

# İETT

2021

ULUSLARARASI • INTERNATIONAL

# TURİZMDE YÜKSELEN EĞİLİMLER KONGRESİ

CONGRESS OF EMERGING TRENDS IN TOURISM

## ÖZET BİLDİRİ KİTABI





**INTERNATIONAL CONGRESS OF EMERGING TRENDS IN  
TOURISM (ICETT 2021)  
ULUSLARARASI TURİZMDE YÜKSELEN EĞİLİMLER  
KONGRESİ**

**30 September - 02 October 2021  
KONYA TURKEY**

**ABSTRACTS BOOK  
KONGRE ÖZET KİTABI**

**EDITORS**

**Res. Assist. Alper KAYA**

**Res. Assist. Mustafa YILMAZ**

**Res. Assist. Saadet ZAFER KAVACIK**

**Res. Assist. Sinan USLU**

**Res. Assist. Zekeriya YETİŞ**





Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları: 88  
**Uluslararası Turizmde Yükselen Eğilimler Kongresi  
Özet Kitabı**

**Editörler / Editors**

Res. Assist. Alper KAYA  
Res. Assist. Mustafa YILMAZ  
Res. Assist. Saadet ZAFER KAVACIK  
Res. Assist. Sinan USLU  
Res. Assist. Zekeriya YETİŞ

**Grafik & Tasarım / Graphic & Design**

Büşra UYAR  
Muhammed Sami TEKİN  
Mustafa ALTINTEPE

**E-ISBN**

978-625-7517-45-4

**NEUPRESS**

Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları  
Yaka Mah. Yeni Meram Cad. Kasım Halife Sok.  
No: 11/1 Meram / KONYA  
0332 221 0 575 - [www.neuyayin.com](http://www.neuyayin.com)

Kasım, 2021



- Bu eser Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.
- This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.



## HONORARY COMMITTEE

**Vahdettin ÖZKAN** - Konya Valisi  
**Uğur İbrahim ALTAY** - Konya Büyükşehir Belediyesi / Başkan  
**Prof. Dr. Cem ZORLU** - Necmettin Erbakan Üniversitesi / Rektör

## HEAD OF CONFERENCE

Prof. Dr. Fatma ARSLAN, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye

## ORGANIZING COMMITTEE MEMBERS

Selim Yücel GÜLEÇ, Konya Büyükşehir Belediyesi Dış İlişkiler Dairesi Başkanı  
Coşkun BİLGİ, Konya Büyükşehir Belediyesi, Turizm Şube Müdürü  
Dr. Ahmet BÜYÜKŞALVARCI, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Fatma ARSLAN, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Ferdi BİŞKİN, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Halil AKMEŞE, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Hatice Ferhan NİZAMLIOĞLU, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Hilmi Bahadır AKIN, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. İbrahim Hakkı KAYNAK, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Kevser ÇINAR, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Murat KOÇYIĞIT, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Mustafa Sabır BOZOĞLU, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Yalçın TÜKEL, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye

## ORGANIZING COMMITTEE

Dr. A. Büşra MADENCİ, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Abdurrahman DİNÇ, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Aynur GÜLENÇ BİRSEN, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Ceyhun Can ÖZCAN, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Eda GÜNEŞ, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Hasan Ali ERDOĞAN, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Mehmet DEMİREL, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Mehmet Fatih BERK, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Mustafa Cüneyt ŞAPCILAR, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Özgür ÖZER, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Selman BAYRAKCI, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Sercan ARAS, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Soner ARSLAN, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Ümit SORMAZ, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Yasin BİLİM, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Yeliz PEKERŞEN, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Yılmaz SEÇİM, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye

