iş tatminini sağlamak ve işletmeye bağlılıklarını arttırmak güçleşmektedir. Sosyalleşme taktikleri işletmelerde işgören tatminini sağlamak ve örgütsel bağlılığını arttırmak için önemli araçlardır. Özellikle yeni işe giren çalışanların sosyalleşmesi ve işletmeye adapte olmasına yönelik atılacak adımlar bir politika çerçevesinde yapılmalıdır. Bu çalışmada otel işletmelerinde kurumsal ve bireysel sosyalleşme taktiklerinin uygulanıp uygulanmadığı ve çeşitli değişkenlerle ilişkileri (demografik, iş tatmini ve örgütsel bağlılık) ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Alanya'da bulunan 5 yıldızlı otellerde ast olarak çalışan 205 çalışandan anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Toplanan veriler SPSS paket programı ile amaca uygun olarak analiz edilmiştir. Çıkan sonuçlarda otel işletmelerinde sosyalleşme taktikleri boyutlarından daha çok bireysel sosyalleşme taktiklerinin uygulandığı ve resmi olmayan bir sosyalleşme düzeninin sağlandığı ortaya çıkmıştır. Araştırmanın sosyalleşme taktikleri konusunda işletmelere ve araştırmacılara farkındalık oluşturacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyalleşme Taktikleri, Otel İşletmeleri, Turizm

## SOCIALIZATION TACTICS IN HOTEL BUSINESS

### Abstract

Attitudes of employees such as loyalty to the business, job satisfaction and organizational citizenship are very important for business performance. With the competitive environment, new job opportunities, it becomes difficult to ensure the satisfaction of the employees and increase their loyalty to the company. Socialization tactics are important tools to provide employee satisfaction and increase organizational commitment. In particular, the steps to be taken to socialize and adapt to the new employees should be done within the framework of a policy. In this study, it is aimed to determine whether corporate and individual socialization tactics are applied in hotel establishments and their relationships with various variables (demographic, job satisfaction and organizational commitment). For this purpose, quantitative research method was preferred. Data were collected from 205 employees working as subordinates in 5-star hotels in Alanya. The collected data were analyzed in accordance with the purpose of SPSS package program. As a result, it was revealed that individual socialization tactics were applied more than the dimensions of corporate socialization tactics and informal socialization order was provided in hotel establishments. It is thought that the research will raise awareness for businesses and researchers about socialization tactics.

**Keywords:** Socialization Tactics, Hotel Businesses, Tourism

## **EXPLORING PERCEPTION OF PLACE, SATISFACTION AND INFORMATION SOURCES OF TRAVELLERS VISITING MONASTERY OF MOR HANANYO IN MARDIN**

**Dr. Öğr. Üyesi Faruk SEYİTOĞLU**

Mardin Artuklu University  
seyitoglu.f@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Kadir ÇAKAR**

Mardin Artuklu University  
kadircahar@artuklu.edu.tr

### **Abstract**

The aim of this study is to examine the perception of place and satisfaction of tourists visiting Mor Hananyo Monastery in Mardin. Moreover, it is also aimed to investigate the information sources they benefited. A questionnaire was implemented for the data collection. And thus, the data was gathered during April-May, 2019. After the invaluable questionnaire forms were removed, the data consisted of 341 surveys that were filled by local tourists. The data analysis show that tourist satisfaction of visit was high. Also, among the three items of perception of place (This is a religious place, This is just a touristic place for sightseeing, This is a historic and legendary place) "this is a religious place" had the highest mean (6.01). The results also suggest that travellers mostly preferred to use "Family/friends" and "Internet" as sources of information during their decision-making process before the visit. Further implications are also presented for destination managers and industry practitioners.

**Keywords:** Information Sources, Perception Of Place, Satisfaction, Mor Hananyo

## KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN YURT DIŞI REKLAM HARCAMALARININ KDV'DE VERGİ SORUMLULUĞU AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

**Doç. Dr. Yunus DEMİRLİ**

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi  
demirli\_y@ibu.edu.tr

### Özet

Konaklama işletmeleri, hizmetlerini potansiyel müşterilere tanıtmak amacıyla yurt dışı pazarlarda çeşitli reklam, tanıtımı ile katalog dağıtımı gibi pazarlama faaliyetlerine başvurabilmektedir. Konaklama işletmeleri yurt dışı pazarlama faaliyetlerini, doğrudan kendileri veya bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesine aracılık eden seyahat acentaları, tur organizatörleri ve reklam işletmeleri gibi araçlar eliyle gerçekleştirmektedir. Pazarlama faaliyetleri çerçevesinde yurt dışında ifa edilen reklam hizmetlerinin Türkiye’de Katma Değer Vergisi (KDV) bakımından vergi sorumluluğuna tabi olup olmayacağı konusunda tereddütler yaşanmaktadır. Bu çalışma ile konaklama işletmelerinin yurt dışı reklam ve tanıtım harcamalarının (hizmet ithalatı) KDV’de vergi sorumluluğuna tabi olup olmadığıyla ilgili tereddütlerin giderilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada yöntem olarak; KDV mevzuatı ve konuyla ilgili muhtelif olayları konu alan Bakanlık özetleri incelenmiştir. Çalışma sonucunda, konaklama işletmelerinin yurt dışı pazarlama faaliyetleri kapsamında ifa ettikleri reklam hizmetlerinin “yurt dışında gerçekleşmesi” ve bu hizmetlerden “yurt dışında yararlanılması” nedenleriyle bu hizmetlerin KDV sorumluluğu kapsamında bulunmadığı ve beyanı gerekmediği, internet reklamlarının ise dünya çapında tüketicilere ulaşması nedeniyle hizmetten Türkiye’de de yararlanılması söz konusu olduğundan KDV’de vergi sorumluluğu doğurduğu tespiti yapılmıştır. Ancak kanun hükümlerinin yorumu ile ortaya konulan ve özetlerle desteklenen bu görüşün, uygulama birliğini sağlamak ve mükellef haklarını korumak amacıyla sirküler veya genel tebliğ ile düzenlenmesi önerilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Konaklama İşletmeleri, Yurt Dışı Reklam Harcamaları, Vergi Hukuku, KDV’de Vergi Sorumluluğu

## EVALUATION OF THE ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS’ FOREIGN ADVERTISING EXPENDITURES IN TERMS OF TAX RESPONSIBILITY IN VAT

### Abstract

Accommodation establishments may apply to marketing activities such as advertising and catalog distribution in foreign markets in order to promote their services to potential customers. Accommodation establishments carry out their overseas marketing activities either directly by themselves or through intermediaries such as travel agencies, tour organizers and advertising companies that mediate these activities. There are some doubts about overseas marketing activities made within the scope of advertising services, whether it will be subject to tax responsibility in terms of Value Added Tax (VAT) in Turkey. In this study, it is aimed to eliminate the doubts about whether the foreign advertising and promotion expenditures (import of services) of accommodation establishments are subject to tax liability in VAT, or not. In the study; The VAT legislation and the Ministry's rulings on various incidents were examined. As a result of the study, the following determinations were made: advertising services are not within the scope of VAT liability and the declaration is not required because the advertising services performed by the hospitality companies within the scope of foreign marketing



activities are performed abroad and these services are used abroad. On the other hand, for internet advertisements, it has been determined that, because they reach consumers worldwide and also due to the utilization of services in Turkey, causes tax liability in VAT. However, it was proposed that this opinion, which was put forward by interpretation of the provisions of the law and supported by rulings of ministry of finance, should be regulated by "circular" or "general communique" in order to ensure the unity of implementation and protect the rights of taxpayers.

**Keywords:** Accommodation Establishments, Foreign Advertising Expenditures, Tax Law, Tax Liability in VAT

## **KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE BEDELSİZ VERİLEN HİZMETLERİN VERGİSEL BOYUTU**

**Doç. Dr. Yunus DEMİRLİ**

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi  
demirli\_y@ibu.edu.tr

**Doç. Dr. Yaşar AYYILDIZ**

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi  
yasarayildiz@ibu.edu.tr

### **Özet**

Konaklama işletmeleri, acente temsilcileri ve rehberler gibi turizm pazarlamasında aktif rol alan sektör çalışanlarına zaman zaman tanıtım, satış, pazarlama ve ödül amaçlı bedelsiz hizmet sunumu yapabilmektedir. Bu hizmetlerin en bilindik olanları; tanıtıma yönelik konaklama hizmeti verilmesi, sektör temsilcilerine bedelsiz oda tahsisi yapılması ve yemek/ziyafet organizasyonlarıdır. Konaklama işletmeleri için pazarlama çabası olarak görülebilecek bu tür faaliyetlere yönelik harcamalar, vergi denetimlerinde gelir ve kurumlar vergisi ile KDV uygulaması bakımlarından eleştiri ve ceza konusu olabilmektedir. Bu çalışmanın amacı; konaklama işletmelerinin, acente temsilcileri ve rehberlere bedelsiz sundukları hizmetlerin vergi mevzuatı karşısındaki durumunu tespit etmektir. Çalışmada yöntem olarak; konaklama işletmelerinin, gelir ve kurumlar vergisi bakımından bedelsiz sunulan hizmet giderlerini indirim konusu yapıp yapamayacakları ve bu hizmetler için KDV yükümlülüklerinin olup olmadığı araştırılmıştır. Bu kapsamda konuyla ilgili mevzuat hükümleri ile yargı kararları ve özgelgelere yararlanılmıştır. Çalışma sonunda; konaklama işletmelerinin iktisadi faaliyetini yaygınlaştırmaya ve tanıtıma yönelik olarak bedelsiz sunulan hizmetlere ilişkin giderlerinin bazı özellikleri taşıması halinde; gelir ve kurumlar vergisi matrahının tespitinde gider yazılabileceği ve bu hizmetler üzerinden KDV hesaplanmayacağı ve yüklenilen KDV'nin genel hükümler çerçevesinde indirim konusu yapılabileceği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Konaklama İşletmeleri, Bedelsiz Verilen Hizmetler, Vergi Mevzuatı, Gelir Vergileri, KDV

## **TAX-RELATED DIMENSIONS OF “FREE OF CHARGE SERVICES” PROVIDED BY ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS**

### **Abstract**

Accommodation businesses, from time to time, can provide free of charge services for promotion, sales, marketing and reward purposes to sector employees who are active in tourism marketing such as agency representatives and guides. The most known of these services are; promotion of accommodation services, free room allocation to sector representatives and dinner / banquet organizations. Expenditures for such activities, which may be seen as marketing efforts for accommodation businesses, may be subject to criticism and punishment in terms of income and corporate tax and VAT application in tax audits. The aim of this study is to determine the status of the free of charge services provided by accommodation establishments to agency representatives and guides, in terms of tax legislation. In the study; It has been investigated whether accommodation enterprises can

reduce the service expenses offered free of charge in terms of income and corporate tax and whether they have VAT obligations for these services. In this context, the relevant legislative provisions, judicial decisions and special tax rulings were utilized. At the end of the study; In case the expenses related to the services provided free of charge to promote and promote the economic activity of accommodation establishments have some characteristics; In the determination of the income and corporate tax base, it is determined that expenses can be written and VAT will not be calculated over these services and VAT incurred may be subject to discount within the general provisions.

**Keywords:** Accommodation Establishments, Free Of Charge Services, Tax Legislation, Income Taxes, VAT

## **URBAN MOBILITY FROM HUB AIRPORTS TO CENTRALLY LOCATED HOTELS: COMPARISON AMONG CASE STUDIES IN SOUTH AMERICA (SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO AND BUENOS AIRES)**

**Assist. Prof. Dr. Claudia Maria ASTORINO**

Universidade Federal De São Carlos (Ufscar)  
profclaudiaastorino@yahoo.com

### **Abstract**

The research aimed to analyze urban mobility between hub international airports and hotels located in central areas of the chosen destinations: São Paulo, Rio de Janeiro and Buenos Aires. It was carried out as a qualitative and descriptive study based on the comparison among these three case studies in South America (São Paulo Guarulhos International Airport/Rio de Janeiro International Airport Tom Jobim and Buenos Aires Ezeiza International Airport). In order to obtain objective results, the criteria adopted for the comparison of the urban mobility from/to the airports to/from the selected hotels were: (i) terminal; (ii) timetable; (iii) journey time; (iv) fares. The methodology consisted of two parts: secondary research on the airports' websites and in loco studies to analyze the conditions of the urban mobility provided to passengers. Concerning the cases of Rio de Janeiro International Airport Tom Jobim and Buenos Aires Ezeiza International Airport, their executive airport buses were the objects under analysis, since these two airports do not have any rail system (train nor metro). As for the selected airport in São Paulo, apart from the executive bus, the inter-modality train + metro was also taken under analysis. The research revealed that: (i) only the Buenos Aires executive bus has its own terminal on the way from/to the airport; (ii) concerning timetable, the São Paulo airport inter-modality train + metro proved to be the most frequent means of transport in this research universe; (iii) as urban mobility for both Rio de Janeiro and Buenos Aires selected airports depend exclusively on buses, it may suffer delays since it is vulnerable to road traffic conditions, whereas the São Paulo intermodality train + metro revealed more punctuality in comparison to the airport buses; (iv) as for the fares, the buses are more expensive than the São Paulo inter-modality train + metro.

**Keywords:** São Paulo, Rio de Janeiro, Buenos Aires, urban mobility, hub airports, centrally located hotels

## **YETENEK YÖNETİMİNİN ÇALIŞAN PERFORMANSINA ETKİSİ: VAN OTEL İŞLETMELERİNDE BİR ARAŞTIRMA**

**Dr. Öğr. Üyesi Abdullah OĞRAK**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
abdullahogarak@yyu.edu.tr

**Nesrin AKSU**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
nesrinaksu\_90@hotmail.com

### **Özet**

İşletmelerde insan kaynağının bir rekabet unsuru olarak görülmesine paralel olarak insan kaynağı ile ilgili uygulamalar işletmeler açısından önemli hale gelmeye başlamıştır. İşletmeler açısından stratejik bir yaklaşım olarak ele alınan yetenek yönetimi, bu uygulamalar arasında yerini almış ve işletmelerin üzerinde önemle durması gereken bir yaklaşım haline gelmiştir. Belirlenen hedefleri gerçekleştirmek, rekabet üstünlüğü sağlamak ve bu rekabet üstünlüğünü sürdürülebilir hale getirmek işletme performansına bağlı olmaktadır. Bu performansın sağlanmasında da yetenekli çalışanlar önemli roller üstlenmektedir. Bu nedenle işletmelerin yetenekli çalışanları bulması ve işletmeye kazandırması gerekmektedir. Yetenekli çalışanlara sahip olmakla beraber bu yetenekleri en iyi şekilde yönetmek de gerekli olmaktadır. Doğru kişilerin doğru işlere yerleştirilmesiyle çalışanlardan maksimum düzeyde fayda sağlanmaktadır. Etkili yetenek yönetimi uygulamaları işletme çalışanlarının performansını da etkilemektedir. Bu çalışmanın amacı, yetenek yönetimi uygulamalarının çalışanların performansına etkisini belirlemektir. Bu doğrultuda Van ilindeki 5 yıldızlı ve 4 yıldızlı otel işletmelerinde anket yöntemine dayalı bir araştırma yapılmıştır. Araştırmanın örneklemini 161 otel çalışanı oluşturmaktadır. Anket soruları 3 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde yetenek yönetimi ile ilgili sorular, üçüncü bölümde ise çalışan performansını ölçmeye dayalı sorular yer almaktadır. Araştırmada elde edilen veriler SPSS Paket Programında değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda yetenek yönetimi ile çalışan performansı arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yetenek Yönetimi, Çalışan Performansı, Turizm Sektörü

## **THE EFFECT OF TALENT MANAGEMENT ON EMPLOYEE PERFORMANCE: A RESEARCH IN VAN HOTEL BUSINESSES**

### **Abstract**

In parallel with the fact that human resources are seen as a competitive element in enterprises, practices related to human resources have started to become important for enterprises. Talent management, which is considered as a strategic approach in terms of enterprises, has taken its place among these applications and has become an approach that companies should emphasize with importance. Achieving the determined targets, providing competitive advantage and making this competitive advantage sustainable are dependent on business performance. Skilled employees play an important role in ensuring this performance. For this reason, businesses need to find talented employees and bring them to the business. Although it has talented employees, it is necessary to manage these talents in the best way. By placing

the right people in the right jobs, maximum benefit is provided to the employees. Effective talent management practices also affect the performance of business employees. The aim of this study is to determine the effect of talent management applications on employee performance. In this direction, a survey based on survey method has been conducted in 5-star and 4-star hotels in Van. The sample of the research consists of 161 hotel employees. The questionnaire consists of 3 parts. In the first part, demographic questions are given. The second part includes questions related to talent management and the third part includes questions based on measuring employee performance. The data obtained in the study were evaluated in SPSS Package Program. As a result of the research, it is concluded that there is a significant difference between talent management and employee performance.

**Keywords:** Talent Management, Employee Performance, Tourism Sector

## **BRAND LOVE: EXPLORING CONSUMER-BRAND RELATIONSHIP IN RAINY DAYS**

**Öğr. Gör. Dr. Hidayet KIŞLALI**

Afyon Kocatepe Üniversitesi

kislali.hidayet@gmail.com

### **Abstract**

Using user-generated content from a collaborative platform, brand love as a recent phenomenon is explored in this research. Considering the novelty of the concept in tourism literature, rather than operationalizing a structured research, an exploratory study is designed to explore relationships between anonymous users of a collaborative online platform and a tourism company that has suffered from financial problems recently. User-generated content about the company is analyzed with a data driven approach, and rather nuanced understanding of relationships between users and the company are noted. Even though, brandlove is another construct that sheds a light on anthropomorphic thinking of consumers, extant research mostly fails to appreciate the uniqueness of interpersonal relationships and their distinctiveness from human to non-human relations. Unlike the studies that conceptualize brand love as a construct to study from interpersonal love point of view, in this research, I explored that some users have quite strong feelings to a certain brand, but it should be noted that brand love might not be direct reflection of interpersonal relationships.

**Keywords:** Brand Love, Anthropomorphism, User-Generated Content

## IMPORTANCE OF READING NON-VERBAL COMMUNICATION IN TOURISM SECTOR; NON-VERBAL COMMUNICATION DIMENSION BETWEEN TOURISM EMPLOYEES AND THE TOURISTS

**Dr. Öğr. Üyesi Güzde ÖZDEMİR**

Istanbul Aydın Üniversitesi

gozdeo@aydin.edu.tr

### **Abstract**

Tourism sector is a sector where communication is very important in terms of being human oriented and content of its activities. There are many different dimensions of communication, such as the communication of tourism employees with each other and with the management, communication of tourists with each other, with tourism workers and with the local people. Understanding and deciphering non-verbal communication elements is as important as understanding the sentences formed by individuals. Because various non-verbal communication elements such as body language reading, voice tone analysis, facial expression and gesture analysis, personal space requirements or eye contact gain more importance in tourism activities where people from different cultures come together. In this people-oriented industry, it is essential to understand non-verbal clues due to cultural and linguistic differences. It is vital to market tourist products, to increase customer satisfaction and to respond tourists' demands efficiently. Any problems arising from communication related misunderstandings will affect the experiences of the tourists negatively. The most important factor in choosing the study subject is that there are very few studies in native and foreign literature related to the tourism sector regarding the effects of body language usage and perception on tourism activities. In many studies, body language and its diversity by different nations have been mentioned, but it has not been elaborated on how employees who developed non-verbal communication skills can contribute to business performance and customer satisfaction. Based on this gap in the literature, the aim of the research is to examine the importance of developing non-verbal communication skills in tourism sector, to provide data to sector stakeholders as well as human resources experts, and to shed light on future research. In the study, a qualitative method was adopted and the findings by the current literature were examined through an in-depth literature review. "The Norton Communicator Style Construct" is facilitated as a scale to analyze some factors of non-verbal communication in tourism sector.

**Keywords:** Tourism, Nonverbal Communication, Customer Satisfaction, Efficiency, Body Language



## THE IMPACT OF PROMOTING TOURIST DESTINATIONS AFTER EARTHQUAKE IN LOMBOK

### **Lecturer Dr. Farid SAID**

Lombok Tourism Polytechnic  
tplpartnership23@gmail.com

### **Lecturer Dr. Hamsu HANAFI**

Lombok Tourism Polytechnic  
hamsuhanafi1@gmail.com

### **Lecturer Surayyal Hizmi**

Central Lombok  
surayyalhizmi@gmail.com

### **Abstract**

Lombok Island has been rocked by multiple powerful earthquakes since July 2018 and it remained hundreds of aftershocks. Statistically by August 2018 more than 400 people have lost their lives. This tremendous disaster not only affected to damage infrastructures and trauma, but also affected to tourism market of Lombok as one of the priority areas for the development of tourism market in Indonesia. It is reported that tourism market in Lombok has decreased dramatically after the earthquake from 1.3 million to 250 thousands tourists. The reduction of tourists visiting Lombok was not only in the affected destinations but also in unaffected destinations. To improve the number of tourists visiting Lombok, promoting several tourist unaffected destinations was carried out after 4 months earthquake through sales missions and fam trip. Sales missions were conducted in Philippine, Singapore, UK, Thailand and several main cities in Indonesia, while fam trips were conducted in several affected destinations in Lombok. The results showed that the buyer from sales missions reached to 475 pax and potential transaction for fam trip reached up to 108 billion rupiahs within a month after the program. Promotion of tourist destinations in Lombok after disaster is then continued with promoting affected destination in 2019, such as Gili islands and Senggigi and Mataram. This resulted in improvement of numbers of hotel occupation for around 10% within six months. Promotion tourist destinations was not only proposed to improve number of tourists visiting Lombok but also to improve and promote safety procedures during visiting affected destinations. It was proved by existing of resemble points, safety briefing during event in all hotels and convention halls in Lombok, as well as insurance cover in several tour package on the travel agencies. However, in order to optimise tourism market, the government should also contribute in providing better infrastructures and workshop for appropriate safety procedures to people involving in tourism industries.

**Keywords:** Earthquake, Lombok, Destinations, Promotion, Safety

## **RUSYA-TÜRKİYE UÇAK KRİZİNİN ANTALYA HAVALİMANI ULAŞIMINA VE TURİZMİNE ETKİLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME(2015-2017)**

**Prof. Dr. İhsan BULUT**

Akdeniz Üniversitesi  
ihsanbulut@akdeniz.edu.tr

**Turan Onur RECEPOĞLU**

Akdeniz Üniversitesi  
turanonr@gmail.com

**Uzman Berna ÖZOĞUL**

Akdeniz Üniversitesi  
brnozgl@gmail.com

**Dr. Serdar CEYLAN**

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi  
serdar\_ceylan\_51@hotmail.com

### **Özet**

Uluslararası ilişkiler zaman zaman kesintiye uğramakta ve bunun birçok sektöre olumsuz yansımaları olmaktadır. Yakın tarihimizde yaşanan kısa süreli Türkiye- Rusya uçak krizi bu anlamda örnek olaylardan biri olup iki ülkenin siyasal, ekonomik ve kültürel ilişkilerini köklü bir şekilde etkilemiştir. Tüm ülkede olumsuz etkileri olan bu kriz en çok da Türkiye Turizminin gözbebeği Antalya'da hissedilmiştir. Tüm sektörleri ölçmek mümkün olmasa da ölçülebilir değerler üzerinden hareketle Hava ulaşımı ve bununla bağlantılı olarak turizmin etkilenmesini en önemli hususlar olarak ele almak gerekir. Bu çalışmada Uluslararası Antalya Havalimanı istatistikleri yardımıyla krizin boyutları ölçülmeye çalışılmıştır. Yük ve yolcu naklinde kriz öncesi ve sonraki yıllara ait kayıtlarla olayın vahametinin ortaya konulması amaçlanmıştır. En çok uçuş gerçekleştiren milletler arasında Rus yolcu ve yük naklinde meydana gelen değişiklikler ölçülmeye çalışılmıştır. Veriler havalimanı istatistik biriminden elde edilerek, grafik ve şekillerle sunulmuştur. Havalimanı yük ve yolcu naklinde yurtiçi uçuş, yolcu, yük miktarında çok değişiklik olmazken, yurtdışı, uçuş sayısı, yük ve yolcu naklinde önemli azalmalar yaşanmıştır. Kriz ortamının sonlanmasıyla kısa sürede değerler eski seviyelerine yükselmiş, hatta artmıştır. Sonuç olarak kriz ortamlarının tüm sektörleri özellikle turizm sektörünü önemli ölçüde etkilediği buna bağlı olarak da yük ve yolcu naklinde önemli değişikliklere sebep olduğu anlaşılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Rusya, Türkiye, Uçak Krizi, Yolcu, Yük

## **EFFECTS OF AIRCRAFT CRISIS BETWEEN RUSSIA AND TURKEY TO ANTALYA AIRPORT TRANSPORTATION AND TOURISM (2015-2017)**

### **Abstract**

International relations are interrupted from time to time and it has effect negatively many sectors. Aircraft crisis which experienced between Russia and Turkey in 2015, is an international example event. This crisis had affected relationships of two the country as political, economic and cultural. It was felt most in Antalya which is international tourism place, in addition to being felt throughout the country. Effects to air transport and Antalya tourism of

the crisis measured on specific indicators and second data which are statistics of international Antalya airport. The study data analysed as descriptive. In this study, was measured numbers of passengers and incoming load amount to Antalya, before and after the crisis. Especially Russian passenger and load transport were measured in this crisis. According to the findings of the study, while domestic passenger traffic and freight transport were unaffected, there was had influenced international passenger traffic and freight transport. After shortly time from the crisis, was increased number of international passengers and load. As a result, international political relationships that seen between two countries have effected number of tourist and load amount.

**Keywords:** Aircraft Crisis, Tourism, Passenger, Load, Russia, Turkey

## **KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİLİĞİNE STRATEJİK BİR BAKIŞ AÇISI: TURİZM SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA**

**Dr. Öğr. Üyesi Abdulkadir GÜMÜŞ**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
kadirgumus@yyu.edu.tr

**Aysel DOĞAÇ**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
ayseldogac1@gmail.com

### **Özet**

Girişimciliğin önemli yansımalarından birisi olan hizmet sektörünün ülkelerin ekonomik yapıları bağlamında, önemi son yıllarda hızla artmaya başlamaktadır. Bu sektördeki girişimlerde yaşanan dönüşüm; hizmet işletmelerinde sahip olunan; yönetim ve pazarlama davranışlarında da dönüşüme sebep olarak, onların rekabetçilik tutumlarını geliştirmektedir. Bu açıdan bakıldığında hizmet sektöründe kadın ve erkek girişimcilik davranışları artış göstermektedir. Araştırmanın evreni Van ilinde hizmet sektöründe iş yeri sahibi olan kadın ve erkek girişimcilerdir. Bu amaçla kartopu metodu kullanılarak çalışmaya istekli olan 10 kadın girişimci ile 10 erkek girişimci ile soru-cevap ve sohbet tarzında yüz yüze mülakat yapılmıştır. 2019-Haziran ayında veriler toplanmıştır. Görüşme soruları literatür taramasından sonra ilgili uzman görüşleri demografik sorularla beraber toplam 25 soru olmasına karar verilmiştir. Veri toplama aracı olarak görüşme formu kullanılmıştır. Sonuç olarak iş hayatındaki girişimci kadın ve erkeklerin sürdürülebilirlikleri için uyguladıkları stratejiler, aldıkları ve verdikleri kararlar, müşteri ve çalışana karşı tutumları vb. durumlarda farklılık göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik, Kadın ve Erkek girişimcilik, Stratejik Bakış Açısı, Turizm

## **A STRATEGIC VIEW OF WOMEN AND MALE ENTREPRENEURSHIP: AN APPLICATION IN TOURISM SECTOR**

### **Abstract**

The importance of the service sector, which is one of the important reflections of entrepreneurship, in the context of the economic structures of the countries, has started to increase rapidly in recent years. The transformation in the initiatives in this sector; owned in service enterprises; management and marketing behaviors. In this respect, female and male entrepreneurship behaviors increase in the service sector. The population of the research is the male and female entrepreneurs who have a workplace in the service sector in Van province. For this purpose, 10 female entrepreneurs and 10 male entrepreneurs willing to work using the snowball method were interviewed face to face in question-answer and chat style. Data were collected in 2019-June. Interview questions After the literature review, it was decided that there would be a total of 25 questions including the expert opinions and demographic questions. The interview form was used as a data collection tool. As a result, entrepreneurial women and men in business life strategies implemented for their sustainability, decisions they make and decisions, attitudes towards customers and employees, and so on. situations vary.

**Keywords:** Entrepreneurship, Women and Men entrepreneurship, Strategic Perspective, Tourism

## İNNOVATİV YÖNETİM TARZLARININ İŞLETMELERDEKİ YÖNETİM PERFORMANSI ÜZERİNE ETKİLERİ: VAN KONAKLAMA ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

**Dr. Öğr. Üyesi Abdullah OĞRAK**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
aograk47@gmail.com

**Aysel DOĞAÇ**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
ayseldogac1@gmail.com

### Özet

Bu araştırmanın amacı, inovatif yönetim tarzlarının işletmelerdeki yönetim performansı üzerindeki etkisini incelemektir. İşletmelerde inovasyon faaliyetlerinin yönetilmesinde yöneticiler önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü yöneticilerin sergiledikleri davranış ve tepkiler, çalışanların üretkenliğini ve motivasyonun pozitif veya negatif yönde etkilemektedir. Yöneticilerin özellikleri ve tecrübeleri yönetim tarzlarını belirlemektedir. Kişide var olan bu yönetim tarzlarının, inovasyon sürecini etkileyen en önemli etken olduğu düşünülmektedir. Nicel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada, anket tekniğiyle toplam 33 anket elde edilmiştir. Araştırma evrenini, Van ilinde hizmet sektöründe faaliyet gösteren otel işletmelerinin girişimci yönetici ve yöneticileri oluşturmaktadır. Verilerin analizinde SPSS 20.0 paket programı kullanılmıştır. Nicel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada, toplam 33 anket elde edilmiştir. Araştırma 5 hipotez üstüne dayanmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre, işletmenin inovasyon performansını etkileyen en önemli liderlik tarzının dönüşümcü liderlik tarzı olduğu görülmüştür. Araştırmada kullanılan başlıca istatistiksel analizler, faktör analizi yapılarak elde edilen veriler yorumlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İnovasyon, İnovasyon Performansı, Liderlik Tarzları, Otel işletmeciliği

## THE EFFECTS OF INNOVATIVE MANAGEMENT STYLES ON MANAGEMENT PERFORMANCE IN BUSINESS: A STUDY ON VAN ACCOMMODATION

### Abstract

Managers play an important role in managing innovation activities in enterprises. Because the behaviors and reactions of the managers affect the productivity and motivation of the employees in a positive or negative way. The characteristics and experiences of the managers determine the management style. These managerial styles are thought to be the most important factors affecting the innovation process. A total of 33 questionnaires were obtained by using the quantitative research method. The research universe is composed of entrepreneurial managers and managers of hotel businesses operating in the service sector in Van. SPSS 20.0 package program was used for the analysis of the data, In the study, which used a quantitative research method, a total of 33 questionnaires were obtained. The research is based on 5 hypotheses. According to the results of the research, the transformational leadership style is the most important leadership style affecting the innovation performance of the enterprise. The main statistical analyses and factor analysis used in the study were interpreted.

**Keywords:** Innovation, Innovation Performance, Leadership Styles, Hotel Management

## ULUSAL TURİZM KONGRELERİNDE ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ ALANINDA YAPILAN BİLDİRİLERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

**Dr. Ahmet GÜMÜŞ**

İstanbul Aydın Üniversitesi  
ahmetgumus4006@gmail.com

**Öğr. Gör. Öznur YEKSAN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
oznuryeksan@yyu.edu.tr

### Özet

Bu çalışmanın amacı örgütsel davranış alanında ulusal turizm kongrelerindeki bildiri kitaplarında yer alan tam metin bildirilerin hangi konular üzerinde odaklanıldığına ilişkin tespitler yapmaktır. Bu amaçla 2010-2018 yılları arasında ulusal turizm kongreleri bildiri kitaplarında örgütsel davranış alanında yapılan tam metin çalışmaları; kongrenin yapıldığı yıllar, kongrenin yapıldığı üniversite, kongrenin teması, bildiri konusu, bildirideki yazar sayısı, yazar ünvanı, yazarların kurumları, araştırma yöntemleri, bildirinin sektörü, ele alınan değişken sayısı ve örneklem sayısı gibi parametrelerle bibliyometrik analize tabi tutulmuştur. Araştırma bulgularına göre; örgütsel davranış ile ilgili en fazla çalışmanın 2014 yılında Gazi Üniversitesinin yaptığı Engelsiz Turizm temalı 15. Ulusal Turizm Kongresinde olduğu, en fazla çalışılan konuların iş tatmini ve örgütsel bağlılık olduğu, bildirilerin en fazla iki yazarla yapıldığı görülmektedir. Ayrıca, bildirilerin çoğunlukla Dr. Öğr. Üyesi ünvanındaki yazarlar tarafından yazıldığı, en fazla nicel veri toplama yönteminin tercih edildiği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Örgütsel davranış, Turizm kongreleri, Bibliyometrik analiz.

## A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF PRESENTATIONS IN THE FIELD OF ORGANIZATIONAL BEHAVIOR IN NATIONAL TOURISM CONGRESSES

### Abstract

The aim of this study is to determine which subjects are focused on the full text papers in the national tourism congresses in the field of organizational behavior. For this purpose, in the textbooks of national tourism congresses between the years 2010-2018, full text studies on organizational behavior; bibliometric analysis was conducted with parameters such as years of congress, university of congress, theme of congress, subject of paper, number of authors, title of author, institutions of research, research methods, sector of paper, number of variables and sample number. According to the research findings; it is seen that the most studies related to organizational behavior were at the 15th National Tourism Congress with the theme of Barrier-Free Tourism, which was conducted by Gazi University in 2014, the most studied subjects were job satisfaction and organizational commitment and the reports were made with maximum two authors. In addition, most of the papers were written by Assistant Professors. It has been determined that the most quantitative data collection method was preferred by the authors.

**Keywords:** Organizational Behaviour, Tourism Congresses, Bibliyometric Analysis

## ECOSYSTEM ASSESSMENT OF MOLLAKASIM (TUSHBA/VAN) BLUE FLAG PUBLIC BEACH

**Doç. Dr. Fevzi ÖZGÖKÇE**

Van Yuzuncu Yıl University

f\_ozgokce65@yahoo.com

### **Abstract**

Lake Van, Turkey's largest lake is also the world's largest soda lake. Approximately one million people in ten different collective settlements directly affect the shores of Lake Van.

Van Lake, which has an altitude of 1648 m and a coastline of approximately 400 km, was awarded the Blue Flag for the first time in 2018 by the Municipality of Tushba. Mollakasım (Tusba / Van) is located in Iran-Turan phytogeographic region. The most common type of vegetation is steppe formation. There are two main ecosystems, Terrestrial and Aquatic, in this area where the Blue Flag Beach is located. The terrestrial ecosystem is divided into sub-ecosystems as natural meadows, rocky areas, steppes, agricultural areas, shrublands and collective settlements. Aquatic ecosystems are a small stream and Lake Van. According to the BERN Convention which is the European Convention for the Protection of Wildlife and Habitats, no floristic taxa included in Annex I are found in and around the beach area. According to the 2000 IUCN Red Data Book categories, there are currently no globally endangered taxa in and around the beach area. There is no taxa distribution of endangered species at European scale. There is no sensitive natural area within 500 meters of any part of Mollakasım Blue Flag beach. There is no sensitive natural area in terms of biodiversity and important ecosystems in and around the beach area. In the light of all these assessments, this blue flag beach does not cause any damage to the biodiversity and ecosystem. On the contrary, according to the blue flag criteria, it is certain that it will conservation the beach area more than the previous situation, especially the package facility and all other operating facilities.

**Keywords:** Mollakasım, Blue Flag, Public Beach, Ecosystem, Biodiversity, Van

## **INTEREST: THE IMPORTANT FACTOR IN CAREER EDUCATION IN TOURISM**

**Assist. Prof. Dr. Sohrab Abdi ZARRIN**

University Of Qom  
moshavere.qomuniv@gmail.com

**Assoc. Prof. Abbas PANAHADEH**

University Of Qom  
abas.panahande@gmail.com

**Reza Jafari HARANDI**

University Of Qom  
rjafarih@gmail.com

**Dr. Ehsan EKRADI**

University Of Qom  
sohi.1982@gmail.com

### **Abstract**

Efforts by career counseling and vocational psychology to answer the question of how individual differences contribute to important vocational outcomes have resulted in the emergence of several integrative theories. Interest is central constructs in such theories. One of the most influential theories regarding career interests is Holland theory. In this theory, Holland (1985, 1997) divides both people and environments into some combination of six interest domains. These six domains are hexagonally organized, and include Realistic (e.g., outdoors, mechanical), Investigative (e.g., science, math), Artistic (e.g., art, language), Social (e.g., helping, teaching), Enterprising (e.g., selling, business) and Conventional (e.g., details, clerical), collectively known as RIASEC. Van is beautiful city that located in east of Turkey, with high capacity for development in tourism by using in attract of tourists from Iran with attention to distance there. For this, need to plan and choose able persons that enjoy of work in tourism. It seems that persons with first code of S, E, A, C are more fit to work in tourism.

Keywords: Interest, Career, Tourism, RIASEC



## EMİNÖNÜ'NDE (İSTANBUL) BALIK EKMEK YEME DENEYİMLERİ

**Öğr. Gör. Özkan DEMİR**

Dumlupınar Üniversitesi  
ozkan.demir@dpu.edu.tr

**Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT**

Balıkesir Üniversitesi  
avcikurt@balikesir.edu.tr

**Emin GÜLEÇ**

Balıkesir Üniversitesi  
emin.glc90@gmail.com

### Özet

Tüketici isteklerindeki hızlı değişimler turistik ürünlerin çeşitlenmesine olan ihtiyacı arttırmış olup, çeşitli turizm türlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Farklı bir destinasyonu keşfetmenin ve o destinasyonun kültürünü tanımanın en önemli yollarından biri de, gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilen, sokak lezzetlerini tatmaktır. Yerli ve yabancı turistler tarafından sıklıkla tercih edilen Eminönü'nde önemli bir sokak lezzeti olan balık ekmek; bulunduğu destinasyonun kimliğinin tamamlanmasında ve destinasyonun pazarlanmasında önemli bir çekicilik unsurudur. Bu araştırma İstanbul'da oldukça fazla turist ağırlayan bir destinasyon olan Eminönü'nde balık ekmek tüketen tüketicilerin deneyim öncesi, deneyim sırasında ve deneyim sonrası davranış kalıplarının incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Bu amaç kapsamında tüketicilerin sokak lezzetleri tüketim alışkanlıkları, balık ekmek yemeye iten motivasyonlar, balık ekmek tüketimi sonrası davranışlar ve balık ekmek yeme tutumları hakkındaki verilere yarı yapılandırılmış görüşme formu yardımı ile ulaşılmıştır. Görüşme formunda sorulan her bir soru için alınan cevaplar incelenmiş ve bu doğrultuda bazı tema ve kodlar oluşturularak içerik analizi ve betimsel analiz yapılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre Eminönü'nde balık ekmek tüketen tüketicilerin genel olarak sokak lezzetlerini sık sık tercih ettiği, balık ekmeğin de sokak lezzetleri içerisinde önemli bir yerinin olduğu, lezzet ve fiziki çevrenin kalitesi nedenleri ile de Eminönü'nü tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Yanında bir arkadaşı, eşi veya akrabası ile gelen bütün katılımcıların balık ekmek deneyimi sonrası memnun ayrılıp, çevresine de tavsiyede bulunacaklarına dair davranış kalıpları geliştirdikleri ancak hijyen ve temizlik ile ilgili bazı tereddütlerinin olduğu araştırmanın bir diğer sonucudur. Araştırmada sonuçlar dikkate alınarak bazı öneriler de bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** İstanbul Sokak Lezzetleri, Sokak Lezzetleri, Eminönü, Balık Ekmek

## EATING FISH & BREAD EXPERIENCES AT EMINONU (ISTANBUL)

### Abstract

Rapid changes in consumer demand increased the need for diversification of touristic products and caused various types of tourism to emerge. One of the most important ways of discovering a different destination and getting to know the culture of that destination is to taste the street flavors that are evaluated within the scope of gastronomic tourism. In Eminönü, which is frequently preferred by local and foreign tourists, fish & bread is an important street flavor; it is an important attraction in completing the identity of the destination and marketing the

destination. This study was conducted to investigate the behavioral patterns of the consumers consuming fish & bread before, during and after the experience in Eminönü, which is a destination that welcomes many tourists in Istanbul. Within the scope of this aim, data on street tastes consumption habits, motivations to eat fish & bread, behaviors after & fish bread consumption and attitudes of eating fish bread were obtained with the help of semi-structured interview form. For each question asked in the interview form, the answers received were examined and content and descriptive analysis were done by creating some themes and codes. According to the results of the study, it is concluded that consumers who consume fish & bread in Eminönü often prefer street flavors, fish & bread has an important place in street flavors and they prefer Eminönü because of the taste and quality of physical environment. It is another result of the study that all participants who came with a friend, spouse or relative were satisfied after the fish & bread experience and developed behavioral patterns that they would recommend to their environment but had some hesitations about hygiene and cleanliness. Some suggestions were made by taking the results into consideration.

**Keywords:** Istanbul Street Flavors, Street Flavors, Eminönü, Fish & Bread

## **GÖRSEL MAĞARACILIK DENEYİMİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: KARACA MAĞARASI**

**Dr. Öğr. Üyesi Fazıl KAYA**

Gümüşhane Üniversitesi  
fkaya@gumushane.edu.tr

**Öğr. Gör. Dr. Serhat YOZCU**

Bartın Üniversitesi  
syozcu@bartin.edu.tr

**Doç. Dr. Gürel ÇETİN**

İstanbul Üniversitesi  
gurelc@istanbul.edu.tr

### **Özet**

Turistik talep, kitle turizminden alternatif turizm türlerine kaymaktadır. Alternatif turizm türlerinden birisi de mağara turizmidir. Mağaralar, içerdikleri jeolojik, iklimik, flora ve fauna gibi değerlere istinaden turizmde çok farklı şekillerde ürün olarak kullanılabilirler. Turistler, farklı tipteki mağaraları özel ilgi alanlarına ve ihtiyaçlarına göre deneyimlemek istemektedirler. Bu çalışmanın konusu, 1996 yılında turizme açılan Gümüşhane'deki Karaca Mağarası'nı ziyaret eden turistlerin deneyimleridir. Karaca Mağarası içerdiği; sarkıt, dikit, sütun vb. özelliklere istinaden görsel mağara niteliğindedir. Ayrıca halk arasındaki terapötik etkisi olduğuna yönelik inançla; Karaca Mağarasını yurtiçi ve yurtdışından birçok turist ziyaret etmektedir. Bu araştırmanın yöntem, Karaca Mağarasını ziyaret eden kişilerle anket yapılması üzerinedir. Elde edilecek veriler, istatistiksel analize tabi tutulacaktır. Mağara ziyaretinde, sağlık ve rekreasyon deneyimi amaçlandığı yargısına varılabilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Görsel Mağaracılık, Turist Deneyimi, Gümüşhane, Karaca Mağarası

## **AN INVESTIGATION FOR VISUAL CAVING EXPERIENCE: KARACA CAVE**

### **Abstract**

Tourist demand is shifting from mass tourism to alternative tourism types. One of the alternative tourism types is cave tourism. Caves can be used as touristic products in very different forms in tourism, utilizing their geological, climatic, flora and fauna features. Tourists want to experience different types of caves according to their special interests and needs. The subject of this study is the experience of tourists visiting Karaca Cave in Gumushane, which was opened to tourism in 1996. It is contained in the Karaca Cave; stalactites, stalagmites, columns etc. features a visual cave. In addition, with the belief that the therapeutic effect among the public; Karaca Cave is visited by many tourists both at domestic and abroad. The method of this research is to conduct a survey with people who visit Karaca Cave. The data to be obtained will be subjected to statistical analysis. During the cave visit, it will be concluded that health and recreation experience is aimed.

**Keywords:** Visual Caving, Tourist Experience, Gümüşhane, Karaca Cave

## İĞDIR İLİ'NİN EKO TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

**Dr. Öğr. Üyesi Gülşen BAYAT**

İğdir Üniversitesi  
gulsen.bayat@igdir.edu.tr

**Mete Türkoğlu**

İğdir Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü  
mbt.turkoğlu@gmail.com

### Özet

Turizmin önemli ekonomik getirisi ve bölgelerarası gelişmişlik farklarını aza indirmedeki katkısından dolayı, yörelere özgü turizm türlerinin geliştirilmesine yönelik adımlar atılması 1990'lı yıllardan sonra daha çok gündeme gelmiş ve alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi kalkınma planlarında yer almıştır. Eko turizm, doğal ve kültürel miras konulu, ziyaretçi ve yerel halkın menfaatlerini gözeten, korumacı ve eğitsel, sürdürülebilir turizm faaliyetleridir. Bu çalışmanın amacı İğdir'in eko turizm potansiyelini değerlendirmektir. İğdir, Türkiye'nin doğu sınırında, yüksek platoların ve dağlık kesimlerin geniş yer kapladığı bir ilimiz olmakla birlikte, Üç (İran, Nahcivan, Ermenistan) Ülkeye komşu olan tek ilimizdir. İran üzerinden gelip Doğubayazıt, Kars, Erzurum, Erzincan üzerinden İç Anadolu'ya uzanan tarihi İpek Yolu'nun İğdir'dan geçmesi il için büyük önem taşımaktadır. Bununla birlikte İğdir Ovası, jeolojik yapısı ve iklim özellikleri nedeniyle, meyve, sebze ve her türlü tarıma elverişli topraklara sahip olması açısından da merak uyandırmaktadır. İğdir'da dağcılık, doğa yürüyüşü, mağara turizmi, botanik turizmi, yayla turizmi, kuş gözlemciliği, kış turizmi, sportif olta balıkçılığı, bisiklet turizmi ve alışveriş turizmi gibi pek çok turizm çeşidi yapılabilir. Bu turizm çeşitleri ayrıntılı değerlendirilerek, öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Eco Turizm, Turizm Potansiyeli, Alternatif Turizm Türleri

## EVALUATION OF ECO TOURISM POTENTIAL OF İGDIR CITY

### Abstract

Due to the significant economic impact of tourism and the contribution to reducing regional differences in development, steps have been taken to develop local tourism types after the 1990s, and the development of alternative tourism types has been included in development plans. Eco tourism is a conservation and educational sustainable tourism activity with a focus on natural and cultural heritage, interests of visitors and local people. The aim of this study is to evaluate İgdir's eco tourism potential. İgdir, Turkey's eastern border, although the high plateaus of our city and occupies a large space in the mountainous areas, three (Iran, Nakhichevan, Armenia) has no knowledge that the only neighboring country. It is of great importance for the province to pass through the historical Silk Road from İğdir, which goes over Iran and extends from Dogubayazıt, Kars, Erzurum and Erzincan to Central Anatolia. However, due to its geological and climatic characteristics, İgdir is also a source of curiosity for having fruit, vegetables and all kinds of arable land. In İgdir there can be many kinds of tourism such as mountaineering, nature walking, cave tourism, botanical tourism, highland tourism, bird watching, winter tourism, sportive angling, bicycle tourism and shopping tourism. These types of tourism are evaluated in detail and suggestions are presented.