**SECRETARIAT**

Dr. Selman BAYRAKCI

Dr. Sercan ARAS

Ress. Assist. Alper KAYA

Ress. Assist. Mustafa YILMAZ

Ress. Assist. Saadet ZAFER KAVACIK

Ress. Assist. Seda YETİMOĞLU

Ress. Assist. Sinan USLU

Ress. Assist. Zekeriya YETİŞ

**SCIENTIFIC COMMITTEE**

Dr. Abdullah BADEM, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Türkiye

Dr. Ahmad JAMAL, Cardiff University, Wales

Dr. Ahmet B. ÖZTÜRK, University of Central Florida, USA

Dr. Aleksandra ŁAPKO, Maritime University of Szczecin, Poland

Dr. Ali AFSHAR, Institute of Higher Education of Eqbal Lahoori, Iran

Dr. Ali YAYLI, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye

Dr. Alin Larion, Universitatea Ovidius Constanța, Romanya

Dr. Andrea INSCH, University of Otago, New Zealand

Dr. Atara SIVAN, Hong Kong Baptist University, Hong Kong

Dr. Attila DONKA, Kodolonyi Janos University, Hungary

Dr. Bülent GÜRBÜZ, Ankara Üniversitesi, Türkiye

Dr. Carlos FERNANDES, Polytechnic Institute of Viana do Castelo, Portugal

Dr. Cihan ÇOBANOĞLU, University of South Florida, USA

Dr. Çağatay ÜNÜSAN, KTO Karatay Üniversitesi, Türkiye

Dr. Dana BADAU, University of Medicine and Pharmacy of Tirgu Mures, Romanya

Dr. Dallen J. TIMOTHY, Arizona State University, USA

Dr. Duygu H. DEMİREL, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye

Dr. Düriye BOZOK, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye

Dr. Emrah SERDAR, İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa, Türkiye

Dr. Enrico PANAI, University of Sassari, Italy

Dr. Erdoğan KOÇ, Bahçeşehir Üniversitesi, Türkiye

Dr. Erol DURAN, Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi Türkiye

Dr. Ezgi ERTÜZÜN, Selçuk Üniversitesi, Türkiye

Dr. Fatma Esra GÜLEÇ, Karabük Üniversitesi, Türkiye

Dr. Farzand Ali JAN, Iqra University (Rector Vice), Pakistan

Dr. Ferah ÖZKÖKÖK, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Türkiye

Dr. Feridun DUMAN, Batman Üniversitesi, Türkiye



- Dr. Festus Victor BEKUN, Gelişim Üniversitesi, Turkey
- Dr. Frances MCGETTINGAN, Athlone Institute of Technology, Ireland
- Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Gevat CECİLİA, Ovidius University of Constanta, Romanya
- Dr. Gülsün YILDIRIM, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Türkiye
- Dr. H. Alper GÜNGÖRMÜŞ, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Halil SAROL, Kırıkkale Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Halyna KUSHNIRUK, Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine
- Dr. Istvan EGRESI, Babeş-Bolyai University, Romania
- Dr. İbrahim ÇETİN, Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
- Dr. İlinka TERZYKSA, South-West University Neofit Rilski, Bulgaria
- Dr. İrfan YAZICIOĞLU, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Jasenka KRANJČEVIĆ, Institute for Tourism, Croatia
- Dr. Jose ALVAREZ-GARCIA, University of Extremadura, Spain
- Dr. Kerem Yıldırım ŞİMŞEK, Eskişehir Teknik Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Kevin GRIFFIN, Dublin Institute of Technology, Ireland
- Dr. Kostas ALEXANDRIS, Aristotle University of Thessaloniki, Greece
- Dr. Kübra AKTAŞ, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Lynn M. JAMIESON, Indiana University Bloomington, USA
- Dr. Madhuri SAWANT, Babasaheb Ambedkar Marathwada University, India
- Dr. Mahmut DEMİR, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Maria de la Cruz DEL RIO-RAMA, University of Vigo, Spain
- Dr. Mehmet Mert PASLI, Giresun Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Mete SEZGİN, Selçuk Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Metin ARGAN, Eskişehir Teknik Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Mona ERFANIAN Salim, Institute of Higher Education of Eqbal Lahoori, Iran
- Dr. Muhammet KESGİN, Rochester Institute of Technology, USA
- Dr. Muharrem TUNA, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Muhittin ÇAVUŞOĞLU, Northern Ariona University, USA
- Dr. Murat DOĞDUBAY, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Murat GÜMÜŞ, Batman Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Murat HANÇER, University of Central Florida, USA
- Dr. Mustafa DOĞAN, Batman Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Mustafa SANDIKÇI, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Nour FARRA-HADDAD, Neos University, Lebanon
- Dr. Osman Nuri ÖZDOĞAN, Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Özkan TÜTÜNCÜ, Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Özlem ÖZBEK, Bandırma Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Razaq RAJ, Leeds Beckett University, UK