**Keywords:** Eco Tourism, Tourism Potential, Alternative Tourism Types

## TUZLUCA TUZ MAĞARASININ SAĞLIK TURİZMİ KAPASİTESİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

**Dr. Öğr. Üyesi Gülşen Bayat**

Iğdır Üniversitesi  
gulsen.bayat@igdir.edu.tr

### Özet

Tuz, eski çağlardan beri insan hayatında önemli bir yer tutmuş ve besin maddesi olarak kullanılmıştır. İnsanlar, yiyeceklerini tatlandırmak aynı zamanda yiyeceklerinin bozulmasını önlemek ve yiyecekleri daha uzun süre saklamak için tuzu kullanmışlardır. Günümüzde alternatif tedavi amaçlı kullanılan tuz mağaraları daha önceden deniz ya da göl olan tuzlu su yataklarının yüzyıllar süren oluşumu ile ortaya çıkmıştır. İkinci Dünya Savaşı yıllarından beri önemi anlaşılan tuz mağaraları özellikle çocuklar arasında çok yaygın olan astım ve bronşit gibi solunum yolu hastalıklarının tedavisinde etkilidir. Tuz mağaralarının en önemli özelliği antiseptik ve anti mikrobiyal olmasıdır. Bunun dışında tüm akciğer hastalıklarına iyi geldiği kabul edilmektedir. Avrupa ve Asya'da bir tedavi yöntemi olarak çok sık başvuru alan tuz mağaraları son yıllarda ülkemizde de yükselen bir alternatif tıp merkezi olmuştur. Iğdır'ın Tuzluca ilçesinde bulunan ve 55 dönümlük bir araziye kaplayan tuz mağarası ülkemizin 100 yıllık tuz ihtiyacını karşılayacak kapasitededir. Günlük 60 ton tuz üretilmektedir. Pek çok solunum yolu hastalığına iyi geldiği bilinen Tuzluca tuz mağarasının belli bir bölümü tuz hastanesine dönüştürülecek; bu sayede pek çok yerli ve yabancı turist için Iğdır'a sağlık ve mağara turizmi için gelebilecektir. Bu çalışmada Tuzluca tuz mağarasının sağlık turizmi potansiyeli değerlendirilecek ve öneriler sunulacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Tuz, Tuz Mağarası, Sağlık Turizmi, Tuzluca

### EVALUATION OF HEALTH TOURISM CAPACITY OF TUZLUCA SALT CAVE

#### Abstract

Salt has taken an important place in human life since ancient times and has been used as a nutrient. People used the salt to sweeten their food and to prevent food spoilage and to keep food longer. Salt caverns, which are used for alternative treatment in the present day, have emerged with the formation of salty water beds which were previously sea or lake for centuries. Salt caves, which have been recognized since the Second World War, are particularly effective in the treatment of respiratory diseases such as asthma and bronchitis, which are very common among children. The most important feature of salt caves is that they are antiseptic and anti microbial. In addition, it is accepted that it is good for all lung diseases. Salt caves, which are frequently used as a treatment method in Europe and Asia, have become a rising alternative medicine center in our country in recent years. The salt cave in the Tuzluca district of Iğdır covers an area of 55 acres and is capable of meeting the 100-year-old salt needs of our country. 60 tons of salt are produced daily. A certain part of the Tuzluca salt cave, known to be good for many respiratory diseases, will be converted into a salt hospital; In this way, many domestic and foreign tourists can come to Iğdır for health and cave tourism. In this study, health tourism potential of Tuzluca salt cave will be evaluated and suggestions will be presented.

**Keywords:** Salt, Salt Cave, Health Tourism, Tuzluca

## **HAKKÂRÎ'DE TARIM VE HAYVANCILIKTA KULLANILAN ETNOGRAFİK ESERLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**Dr. Öğr. Üyesi Hasan BUĞRUL**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
hbugrul@yyu.edu.tr

**Dr. Öğr. Üyesi Güler YILMAZ**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
guler\_0636@hotmail.com

### **Özet**

Tarım ve hayvancılık, insanoğlunun avcı toplumdan yerleşik yaşama geçişinin en önemli faktörlerden biri olmuştur. Tarım ve hayvancılıkta kullanılmak üzere üretilen ilkel aletler, dönemden döneme farklılaşarak bugünkü modern sanayi makineleri için ilham kaynağı olmuştur. Böylece geçmişten günümüze kadar gelen gelişmelerin bunlar üzerine inşa edildiğini görmekteyiz. Hakkâri ve yöresinde yaşayan insanların temel geçim kaynağı tarım ve hayvancılığa dayalıdır. Tarım makinelerinin ve taşımacılıkta kullanılan kamyonların yaygın olmadığı dönemlerde bütün tarım işleri insan ve hayvan gücüne dayalı idi. Tekerlekli araçlar için yolların olmadığı dönemlerde Yüksekova ilçesi dışında Hakkâri'de kağrı gibi araçlar bile kullanılmamaktaydı. Hiç şüphesiz eğimli arazinin bunda önemli bir etkisinin olduğunu söyleyebiliriz. Yük taşımacılığı at ve katır sırtı dışında farklı kızaklarla yapılmaktaydı. Bu kızaklar insan ve hayvan gücüne dayalı çekilenler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bu tür kızaklar kuru ot, kar veya kurak toprak üzerinde çekilebilmektedirler ve bunlar M.Ö 4000 yıllara kadar tarihlendirilmektedirler. Geçmişte Hakkâri ve yöresinde ön plana çıkan diğer tarım aletleri arasında düven (cencere), karasaban, tırpan, orak, dirgen, kalbur, el değirmenleri, dibek, dibek tokmağı / taşı ve farklı tipteki sepetleri sayabiliriz. Bunların çoğunun yörede yaşayan insanların günlük yaşamında halen kullanılıyor olması ve maketlerinin ev, işyerleri ve farklı işletmelerde bulundurulmasından ve hatıra eşya olarak pazarlanmalarından dolayı yörenin kültür turizmi için de önemli bir kaynak teşkil etmektedirler. Bu çalışmada; Hakkâri ve yöresinde tarım ile hayvancılık işlerinde geçmişte kullanılan ve günümüzde halen bir kısmının kullanımına devam edilen el yapımı etnografik eserlerini sanat tarihi perspektifinden irdeleyerek Hakkâri'nin kültür ve sanat eserlerinin tanıtımında ve bu alanda yapılacak bilimsel çalışmalara katkı sağlanması amaçlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Hakkâri, Tarım, Hayvancılık, Etnografik Eser, Turizm

## **A RESEARCH ON ETHNOGRAPHIC WORKS USED IN AGRICULTURE AND LIVESTOCK IN HAKKARI**

### **Abstract**

Agriculture and animal husbandry have been among most important factors in the transition of mankind from hunter society to settled life. Primitive tools produced for use in agriculture and animal husbandry have differentiated from period to period and have been an inspiration for today's modern industrial machinery. Thus, we see that the developments from the past to the present day have been built on them. The main source of livelihood of people living in Hakkari and its surroundings is based on agriculture and animal husbandry. In the period when

agricultural machinery and trucks used in transportation were not widespread, all agricultural work was based on man and animal power. Due to the lack of roads for wheeled vehicles, even vehicles such as ox carts were not used in Hakkâri except in Yüksekova district. Undoubtedly, we can say that sloping land had a significant effect on this. Cargo transportation was carried out with different sleds except horses and mules' back. These sleds are divided into two in terms of pulling, by human and animal power. Such sledges can be pulled on dry grass, snow or arid soil and they are dated to 4000 BC. Among other agricultural tools that have come to the forefront in Hakkari and its surroundings in the past, we can name threshing sledge, wooden plow, scythe, sickle, pitchfork, sifter, hand grinders, mortar, mortar pestle / stone and different types of baskets. As most of them are still used in daily life of the people living in the region and keeping their models in homes, workplaces and different businesses and marketing them as souvenirs, they constitute an important resource for cultural tourism of the region. In this study; we aim to examine the handmade ethnographic works used in agriculture and animal husbandry works in the past and some of which are still in use today in Hakkari and its surroundings from the perspective of art history and promote the cultural and artistic works of Hakkari and to contribute to the scientific studies in this field.

**Keywords:** Hakkari, Agriculture, Animal Husbandry, Ethnographic Work, Tourism

**Not:** Bu bildiri Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi SAP-2019-8490 nolu proje kapsamında sunulmuştur.

## EĞİTİM ETKİNLİĞİNİN ÖLÇÜLMESİNDE ROI HESAPLAMASI VE EĞİTİM ÖRNEĞİ

**Burcu YÜCESAN**

Kocaeli Üniversitesi

**Prof. Dr. Muhsin HALİS**

Kocaeli Üniversitesi

mimhalis@gmail.com

### Özet

Bu çalışmada, eğitim etkinliği ölçümü ile Yatırımın Geri Dönüşü (YG) arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu amaçla öncelikle işletmede eğitimi uygulayan bölümler, eğitim türleri ve ölçme teknikleri incelenmiştir. Ardından, yatırım geri dönüşünün önemi, uygulama yöntemleri ve metodolojisi literatür taramasına dayalı olarak açıklanmıştır. Daha sonra, işletmelerin ölçme ve değerlendirmede kullandığı yöntemler ve yatırım getirisi ile olan ilişkisinden bahsedilmiştir. Yatırımın Geri dönüşü, insan kaynakları için yeni bir değerlendirme alanıdır. Genel olarak, pazarlama stratejilerinde ve diğer finansal yatırımlarda kullanılan araç şimdi insan kaynakları gibi maddi olmayan yatırımların maddi değerini hesaplamak için insan kaynakları departmanları tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Eğitimlere tahsis edilen bütçenin işletmeye geri dönüşü oldukça yeni bir kavramdır ve henüz literatürde çok fazla çalışma yoktur. Bu çalışmanın amacı, insan kaynakları tarafından yapılan eğitim ve öğretim faaliyetleri ile bu yatırımların finansal değerlerde geri dönüşü arasındaki ilişkiyi ana hatlarıyla belirleyerek, maddi olmayan yatırımların değerlerinin gözlenebileceğini göstermektir. Ayrıca, bu alanda gelecekteki çalışmalar için şirketlerin maddi olmayan faaliyetlerinin finansal değerlerini araştırmaya yönlendirecek bir kaynak oluşturmak da diğer bir amaçtır.

**Anahtar Kelimeler:** Eğitimin etkinliği, ROI, Yatırımın Geri Dönüşü, İnsan Kaynakları Envanter

### ROI CALCULATION IN MEASUREMENT OF THE EFFECTIVENESS OF EDUCATION: A CASE OF TOURISM COMPANY

#### Abstract

In this study, the relationship between educational effectiveness measurement and Return on Investment (ROI) was investigated. For this purpose, firstly the departments, training types, and measurement techniques that apply education in companies are examined. Behind, the importance of investment return, application methods and methodology are extracted and compiled by the literature review. Finally, the methods used by the company in measurement and evaluation and its relationship with ROI are mentioned. ROI is a new resource for human resources. In general, the tool used in marketing strategies and other monetary investments is now being used by human capital departments such as human resources to calculate the tangible value of intangible investments. Studying the return of budget allocated to trainings to companies is a fairly new concept and there are not many studies in the literature yet. The aim of this study is to contribute to the literature by outlining the relationship between education and training activities made by human resources and return of this investment in monetary values to show companies the intangible investments can be observed in tangible values. Moreover create a path for future studies in this area that will investigate monetary values of intangible activities of companies.

**Keywords:** Training efficiency, ROI, Return on Investment, Human Resources



## **ENVANTER YÖNETİMİNİN ORGANİZASYON ETKİNLİĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: CATERING HİZMETLERİ DEPARTMANINDA BİR ARAŞTIRMA**

**Fathi Lekhdhuri Mansour ALBENDAG**

Kastamonu Üniversitesi

**Doç. Dr. Mine HALİS**

Kocaeli Üniversitesi

**Prof. Dr. Muhsin HALİS**

Kocaeli Üniversitesi

mimhalis@gmail.com

### **Özet**

Stok (envanter) yönetimi, para ve süreç üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olması nedeniyle organizasyonlarda önemli görevlerden birisidir. Stok yönetimi, çalışma ve pazarlama süreçleri arasındaki bağlantı noktasıdır. Önem verilmesi gereken bir süreç olup diğer departmanlarla uyum içinde çalışabilmesi adına işlemlerin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi gerekmektedir. Organizasyonun etkinliği ve başarısı stok yönetiminde ortaya çıktığı ve onun taşıdığı bu önem nedeniyle çalışma alanı olarak bu konu seçilmiştir. Bu çalışma stok yönetiminin rolünü göstermeyi, ayrıca stok yönetiminin organizasyon etkinliği açısından önemini ortaya çıkarmayı ve stok yönetiminin karşılaştığı problemleri ve faaliyetlerini sınırlayan zorlukları belirlemeyi amaçlamaktadır. Sonuçlar, stok yönetiminin yapıldığı yerdeki depo görevlilerinin tedarik yönetimi birimine bağlı çalışmaları yerine stok yönetimi departmanına bağlı çalışmalarının işleri daha iyiye götüreceğini öne sürmektedir. Ayrıca araştırmacı, malzeme yönetimi biriminin adının, müşteri hizmetleri bölümünü de içerecek şekilde satın alma bölümü olarak değiştirilmesini ve depolama bölümünün adının ise bu bölümden ayrılarak stok yönetimi adı altında yeni bir yönetim geliştirilmesini önermektedir. Şirket merkezi ve alanlardaki stok bölümleri ise şirketin ihtiyaçlarını belirleyip, yapılan sözleşmeler ışığında o malzemelerin teslim alınması, muhafazası, kullanılması, takip ve kontrolünü sağlarlar

**Anahtar Kelimeler:** Envanter, Etkinlik, Organizasyon, Kontrol, Depo Çalışanları

## **THE EFFECTS OF INVENTORY MANAGEMENT ON THE ORGANIZATIONAL EFFECTIVENESS: A RESEARCH ON THE CATERING DEPARTMENT OF LIBYA OIL ENTERPRISES**

### **Abstract**

The stock management is one of the important job in organizations where it has a direct impact on money and processes, as it's the link between working and marketing processes, the thing that needs to take attention to it and improves its processes to go fit with the rest of the organization's careers, according to this importance that the stock management is do, this subject has been choose, which represented with inventory management and impact on the effectiveness of organizations. This study aimed to trying to show the role of stock management, the ability to show the importance of stock management according to organization effectiveness and trying to select difficulties that the stock management is faced and limiting its activity. The results have ensured that following storekeepers in locations of stock management is better that following the supply management. The researcher is

recommended to Change the name of materials management to purchasing management where it's contains purchasing section and customs clearance section, and storage section is separated from it, from its work tasks buying materials according to the need of it with the right amount, quality, time and price and Develop a new management under the name of stock management including the headquarters of stock section and location stock section to select the company's need of materials under the concluded contract with it, receive it, save it, keep release it according to the planning rate of spending and control provisions on it with what ensure of spending it in the selected ways.

**Keywords:** Inventory, Effectiveness, Organization, Control, Storekeepers.

## **THE NATURE OF THE DEVELOPED COUNTRIES' TRAVEL ADVICE: THE EXAMPLE OF VAN**

**Lecturer Mohammed AL HADDAR**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
mohammedalhaddar@yyu.edu.tr

**Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
aleaddinoglu@yyu.edu.tr

### **Abstract**

Travel Advisory, i.e. travel alert or travel warning, is a tool that initially was created to give safety and security informational support to the American travelers who are visiting foreign countries. Travel alerts are for short term safety and security issues, such as but not limited to extreme weather conditions, security matters, civil unrest or disease; while travel warnings are meant to deal with the long term ones. Eastern Anatolian regions have been suffering from a reduction of tourists since 2016 that is mainly due to negative travel advisories issued by exporting countries. This exploratory, descriptive and comparative with quantitative approach will explore some studies that have been done in the field of US Travel Advisory to determine the criteria used by the US Department of State to issue travel alerts and warnings, and to determine if those Travel Advisories are politically influenced or not? Then this paper will try to understand the nature of the US Department of State travel advisory issued for the city of Van which is an Eastern Anatolian city. The paper will also explore data related to foreign arrivals to the Van and how it is impacted by US Travel advisory in the past few years. In addition, Van will be compared to a city with a higher record of terrorism attacks and how both cities are treated through the US Travel Advisory. Finally, a better understanding of the nature of the US Department of State travel advisory will be drawn and concluded based on those findings.

**Keywords:** Travel Advice, Bias, Developed Countries, Van

## **SUSTAINABLE RESORT MANAGEMENT MODEL: NEW APPROACH TO THE MONITORING AND EVALUATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM IN BULGARIAN RESORTS**

**Prof. Dr. Nikolina POPOVA**

International Business School, Bulgaria  
npopova@ibsedu.bg

**Neno DIMOV**

Sofia University  
dimov@mail.bg

### **Abstract**

The paper argues the necessity of applying a new approach towards the territorial management of tourism in Bulgaria, in particular monitoring of sustainable development of Bulgarian resorts of national statute. The conceptual framework of the study is based on the general idea about the structural character of the tourist system of any type and rank. The methodological framework applied in the study corresponds to the concept about the relationships between the tourist system and its regional social-economic and cultural-ecological environment. This allows the implementation of an innovative integrated (social, economic, and ecological) approach towards the monitoring and the evaluation of sustainable tourism development of national resorts. Besides, within the methodology, the thesis has been admitted and elaborated upon that there is a straight relationship between the effectiveness of the functioning of a tourist region and the sustainable development of national resorts within the region's territory. Based on this concept the author implements an integrated approach towards the elaboration of a monitoring model. The algorithm of the process of sustainable tourism monitoring comprises five (5) phases. The author also defines major principles for the identification of monitoring indicators, making it possible to compare resorts' performance, and to evaluate the role of national resorts in tourist regions' effectiveness.

**Keywords:** Tourist Regions, Resorts, Tourism Monitoring Indicators

## ÇAVUŞTEPE URARTU KALESİ'NİN VAN TURİZMİNE KATKILARI

**Prof. Dr. Rafet ÇAVUŞOĞLU**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
rcavusoglu@yyu.edu.tr

### Özet

Van Gölü havzasındaki zenginlikler turizmin çeşitlendirilmesine imkân sağlayacak özelliklere sahiptir. Bunların başında kültür turizmi ve doğa turizmi ilk iki sırayı oluşturmaktadır. Kültür turizmi için, tarihi eserler ve arkeolojik kazılarla ortaya çıkarılan taşınmaz kültür mirası önemlidir. Urartu Krallığı'na başkentlik yapmış olan Van Kalesi, taşınmaz kültür mirası açısından değerli kalıntıları barındırmaktadır. MÖ 9-7 yüzyıllar arasında kurulan Urartu Krallığı Van ve çevresi başta olmak üzere çok sayıda mimari kalıntılar bırakmıştır. Bunlardan bir tanesi de Van'ın 25 km. güneydoğusunda, Gürpınar İlçesi'nde, Van-Hakkâri karayolu üzerinde Çavuştepe mahallesinde yer alan Çavuştepe Kalesi'dir. Kale, MÖ 8. yüzyılın ortalarında Urartu Kralı II. Sarduri tarafından Sardurihinili (Sarduri'nin kenti) adı ile kurulmuştur. Çavuştepe Kalesi'ndeki ilk kazılar, Prof. Dr. Afif ERZEN başkanlığında 1961-1986 yılları arasında kesintisiz 25 yıl sürmüştür. İkinci dönem kazıları, Prof. Dr. Rafet ÇAVUŞOĞLU başkanlığında 2014 tarihinde başlamış ve halen devam etmektedir. Kale, bereketli Gürpınar Ovası'nın ortasında yükselen Bol Dağı'nın batı ucundaki iki tepe üzerine kurulmuştur. Yaklaşık 1 km uzunluğundaki kale, güçlü surlarla çevrilidir. Kale; "Yukarı Kale" ve "Aşağı Kale" olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Kalede saray bölümü, depo binaları, atölyeler, tapınaklar ile birçok yaşam alanı arkeolojik kazılarla ortaya çıkarılmıştır. Çavuştepe Kalesi'nde yapılan arkeolojik çalışmalarla kale, turizm acentalarının önemli uğrak noktalarından biri olmuştur. Bu durumun Van turizmine sunduğu katkı önemlidir.

**Anahtar Kelimeler:** Urartu Krallığı, Van, Çavuştepe Kalesi, Turizm

## CONTRIBUTION OF ÇAVUŞTEPE URARTIAN FORTRESS TO VAN TOURISM

### Abstract

The riches in the Lake Van basin have features that will enable the several of tourism. Cultural tourism and nature tourism are the first two in term of number of tourists. For cultural tourism, immovable cultural heritage uncovered with historical objects and archaeological excavations is important. Van Fortress, which was the capital of the Urartian Kingdom, contains valuable remains in terms of immovable cultural heritage. The Urartian Kingdom, founded between 9-7 centuries BC, has left many architectural remains, especially in Van and its environs. One of them is Çavuştepe Fortress, located in Çavuştepe District on the Van-Hakkari highway in Gürpınar District, 25 km southeast of Van. The fortress was built in the middle of the 8th century BC by King Urartu II. Sarduri by Sardurihinili (city of Sarduri). The first excavations at Çavuştepe Fortress Professor Dr Afif ERZEN under the presidency of 1961-1986 lasted 25 years without interruption. Excavations for the second period began in 2014 under the direction of Prof. Dr. Rafet CAVUSOGLU and are still ongoing. The fortress is built on two hills at the western end of Mount Bol, which rises in the middle of the fertile Gürpınar Plain. The Cavustepe Fortress consists of two sections: "Upper Fortress" and "Lower Fortress". In the Cavustepe Fortress, the palace section, storage areas, public or ceremonial buildings, workshops, temples and many living areas have been uncovered by archaeological excavations. With the archaeological work carried out at Cavustepe Fortress, the fortress has become one of the

important stops of tourism agencies. The contribution of this situation to Van tourism is important.

**Keywords:** Kingdom of Urartian, Van, Çavuştepe Fortress, Tourism

## TURİZM İŞLETMELERİNDE KORKU KÜLTÜRÜ VE YÖNETİMİ

**Beste Nisa ORHUN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
besteorhun@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Sağbetullah MERİÇ**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
smeric@yyu.edu.tr

### Özet

1990'lerden bu yana önem kazanan ve incelenmeye başlanan korku kültürü, bireylerin günlük yaşantılarında etkili olan bir olgudur. Korku kavramı, genellikle literatürde sosyoloji ve psikoloji bilimlerinde bir araştırma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak bireysel davranışın örgütsel davranışa etkisi dikkate alındığında korku kültürü yönetim literatüründe de önem arz eden bir araştırma konusudur. Örgütsel yapı, iş görenlerin motivasyon düzeylerini ve örgüt içinde sergiledikleri davranışları doğrudan etkileyen bir etken olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle korku kavramının yönetsel bazda irdelenmesi örgütler için önem taşımaktadır. Örgütlerde korku kültürü ve yönetimi hakkında literatürde çok fazla çalışma bulunmamakla birlikte turizm işletmeleri açısından spesifik olarak korku kültürünün irdelendiği herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak korku kültürü her işletmede ortaya çıkabileceği gibi turizm işletmelerinde de kendini gösterebilmektedir. Turizm endüstrisinde; hizmetlerin üretildiği yerde tüketilmesi, turistik ürünlerin stoklanamaması, üretim ve tüketimin eş zamanlı gerçekleşmesi faktörleri turizmi emek yoğun bir sektör haline getirmektedir. Turizm sektöründe üretim sürecinde gerçekleştirilen faaliyetlere, çalışanların katılımlarının diğer sektörlerle kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla çalışanların motivasyonunu ve örgüte bağlılıklarını doğrudan etkileyen bir faktör olan korku kültürünün turizm işletmeleri bazında incelenmesi önem arz etmektedir. Bu doğrultuda çalışma kapsamında öncelikli olarak korku, korku kültürü ve örgüt kültürü kavramları açıklanmıştır. Çalışmada örgütsel bazda korku kültürü yönetimi üzerinde durularak bunun turizm işletmeleri üzerindeki etkisi irdelenmiştir. Çalışma kapsamında literatür taraması yapılarak ikincil verilerden yararlanılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Korku Kültürü, Örgüt Kültürü, Turizm İşletmeleri

## FEAR CULTURE AND MANAGEMENT IN TOURISM

### Abstarct

The fear culture, which has gained importance since the 1990s and is being studied, is an important factor in the daily lives of individuals. The concept of fear generally appears in the literature as a research topic in sociology and psychology. However, when the effect of individual behavior on organizational behavior is considered, fear culture is an important research topic in management literature. Organizational structure is accepted as a factor that directly affects the motivation levels and behaviors of the employees. Therefore, it is important for organizations to examine the concept of fear on an administrative basis. Although there are not many studies in the literature about fear culture and management in organizations, no studies that specifically examine fear culture have been found in terms of tourism enterprises. However, the culture of fear can emerge in every enterprise as well as in tourism enterprises. In the tourism industry; consumption of services at the place where they are produced, lack of

stocking of tourist products, and simultaneous production and consumption make tourism a labor intensive sector. It is observed that the participation of the employees in the activities carried out during the production process in the tourism sector is higher than the other sectors. Therefore, it is important to examine the fear culture on the basis of tourism enterprises, which is a factor that directly affects the motivation and commitment of the employees. In this context, firstly, the concepts of fear, fear culture and organizational culture were explained. The study focuses on the management of fear culture on an organizational basis and examines the impact of this on tourism enterprises. In the scope of the study, secondary data were used in literature review.

Keyword: Fear Culture, Organizational Culture, Tourism Enterprises



## ANALYSIS OF MAJOR TOURIST ATTRACTIONS SHAPING THE SOFIA CITY IMAGE AS A TOURIST DESTINATION

**Prof. Dr. Sonia MILEVA**

Sofia University

### **Abstract**

The definition and identification of attractions at destination level is complex process and difficult to measure and manage. The current paper explores the major challenges of managing attractions as tourist resources at the destination level. The data from the empirical survey covers Sofia city as a tourist destination with the main goal to identify the major attractions of the capital city as factors of destination city. Destinations are faced with immerse competition at global level, aggressive marketing campaigns and commercial brands. Destination images are not solely based on Tourism attractiveness, but on wide and complex factors, based on media, popularity, leisure products (e.g. movies, books), sportsmen achievements, etc. From marketing and strategic development perspective the destinations should be able to identify the most powerful determinants contribution to its image and coordinate, promote in a competitive and sustainable way. Important to stress is that many of the associated images are uncontrollable and subject to external microenvironment influences, inclusively geo-political, mass media, political, societal, etc. From the supply side the destination image is not easily branded, due to the complex and different attributes, difficult to be evaluated and managed. It involves the inclusion and consideration of all stakeholders, often with shortage of clear links and cooperation between different players involved (Destination Management Organization, accommodation, transport, NGOs, etc.). Within the current paper the research is limited on attractions as main and most recognizable symbols of a destination, evaluated form the visitor's perspective. From the demand side the visitors perceive the destination image based on multiple channels and communication messages. Attractions are associated with the destination, and in the context of tourism, these are usually places, sites, landmarks (natural) and others that underlie the attraction, desire and motivation to see. In fact, attractions can be natural, such as natural attractions, or created, such as anthropogenic attractions, and in a more narrow sense purposefully created and constructed, such as theme and attraction parks. Another difficulty is that before registering interest and affection, one cannot speak of attraction, but rather of potential tourist resources. Depending on the degree of storage, socialization is defined by the willingness to welcome tourists or plan activities for investment, socialization or marketing in order to turn them into attractions. Next, it is the tourist interest that determines whether a resource can be considered as a potential for attraction. Some attractions exist with their history and purpose beyond tourism, such as urban agglomerations, squares and parks, but nevertheless they are of interest and are extremely visited by tourists. It is common for a number of strategic documents to list in detail the available tourist resources in a destination, which does not necessarily mean that they can become an attraction. On the contrary, attractions that are associated with negative impacts repel tourists and create a negative image of the destination (such as Rio de Janeiro - crime levels, or Beijing and Delhi as cities with higher level of air pollution).

**Keywords:** Attractions, Tourist Resources, Sofia, Destination

## SAĞLIK TURİZMİNDE STRATEJİK YAKLAŞIMLAR; VAN İL BÜTÜNÜ İÇİN ÖNERİLER

**Prof. Dr. Süleyman TOY**

Atatürk Üniversitesi  
suleyman.toy@atauni.edu.tr

**Gizem BEYHAN**

Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı  
gizem.beyhan@daka.org.tr

### Özet

Sağlık turizmi; sağlığın korunması, bir hastalığın tedavi edilmesi ve rehabilitasyon sağlanması ve mevcut sağlığın geliştirilmesi amacıyla sunulan hizmetleri almak için insanların seyahat etmelerini kapsamaktadır. Tarihi uzun yıllara dayansa da, sağlık turizmi, bugünkü anlam ve kapasitesine teknolojideki gelişmelerle ulaşmıştır. İleri teknolojinin zor tedavilerde kullanımı, yüksek maliyetli tedaviler, kolay ulaşım ve haberleşme ağlarının gelişimi sağlık turizminin gelişmesine neden olmuştur. Türkiye’de resmi otoriteler sağlık turizminin kapsamını dünya genelinde olduğu gibi İleri Yaş ve Engelli Turizmi, Termal Sağlık ve SPA-Wellness Turizmi ve Medikal Turizm olarak belirlemiştir. Dünya üzerinde sağlık turizminde ABD, Avrupa, Uzakdoğu ve son zamanlarda Körfez ülkeleri ön plana çıkmaktadır. Türkiye bu sektörün en önemli aktörleri arasındadır. Sağlık turizmi sektörü getirdiği gelir itibariyle turizm tipleri içerisinde destinasyonların en önemsedığı faaliyetler arasındadır. Türkiye 2018 yılında toplam 551.748 sağlık turisti (sağlık ve tıbbi nedenlerle gelen) ağırlamış ve kişi başı ortalama harcama 2013 ABD doları olmuştur. Türkiye ve Doğu Anadolu Bölgesi en fazla sağlık turistini komşusu olan devletlerden (Azerbaycan ve İran) almaktadır. Van il bütünü ve kent merkezi; sahip olduğu ve gelişmekte olan medikal turizm altyapısı (kamu ve özel sağlık tesisleri), uygun iklim koşulları ve doğal kaynakların (termal su ve Van Gölü) varlığı ile sağlık turizminin her üç tipi için yüksek bir potansiyel teşkil etmekte ve bu potansiyeli kısmen de olsa kullanmaktadır. Bu çalışma, sağlık turizminde öne çıkan ülkelerdeki uygulamalardan kısa örnekler vermek, sağlık turizmindeki güncel kavramlardan bahsetmek ve sonuçta Van için sağlık turizminin gelişmesine yönelik önerilerde bulunmak amacıyla hazırlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sağlık Turizmi, Medikal Turizm, Van, Termal Sağlık

## STRATEGICAL APPROACHES IN HEALTH TOURISM; SUGGESTIONS FOR THE ENTIRE VAN PROVINCE

### Abstract

Health tourism comprises the travels of people to receive services provided for the protection and maintenance of good health, treatment and rehabilitation of a disease/disorder and the improvement of present health conditions. In spite of its long lasting history, health tourism launched its present meaning and capacity with the advancements in technology. The use of advanced technology in difficult treatments, high cost treatments, easy transportation and development of communication networks have led to the development of health tourism. Official authority has set the scope of health tourism in Turkey as well as in the world, as Elderly and Disabled Tourism, Thermal Health and SPA-Wellness Tourism and Medical Tourism.

USA, Europe, Far East and the Gulf countries have come to the forefront in health tourism in the world. Turkey is among the most important actors of the sector. The health tourism sector is one of the most important tourism types in terms of the income it brings for the destinations. Turkey hosted totally 551.748 health tourists (coming for health and medical reasons) in 2018 and average spending per person was US \$ 2013. Turkey and East Anatolia Region attracts the largest number of health tourists from the neighboring states (Azerbaijan and Iran). Van province and city centre bear and use partially its potential for three subsectors of health tourism with its developing health facility infrastructure for medical tourism, (public and private health facilities), suitable climate conditions and natural resources (thermal water and Van Lake). This study was prepared in order to give brief examples of the practices in the prominent countries in health tourism, to talk about the current concepts in health tourism and to make recommendations for the development of health tourism for Van.

**Keywords:** Health Tourism, Medical Tourism, Medical Tourism, Van, Thermal Health

## **“KREATİF KENT VAN” KURGUSU İÇERİSİNDE KREATİF TURİZM UYGULAMALARI VE VAN KENT MERKEZİ İÇİN YAPILABİLECEK AKTİVİTELER**

**Prof. Dr. Süleyman TOY**

Atatürk Üniversitesi  
suleyman.toy@atauni.edu.tr

**Gizem BEYHAN**

Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı  
gizem.beyhan@daka.org.tr

### **Özet**

Yaratıcı kültür endüstrisi kavramının dünyadaki gelişimi çok eski olmasa da, tüm dünya gayrisafi hasılasındaki payı ve katma değeri gittikçe artmaktadır. Başlangıcında ve devamında yaratıcılık, kendine övgülük ve en önemlisi yetenekli olmayı barındıran bu kavram özellikle fikir oluşturma ve bunları hayata geçirerek değer yaratmaya odaklanır. Yaratıcı kültür endüstrisinde tasarım ağırlıklı alt hizmet sektörleri (mimarlık, reklamcılık, moda tasarımı, film yapımcılığı vs.) yer alırken bunların son ürünü gerçek manada endüstriyel ürünler olabilmektedir. Bir alanda yaratıcılığın oluşması ve ilerlemesi her şeyden önce kaliteli insan kaynağına (yaratıcı sınıf) bağlıdır. Kentlerin kalkınmasında yaratıcı sınıfın rolü Richard Florida'nın 3T teorisi ile (technology, talent, tolerance) belirtilmektedir ve bir alanda teknoloji, yetenek ve toleransın olmasıyla ekonomik ve sosyal kalkınmanın daha kolay sağlanabileceği öne sürülmektedir. Türkiye'de yaratıcı endüstriler konusunda en çok uzmanlaşan iki kentin İstanbul ve Ankara olduğu belirtilmektedir. Yaratıcı kültürlerden yola çıkılarak 2000'li yılların başından itibaren turizmde de kültür turizminin alt dalı olarak yaratıcı turizm kavramı olgunlaşmaya başlamıştır. UNESCO'nun yaptığı da dahil çok farklı tanımla karşımıza çıksa da yaratıcı turizm turistin gittiği bir alandaki özgün kültürel aktiviteyi kendisinin yapmasıdır. Tersine bir tanımla da kültürel bir aktiviteyi gerçekleştirmek için seyahat etmesidir. Deneyimlenmek istenen bu aktiviteler geleneksel, özgün, yerel, otantik, orijinal, kültür mirası gibi çok farklı özelliklere sahip olmaktadır. Yaratıcı turizm kültür turizmindeki kapalı mekan müze gezme anlayışından öte dış mekanda etkileşimli ve üretmeye dönük yeni nesil bir turizm anlayışıdır. Eğitim, sosyalleşme ve katılım ile etkileşim temel amaçlardır. Bu anlamda hizmet sunan alanlarda turizm gelirlerinin tamamı yerele kalırken sosyal ve kültürel gelişim de daha kolay sağlanabilir. Bunun yanında, yerel değer ve gelenekler sıkı sıkıya korunur. Bu çalışmada, yaratıcı kültür endüstrisi kenti olarak Van'ın kısa tanımlarla değerlendirilmesi ve yaratıcı turizm ilkeleri açısından Van'da kullanılabilecek değerlerden bahsedilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Yaratıcı Turizm, Yaratıcı Kültür Endüstrisi, Yaratıcı Kent, Van

## **CREATIVE TOURISM PRACTICES AND SUGGESTION OF POSSIBLE ACTIVITIES FOR VAN CITY CENTRE IN THE SETUP OF CREATIVE CITY VAN**

### **Abstract**

Although the development of the concept of creative culture industry in the world is not very old, its share and value added in the gross product of the world is increasing. This concept, which includes creativity, specificity and most importantly talent at the beginning and afterwards, focuses on creating ideas and creating value by implementing them. In the creative

culture industry, there are sub-service sectors (architecture, advertising, fashion design, film production, etc.), while the final product can be industrial products. The creation and advancement of creativity in an area depends first of all on the quality human resource (creative class). The role of the creative class in the development of cities is indicated by Richard Florida's 3T theory (technology, talent, tolerance) and suggests that economic and social development can be achieved more easily by having technology, talent and tolerance in one area. Specialisation in creative industries in Turkey takes mostly place in the two cities, Istanbul and Ankara. Starting from the beginning of the 2000s, the concept of creative tourism as a sub-branch of cultural tourism has started to mature in tourism. Even though several different definitions of creative tourism can be seen in the related documents including what UNESCO does, creative tourism is originally the what tourist does by participating a cultural activity in an area where she/he goes. From a reverse angle, it is to travel to perform a cultural activity. These activities, which are desired to be experienced, have many different features such as traditional, original, local, authentic, original and cultural heritage. Creative tourism is a new generation tourism approach that is interactive and productive in the outer space rather than the museum tour in the cultural tourism. Desirable interaction through training, socialization and participation is the main objective. In this sense, while tourism revenues remain local, social and cultural development can be provided more easily. In addition, local values and traditions are strictly maintained. In the present study, the values to be used in Van in convenience with the creative tourism principles are taken into consideration and the city is evaluated as a creative culture industry briefly.

**Keywords:** Creative Tourism, Creative Cultural Industry, Creative City, Van

## **KIRSAL TURİZMDE YEREL KAYNAKLARIN TURİZME KATKILARI: VAN GÜRPINAR ÖRNEĞİ**

### **Şevin BAYRAM**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
sevinbayram@gmail.com

### **Prof.Dr. Şevket ALP**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
alpsevket@gmail.com

### **Dr. Öğr. Üyesi Hilmi Ekin OKTAY**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
ekinoktay@hotmail.com

### **Özet**

Günümüzde turizm dünya ölçeğinde önemli bir fenomen haline gelmiş ve ülkelerin ve şehirlerin önemli bir gelir kalemini oluşturmuştur. Artık yapılan planlamalarda en önemli kalemlerden birisinin de turizme yönelik yatırımlar olduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda turizmin çeşitlendirilmesi ve bütün bir yıla yayılması turizm destinasyonları için önem arz etmektedir. Turizm denildiği zaman akla ilk başta kitle turizmi gelmektedir. Bu bağlamda kitle turizminin etkilerini en aza indirmek için turizm faaliyetleri çeşitlenmiş ve bir anlamda kırsal turizm olanakları ortaya çıkmıştır. Kırsal turizmde en önemli girdilerden biri de yerel ve folklorik öğelerden faydalanmak ve kültürel çeşitliliği ortaya koymaktır. Bu bağlamda bu çalışmada Van Gürpınar örneğinde kırsal turizmde yerel kaynakların kullanımı değerlendirilmeye çalışılmıştır. Gürpınar, Doğu Anadolu bölgesinde yer alan Van ilinin yaklaşık 37 bin nüfuslu olan bir ilçesidir. İl merkezine olan mesafesi yaklaşık 24 km'dir. 1936 yılında ilçe olan Gürpınar, Konya Cihanbeyli'den sonra Türkiye'nin en büyük ilçesi olarak belirtilmiştir. Çalışma kapsamında araştırılan Gürpınar ilçesinin yerel kaynakları içerisinde yöreye ait yiyecekler, kullanılan eşyalar, tarihi güzellikler, yaşam biçimleri ve mimari öğeler göz önünde bulundurularak bir turizm politikası geliştirmek istenmiştir. Bu bağlamda kırsal turizm etkinlikleri tanımlanmış ve Gürpınar'ın kültürel ve doğal kaynaklarının buna etkileri saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Gürpınar, Kırsal Turizm, Turizm, Yerel Kaynaklar

## **CONTRIBUTION OF LOCAL RESOURCES TO TOURISM IN RURAL TOURISM: VAN GÜRPINAR CASE**

### **Abstract**

Today, tourism has become an important phenomenon on a global scale and has been an important source of income for countries. Now, it is observed that one of the most important items in the planning is investments for tourism. In this context, the diversification of tourism and its spread over the whole year are important for tourism points. When it comes to tourism, mass tourism comes to mind at first. In this context, in order to minimize the effects of mass tourism, tourism activities have been diversified and rural tourism opportunities have emerged in a sense. One of the most important inputs in rural tourism is to make use of local and folkloric elements and to reveal cultural diversity. In this context, in this study, the use of local resources in rural tourism in Van Gürpınar case was evaluated. Gürpınar is a district of Van

province in Eastern Anatolia with population of approximately 37,000. The distance to the city center is approximately 24 km. In 1936 the district Gürpınar, after Cihanbeyli Konya is indicated as Turkey's largest district. Within the scope of the study, it was aimed to develop a tourism policy by considering the food, used goods, historical beauties, life styles and architectural elements within the local resources of Gürpınar district. In this context, rural tourism activities are defined and the effects of Gürpınar's cultural and natural resources are determined.

**Keywords:** Gürpınar, Rural Tourism, Tourism, Local Resources

## **MARDİN'E GELEN KÜLTÜR TURİSTİ PAZARININ PROFİLİ VE SEYAHAT ALIŞKANLIKLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**Arş. Gör. A. Vahap ALTÜRK**

Mardin Artuklu Üniversitesi  
vahapalturk@gmail.com

**Doç. Dr. Serhat HARMAN**

Mardin Artuklu Üniversitesi  
harmanserhat@gmail.com

**Arş. Gör. Tuğba ARIK YÜKSEL**

Mardin Artuklu Üniversitesi  
tugbaarikyuksel@gmail.com

### **Özet**

Günümüzde kültür turizmi en hızlı büyüyen turizm türlerindedir. Bir destinasyonda kültür turizminin geliştirilmesi için seyahate katılan turistlerin profillerinin ve seyahat alışkanlıklarının belirlenmesi önem arz etmektedir. Alanyazın incelenmesinde kültür turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olan Mardin'e gelen turistler üzerine böyle bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle araştırmanın amacı Mardin'e gelen ziyaretçilerin profilinin ve seyahat alışkanlıklarının belirlenmesidir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak Anket tekniği kullanılmış olup Mardin'i ziyaret eden ziyaretçilere uygulanmış ve 492 kullanılabilir anket formu elde edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS programı ile betimsel istatistiklerle incelenmiştir. Elde edilen verilere göre araştırmaya katılan ziyaretçilerin yarısından fazlası kadın ve 34 yaşın altındadır. Katılımcıların yaklaşık %80'i en az ön lisans düzeyinde eğitime sahip olup bilgi arama kaynağı olarak sırasıyla internet, televizyon, film ve belgeselleri tercih etmektedirler. Katılımcıların yaklaşık yarısı seyahatlerini kendileri planlarken diğer yarısı da tur ile seyahat etmektedir. Katılımcıların Mardin'de konaklama ortalamalarının düşük olması kentteki turizm otoritelerinin ilgilenmesi gereken bir problem teşkil etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Mardin, Kültür Turisti, Turist Tipolojisi, Seyahat Alışkanlıkları

## **CULTURAL TOURISM MARKET IN MARDIN: A RESEARCH ON PROFILE AND TRAVEL HABITS OF VISITORS**

### **Abstract**

Today, cultural tourism is one of the fastest growing tourism types. In order to develop cultural tourism in a destination, it is important to determine the profiles and travel habits of the tourists visiting the destination. In the literature review, no such study has been found on the tourists who come to Mardin, that has an important potential in terms of cultural tourism. Therefore, the aim of the study is to determine the profile and travel habits of visitors coming to Mardin. The questionnaire technique was employed to collect data and 492 usable questionnaires were obtained. The obtained data were analyzed with descriptive statistics using SPSS program. According to the findings, more than half of the visitors participated in the survey were female and under 34 years of age. Approximately 80% of the participants have at least associate degree education and prefer internet, television, film and documentaries as the source of information. Half of the participants plan their own trip and the other half travel by a



package tour. The results also revealed that visitors have a low average of room nights which make a challenge for authorities to cope with.