- Dr. Saime KÜÇÜKKÖMÜRLER, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Salvador Anton CLAVÉ, Universitat Rovira i Virgili, Spain  
Dr. Sandeep KULSHRESHTA, Tourism and Hospitality Educators and Research Association of Asia  
(THERAA), India  
Dr. Saniye Gül GÜNEŞ, Selçuk Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Semra AKAR ŞAHİNGÖZ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Semra Günay AKTAŞ, Anadolu Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Shin YASUDA, Teikyo University, Japan  
Dr. Shunsaku HASHIMOTO, University of the Ryukyus, Japan  
Dr. Şafak ÜNÜVAR, Selçuk Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Şenol ÇAVUŞ, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Tadeja Jere JAKULIN, University of Primorska, Slovenia  
Dr. Tamara RATZ, Kodolonyi Janos University, Hungary  
Dr. Tariq El HADARY, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Tennur YERLİSU LAPA, Akdeniz Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Uğur ÇALIŞKAN, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Umut AVCI, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Ümit ALNIAÇIK, Kocaeli Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Vesna BABIC, University of Zagreb, Hırvatistan  
Dr. Yanki HARTIJASTI, Universitas Indonesia, Indonesia  
Dr. Yurdanur YUMUK, Karabük Üniversitesi, Türkiye  
Dr. Yusuf ER, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Türkiye

# PROGRAM

30 September - 02 October 2021  
KONYA TURKEY



## INTERNATIONAL CONGRESS OF EMERGING TRENDS IN TOURISM ULUSLARARASI TURİZMDE YÜKSELEN EĞİLİMLER KONGRESİ



**BALO SALONU -BALL ROOM**

**30 EYLÜL 2021-30 SEPTEMBER 2021**

**09:30-12.00 AÇILIŞ KONUŞMALARI**

**09:30-12.00 OPENING SPEECHES**

**PROTOKOL KONUŞMALARI-PROTOCOL SPEECHES**

**DAVETLİ KONUŞMACILAR- INVITED SPEAKERS**

**MODERATÖR: Prof. Dr. Zekeriya MIZIRAK**

**Prof. Dr. Paolo Mura**

**“Exploring the Role of Art and Embodied Performances in Qualitative Tourism Research”**

**Prof. Dr. Harun Uçak**

**“Eğilimler, Uluslararası Turizm Hareketleri ve COVID-19”**

**Prof. Dr. Atilla Yüksel**

**“Akıl, Mantık, İzan, Vicdan ve Akademisyen Olmak: Lakin Nasıl?”**

**12:00-13:00 YEMEK ARASI**

**12:00-13:00 LUNCH BREAK**



## YÜZYÜZE SUNUMLAR

### ÇAPRAZ OTURUMLAR CROSS SESSIONS

<b>SALON: BALO SALONU</b> <b>HALL: BALL ROOM</b>	<b>OTURUM: ÖS-1/1 TURİZM TÜRLERİ</b> <b>SESSION: 1/1 TOURISM TYPES</b>
<b>OTURUM BAŞKANI: PROF. DR. HARUN UÇAK</b> <b>MODERATOR: PROF. DR. HARUN UÇAK</b>	<b>SAAT:13:15-14:15</b> <b>TIME: 13:15-14:15</b>