**Keywords:** Mardin, Cultural Tourist, Tourist Typology, Travel Habits

## ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN VAN İLİ'NİN KÜLTÜREL MİRAS VARLIKLARINA YÖNELİK FARKINDALIKLARI: VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

**Dr. Öğr. Üyesi Hacer ARSLAN KALAY**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
hacerkalay@yyu.edu.tr

**Arş. Gör. Duygu METİN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
duygumetin@yyu.edu.tr

### Özet

Bu çalışmanın amacı Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi'nde lisans eğitimine devam eden öğrencilerin öğrenim gördükleri şehirde bulunan kültürel ve tarihi varlıklar hakkındaki farkındalık düzeylerini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda, Van İl'inin kültürel ve tarihi eserlerinin bilinip bilinmediğine yönelik sorulardan oluşan anket formu hazırlanmıştır. Hazırlanan anket formu, 2018-2019 akademik yılı bahar döneminde, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi'nde ve farklı fakülte ve yüksekokullarda öğrenim gören toplam 250 lisans öğrencisine kolayda örnekleme yöntemi ile uygulanmıştır. Çalışma verileri Veriler SPSS programı ile betimsel olarak analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda öğrencilerin Van'daki kültürel ve tarihi varlıklar hakkındaki farkındalık düzeylerinin düşük seviyede olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda öğrencilerin kültürel ve tarihi varlıklar hakkındaki farkındalık düzeylerinin bölümlere ve sınıflara göre farklılık gösterdiği, yaşa ve cinsiyete göre farklılık göstermediği görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel Miras, Van, Öğrenciler

## THE AWARENESS LEVEL of UNIVERSITY STUDENTS TOWARD HISTORICAL AND CULTURAL HERİTAGE of VAN: A RESEARCH on VAN YÜZÜNCÜ YIL UNİVERSİTY STUDENTS

### Abstract

The aim of this study is to determine the level of awareness of the cultural and historical assets of students studying at Van Yüzüncü Yıl University. For this purpose, a questionnaire consisting of questions about whether the cultural and historical monuments of Van Province is known has been prepared. The questionnaire was applied to 250 undergraduate students in Van Yüzüncü Yıl University studying at different faculties and colleges in the spring term of 2018-2019 academic year by easy sampling method. Study data were analyzed descriptively with SPSS program. As a result of the study, it was revealed that the awareness level of the students about the cultural and historical assets in Van is low. At the same time, it was observed that students' awareness of cultural and historical assets differed according to departments and classes but it did not differ according to age and gender.

**Keywords:** Cultural Heritage, Van, Students

## ELAZIĞ İLİNİN KIRSAL TURİZM POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİ TEKNİĞİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ

**Zeki GÜRBÜZ**

Necmettin Erbakan Üniversitesi  
zeki\_gurbuz23@hotmail.com

**Doç. Dr. Ceyhun Can ÖZCAN**

Necmettin Erbakan Üniversitesi  
ceyhuncan5@hotmail.com

### Özet

Küreselleşmenin etkisiyle günümüzde turizm taleplerinin giderek farklılaştığı görülmektedir. Turistler güneş-deniz-kum turizminden sıkılmaları nedeniyle alternatif turizm türlerini tercih etmeye başlamışlardır. Zamanla alternatif turizm türlerinin önem kazanmaya başlamasıyla da alternatif turizm türleri içerisinde yer alan kırsal turizm türü önem kazanmaya başlamıştır. Bu çalışmanın temel amacı, Elazığ ilinde gittikçe önem kazanmaya başlayan kırsal turizm potansiyelinin ortaya çıkarılarak analiz edilmesi ve ilin sahip olduğu bu potansiyelin var olan durumunu görerek geleceğe yönelik önerilerde bulunmaktır. Bu çalışmada, Elazığ ilinin kırsal turizm potansiyelinin belirlenmesi amacıyla kamu kurumu ve kuruluşları, özel sektör temsilcileri ve yöre halkı ile görüşmeler yapılmış ve bu görüşmeler sonucunda elde edilen verilere SWOT analizi uygulanmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre Elazığ ilinin kırsal turizm bileşenlerinden olan kırsal miras, kırsal etkinlik, kırsal yaşam ve kırsal alan unsurlarının çoğuna sahip olduğu, ancak kamu kurumu ve kuruluşlar ile özel sektör temsilcileri ve yerel halkın bu turizm potansiyeli konusunda yeterince bilgi sahibi olmadığı, doğal, kültürel ve tarihi kaynakların da giderek tahrip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kırsal Turizm, SWOT Analizi, Elazığ

## THE RURAL TOURISM POTENTIAL OF ELAZIĞ PROVINCE EVALUATION WITH SWOT ANALYSIS TECHNIQUE

### Abstract

With the effect of globalization, it is seen that tourism demands have been increasingly differentiated. Since tourists are being bored with sun-sea, and sand tourism, they have started to prefer alternative tourism forms. As the alternative tourism forms have started to gain importance over time, the rural tourism type, which is among the alternative tourism types, started to gain importance. The main aim of this study is to find out and analyse the rural tourism potential which is gaining importance in Elazığ province and to make suggestions for the future by seeing the existing status of this potential. In this study, in order to determine the rural tourism potential of Elazığ province, interviews were conducted with public institutions and organizations, private sector representatives and local people. SWOT analysis was applied to the data obtained from these interviews. According to the results obtained in the study, it is observed that Elazığ province has many components of rural heritage, rural activity, rural life and rural areas, however it is concluded that public institutions and organizations, private sector representatives and local people do not have enough knowledge about this tourism

potential and natural, cultural and historical resources therefore, they are gradually being destroyed.

**Keywords:** Rural Tourism, SWOT Analysis, Elazığ

## **SERİK İLÇESİNİN (ANTALYA) KIRSAL KONUT EKOLOJİSİ: TAŞ EVLER**

**Prof. Dr. İhsan BULUT**

Akdeniz Üniversitesi  
ihsanbulut@akdeniz.edu.tr

**Berna ÖZOĞUL**

Akdeniz Üniversitesi

**Arş. Gör. Şakir FURAL**

Akdeniz Üniversitesi  
beratvural@akdeniz.edu.tr

### **Özet**

İnsan-çevre ilişkisinin en önemli ve en göze çarpan kültürel ürünü konutlardır. Konutlar plan, şekil ve yapı malzemesi açısından bir yerden diğerine kısa mesafede değişiklik göstermektedir. Bu değişiklik üzerinde hem doğal çevrenin hem de kültürün farklılık ve benzerlikleri etkilidir. Kültürel tutumu yansıtan konutlar halk kültürünün önemli somut unsurlarından biridir. İnceleme alanı olarak seçilen Serik ilçesi Antalya kent merkezinin doğusunda yer almaktadır. Güneyinde Akdeniz, kuzeyinde Toroslar, batısında Aksu Çayı, doğusunda Köprü Çayı bulunan ilçe sınırları içerisinde doğal ortam özellikleri ve insan etkileşimi son derece yüksektir. Bu etkileşime en iyi örneklerden birisi doğal ortam şartlarının yarattığı kırsal konutlardır. Bu çalışmanın amacı Serik ilçesinin doğal ortam özelliklerinin şekillendirdiği kırsal konutlar ile bunların konut ekolojisi özelliklerini incelemektir. Çalışmanın bir diğer amacı günümüzde yerleşime konu olmayan ancak korunması gereken eski taş evlere dikkat çekmektir. Modernleşme ile giderek azalan ve önemini yitiren taş evler, geleneksel meskenler, önemli kültürel ve etnografik değere sahiptir. Ekoturizm ve kırsal turizm açısından değerlendirilebilecek kültürel unsurlardır. Çalışma kapsamında Serik ilçesinin kırsal mahallelerine arazi çalışmaları düzenlenmiş, gerekli görülen noktalarda fotoğraf çekimleri yapılmıştır. Haritalama işlemleri için araziden koordinatlar alınmış ve Arc – Map10.5 yazılımına aktarılmıştır. Kullanım kolaylıkları, plan özellikleri, çevre düzenlemesi, yapı gereç ve tarzları itibarıyla çevreyle uyumlu, sade ve mütevazılığı ölçüsünde bir takım konforlara da sahip olan taş evler asırların kültürel birikimi ve sentezini taşımaktadır. Kırsal konut ekolojisi kapsamında ele alınan taş evlerin üretim ve kullanım aşamalarında belirli ölçüde ekolojik duyarlılıklar da taşıdıkları görülerek yeni yapılarda da bu duyarlılığın sürdürülmesi sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kırsal Konut Ekolojisi, Taş Evler, Kırsal Turizm, Serik

## **RURAL HOUSING ECOLOGY OF SERIK DISTRICT (ANTALYA): STONE HOUSES**

### **Abstract**

The most important and most prominent cultural product of the human-environment relationship is housing. Houses vary in short distance from one place to another in terms of plan, shape and construction material. The differences and similarities of both natural environment and culture are effective on this change. Housing reflecting the cultural attitude is one of the important concrete elements of folk culture. Serik district, which is selected as the study area, is located to the east of Antalya city center. The natural environment characteristics and human interaction are very high within the borders of the district where the

Mediterranean Sea to the south, the Taurus Mountains to the north, the Aksu River to the west, and the Köprü River to the east. One of the best examples of this interaction is rural housing created by natural environment conditions. The aim of this study is to investigate the rural houses shaped by the natural environment characteristics of Serik district and their ecology characteristics. Another aim of the study is to draw attention to the old stone houses which are not subject to settlement but need to be preserved. Stone houses, traditional dwellings, which have gradually diminished and lost their importance with modernization, have important cultural and ethnographic values. Ecotourism and rural tourism. Within the scope of the study, field studies were organized in rural neighborhoods of Serik district and photo shootings were made at the necessary points. The coordinates were taken from the field for mapping and transferred to Arc - Map10.5 software. Stone houses, which are compatible with the environment in terms of ease of use, plan features, landscaping, building materials and styles, and have some comfort in a simple and modest extent, carry the cultural accumulation and synthesis of centuries. It has been seen that stone houses, which are considered within the scope of rural housing ecology, also carry a certain degree of ecological sensitivities in the production and usage stages, and this sensitivity has been reached in new buildings.

**Keywords:** Rural Housing Ecology, Stone Houses, Rural Tourism, Serik

## **İŞLETME YÖNETİCİLERİNİN MÜŞTERİDEN MEMNUNİYETİ: VAN ÖRNEĞİ**

**Dr. Öğr. Üyesi Şakir İŞLEYEN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
sakirisleyen@yyu.edu.tr

**Arş. Gör. Duygu METİN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
duygumetin@yyu.edu.tr

**Merve İŞLEYEN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

### **Özet**

Hizmet, insanın yaşam kalitesinin yükseltilmesindeki en önemli unsurlardan biridir. Bu kapsamda hizmetin düzeyi, ülkelerin sosyo-ekonomik açıdan gelişmişlik düzeyinin de bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Akademik çalışmalarda hizmet sadece müşteri memnuniyeti üzerine yoğunlaşmış ve hizmeti veren kurum, kuruluşların veya kişilerin müşteri hakkındaki görüşlerine değinilmemiştir. Bu bağlamda bir eksiklik olarak kabul edilebilecek bu sorunu analiz etmek için, başta sağlık kurumları olmak üzere ulaşım hizmetleri, gıda tedarik ve sunum hizmetleri, konaklama gibi hizmet veren sektörlerin kime nasıl hizmet ettiklerini, ne tür sorunlarla karşılaştıklarını ve karşılaştıkları problemlerle nasıl başettiklerini tespit etmek üzere Van ilinde turizm hizmeti sunan 35 kurum ve kurum yöneticileriyle yüzyüze bir görüşme yapılmıştır. Bu birebir görüşmelerde müşterinin özellikleri, beklentileri, davranışları, temizliği, hassasiyetleri, toplum içindeki davranışları, diğer müşterilere karşı saygıyı ölçebilecek çeşitli sorular sorulmuş alınan cevaplar daha sonra düzenlenerek akademik bir formata dönüştürülmüştür. Bu çalışmada; hizmet sektöründe hizmet alan müşteri kadar hizmeti sunan kurumların beklentileri, sorunları ve hassasiyetlerinin tespit edilmesi ve literatüre katkı sunması hedeflenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** İşletme Yöneticisi, Müşteri, Memnuniyet, Hizmet

## **BUSINESS MANAGER'S SATISFACTION FROM CUSTOMERS: THE EXAMPLE OF VAN**

### **Abstract**

Service is one of the most important factors in improving the quality of life. In this context, the level of service is accepted as an indicator of the socio-economic development level of the countries. In academic studies, the service focuses only on customer satisfaction and the opinions of the institutions, organizations or persons who provide the service about the customer are not mentioned. In order to analyze this problem, which can be considered as a deficiency in this context, in order to determine to whom the service sectors such as transportation services, food procurement and presentation services, accommodation services, how they serve, what problems they face and how they deal with the problems they face, interviews were conducted with 35 institutions and their executives in Van. In these one-on-one interviews, various questions were asked to measure the characteristics, expectations, behaviors, cleanliness, sensitivities, behaviors in the society, and respect of other customers, and the answers were then arranged and converted into an academic format. In this study; It is aimed to determine the expectations, problems and sensitivities of institutions providing

services as well as customers receiving services in the service sector and to contribute to the literature.

**Keywords:** Business Manager, Customer, Satisfaction, Service



## ONLINE SEYAHAT REZERVASYONLARINDA WEB SİTELERİ BAŞARISININ DEĞERLENDİRİLMESİ

**Dr. Öğr. Üyesi Abdullah EREN**

Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
abdullaheren@yyu.edu.tr

### Özet

Bilişim teknolojilerinin en iyi seviyede olduğu günümüz dünyasında bilgiye erişme ve bilgiden fayda elde etme imkanı oldukça iyi hale gelmiştir. Gelişen web siteleri ve uygulamalar sayesinde insanlar birçok işi internet üzerinden rahat bir şekilde gerçekleştirebilmektedirler. İnternet teknolojisinin yaygınlaşması ile birlikte kullanıcılar online alışveriş ve işlemleri daha kolay yapabilmektedirler. Bu yüzden sektörel bazda firmalar online alışverişler için web sitelerini daha iyi hale getirme çabası içerisindeyler. Bu şekilde kullanıcılara daha iyi hizmet sunma imkanı sağlamış olmaktadır. Her alanda olduğu gibi turizm sektöründe de online web sitelerinin rolü çok büyüktür. Kullanıcılar birçok seyahat planlaması ve rezervasyon işlemlerini web siteleri üzerinden gerçekleştirebilmektedirler. Turizm firmaları son yıllarda online web siteleri ile büyük oranda müşterilerine ulaşmaktadır. Dolayısı ile internet tabanlı web sitelerinin başarısı ve sağladığı faydalar bu anlamda öne çıkmaktadır. Bu çalışmada çevrimiçi web siteleri üzerinden seyahat rezervasyon işlemleri yapan kullanıcılar üzerinde nicel araştırma yöntemlerinden olan anket çalışması yapılmıştır. Bu çalışmada bilgi sistemleri başarı modeli çerçevesinde web sitelerinin başarısının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada web siteleri kullanımından elde edilen bilgi kalitesi, sistem kalitesi, hizmet kalitesi, algılanan değer, algılanan memnuniyet ve kullanım niyetleri yapıları değerlendirilmiştir. Araştırma sonunda online seyahat rezervasyon ve işlemleri için kullanılan web sitelerinin başarısını etkileyen yapılar ve bu yapılar arasındaki ilişki düzeyleri yapısal eşitlik modellemesi ile açıklanmıştır.

Anahtar sözcükler: Turizm, Web Siteleri, Online Rezervasyon

## EVALUATION OF WEB SITE SUCCESS IN ONLINE TRAVEL RESERVATIONS

### Abstract

In today's world that information technologies are at the best level, the opportunity to access and benefit from information has become quite good. People can easily perform many tasks over the internet by the advanced web sites and applications. Users can make online shoppings and transactions easier by the spread of internet technology. Therefore, companies are trying to improve their websites for online shopping on a sectoral basis. In this way, they provide better services for users. The role of online websites in tourism sector is very big as in all other areas. Users can perform many travel plannings and booking transactions on the websites. In recent years, tourism companies have reached their customers with their online web sites. Therefore, the success and benefits of internet-based web sites stand out in this sense. In this study, a survey study which is a quantitative research method was used on users who make travel reservation transactions through online websites. In this study, it is aimed to determine the success of web sites within the framework of information systems success model. In this study, information quality, system quality, service quality, perceived value, perceived satisfaction and intention to use were evaluated. As a result of the research, the structures that

affect the success of the websites for online travel reservation and transactions and the relationship levels between these structures are explained with structural equation modeling.

**Keywords:** Tourism, Web Sites, Online Booking

## KULLANICILARIN SEYAHAT PLANLAMALARINDA WEB SİTELERİNİ KULLANMA NİYETLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

**Dr. Öğr. Üyesi Abdullah EREN**

Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
abdullaheren@yyu.edu.tr

### Özet

İnternet kullanımının oldukça yaygın olduğu günümüz dünyasında internet üzerinden alışveriş yapma oldukça popüler hale gelmiştir. Akıllı mobil cihazlar, bilgisayarlar, televizyonlar gibi internete erişim sağlayan cihazlar sayesinde kullanıcılar kolay bir şekilde online alışveriş yapma imkanı bulmaktadırlar. Bu yüzden birçok alanda olduğu gibi turizm sektörü de internet dünyası ve teknolojiden yararlanan iş alanlarının başında gelmektedir. Kullanıcılara online web siteleri sayesinde ulaşan firmalar web siteleri üzerinden yapılan işlemleri desteklemektedirler. Seyahat planlama ve rezervasyon en popüler çevrimiçi aktiviteler arasındadır. İnternetin dünya çapında kullanımı, seyahat edenlerin planlama ve karar alma süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle çevrimiçi web siteleri kullanıcılarına sundukları hizmetler ile kullanıcılarını memnun etme çabası içerisindedirler. Bu sayede kullanıcılar da web sitelerine bağlı hale gelmektedirler. Bu yüzden kullanıcıların bu web sitelerini kullanma sebepleri önemlidir. Kullanıcıların bu web sitelerini kullanma niyetlerinin belirlenmesi ve bu siteleri kullanmayı etkileyen faktörlerin belirlenmesi adına ampirik bir çalışma yürütülmüştür. Bu çalışmada kullanıcıların web sitelerini hangi düzeyde kabul ettiği ve bu kabulü etkileyen etmenlerin neler olduğu belirlenmiştir. Sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılan anket çalışması ile veriler elde edilerek yapısal eşitlik modellemesi ile değerlendirilmiştir. Çalışmada algılanan memnuniyet, algılanan güven, algılanan risk, web tasarımı, algılanan değer, algılanan kullanışlılık, algılanan kullanım kolaylığı ve kullanım niyetleri değişkenleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırma sonucunda kullanım kolaylığı ve kullanışlılığın kullanım niyetlerini etkilediği belirlenmiştir. Web tasarımı ve algılanan risk web sitesi kullanım niyetlerini belirlemede etkisiz kalmıştır.

Anahtar Sözcükler: Turizm, Web Siteleri, Online Rezervasyon.

## EVALUATION OF THE FACTORS AFFECTING USERS' INTENTION TO USE THE WEB SITES IN THE TRAVEL PLANNINGS

### Abstract

Online shopping has become quite popular in today's world where internet use is quite common. Smart mobile devices, computers, television, such as devices that provide access to the internet users can easily find the opportunity to online shopping. Therefore, as in many other areas, the tourism sector is one of the leading business areas that benefit from the internet world and technology. Companies that reach users through online websites support transactions made through their websites. Travel planning and booking are among the most popular online activities. The worldwide use of the Internet plays an important role in the planning and decision-making processes of travelers. Especially online websites are in an effort to satisfy their users with the services they offer to users. In this way, users are becoming more dependent on the website. Therefore, the reasons why users use these websites are important. An empirical study was carried out to determine the intention of users to use these websites and to determine the factors affecting their use. In this study, the level of acceptance of the

website by users and the factors affecting this acceptance were determined. Data were obtained by a survey study which is frequently used in social sciences and evaluated by structural equation modeling. In this study, the relationship between perceived satisfaction, perceived trust, perceived risk, web design, perceived value, perceived usefulness, perceived ease of use and intention to use were examined. As a result of the research, it was determined that ease of use and usefulness affect the intention of use. Web design and perceived risk have been ineffective in determining website usage intentions.

**Keywords:** Tourism, Web Sites, Online Booking

## DAVRANIŞSAL İKTİSAT BAĞLAMINDA TURİSTLERİN TÜKETİM TERCİHLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

**Ayşe AKBOZ**

Mersin Üniversitesi

**Doç. Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU**

Mersin Üniversitesi

msamirkas@mersin.edu.tr

### Özet

Geleneksel iktisat bilimi, insanları ekonomik faaliyetlerde tam bilgiye sahip, karar ve davranışlarında tutarlı ve faydalarını gözeterek akılcı hareket eden bireyler olarak kabul etmektedir. Bu nedenle geleneksel iktisat teorileri rasyonel insan modeline göre oluşturulmaktadır. Ancak insan her zaman rasyonel değildir. İnsanlar bazen yanlış kararlar verebilmektedir. Bu nedenle, iktisadi olayları açıklamak için tıpkı iktisat bilimi gibi insanı konu alan psikoloji bilimine başvurulmuştur. İktisat ve psikolojiyi birleştiren davranışsal iktisat adı verilen bu yeni akım, insanların her zaman rasyonel olmadığını, kimi zaman çeşitli psikolojik ve sosyal nedenlerden dolayı tüketim faaliyetlerine katılırken irrasyonel kararlar alabileceğini açıklamaya çalışmaktadır. Bu çalışmanın amacı, davranışsal iktisat bağlamında, turizm faaliyetlerine katılan turistlerin tüketim tercihlerinde rasyonel olup olmadıklarını incelemektir. Bu bağlamda çalışma iki kısımdan oluşmaktadır. Çalışmanın ilk kısmı, nitel araştırma desende kurgulanmış olup, çalışma grubunu Mersin merkezde yaşayan ve turistik deneyimi olan 20 katılımcı oluşturmuştur. Çalışmanın ikinci kısmında ise, aynı çalışma grubuna, davranışsal iktisat alanında gerçekleştirilen çalışmalardan yola çıkarak, üç temel konu olan batık maliyet, çerçeveleme etkisi ve zihinsel muhasebe ile ilgili sorular sorulmuştur. Araştırma bulgularına göre, tüketiciler tatil seçimlerini yaparken araştırma yapmakta ve daha uygun olduğunu düşündükleri yerden tatil satın alma işlemlerini gerçekleştirmektedir ve tatil harcamalarını bütçelerine göre planlama konusunda rasyonel hareket etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Davranışsal İktisat, Rasyonelite, Turizm

## AN APPLICATION ON CONSUMPTION PREFERENCES OF TOURISTS IN THE CONTEXT OF BEHAVIORAL ECONOMICS

### Abstract

Traditional economics accepts people as individuals with full knowledge of economic activities, consistent in their decisions and behaviors, and acting rationally in consideration of their benefits. For this reason, traditional economic theories are formed according to the rational human model. But man is not always rational. For this reason, to explain economic phenomena, just like the science of economics, psychology is used to study human beings. This new movement, called behavioral economics, which combines economics and psychology, means that people are not always rational, that they can sometimes make irrational decisions when participating in consumption activities for various psychological and social reasons. trying to explain. The aim of this study is to examine whether tourists participating in tourism activities are rational in their consumption preferences in the context of behavioral economics. In this context, the study consists of two parts. The first part of the study was set up in the qualitative

research pattern and the working group consisted of 20 participants living in mersin center with tourist experience. In the second part of the study, the same working group was asked questions about submerged cost, framing effect and mental accounting, which are three main topics, based on studies carried out in the field of behavioral economics. According to the research findings, consumers conduct research when making holiday choices and make holiday purchases where they think they are more appropriate, and holiday spending according to their budget planning on the subject of rational acts.

**Keywords:** Behavioral Economics, Rationality, Tourism

## BÖLGESEL KALKINMA VE TURİZM KÜMELENMESİ

**Doç. Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU**

Mersin Üniversitesi  
msamirkas@mersin.edu.tr

**Ayşe AKBOZ**

Mersin Üniversitesi

### ÖZET

Bölgesel kalkınma, ulusal gelirin ülke sınırları içerisinde adil bir biçimde dağılmasını sağlamak ve sanayileşmenin belirli bölgelerde toplanması sonucunda meydana gelen eşitsizliği ortadan kaldırarak ülke içerisinde yer alan her bölgenin aynı refah düzeyine sahip olmasını amaçlamaktadır. Bölgeler arasında gelişmişlik farklılıklarının giderilmesi, ekonomik ve kültürel alanda geri kalmış bölgelerin ülke ekonomisine katkı sağlaması açısından, bölgelerin etkinliğinin arttırılabilmesi için kümelenme uygulamalarından yararlanılmaktadır. Bölgesel kalkınmanın bir sonucu olan kümelenme, aynı sektörde hizmet veren firmaların bir araya gelerek birbirleri ile güven ve iş birliği içerisinde olması olarak tanımlanabilmektedir. Gün geçtikçe büyüyün ve gelişen turizm sektörü turizm kümelerinin oluşumuna zemin hazırlamaktadır. Bölgesel kalkınma üstünlüğünün sağlanması açısından turizm potansiyeline sahip illerin turizmden daha fazla gelir elde etmek amacı ile turizm kümelenmeleri ortaya çıkmıştır. İkincil verilere dayalı olarak yapılan bu çalışmada bölgesel kalkınma ve kümelenme kavramları turizm sektörü açısından ele alınıp, kümelenmenin bölgeler ve firmalar açısından avantajları anlatılacaktır. Ayrıca turizm kümelemesinin daha iyi anlaşılması için çalışmada, Türkiye’de turizm kümeleme örneklerinden bazılarına yer verilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Bölgesel Kalkınma, Kümelenme, Turizm Kümelenmesi, Türkiye

## REGIONAL DEVELOPMENT AND TOURISM CLUSTER

### ABSTRACT

Regional development ensures fair distribution of national income within the country's borders and eliminates the inequality caused by the collection of industrialisation in certain regions, level. Clustering practices are used to increase the effectiveness of the regions in order to eliminate the differences in development between regions and to contribute to the country's economy of the regions that are economically and culturally backward. Clustering, which is a result of regional development, can be defined as the fact that the companies serving in the same sector come together and cooperate with them in trust and cooperation. The tourism sector, which is growing and developing day by day, is setting the stage for the formation of tourism clusters. In order to achieve regional development superiority, tourism clusters have emerged in order to generate more income from tourism in the provinces with tourism potential. In this study based on secondary data, the concepts of regional development and clustering will be discussed in terms of tourism sector and the advantages of clustering for regions and companies will be explained. In addition, some examples of tourism clustering in Turkey have been included in the study for a better understanding of tourism clustering.

**Keywords:** Regional Development, Clustering, Tourism Clustering, Turkey

## **VAN KAHVALTISI VE VAN YEMEKLERİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR BAKIŞ AÇISI**

**Dr. Öğr. Üyesi Burcu TURAN TORUN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
burcuturan@yyu.edu.tr

**Ömer GÜNSAN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
omergunsan@hotmail.com

### **Özet**

Yöresel ürünlerin tescillenmesi, tanıtılması ve turistik ürün statüsünde yerini alması, bölge turizmini geliştirmek ve yasal olarak yerel ürünleri korumak için oldukça önemlidir. Bu markalaşmanın hem ürünlerin değerlerinin korunması hem de turizm açısından yerel ekonomiye katkı sağlayacağını söyleyebiliriz. Yiyecek içecek ürünleri çabuk taklit edilebilir olduğundan, belli standartları taşıdıktan sonra markalaşan değerler, özgün lezzetlerin de sağlıklı bir şekilde korunmasını sağlayacaktır. Uzun yıllar aynı lezzeti ve özgünlüğünü kendi coğrafyasında koruyabilecek, turistik alanda da oldukça kaliteli devamlılık sağlayabilecektir. Her bölgenin kendine has örf adetleri, yemek alışkanlıkları, kültürel zenginlikleri olduğu gibi Van ilinin de kültürel, doğal zenginliklerinin yanında kendine has kahvaltı kültürü de bulunmaktadır. Van ili coğrafi konum olarak ipek yolu üzerinde bulunduğundan dolayı kahvaltı geleneğinin oluşmasında etkili olmuştur. Van Kahvaltısı, oldukça zengin menüsü ile namını geniş kitlelere duyurmayı başarmıştır. Zengin içeriğinde yer alan tescillenmiş ürünleri ile Van Kahvaltısı, en büyük özelliğini tamamen doğal ürünlerden sofrasını oluşturmasıdır. Van kahvaltısı, zengin içeriğinde yaklaşık 25 ile 35 arasında çeşit bulundurmaktadır. Bunların mevsimsel meyve ve sebzelerin temin edilirken değişiklik göstermesinden kaynaklı sayıları değişebilmektedir. Kahvaltı sofrası; hakiki Van balı, yoğurt kaymağı, süt kaymağı, yayık tereyağı, cacık, otlu peynir, örme peynir, beyaz peynir, kavurmalı-sucuklu yumurta, zeytin, murtuğa, kavut, gencirundan meydana gelir.

İnsanlar hayatlarını sürdürebilmek için beslenmek zorundadır. Farklı toplumların farklı kültürlerle sahip olduğu bir gerçektir. İnsanların ne yedikleri coğrafi koşullara bağlı olmakla beraber, o yörenin kültürüyle de ilgilidir. Her toplumun beslenme alışkanlığında o toplumun kültürel izlerinin taşıdığı söylenebilir. Aynı zamanda iklim şartları ve coğrafi koşullar da beslenme alışkanlığı ve tüketilen besinlerin çeşitliliğini de etkilemektedir. Van'da yemek zenginliği çeşitliliği ile kendini gösterir. Yapmış olduğumuz çalışmada Van Kahvaltısı ve Van yemeklerinin kapsamında neler olduğuna ve kavramsal olarak yöresel lezzetlere yer vermeye çalışılacaktır.

Anahtar Sözcükler: Van Kahvaltısı, Van Yemekleri, Yöresel Lezzetler

## **A CONCEPTUAL PERSPECTIVE ON VAN BREAKFAST AND VAN DISHES**

### **Abstract**

The registration, promotion and promotion of local products in the status of touristic products is very important for developing local tourism and legally protecting local products. We can say that this branding will contribute to the local economy both in terms of preserving the value of the products and tourism. Since food and beverage products can be imitated quickly, the values that are branded after carrying certain standards will ensure the preservation of original



tastes in a healthy way. For many years, it will be able to preserve the same taste and originality in its own geography and provide high quality continuity in the tourist area. Each region has its own customary traditions, food habits, cultural richness, as well as the cultural and natural richness of Van province, as well as its own breakfast culture. Since Van is located on the Silk Road as a geographical location, it has been effective in the formation of breakfast tradition. Van Breakfast has succeeded in making its reputation known to the masses with its very rich menu. Van Breakfast, with its registered products in its rich content, is the most important feature of it which constitutes the table of all natural products.

The Van breakfast includes between 25 and 35 different varieties. Their number may vary due to the variation in seasonal fruit and vegetable supply. Breakfast table; It consists of genuine Van honey, yoghurt cream, milk cream, churned butter, tzatziki, herbal cheese, knitted cheese, feta cheese, roasted-sausage eggs, olives, murtuğa, kavut.

People have to be fed in order to survive. It is a fact that different societies have different cultures. What people eat depends on geographical conditions, but also on the culture of that region. It can be said that each society carries the cultural traces of that society in their feeding habits. At the same time, climatic and geographical conditions also affect the feeding habits and the variety of foods consumed. The variety of food in Van is manifested by its diversity. In this study, what is going on within the scope of Van Breakfast and Van dishes and conceptual regional tastes will be tried to be included.

**Keywords:** Van Breakfast, Van Dishes, Local Flavors

## **İŞ DOYUMU İLE TÜKENMİŞLİK İLİŞKİSİ: VAN İLİ A GRUBU SEYAHAT ACENTELERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA**

**Dr. Öğr. Üyesi Songül ÖZER**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
songulduz@yyu.edu.tr

**Yusuf BABUR**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
yusuf\_bbr@hotmail.com

### **Özet**

Turizm sektöründe önemli bir işletme grubu olan seyahat acenteleri; konaklama işletmelerinde konaklayacak misafirlere aracılık etmek, uçak ve otobüs bileti satmak, tur düzenlemek ve araç kiralamak isteyen müşterilerin taleplerini karşılamak üzere turizm sektöründe önemli rolü olan işletme gruplarıdır. Bununla birlikte bu işletmelerde çalışan personel grupları yoğun çalışma saatleri, düzensiz yatırılan ücretler, kullanılmayan izinler vb sebeplerden tükenmişlik hissederler. Araştırmamızın literatür kısmında iş doyumunu ve tükenmişlik ele alınmıştır. Bu araştırmanın amacı ise seyahat acentelerinde çalışan bireylerin iş doyumunu etkileyen faktörleri belirlemeye çalışıp bu faktörlerin bireylerin tükenmişlikleri ile ilişkileri ve bireylerdeki iş doyumunun tükenmişliğe oranda etki ettiğini ortaya koymaktır. Araştırmanın evrenini Van ilinde faaliyet gösteren seyahat acenteleri çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmada nicel yöntem kullanılmış olup, 5 li likert tipi ölçek kullanılmış. Van ilinde faaliyet gösteren 73 A grubu seyahat acentesi çalışanlarının örneklem büyüklüğü 148 olarak tespit edilmiş olup evrene anket uygulanmıştır. Araştırmanın sonucunda elde edilecek bulguların seyahat işletmeleri sahip ya da yöneticilerine; çalışanların iş doyumlarını arttıracak ve buna bağlı olarak çalışanın tükenmişlik düzeyini düşürmelerine yönelik tedbirler alması yönünde yol göstermesi beklenmektedir. Sonuç olarak iş müşteri memnuniyeti sağlamış ve böylelikle hizmet sektöründe faaliyet gösteren seyahat acenteleri müşterilerinin de memnuniyetlerinin artması beklenmektedir.

Anahtar Sözcükler: İş doyumunu, Tükenmişlik, Seyahat Acenteleri

## **THE RELATIONSHIP BETWEEN JOB SATISFACTION AND BURNOUT: A RESEARCH IN TRAVEL AGENCIES OF VAN PROVINCE**

### **Abstract**

Travel agencies, important business group in tourism sector, have significant roles in tourism sector to meet the needs of their customers who want to rent car, to organise tours, to sell plane and bus tickets and intercede for guests who will accomodate at accomodation facilities. However, staff at these facilities feel burnout due to busy working hours, irregular wages, off days from which can not be benefited. In the literature section of our study job satisfication and burnout have been studied. The aim of this study is to determine the factors that affect job satisfication and burnout of those working at travel agencies and reveal how these factors affect the burnout and job satisfication of these staff. Population of the study consists of staff of travel agencies operating in Van. Quantitative method and five point likert scale have been used in the study. Sample size of staff working at 73 A group travel agencies operating in Van have been determined as 148 and population survey has been carried out. The findings which will be obtained after the study are expected to show the way regarding to increase job

satisfaction of staff and to decrease burnout level of the staff as a result of this. As a result, satisfaction of domestic customer are expected to be settled and thus satisfaction of customers of travel agencies operating at service sector will rise.

Key Words: Job Satisfaction, Burnout, Travel Agencies

## ERCIŞ İLÇESİNDE EKOTURİZM VE ÇEKİM KAYNAKLARININ DERECELENDİRİLMESİ

**Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
alaeddinoglu@yyu.edu.tr

### Özet

Erciş yeryüzü şekilleri ve beşeri hayat bakımından oldukça renkli ve bir o kadar farklılıkları bünyesinde barındıran bir ilçedir. İlçe aynı zamanda belli ölçüde günümüze kadar çevresel tehditlerden uzak kalmış ve korunmuş yeryüzü şekillerine ve tarihi çekiciliklere sahiptir. Ayrıca ekoturistler için doğayla baş başa kalma, günlük yaşamın baskısından ve stresinden kaçma, trekking, kuş gözleme, fotosafari gibi özel ilgi ve aktiviteleri gerçekleştirme fırsatını sağlayabilir niteliklere sahiptir. Dolayısıyla Erciş ilçesinin bu özelliği koruma kullanma dengesi gözetilmek suretiyle turizme kazandırılabilir ve yöredeki yerleşmelerin ekonomik kalkınmalarına katkı sunabilir. Zira hali hazırda yöre halkı ağırlıklı tarım faaliyetleriyle uğraşmaktadır. Dolayısıyla oldukça zengin sayıda doğal ve tarihi değerlere sahip olan ilçenin bu kaynaklarını turizme konu etmesi ve bu anlamda gelir elde etmesi mümkündür.

Bu bağlamda öncelikle Erciş'te yer alan ve turizme konu olabilecek kaynakların ekonomik anlamda yöreye katkı sunabilecek yeterlilikte olup olmadıklarının ortaya konulması gerekmektedir. Zira birçok doğal kaynağı bünyesinde barındıran yöre, çekim seviyesi, altyapı desteği, çevresel bozulma seviyesi ve ulaşılabilirlik kategorilerinde değerlendirilmiştir. Araştırma alanındaki kaynaklar, nitelik yönünden incelendiğinde, ulusal alanda kabul gören ve değerli atfedilen dağlık sahalara, sahillere, koylara ve diğer morfolojik şekillerden oluşan çekim alanlarına, iç kesimlerde kalan ve yakın çevreleriyle birlikte farkındalık yaratan volkanik oluşumlara ev sahipliği yapmaktadırlar. Bu günkü şartlarda ekoturistlerin ihtiyaçlarını belli ölçüde karşılayacak beşeri yapılara sahip olan ilçe, kültürel değerler açısından zengin ve aynı zamanda çevresel bozulmadan en az etkilenmiş yerlerden biridir. Erciş'in 10 (on) farklı kategori üzerinden yapılan derecelendirmesine göre, çekim seviyesi, altyapı destekleri, çevresel kalite ve ulaşılabilirlik bakımından anlamlı puanlar aldığı görülmektedir. Derecelendirme çalışması ve yapılan görüşmeler neticesinde yörenin yapılacak turizm yatırımlarıyla ekonomik anlamda gelişeceği ve yakın çevresine katkı sunacağı anlaşılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Erciş Van Gölü, Doğal Kaynaklar, Ekoturizm

### GRADING THE ECOTOURISM AND ATTRACTION SOURCES IN ERCİŞ DISTRICT

#### Abstract

Erciş is a rich town in terms of different earth shapes and human life. To some extent the district has been preserved from environmental threats which preserved the different earth forms and historical attractions. In addition, it has the potential to provide special opportunities and activities for eco-tourists such as to be alone at nature, escape from the pressure and stress of daily life, wildlife watching, trekking, bird watching, and photography. Therefore, this feature of the Erciş district can be used for tourism project purpose, taking in consideration a conservation plan while implementing tourism projects, which will contribute to the economic development of the people in the district. As a matter of fact, the local people are mainly working in agricultural activities. Therefore, it is possible for the district, which

possesses very rich features of natural and historical values, to employ these resources to tourism development and generate income.

In this context, first of all, it is necessary to determine whether the resources in Erciş, which could be used for tourism development, are economically sufficient to contribute to the region. The region, which contains many natural resources, is evaluated in terms of attraction level, infrastructure support, and environmental degradation level and accessibility categories. The areas evaluated in this research, which host volcanic formations and are located in the inner areas, create recognition with their immediate surroundings of mountainous terrain, beaches, rocks, and other morphological forms that when examined qualitatively are considered to be nationally recognized and valued. The district, which has human structures to meet the needs of eco-tourists to a certain extent in today's conditions, is rich in cultural values and is also one of the least affected areas of environmental degradation. According to Erciş's rating based on ten different categories, it receives significant scores in terms of attraction level, infrastructure supports, environmental quality and accessibility. As a result of the rating work and interviews, it is understood that potential tourism investments will contribute economically to the area.

**Keywords:** Erciş Van Lake, Natural Resources, Ecotourism.

## ÖRGÜTSEL SİNİZM: TEORİK BİR İNCELEME

**Öğr. Gör. K. Seçkin KARAHAN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
seckinkarahan@yyu.edu.tr

**Doç. Dr. Faruk KALAY**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
kalayfaruk@hotmail.com

### Özet

Yönetim alanında sürekli yenilikler ve değişimler yaşanmaktadır. Rekabet üstünlüğü sağlamak için yeni üretim teknikleri geliştirilmekte ve maliyet yöntemleri üzerinde sürekli çalışılmaktadır. Yapılan bu çalışmalar, çalışanı ve onun mensubu olduğu örgütü olumlu bazen de olumsuz yönde etkilemektedir. Bu olumsuzluklardan birisi örgütsel sinizmdir. Çalışanın kendisini ve mensubu olduğu örgütü olumsuz yönde etkileyen örgütsel sinizm; çalışan performansı, örgüt performansı, etkinlik, verimlilik, karlılık gibi birçok gösterge üzerinde olumsuzluklara sebep olabilmektedir.

1990'lı yıllarda batıda ve 2000'li yıllarda Türkiye'de örgütsel sinizm çalışmalarına başlanmıştır. Bununla birlikte iteratür incelendiğinde, örgütsel sinizm ile ilgili çok sayıda yerli ve yabancı ampirik araştırma yapılmış iken, teorik araştırma sayısının göreceli olarak yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Örgütsel sinizm teorisinin oluşması ve öneminin anlaşılması açısından teorik çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışma, örgütsel sinizm ile ilgili yapılmış ampirik ve teorik çalışmalar incelenerek yürütülmüştür. Çalışma ile örgütsel sinizmin ne olduğunun, alt formlarının, boyutlarının, nedenlerinin, sonuçlarının ve örgütsel sinizme karşı alınabilecek önlemlerin vurgulanması amaçlanmıştır. Konunun önemine göre akademik çalışmaların daha çok yaygınlaşması gerekmektedir. Çalışmanın sonuçları ve önerileri ile örgütsel sinizmin etkilerinin vurgulanması, mevcut literatüre teorik bir katkı sağlanması, yöneticilerin ve diğer bilgi kullanıcılarının istifade etmesi hedeflenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Örgütsel sinizm, bilişsel sinizm, duyuşsal sinizm, davranışsal sinizm

## ORGANIZATIONAL CYNICISM: A THEORETICAL INVESTIGATION

### Abstract

There are continuous innovations and changes in the field of management. New production techniques are developed and cost methods are constantly being studied to provide competitive advantage. These studies have positive and sometimes negative effects on the employee and the organization he/she is a member of. One of these drawbacks is organizational cynicism. Organizational cynicism that adversely affects the employee and his/her organization; employee performance, organizational performance, efficiency, productivity and profitability.

In the 1990s and 2000s it has begun to study organizational cynicism in West and Turkey. However, when iterations are examined, it is seen that while there are many domestic and foreign empirical researches about organizational cynicism, the number of theoretical researches is not at a sufficient level. In order to understand the formation and importance of organizational cynicism theory, theoretical studies are needed. This study was conducted by examining empirical and theoretical studies on organizational cynicism. The aim of this study is

to emphasize what organizational cynicism is, its sub-forms, dimensions, causes, consequences and measures that can be taken against organizational cynicism. According to the importance of the subject, academic studies should become more widespread. It is aimed to emphasize the effects of organizational cynicism with the results and suggestions of the study, to make a theoretical contribution to the existing literature, and to benefit the managers and other users of information.

**Keywords:** Organizational Cynicism, Cognitive Cynicism, Affective Cynicism, Behavioral Cynicism

## **BRANDING PROCESS OF CITIES AND EFFECTS OF POSTMODERN SPACE PRODUCTION ON ENTREPRENEURSHIP STRUCTURE AND TOURISM: A CASE OF VAN'S CULTURE STREET**

**Dr. Mehmet ŞEREMET**

Van Yuzuncu Yil University  
mseremet@hotmail.co.uk

**Assoc. Prof. Dr. Kübra CİHANGİR ÇAMUR**

Gazi University  
ccamurster@gmail.com

**Dr. Emine CİHANGİR**

Van Yuzuncu Yil University  
eccihangir@gmail.com

**Emre KARADUMAN**

Nevşehir Hacı Bektaşî Veli University  
ekaradumann@outlook.com

### **Abstract**

City branding is an important concept in the tourism advancement of a city such as Van. In this sense, it is necessary to reflect a critical perspective into reproduced spaces in the city. While producing spaces in the town, the idea behind of reproduction is still missing in the term of paradigm shifts, particularly in the planning process. This study therefore provides a critical insight into the issue of how the culture street in the town has been designed by the integration of postmodernist perspective. Followings are simply be questioned in this study:

- 1-What is the entrepreneurship structure of culture street?
- 2-Does the postmodernism dominate the reproduction of the space?
- 3-Does the reproduction reflect the thematic name of the street?
- 4-What are the problems and opportunities facing the street having restructured?

In order these questions to be achieved, a qualitative-based case-study design was employed, including face-to-face interviews, participant observation and ethnographic fieldwork in the street. The preliminary findings were presented in this proceeding paper. The structure of entrepreneurship showed that the male-dominated and local-owners running the cafes and bistros along the street. Although postmodernism simply reflects an "automatic" culture, the street is slightly lag behind of postmodernist perspective that the design of the street might be placed at somewhere in the middle of modernism and postmodernism. A mix structure of spaces was also observed in the place where the entertainment and residential areas were blended. Although there is still core of aims of the street were available in the cafes. This name is slightly changed from being a space to cultural activities to socialisation activities which are still important and valid. There some problems and challenges emerged by the café owners are simply commodification and the changing perspective of business in the street.

**Keywords:** Reproduction of Space, Postmodernism, Entrepreneurship and City Branding, Van-Culture Street-Turkey.



## **TURİSTİK ÜRÜN OLMA YOLUNDA GELENEKSEL VAN OTLU PEYNİRİ VE KIRSAL KADININ ROLÜ**

**Özlem DEMİRHAN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
ozlemdmrhn.92@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Emine CİHANGİR**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
eccihangir@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ŞEREMET**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
mseremet@hotmail.co.uk

### **Özet**

Doğu Anadolu Bölgesinde yer alan Van şehri coğrafya bakımından önemli bir konuma sahip ve birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Şehir sınırları içerisinde Van Gölü, Akdamar Kilisesi, "kaleler kenti" olarak anılmasını sağlayan kaleleri, dünyaca ünlü kedisi, kahvaltısı ve Van otlı peyniri ile sıkça adından söz ettirmektedir. Van, sahip olduğu bu zenginlikleriyle ve pek çok turizm aktivitesine olanak veren coğrafyası ile Doğu'nun önemli bir turizm kentidir. Bu çalışmada, önemli yerel bir lezzet olan ancak turistik ürün olarak henüz yeterince değerlendirilemeyen Van otlı peyniri ve peynirin yapımı sürecinde yoğun emeği olan kırsal kadının rolü çalışılmıştır. Van'ın dört farklı ilçesinde yürütülen çalışmada nitel araştırma tasarımıyla çoklu vaka çalışması yapılmıştır. Çalışmada ayrıca etnografik yöntemde kullanılarak gözlemci olarak da katıldığımız araştırma ile peynir yapımı sürecinin her aşamasında yoğun emeği olan kadınların süreci yönetmeleri, katkıları, günlük yaşamları, kültürleri, peynirin hayatlarındaki yeri hakkında veri toplamak amacıyla yüz yüze mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Araştırma alanları, Van Tarihi Peynirciler Çarşısında yapılan görüşmeler neticesinde belirlenmiştir. Buna göre Van'ın Başkale ilçesinin Orta Yol Köyü, Çatak ilçesinin Görentaş Köyü Badilhali yaylası, Özalp İlçesi'nin Aşağı Molla Hasan Köyü, Gürpınar İlçesi'nin Yol Düştü Köyü ele alınmıştır. Araştırmada belirtilen mahallelerde(köylerde) 25 kadın ile ve ayrıca ziyaret edilen köylerde muhtarlar ve yaylalarda ise çobanlar ile görüşmeler yapılmıştır. Araştırma halen devam ettiğinden dolayı bildiride sadece bazı ön bulgulara yer verilecektir. Bu ön bulgular; Van otlı peynirinin yapım sürecinde çalışılan sahalar arasında ortaya çıkan benzerlik ve farklılıkları içermektedir. Örneğin; peynir yapımında kullanılan mayaların yapımı, peynire katılan otların farklı karışımlar ile kullanılması (sirmo, mendi, heliz, yabani nane, kekik) kadınların süreç içinde yer alma ve ekonomik çıktılarından faydalanmaları değişkenlikler içermektedir. Peynir yapımının ve peynirin turistik ürün olması noktasında ise henüz ciddi olarak ele alınarak çözülmesi gereken sorunlar olduğu görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Turistik Ürün, Van Otlı Peynir, Kadın, Van, Kültürel Miras.