NO	YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)	BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME	SUNUCU-PRESENTER
1	Arş. Gör. Dr. Yunus TOPSAKAL Doç. Dr. Abdurrahman DİNÇ	Çevrimdışı Tatil: Dijital Detoks İçin Ekoturizm	Arş. Gör. Dr. Yunus TOPSAKAL
2	Dr. Öğr. Üyesi Hasan Ali ERDOĞAN	The Role Of Archaeological Heritage in Creating A New Tourist Type in Cultural Tourism: Archaeotourist	Dr. Öğr. Üyesi Hasan Ali ERDOĞAN
3	Doç. Dr. Abdurrahman DİNÇ Hamdi KARAKÖK Sinan KOÇAK	Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Astro-Turizm ve Konya İlinin Astro-Turizm Potansiyeli	Hamdi KARAKÖK
4	Arş. Gör. Sinan USLU Arş. Gör. Dr. Selman BAYRAKCI	Kitle Turizmine Alternatif Olarak Sanal Gerçeklik Turizmi	Arş. Gör. Sinan USLU
5	Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Cüneyt ŞAPCILAR Aynur İLYASOV	Sağlık Turizmi Kapsamında Termal Turizm	Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Cüneyt ŞAPCILAR

<b>SALON: MELİKŞAH</b> <b>HALL: MELİKŞAH</b>	<b>OTURUM: ÖS-1/2 GASTRONOMİ</b> <b>SESSION: 1/2 GASTRONOMY</b>
<b>OTURUM BAŞKANI: DOÇ. DR. ERKAN AKGÖZ</b> <b>MODERATOR: DOÇ. DR. ERKAN AKGÖZ</b>	<b>SAAT:13:15-14:15</b> <b>TIME: 13:15-14:15</b>

NO	YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)	BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME	SUNUCU-PRESENTER
1	Osman ÖZER	Kayseri'nin "UNESCO Gastronomi Kenti" Olabilirliğine ve Gastronomi Turizmine Dair Paydaş Görüşleri	Osman ÖZER
2	Doç. Dr. Yılmaz SEÇİM Samet Can AKSU	Konya İlindeki Bazı Yöresel Çorbaların Fonksiyonel Besin İçeriğinin İncelenmesi	Samet Can AKSU
3	Doç. Dr. Erkan AKGÖZ Tuğçe GÜNEŞ	Yöresel Yemeklerin Sürdürülebilir Turizme Etkisi	Tuğçe GÜNEŞ
4	Esra ÇAÇUR Doç. Dr. Eda GÜNEŞ	Mutfak Kültüründe Cevizin Faydaları ve Cevizli Ürünler	Esra ÇAÇUR