## **TRADITIONAL VAN HERBY (OTLU) CHEESE ON THE WAY OF BEING TURISTIC PRODUCT AND THE ROLE OF THE RURAL WOMEN IN THIS PROCESS**

### **Abstract**

The city of Van, which is located in the Eastern Anatolia Region, has an important position in terms of geography and has hosted many civilizations. Van Lake, Akdamar Church, and the castles in the city that make it known as the city of castles, its world-famous cat, breakfast and herby cheese are frequently mentioned in the tourism potential of city. Van is an important tourism city of the East with its richness and assets that allows many tourism activities. In this study, the role of rural herby cheese, which is an important local flavour but not yet adequately evaluated as a touristic product, and the role of rural women in the process of making cheese were studied. The study was conducted in four different districts of Van, multiple case studies were employed in the manner of qualitative research design. In this study, the ethnographic method and face-to-face interviews were mainly employed to collect data on the issues of the management process, contributions, daily life, culture and the role of women in the production cheese who have intensive labour at every stage of the cheese making process. The case study areas were determined as a result of the interviews conducted with the most experienced people working for Van Historical Cheese Marketers. Accordingly, the Middle Road Village in Başkale province, Badılhali plateau of Görentaş Village in Çatak province, Özalp District's Lower Molla Hasan Village, Gürpınar District's Road Down Village were studied. Interviews were conducted with 25 women in the neighbourhoods (villages) mentioned in the research, as well as with the headmen in the visited villages and shepherds in the plateaus. Since the research is still ongoing stage, only some preliminary findings will be included in this paper. These preliminary findings include such issues as similarities and differences between the fields studied during the production process of Van herby cheese. For example; there is a variety in the production of yeasts used in cheese making; in the use of herbs added to the cheese with different mixtures (sirmo, mendi, heliz, wild mint, oregano); in the role of women in the production process as well as in receiving benefits from economic output. Finally, it has been seen investigated that there are still serious problems that need to be solved on the way of producing cheese and making cheese as a touristic symbol.

**Keywords:** Touristic Asset, Van Herby Cheese, Van "Otlı" Cheese, Gender, Cultural Heritage, Rural Women

## **BATI AKDENİZ BÖLGESİNDE EKOTURİZM VE YEREL ÜRÜN İLİŞKİSİ**

**Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
falaeddinoglu@hotmail.com

**Avşin AYHAN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
avsinayhan@gmail.com

### **Özet**

Turizm insanların talep ve beklentilerinden etkilenen, doğayı, kültürü ve sosyal yaşamı etkileyen dinamik bir sektördür. Bu durum başta turist tiplerinde ve turizm çeşitlerinde bir değişme ve farklılaşmaya neden olduğu gibi turizmin zamana ve mekana yayılmasını da sağlamaktadır. Dolayısıyla yeni gelişen alternatif turizm çeşitleri ve bu turizm çeşitlerini deneyimlemek isteyen turistlerin varlığı turizmin dinamik olmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda turistlerin talep ve beklentileri sonucu ortaya çıkan ekoturizm, klasik turizm olarak adlandırılan deniz, kum, güneş turizmine alternatif olarak ortaya çıkmıştır. Ekoturizm doğanın ve kültürün korunmasını hedeflerken aynı zamanda yerel kültür unsurlarına saygı gösteren ve korumaya özen gösteren alternatif bir turizm çeşididir. Ekoturizmde, kültürün öneminden dolayı yerel ürünler önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle çalışmada Batı Akdeniz Bölgesinde Doğuda Çıralı, Batıda Dalyan sınırları içerisinde yer alan yerleşmelerdeki ekoturizm ve yerel ürünler çalışmaya konu edilmiştir. Çalışmada veri elde etme yöntemi olarak gözlem ve görüşmelere yer verilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda ekoturizm ve yerel ürünler arasında doğrudan bir ilişki olduğu anlaşılmıştır. Araştırma sahasında ekoturizmin yaygınlığını koruyor olmasında yerel ürünlerin sürece katkı sunduğu ve sürecin doğru yönetilmesi şartıyla bölgede sürdürülebilir bir turizmin gerçekleştirilebileceği sonucuna varılmıştır. Aynı zamanda bölgedeki ekoturizme konu olan alanlarda yerel ürünlerin önemli motivasyon kaynakları olduğu bilgisine ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Ekoturizm, Akdeniz, Yerel Ürün, Sürdürülebilir Turizm

## **ECOTOURISM AND LOCAL PRODUCT RELATIONSHIP IN THE WESTERN MEDITERRANEAN REGION**

### **Abstract**

Tourism is a dynamic sector which is influenced by the demands and expectations of people and affects nature, culture and social life. This situation causes a change and differentiation especially in the types of tourists and types of tourism, as well as the spread of tourism to time and space. Therefore, the newly developing alternative tourism types and the presence of tourists who want to experience these types of tourism ensure that tourism is dynamic. In this context, ecotourism, which emerged as a result of the demands and expectations of the tourists, emerged as an alternative to the sea, sand and sun tourism, also called classical tourism. Ecotourism is an alternative type of tourism that aims to protect nature and culture while at the same time respecting and protecting local cultural elements. In ecotourism, local products have an important place because of the importance of culture. Therefore, in this study, ecotourism and local products in the settlements located in the borders of Çıralı in the East and Dalyan in the West were studied. Observations and interviews were included in the study as a method of obtaining data. As a result of the findings, it was found that there is a

direct relationship between ecotourism and local products. It is concluded that sustainable products can be realized in the region provided that local products contribute to the process and that the process is managed properly. At the same time, it has been found out that local products are important sources of motivation in areas subject to ecotourism in the region.

**Keywords:** Ecotourism, Mediterranean, Local Product, Sustainable Tourism

## **VAN TARİHİ PEYNİRCİLER ÇARŞISININ TURİZM SEKTÖRÜ VE TURİZM GİRİŞİMCİLİĞİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**

**Dr. Öğr. Üyesi Emine CİHANGİR**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
eccihangir@gmail.com

**Doç. Dr. Kübra CİHANGİR ÇAMUR**

Gazi Üniversitesi  
ccamurster@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ŞEREMET**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
mseremet@hotmail.co.uk

**Özlem DEMİRHAN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
ozlemdmrhn.92@gmail.com

### **Özet**

Çarşı 2018 yılında Doğu Anadolu Kalkınma İdaresi Başkanlığı tarafından desteklenen projede yeniden onarım yapılmış ve sadece peynirciler çarşısı olarak yeni yüzüne kavuşmuştur. Yapılan bu çalışma ile “Van Tarihi Peynirciler Çarşısı” ve çarşı içinde faaliyet yürüten girişimlerin yapısı turizm girişimciliği odaklı analiz edilerek çarşının Van turizmi için önemine ortaya konulacaktır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi ve yapılandırılmamış mülakat tekniği kullanılmıştır. Van Tarihi Peynirciler Çarşısında amaçsal örneklem ve ikincil olarak kartopu örneklem yöntemi ile ulaşılan 16 kişi ile derinlemesine yüz yüze görüşmeler yapılmış olup veriler ses kayıt cihazına kaydedilmiş ve çözümlenmiştir. Bazı girişimcilerin birden fazla işletmesi olması ve görüşmelerde elde edilen bilgilerin tekrar etmeye başlaması nedeni ile görüşmeler 16 kişi ile bu sunum yeterli görülmüştür. Ancak makale sürecinde tüm evren ile görüşmeler tamamlanacaktır. Peynirciler Çarşısında toplam 55 Adet Dükkân bulunmaktadır. 9 'u Özel Mülkiyet 46 Adeti Van Büyükşehir Belediyesine aittir. Van Tarihi Peynirciler Çarşısında yer alan toplam 55 Adet İşletme içinde 'Süt ve Süt Ürünleri' alanında faaliyet gösteren 41 Adet Girişimci. Tarihi Peynirciler çarşısını yer alan girişimciler ile yapılan görüşmeler değerlendirildiğinde girişimcilik yapısı, sorunları ve turizme katkısı noktasında aşağıdaki bulgulardan bahsedebiliriz. Peynirciler çarşısında yer alan girişimcileri çoğunlukla aile büyüklerinden ikinci nesle geçenler oluşturmaktadır. Çarşıda ilk peynir satıcısı olarak çalışan girişimcilerde bunun yanı sıra yer almaktadır. Çarşıda yer alan işletmelerde görüşme yapılan girişimcilerden sadece birisi dışında hepsi sadece satıcı olduğunu belirtmektedir. Önceki halinde sakatat kaynaklı ciddi bir kokunun olduğunu ve görüntünün ziyaretçileri rahatsız ettiğini düşünmekteler. Çarşıda kadın girişimci yer almamaktadır. Girişimciler kadın girişimci noktasında veya sadece satış elamanı olarak bulunması noktasında ikiye ayrılmaktadır. Ancak, çoğunlukla mülk sahiplerinin kadınların çalışmasına sıcak bakmalarına rağmen, rolleri konusunda ise sadece satış danışmanı olmaları gerektiğini ifade edilmektedir. Çalışmada ayrıca çarşının yenilenmesiyle birlikte peynirin pazarlanması sürecinde çeşitli avantajlar ve dezavantajlar ortaya çıktığı da görülmektedir. Çarşının yapısal anlamdaki durumunda ise hala yasal statüsüyle ilgili çeşitli sorunların da olduğu ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik, Van Tarihi Peynir Çarşısı, Şehir Turizmi, Van “Otlı” Peyniri

## THE EFFECT OF VAN'S HISTORIC CHEESE BAZAAR ON TOURISM SECTOR AND TOURISM ENTREPRENEURSHIP

### Abstract

In 2018, the bazaar was reconstructed under the auspicious of the project which was supported by the Eastern Anatolia Development Agency. With this study, the Bazaar of Van Historical Cheese and its entrepreneurship structure operating has been investigated with a focus on tourism entrepreneurship and the role of the bazaar for Van tourism. As a part of qualitative research method, unstructured interview technique was used in this study. In-depth face-to-face interviews were conducted with 16 people who were approached by the means of purposive sampling and secondary snow-ball sampling method in Van Historical Cheese Bazaar. The collected data were recorded and analysed. Because of the fact that some entrepreneurs have more than one company and that the information obtained in the interviews reached to the saturation, this number of the interviewees were considered to be sufficient with 16 people. However, during the article process, conversations with remaining part of the universe will be completed. There is a total of 55 Shops in the Van Cheese market. Regarding shop ownership, there is imbalanced distribution such as the fact that despite 46 Private Ownerships owned by the locals, 9 belong to Van Metropolitan Municipality. Of which, 41 Entrepreneurs operating in the field of Milk and Milk Products in Van Historical Cheese Market. When the transcripts of interviews with the entrepreneurs involved in business of cheese in the market were evaluated, the following findings in terms of entrepreneurship structure, problems and contribution to tourism were emerged. Entrepreneurs in the cheese market are mostly heritage to them from the family elders. This means that the 2nd generation is the dominant figure in this business area. In addition to this, entrepreneurs working as the first cheese seller in the bazaar. All but one of the entrepreneurs interviewed in the bazaar states that they are only sellers. In the previous case of the bazaar (before reconstruction process), they think that there is a serious smell of offal and that the image was slightly discouraging for the visitors. Indeed, there is no women entrepreneurs in the bazaar. Entrepreneurs are divided into two as a female entrepreneur or only as a salesperson. However, it is often stated that although landlords are warmly attracted to the participation of women, they should only be sales consultants regarding their roles. In the study, it is seen that various advantages and disadvantages emerged during the marketing of cheese soon after the renewal of the bazaar. In the structural sense of the bazaar, there are still various problems regarding its legal status.

**Keywords:** Entrepreneurship, Van Historic Cheese Bazaar, City Tourism, Van Herby Cheese (Van "Otlu" Cheese)

## **KIRSAL SU KÜLTÜRÜNÜN UNUTULAN YÜZLERİ: SU SARNIÇLARI “BODRUM-KIZILAĞAÇ SU SARNIÇLARI KÜLTÜR-TURİZM ROTASI”**

**Doç. Dr. Kübra CİHANGİR ÇAMUR**

Gazi Üniversitesi  
ccamurster@gmail.com

### **Özet**

Bu çalışmada, Bodrum Yarımadası'nın hemen tamamında inşaa edilen ve “gümbet” olarak tanımlanan, Bodrum'un tarihsel, kültürel ve coğrafi özelliklerini yansıtan su sarnıçlarının konumları, yarımadadaki dağılımları ve yığılmaları incelenmiş, bir kültür rotası oluşturma olasılıkları üzerinde çalışılmıştır. Bodrum Yarımadası sarnıçları, yerel bilgiye göre Osmanlı Kanuni döneminde Rodos Seferi sürecinde ordunun su ihtiyacının karşılanması için inşaa edilmeye başlanmıştır ve ilk örneklerin mimarının Mimar Sinan olduğuna inanılmaktadır. Rodos seferi sonrasında da yerel su kültürünün bir bileşeni olarak kurak mevsimlerde su ihtiyacını karşılamak, yağmur suyunu depolayıp kullanmak üzere zamanın ileri gelenleri tarafından hayrat olarak inşa edilmelerine devam edilmiştir. Bu ilk örneklerden günümüze ulaşabilen az sayıda kitabeli sarnıçlardan en erkeni 1722'ye tarihlenebilmektedir. Farklı kaynaklara göre sayıları 300 ile 474 arasında değişen Bodrum yöresi sarnıçlarına ilişkin, Bizans dönemi sarnıçlarıyla karşılaştırıldığında az sayıda çalışma bulunduğu görülmektedir.

Bu çalışmanın ortaya çıkmasını sağlayan su sarnıçlarının varlığını bilmekle birlikte, mekansal yığılmalarına ilişkin ilk izlenim, Planlama Stüdyosu-5 kapsamında Ekim-2018'de Bodrum Yarımadası teknik araştırma gezisi sürecinde oluşmuştur. Yapılan literatür araştırmasında, Yarımada'daki 500'e yakın sarnıçtan 102'sinin fotoğraflarını ve koordinatlarını içeren “Sabahattin Bilsel Cistern/Sarnıç Fotoğraf Arşivi”ne ve sarnıçların bir bölümünün koordinatlarına ulaşılmıştır. Sarnıçların koordinat bilgileri kullanılarak Google Earth uygulamasından yerleri tespit edilerek NET-CAD programına aktarılmış ve sarnıç konumları sayısallaştırılmıştır. Sarnıçların Bodrum Yarımadası, Yalı Mevkii, Kızılağaç Mahallesi'nde yoğunlaştığı görülmüştür.

Çalışmanın bulguları, Anadolu coğrafyasında “sürdürülebilir su kültürünün temsilcileri ve unutulmuş yüzleri olan su sarnıçlarının korunması ve sürdürülmesi” temel hedefi ekseninde “Bodrum Yarımadası Sarnıç Kültürü-Turizm Rotası” önerisinin geliştirilmesinin altlığını oluşturmuştur. Leleg ve Karia Yolları ile Kızılağaç'ta buluşan öneri “Su Sarnıçları Kültür Rotası”, Bodrum'un mevcut kültür rotalarına katkı sağlayacak bir bileşendir. Çalışmada önerilen araştırma ile koruma-planlamada bütüncül bir yaklaşım ve işbirliği hedeflenmiş, yerel-merkezi aktörlerin sürece dahil olmasının önemi ve gereği vurgulanmış; tüm sarnıçların konumlarının belirlenmesi, tescili ve korunmasının önemi ortaya koyulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Su Sarnıçları, Kırsal Su Kültürü, Koruma Planlaması, Kültür-Turizm Rotası, Bodrum-Kızılağaç Türkiye.

## **THE FADING FACES OF RURAL WATER CULTURE: WATER CISTERNS “BODRUM-KIZILAĞAÇ WATER CISTERNS CULTURE-TOURISM ROUTE”**

### **Abstract**

In this study, the locations, distributions, agglomeration, and the possibility of forming a cultural route of water cisterns are examined. These cisterns are defined as “gümbet” locally,

and constructed in almost all of the Bodrum Peninsula, reflecting historical, cultural and geographical characteristics of Bodrum. According to local knowledge, the Bodrum Peninsula cisterns started to be built to meet the water needs of the Ottoman army during the Rhodes during the Kanuni Period and it is believed that the architect of the first examples was Sinan the Architect. After the Rhodes Expedition, as a component of the local aquaculture, they continued to be built by the notables of the time to meet the water demand during dry seasons and to store and use rainwater. The earliest of the few examples with inscriptions, dating from these early examples, can be dated to 1722. According to different sources, there are very few studies on the Bodrum cisterns, which vary between 300 and 474, compared to the Byzantine cisterns.

Although we know the existence of the water cisterns that led to this study, my first impression of spatial agglomeration occurred during the Bodrum Peninsula technical tour in October-2018 within the scope of Planning Studio-5. In the continuation of the study, the literature search led us to the Sabahattin Bilsel's Cistern Photo Archive that contains the photographs and coordinates of 102 of the approximately 500 cisterns in the Peninsula. Using the coordinate information of the cisterns, the locations of the cisterns were determined from the Google Earth application and transferred to the NET-CAD program and the cistern locations were digitized. The digitized findings show that the cisterns are located mainly in the Bodrum Peninsula, Yalı Mevkii, Kızılağaç Neighbourhood.

The outcomes of this study underpin the need for developing the "Bodrum Peninsula Cistern Culture-Tourism Route" proposal that firstly aims the determination, registration, and protection-maintenance of all 500 water cisterns which are representatives of forgotten faces of Anatolia sustainable water culture. The proposed "Kızılağaç Water Cisterns Culture and Tourism Route" can also be a part of Leleg and Caria Roads and contribute to the cultural routes of Bodrum.

The research proposed in this study aimed at a holistic approach and cooperation in protection-planning and emphasized the importance and necessity of the involvement of local-central actors; and the significance of determination of the location, registration, and protection of all cisterns has been revealed.

**Keywords:** Water Cisterns, Rural Water Culture, Protection Planning, Culture and Tourism Route, Bodrum-Kızılağaç-Turkey



## **YENİ TURİZM TESİSLERİ UYGULAMA YÖNETMELİĞİ: KIYI KULLANIMLARI VE YAPILAŞMA ÜZERİNE ETKİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

**Doç. Dr. Kübra CİHANGİR ÇAMUR**

Gazi Üniversitesi  
ccamurster@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Emine CİHANGİR**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
eccihangir@gmail.com

**Ekinsu ÇAMUR**

Ankara Üniversitesi  
ekinsucamur@gmail.com

### **Özet**

Kıyılar ve kıyı kanunu kapsamındaki kıyı bölgeleri, Türkiye'de devletin hüküm ve tasarrufu altındadır. Kıyılar herkes tarafından eşit ve ücretsiz kullanıma açıktır. Kıyı bölgelerinden ve kıyı şeritlerinden yararlanırken halkın kullanımı öncelikle göz önünde bulundurulur. Kıyı alanları ve özellikle kıyı-orman birlikteliğini taşıyan alanların bozulmaya daha fazla eğilimli hassas alanlar olduğu ve kıyı planlamasının entegre bir bağlamda yapılması gerektiği üzerinde uzlaşılan bir konudur. 06 Temmuz 2019'da Türkiye'de yeni bir dört ve beş yıldızlı turizm tesisleri yönetmeliği yürürlüğe girmiştir. Bu düzenleme ile, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yetkisinde olan kıyı-orman alanlarının planlamasında değişiklikler getirilmiştir. Halihazırda ormandan turizm tesis alanı tahsis edilmiş ve tahsis edilecek olan 4 ve 5 yıldızlı turistik tesislere ek yapılaşma hakları tanınmıştır.

Bu çalışma yeni mevzuatın, kıyı kullanımları, kıyıların kontrolü ve 4-5 yıldızlı tesislerin ek inşaat haklarının kıyılar üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesine odaklanmaktadır. Asıl soru "ormandan tahsisli tesislere komşu kıyı alanlarının halk tarafından kullanımında nelerin değişeceği?"

Ayrıca, çalışmada özellikle kıyı bölgelerinde planlama, yönetim ve kullanımda çevreye etkiler temelinde ortaya çıkabilecek olumsuzluklar irdelenecektir. Kıyı mevzuatı, geçmiş, bugün ve gelecekteki içeriğine göre değerlendirilecektir. Kıyı alanları planlaması, kurumlar, örgütler ve kıyı alanlarına yönelik uluslararası koruma mevzuatı, bütüncül bir yaklaşımla incelenecek, kıyı-orman arazilerinin tahsis koşullarındaki değişimler turizme ve kamusal kullanıma olası etkileriyle incelenecektir.

Anahtar Sözcükler: Turizm Tesisleri Uygulama Yönetmeliği, 4-5 Yıldızlı Turizm Tahsisleri, Kıyı Alanları, Kıyı Planlaması ve Koruma, Türkiye

## **NEW TOURISM FACILITIES IMPLEMENTATION REGULATION: AN EVALUATION OF IMPACTS ON COASTAL USAGE AND CONSTRUCTION**

### **Abstract**

The coasts and adjacent coastal areas are under the rule and control of the state in Turkey. Coasts are open to equal and free use by all. The public interest is primarily taken into consideration when benefiting from coastal areas and coastal lanes.

It is agreed that coastal areas and especially coastal-forest areas are much more prone to degradation and coastal planning should be done in an integrated context.

New 4 and 5-star tourism facilities regulation has been enacted in July 2019 Turkey. This regulation changed the planning rules of coastal-forest areas that are under control of the Ministry of Culture and Tourism. It granted new and additional construction rights to 4 and 5-star tourist facilities that are and will be allocated.

This study focuses on an evaluation of the impacts of the new legislation on coastal uses, coastal control and additional construction rights of those 4 and 5-star facilities. The main question is "what will change in the use of coastal areas by the public?" and this is already a very problematic area for them.

Besides, the effects of the legal amendment will be examined to clarify the possible negative effects that may arise especially in planning, management and use of coastal areas on the basis of environmental considerations. The fragile relationship between nature, public use and coastal economic uses such as tourism will be assessed according to their past, present, and future status in relation to former and actual coastal legislation. Coastal protection planning, institutions, organizations and international protection legislation for coastal areas will also be examined with a holistic approach and changes in the allocation conditions of coastal-forest lands will be examined with possible effects on tourism and public use.