<b>SALON: KEYKUBAD</b> <b>HALL: KEYKUBAD</b>		<b>OTURUM: ÖS-1/3 REKREASYON</b> <b>SESSION: 1/3 RECREATION</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: DOÇ. DR. MEHMET DEMİREL</b> <b>MODERATOR: DOÇ. DR. MEHMET DEMİREL</b>		<b>SAAT:13:15-14:15</b> <b>TIME: 13:15-14:15</b>	
<b>NO</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
<b>1</b>	Arş. Gör. Alper KAYA Doç. Dr. Mehmet DEMİREL Doç. Dr. Duygu HARMANDAR DEMİREL	Ciddi Serbest Zaman ve Rekreasyon Uzmanlığı Arasındaki İlişkinin Kavramsal Açından İncelenmesi	Arş. Gör. Alper KAYA
<b>2</b>	Arş. Gör. Hasan Suat AKSU Doç. Dr. Duygu HARMANDAR DEMİREL Arş. Gör. Alper KAYA Doç. Dr. Mehmet DEMİREL	E-Spor Faaliyetlerinin Rekreasyon ve Spor Açısından Değerlendirilmesi	Arş. Gör. Hasan Suat AKSU
<b>3</b>	Hatice ÖNMEN Doç. Dr. Mehmet DEMİREL	Rekreasyonel Amaçlı Egzersiz Yapan Bireylerin Mutluluk Düzeyleri ile Yaşam Doyumlarının İncelenmesi	Hatice ÖNMEN
<b>4</b>	Kerem KARA Dr. Öğr. Üyesi Remziye EKİCİ ÇİLKİN	E-Spor Turizmine Yönelik Literatür Taraması	Kerem KARA
<b>5</b>	Arş. Gör. Hasan Suat AKSU Mizgin YAŞAR Prof. Dr. Fatma ARSLAN	Üniversite Öğrencilerinin Boş Zaman Faaliyetlerine Katılımının Önündeki Engellerin Cinsiyet Değişkeni Açısından Belirlenmesi	Arş. Gör. Hasan Suat AKSU
<b>SALON: BALO SALONU</b> <b>HALL: BALL ROOM</b>		<b>SAAT:14:30-15:45</b> <b>TIME: 14:30-15:45</b>	
<b>ÇEVİRİMİÇİ DAVETLİ KONUŞMALARI</b> <b>ONLINE KEYNOTE SPEAKERS</b>			
<b>MODERATÖR: Prof. Dr. Selim KAYHAN</b> <b>Prof. Dr. Tadeja Jere Jakulin</b> <b>“4W Tourism (Hiking Tourism and Its Tourists: Walker, Watcher, Wanderer and Wonderer)”</b> <b>Prof. Dr. Joseph M Cheer</b> <b>“Responsible Tourism: A New Era of Responsibility?”</b> <b>Prof. Dr. Kevin Griffin</b> <b>“Heritage and Culture: Post COVID”</b>			

<b>SALON: BALO SALONU</b> <b>HALL: BALL ROOM</b>		<b>OTURUM: ÖS-2/1 EKONOMİ</b> <b>SESSION: 2/1 ECONOMY</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: PROF. DR. RAİF PARLAKKAYA</b> <b>MODERATOR: PROF. DR. RAİF PARLAKKAYA</b>		<b>SAAT:16:00-17:00</b> <b>TIME: 16:00-17:00</b>	
<b>NO</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Dr. Öğr. Üyesi Hidayet KIŞLALI	Paylaşım Ekonomisi ve Turizm	Dr. Öğr. Üyesi Hidayet KIŞLALI
2	Osman ÖZER Doç. Dr. Ceyhun Can ÖZCAN	Av Turizminin Kırsal Kalkınmaya Etkileri; Kuzey Ülkeleri ve Türkiye Karşılaştırılması	Osman ÖZER
3	Prof. Dr. Ahmet ŞAHBAZ Ayşe CEYLAN	Kırsal Kalkınma ve Kırsal Turizm İlişkisi: Türkiye İçin Kırsal Turizmin Önemi	Ayşe CEYLAN
4	Ekrem DAMAR	Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi	Ekrem DAMAR
5	Şerife KOÇ	Etnik Turizminin Kırsal Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi	Şerife KOÇ
<b>SALON: MELİKŞAH</b> <b>HALL: MELİKŞAH</b>		<b>OTURUM: ÖS-2/2 POLİTİKA PLANLAMA</b> <b>SESSION: 2/2 POLICY-PLANNING</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: PROF. DR. ŞAFAK ÜNÜVAR</b> <b>MODERATOR: PROF. DR. ŞAFAK ÜNÜVAR</b>		<b>SAAT:16:00-17:00</b> <b>TIME: 16:00-17:00</b>	
<b>NO</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Güray KARACIL Dr. Öğr. Üyesi Çağrı SAÇLI Doç. Dr. Ceyhun Can ÖZCAN	Hükümet Programları Çerçevesinde Turizm Politikalarının Analizi	Güray KARACIL
2	Fatih DORU	Kırsal Turizm ve Yoksulluk Arasındaki İlişki: Kavramsal Bir Analiz	Fatih DORU
3	Eylül GÜÇLÜ ARSLAN Doç. Dr. Ceyhun Can ÖZCAN	Kadın Girişimcilerin Bireysel Katılım Yatırımcılığı (Melek Yatırımcılık) Algısı ve Yatırım Niyetlerine Etki Eden Unsurların Belirlenmesi: Konya Hizmet Sektörü Örneği	Eylül GÜÇLÜ ARSLAN
4	Cansu GÜVEN	Çiftlik Turizminin Kırsala Etkisi: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme	Cansu GÜVEN
5	Mustafa DİĞİLLİ Mehmet Ali ÖZTÜRK	Arkeolojik Alanların Turizme Kazandırılmasının Finansmanında Vergi İndiriminden Yararlanma Fırsatı	Mustafa DİĞİLLİ