**Keywords:** Tourism Facilities Implementation Regulation, 4-5 Star Tourism Allocations, Coastal Areas, Coastal Planning and Protection, Turkey

## **ŞEHİRDE YAŞAMA İSTEĞİNİN MARKA KİŞİLİĞİ VE MARKA ALGISI, TUTUM VE MEMNUNİYET ÜZERİNDE YARATTIĞI FARKLILIKLAR: VAN İLİ ÖRNEĞİ**

**Dr. Öğr. Üyesi Sanem ŞEHRİBANOĞLU**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
sanem@yyu.edu.tr

**Prof. Dr. Reha SAYDAN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
rsaydan@yyu.edu.tr

**Dr. Öğr. Üyesi Emine CİHANGİR**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
eminecihangir@yyu.edu.tr

**Arş. Gör. Dr. M.Fuat LEVENDOĞLU**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
fuadlevendoglu@yyu.edu.tr

### **Özet**

Kentleri birbirinden ayıran, onu eşsiz yapan doğal güzellikleri, tarihi mirası ve sosyo-kültürel yaşamıdır. Bu özellikler kentlere zengin bir kişilik ve güçlü bir kentsel marka imajı kazandırır. Kentte yaşayan bireylerin yaşadıkları kente yönelik algıları, bu algıların sonucunda o kente ilişkin tutumları ve nihayetinde oluşan olumlu veya olumsuz memnuniyetleri, kentin önemli bir destinasyon merkezi olabilmesi, küresel sermayeyi kendine çekecek pazarlara dönüştürebilmesi ve kendini cazibe merkezi haline getirecek projelerin hayata geçirilebilmesi ve nihayetinde pazarlanabilir güçlü bir kent markası oluşturması açısından önemli ipuçları sunar. Bu çalışmada kentin kişilik ve markasına yönelik oluşan algı kentte yaşamlarını sürdürmek isteyen kent sakinleri ile gelecekte bu kentte yaşamak istemeyenler kapsamında değerlendirilmiştir. Araştırmamızın örneklemini Van'da yaşayan bireyler oluşturmaktadır. 1018 kişi ile gerçekleştirilen araştırmada Kentin Kişilik ve Marka algısına yönelik olarak gruplar arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kent Markası, Kentin Marka İmajı, Kent Sakinleri, Kentin Kişiliği, Kentin Marka Algısı

## **THE EFFECT OF THE LIVING DESIRE IN THE CITY ON BRAND PERSONALITY AND BRAND PERCEPTION, ATTITUDE AND SATISFACTION: A CASE OF VAN PROVINCE**

### **Abstract**

It is the natural beauties, historical heritage and socio-cultural life that makes the cities unique. These features give cities a rich personality and a strong urban brand image. Perceptions of the city residents attitudes and their positive or negative satisfaction, give important clues for the city to become an important destination center, to transform the global capital into markets that will attract itself and to realize the projects that will make itself a center of attraction and to create a marketable strong city brand.

In this study, the perception of the personality and brand of the city was evaluated within the scope of the city residents who want to live in the city and those who do not want to live in the city in the future. The sample of the study consists of individuals living in Van. In the study conducted with 1018 people, it was found that there were statistically significant differences between the groups regarding the city's perception of personality and brand.

**Keywords:** City Branding, City Image, City Residences, City Personality, Residences Perception's

## **VAN-İRAN İLİŞKİLERİNE STRATEJİK BİR BAKIŞ AÇISI: KAPIKÖY SINIR KAPISI ETKİSİ**

**Dr. Öğr. Üyesi Burcu TURAN TORUN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
burcuturan@yyu.edu.tr

**İlyas ÖZKAN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
İlyasozkan65@gmail.com

### **Özet**

Geçmişten günümüze giderek önemi artan ve önemli bir gelir kaynağı olarak gösterilmeye başlayan turizm hem hizmet sektörü için hem de toplumlar arası etkileşimde pozitif bir rol oynayarak aktif bir pazar haline gelmiştir. Özellikle gelişimini tamamlayamamış şehirlerimiz için ekonomik, sosyaleve kültürel yönden birçok fırsatlar sunmuş se sunmaya devam etmektedir. Turizmi ülkemizin doğu ve güneydoğusunda bulunan iller için ele aldığımızda dikkatimizi çeken ise sınır kapılarımızın bu pazara etkisi. Zira sınır kapılarımızın iki ülke arasındaki doğal olarak oluşturduğu ticaret ekonomisine canlılık getirirken, refah seviyesinin yükselmesi ve istihdamın artmasına neden olmaktadır. Özellikle Van son yıllarda bayramlarda ve nevruz da İranlı turistlerin yoğun bir ilgisiyle karşılanmaktadır. Yeni açılan Kapıköy sınır kapısı Van ile İran arasında önemli bir bağlantıdır.” Bu çalışmanın amacı Van’a gelen İranlı turistlerin tüketici özelliklerinin belirlenmesi ve Van ilinin turizm potansiyelinin geliştirilmesinde potansiyelin olmasına karşı çeşitli nedenlerden dolayı diğer illere göre turizmden az yararlanmakta olan Van ilinin en önemli hedef kitlesi olan ve Van’ı ziyaret eden İranlı turistlerin özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu nedenledir ki bu çalışma, Van ili için aktif bir Pazar olan İranlı turistlerin Van ilini ziyaretleri ile ilgili kapıköy sınır kapısının verilerinin elde edilmesi ve bu verilerin değerlendirilmesine göre Van ile İran ilişkilerinde stratejik bir bakış açısı amaçlanmıştır. Anahtar Sözcükler: Kapıköy, İran, Ticaret, Sınır Kapısı

## **A STRATEGIC PERSPECTIVE ON VAN-İRAN RELATIONS: KAPIKOY BORDER CROSSING EFFECT**

### **Abstract**

Tourism has become an active market by playing a positive role both for the service sector and for inter-communal interaction, which has been increasingly recognized as an important source of income from the past to the present. It continues to offer many economic, social and cultural opportunities especially for our cities which have not completed their development. When we consider tourism for the provinces located in the east and southeast of our country, the effect of our border gates on this market is our attention. Because while it brings vitality to the trade economy naturally created by our border gates between the two countries, it leads to an increase in welfare and employment. Especially in recent years, Van and Nevruz have been attracted by Iranian tourists with great interest. The aim of this study is to determine the consumer characteristics of Iranian tourists coming to Van and to improve the tourism potential of Van province. The aim of this study was to determine the characteristics of Iranian tourists visiting Van. For this reason, this study aimed to obtain the data of the Kapikoy border

crossing regarding the visits of the Iranian tourists, which are an active market for Van, to Van province, and to evaluate these data, a strategic perspective in Van-Iran relations.

**Keywords:** Kapikoy, Iran, Trade, Border Crossing

## ŞEHİR OTELLERİNDE UYGULANAN REKREATİF AMAÇLI ANİMASYON FAALİYETLERİNİN HİZMET SATIŞLARINA ETKİSİ: VAN İLİ ÖRNEĞİ

**Dr. Öğr. Üyesi Songül Özer**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
songulduz@yyu.edu.tr

**Ayça Sena ÖNALAN**

Van yüzüncü Yıl Üniversitesi  
aycasena\_@hotmail.com

### Özet

Günümüzde çalışma koşullarının iyileştirilmesi sonucunda boş zamanın artması ve küreselleşme ile birlikte sınırların kalkması, insanların turizm faaliyetine katılma eğilimleri de artmıştır. Sayfiye otelleri açısından bakıldığında, son yıllarda turistlerin tatil tercihlerini etkileyen en önemli faktörlerin başında ise otel bünyesinde gerçekleştirilen rekreatif amaçlı animasyon faaliyetleri gelmektedir. Ancak şehir otelleri açısından rekreatif amaçlı animasyon faaliyetleri incelendiğinde ise otellerin hizmet satışlarını nasıl etkilediği merak konusu olmaktadır. Bu çalışmada Van ilinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı turizm işletme belgeli ve belediye belgeli oteller bünyesinde gerçekleştirilen rekreatif amaçlı animasyon faaliyetlerinin hizmet satışları üzerindeki etkisi incelenmektedir. Bu çalışmada inceleme (survey) yöntemi kullanılmış olup veri toplama tekniği olarak anket uygulanmıştır. Çalışmanın evrenini Van ilinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri yöneticileri oluşturmaktadır. Bu yöneticiler arasında otel genel müdürleri, satış ve pazarlama müdürleri ile önbüro müdürleri yer almaktadır. Çalışmanın sonucunda şehir otellerinde rekreatif amaçlı animasyon faaliyetlerinin söz konusu otellerdeki hizmet satışlarını nasıl etkilediği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler;** Turizm, Rekreasyon, Animasyon, Şehir Otelleri

## THE EFFECT OF RECREATIVE PURPOSE ANIMATION ACTIVITIES APPLIED IN CITY HOTELS: THE CASE OF VAN

### Abstract

Nowadays, as a result of improving working conditions, increasing leisure time and increasing borders along with globalization, people's tendency to participate in tourism activities has increased. In terms of holiday hotels, the most important factor affecting the holiday preferences of tourists in recent years is the recreational activities carried out within the hotel. However, when the animation activities for recreational hotels are examined in terms of city hotels, it is wondered how the hotels affect the service sales. In this study, the effects of recreational animation activities carried out in hotels with 4 and 5 star tourism operation certificate and municipal certificate in Van province on service sales are examined. In this study, survey method was used and questionnaire was applied as data collection technique. The population of the study consists of managers of 4 and 5 star hotels operating in Van. These managers include hotel general managers, sales and marketing managers and front office managers. As a result of this study, it has been determined how recreational animation activities in city hotels affect service sales in these hotels.

**Keywords;** Tourism, Recreation, Animation, City Hotels

## **TURİZM SEKTÖRÜNDE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMALARI: VAN İLİ ÖRNEĞİ**

**Dr. Öğr. Üyesi Burcu TURAN TORUN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
burcuturan@yyu.edu.tr

**İlyas ÖZKAN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
İlyasozkan65@gmail.com

### **Özet**

Küreselleşmeyle beraber günümüz işletmeleri sürdürülebilirlik ve karlılıklarını sadece işletme içi faktörlerle ilişkilendirmekle kalmayıp toplumsal sosyal sorumluluk, çevre eğitim gibi değişkenlerle de bağdaşmaktadır. Küreselleşmenin olumlu olumsuz sonuçlarıyla birlikte tüketiciler de işletmelerin sorunlara duyarız kalmalarını istememektedir. İşletmeler toplumun amaçlarına hizmet ederek ve değer ölçütlerine uygun politikalar belirleyerek faaliyetlerini yürütmek zorundadırlar. Bu yüzden kurumlar dış çevreden gelen baskıyla beraber sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelme ihtiyacı duymuşlardır. Yapılan araştırmalar ise özellikle turizm sektöründe kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının önemli bir role sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Çalışmada Van ilinde bulunan turizm sektörünün önemli temsilcilerinden olan otel işletmelerinin kurumsal sosyal sorumluluk anlayışını ve uygulamalarını belirlemek amaçlanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Turizm, Sosyal Sorumluluk, İşletmeler

## **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICES IN TOURISM SECTOR: THE CASE OF VAN PROVINCE**

### **Abstract**

Along with globalization, today's businesses not only link their sustainability and profitability with internal factors, but they are also compatible with variables such as social social responsibility and environmental education. Together with the positive and negative consequences of globalization, consumers do not want businesses to be insensitive to the problems. Businesses are obliged to carry out their activities by serving the aims of the society and determining policies in accordance with the criteria of value. Therefore, the institutions felt the need to engage in social responsibility activities with the pressure from the external environment. Researches show that corporate social responsibility practices play an important role especially in tourism sector. In this study, it is aimed to determine the corporate social responsibility understanding and applications of hotel enterprises which are one of the important representatives of tourism sector in Van.

**Keywords:** Tourism, Social Responsibility, Businesses



## TURİZM SEKTÖRÜNDE TERS MOBBİNG KAVRAMI

**Dr. Öğr. Üyesi Burcu TURAN TORUN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
burcuturan@yyu.edu.tr

**İskender HAKAN**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
iskenderhakan@gmail.com

### Özet

Ters mobbing, bir veya birden fazla astın üstüne (yöneticisine) karşı psikolojik bir savaş açarak üstün hiyerarşik yapısını bozmaya yönelik politik oyunlar içerisine girmesidir. Ters mobbing kavramının mobbing kavramından farkı mobbingde çalışanın işini kaybetmesi söz konusu iken ters mobbingte yönetici pozisyonunda olan kişinin pozisyonunu kaybetmesi söz konusudur. Dolayısıyla bu pozisyon kaybının işletme, örgüt veya organizasyona yaşattığı kayıp göz önüne alındığında ters mobbing zaman zaman mobbingten daha tehlikeli olan bir tutumdur. Bu sebeple ters mobbing davranışının oluşmasına sebep olan iç, dış, kişisel tüm etmenlerin incelenmesi gerekmektedir. Bu çalışmamızda Van Konaklama işletmelerinde yöneticilerin astları tarafından ters mobbing davranışına maruz kalıp kalmadığı, bu davranışlar varsa ne ölçüde ve ne sıklıkla bu davranışa uğradıkları incelenmeye çalışılacaktır. Çalışmada yöneticilerin bu davranışlarla ilgili farkındalıkları ve geliştirdikleri yada uyguladıkları çözüm önerileride ortaya konmaya çalışılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Mobbing, Tersmobbing, Konaklama işletmeleri.

## THE CONCEPT OF REVERSE MOBBİNG İN TOURISM SECTOR

### Abstract

Reverse mobbing is one of more than one subordinate (manager) by opening a psychological war against the superior hierarchical structure to enter into the political games to disrupt the mobbing concept. Therefore, considering the loss caused by this position loss to business, organization or organization, reverse mobbing is a more dangerous attitude from time to time than mobbing. In this study, it will be tried to examine whether managers have been exposed to reverse mobbing behavior by subordinates in Van Hospitality establishments, and if so, how often and how often they have been subjected to this behavior

**Key words:** Mobbing, Tersmobbing, Hospitality

## VAN'IN ULUSLARARASI TURİZM PAZARI

**Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
falaeddinoglu@hotmail.com

**Cihat ŞİT**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
cihatsit@hotmail.com

### Özet

Şehirler kendilerini geliştirmek ve uluslararası alanda kabul görmek için sürekli rekabet ederler. Bu rekabetin temel nedenlerinden biri de yeterli düzeyde turizme konu olmaktır. Şüphesiz turist almak için öncelikle doğal ve beşeri çekim kaynaklarına sahip olmanız ve sonrasında bunları pazarlayabilmek için doğru stratejiler geliştirmeniz gerekmektedir. O nedendir ki ürün ve pazar ilişkisi turizm araştırmalarının en popüler (önemli) konularından biri olmuştur.

Bu çalışmada Van'ın turizme konu olan kaynakları, turizm pazarı, uluslararası turistlerin profilleri konuları ele alınmıştır. 1970'lerden beri uluslararası turizme konu olan Van, önemli turizm çekiciliklerine sahip olmasına karşın turizm karar vericiler doğru stratejiler geliştiremediği için yeteri kadar gelişmemiştir. Dahası oransal olarak gerileme yaşanmıştır. Ayrıca ilin doğal şartlarının olumsuzluğu, gelişmiş bölge ve illerden uzak olması, doğal afetlerin yarattığı yıkım, iş imkânlarının yetersiz olması ve hızlı nüfus artışı maalesef Van'ın uluslararası turizme yeterince konu olmasını engellemiştir. Ancak il bir bütün olarak incelendiğinde gelişmesini ve kalkınmasını büyük ölçüde turizm üzerinden gerçekleştirebileceği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda yapılan literatür araştırmaları ve sahadan elde edilen bulgular, Van'ın, 1980'li yıllarda ağırlıklı olarak Batı Avrupalı turistleri ağırladığını ancak günümüzde ne yazık ki uluslararası turizm pazarındaki payının büyük ölçüde daraldığını göstermektedir. Van geçmişte Amerika, Avrupa ve Uzak Doğu gibi geniş bir pazara hitap edebiliyorken günümüzde rekabet etkinliğini çeşitli sebeplerden dolayı kaybetmiş ve maalesef sadece İranlı turistlere endekslenen bir turizm pazarı haline gelmiştir. Bu çerçeveden bakıldığında uluslararası turizm pazarının yönetilmesi konusunda doğru kararların alınmadığı söylenebilir. Van turizminin gelişimine dair zaman çizelgesi incelendiğinde turizm pazarlama stratejileri ve destinasyon algısının iyi yönetilmediği ve bu konunun bir turizm destinasyonu olmanızda ne kadar önemli olduğu çalışmada ele alınmıştır. Ayrıca çalışmada uluslararası turizm stratejileri ve Van'ın bu anlamda nerede olduğu bilgisine de yer verilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Van, Uluslararası Turizm, Turizm Pazarı, Destinasyon, Turizm Stratejisi

## INTERNATIONAL TOURISM MARKET OF VAN

### Abstract

Cities compete with each other continuously in order to develop themselves and to be accepted in international arena. One of the major reasons of this competition is to be subject to tourism enough. It is no doubt that to take tourist first of all you need to have natural and human attraction resources and then you need to develop right strategies in order to market them. It is for this reason that product and market relation has been one of the most popular (essential) topics of tourism researches.

In this study, the resources of Van which have been topic to tourism, its tourism market, the profiles of international tourists have been handled. Van, where has been topic to international tourism since 1970's, hasn't developed enough because of the fact that deciders haven't developed right strategies although it has important tourism attractions. What is more, there has been a proportional decline. Unfortunately, the negative natural conditions of the province, the distance from developed regions and cities, the destructiond caused by natural disasters, insufficient job opportunities and rapid population growth have had negative effect on the development. However, when the province is examined as a whole, is it understood that it owes its development and evolution primarily to tourism. Literature researches which have been made in this context and field findings show that Van has hosted mainly West European tourists in 1980's but Unfortunately, its share in the international tourism market has shrunk to a great extent today. While Van was able to cater to a wide market such as America, Europe and the Far East in the past, today it has lost its competition efficiency for various reasons and unfortunately it has become a tourism market only indexed to Iranian tourists. From this perspective, it can be said that right decisions haven't been made about managing international tourism market. When the timeline related to the Van's tourism development is examined, it is seen that tourism marketing strategies and the perception of destination haven't been managed well and this study handles how much this topic is important for being a tourism destination. In addition, this study includes information on international tourism strategies and where Van is located in this sense.

**Keywords:** Van, International Tourism, Tourism Market, Destination, Tourism Strategy

## **VAN KAHVALTISININ ZİYARETÇİ YORUMLARI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: TRIPADVISOR ÖRNEĞİ**

**Arş. Gör. Asef SUBAŞI**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
asefsubasi@yyu.edu.tr

**Arş. Gör. Serkan ROL**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi  
serkanrol@yyu.edu.tr

### **Özet**

Dünyada değişen tüketim alışkanlıkları ve buna bağlı olarak gelenekselleşmiş ürün ya da değerlerin bağlı bulunduğu yöreye göre nasıl konumlandırıldığı ve turizm ürünü olarak nasıl sunulduğu gerçeği mevcuttur. Kendi yöresine uygun ve yeme içme alışkanlıklarına göre şekillenen ve gastronomik bir kimliğe sahip olan bölgesel ürünler özgün kalabilme ve korunma sorunları yaşayabilmektedirler.

Van ilinin önemli değerleri arasında yer alan Van Kahvaltısı; hakiki Van balı, yoğurt kaymağı, süt kaymağı, yayık tereyağı, cacık, otlu peynir, örme peynir, beyaz peynir, kavurmalı-sucuklu yumurta, zeytin, murtuğa, kavut ve gencirundan meydana gelir. Başlıca özelliği yiyeceklerin tamamen doğal ürünlerden oluşması olan Van Kahvaltısı, taze demlenmiş semaver çayı ve taş fırınlarda pişirilen lavaş ekmeği ve Van Çöreği ile sunulur (Van İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü). Son yıllarda tanınırlığı giderek artan Van Kahvaltısı, ülke genelinde yaygınlaşmış ve çeşitli büyüklüklerdeki işletmelerde sunulmaya başlanmıştır. Van Kahvaltısının sunumu ve ürün kalitesinde işletmeden işletmeye farklılık gösterebilmektedir. Ayrıca bu farklılık, bazen markalaşma yolunda ilerlemiş ve bilinirliği artmış bu ürünün imajına zarar vermekte, ürün hakkında olumsuz örnekler oluşturabilmektedir.

Van Kahvaltısı hakkında çeşitli sosyal medya platformlarında kullanıcılar tarafından yorumlar yapılmıştır. Bu çalışmada Van'da ve diğer illerde bulunan Van kahvaltısı adıyla ürünlerini hizmete sunan işletmeler ele alınmış, bu işletmeler için TripAdvisor web sitesi üzerinden online olarak yapılan ziyaretçi yorumları incelenmiştir. Van kahvaltısının ziyaretçi yorumları açısından değerlendirilerek özgünlüğüne uygun olumlu ve olumsuz yönlerinin ortaya konulması amaçlanan bu çalışmada, online toplulukların paylaşımlarından elde edilen veriler üzerinden içgörü edinmeyi amaçlayan Netnografi yöntemi benimsenmiştir. Kullanıcı yorumları incelenmiş ve işletmelerin Van Kahvaltısının sunuş şekillerinde hem olumlu hem de olumsuz farklılıklar olduğu görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Van Kahvaltısı, Gastronomi, TripAdvisor, Netnografi

## **EVALUATION OF VAN BREAKFAST CONCEPT THROUGH VISITOR'S COMMENTS: CASE OF TRIPADVISOR**

### **Abstract**

There is a changing consumption habits in the world and the fact that traditional products or values are positioned according to the region they are connected to and presented as a tourism product. Regional products that are suitable for their region and shaped according to their

eating and drinking habits and which have a gastronomic identity may have problems of being able to remain original and protected.

Van Breakfast, which is one of the important values of Van province; It consists of genuine Van honey, yoghurt cream, milk cream, churned butter, cacik, cheese, feta cheese, roasted-sausage eggs, olives, murtuğa, kavut and gencir. The main feature of the food is that it consists of all-natural products, served with freshly brewed samovar tea and lavash bread cooked in stone ovens and Van Donuts (Van Provincial Directorate of Culture and Tourism). The Van Breakfast, which has become increasingly popular in recent years, has become widespread throughout the country and has started to be served in businesses of various sizes. The presentation and product quality of Van Breakfast may vary from business to business. In addition, this difference, sometimes on the way to branding and increased awareness of the image of this product, damaging the image, can create negative examples about the product.

Users commented on Van Breakfast on various social media platforms. In this study, the companies that offer their products under the name of Van Breakfast in Van and other provinces are discussed and the visitors' comments made online for these businesses are examined. In this study, it is aimed to evaluate the Van breakfast in terms of visitor comments and to reveal the positive and negative aspects of the breakfast in accordance with its originality. User comments were examined and it was seen that there were both positive and negative differences in the way of presentation of Van Breakfast.

**Keywords:** Van Breakfast, Gastronomy, TripAdvisor, Netnografi