<b>SALON: KEYKUBAD</b> <b>HALL: KEYKUBAD</b>		<b>OTURUM: ÖS-2/3 KENT - ÇEVRE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK</b> <b>SESSION: 2/3 CITY - ENVIRONMENT - SUSTAINABILITY</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: PROF. DR. S. GÜL GÜNEŞ</b> <b>MODERATOR: PROF. DR. S. GÜL GÜNEŞ</b>		<b>SAAT: 16:00-17:00</b> <b>TIME: 16:00-17:00</b>	
<b>NO</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Mehtap OK Dr. Öğr. Üyesi Hasan Ali ERDOĞAN	Arkeodestinyasyonlarda Çevresel Yönetime Eleştirel Bir Bakış: Eflatunpınar Örneği	Mehtap OK
2	Mustafa DİĞİLLİ Fatma ŞEN	Jeotermal Potansiyeli Turizm İçin Ortaya Çıkarmada Risk Paylaşım Mekanizması	Mustafa DİĞİLLİ
3	Dr. Öğr. Üyesi Hacı Hayrettin TIRAŞ	Uluslararası Turizm İçinde Sağlık Turizminin Yeri; Türkiye İçin Bir Değerlendirme	Dr. Öğr. Üyesi Hacı Hayrettin TIRAŞ
4	Prof. Dr. Ahmet BÜYÜKŞALVARCI Arş. Gör. Zekeriya YETİŞ Duygu TAŞTAN	Turuncu Bayrak Uygulamasının Otel İşletmelerinde Uygulanabilirliği: Konya Örneği	Duygu TAŞTAN
<b>SALON: BALO SALONU</b> <b>HALL: BALL ROOM</b>		<b>OTURUM: ÖS-3/1 PAZARLAMA</b> <b>SESSION: 3/1 MARKETING</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: PROF. DR. METE SEZGİN</b> <b>MODERATOR: PROF. DR. METE SEZGİN</b>		<b>SAAT:17:15-18:15</b> <b>TIME: 17:15-18:15</b>	
<b>NO</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Berkan KAYA Doç. Dr. Murat KOÇYİĞİT	Rekreasyon Pazarlaması ve Şehir Markalaşması İlişkisinin İncelenmesi	Berkan KAYA
2	Yasin ÖZDEMİR Doç. Dr. Murat KOÇYİĞİT	Şehir Pazarlamasında Kentsel Rekreasyon Alanlarının Rolü	Yasin ÖZDEMİR
3	Yasin AKAR Doç. Dr. Murat KOÇYİĞİT	Kentsel Rekreasyon Alanlarının Kent Tanıtımına Katkısında Halkla İlişkilerin Aracılık Rolü	Yasin AKAR
4	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet BAHAR Arş. Gör. Dr. Yunus TOPSAKAL Prof. Dr. Nedim YÜZBAŞIOĞLU	Yeni Bir Trend Olarak Teknolojisiz Konaklama: Dijital Detoks Konaklama	Arş. Gör. Dr. Yunus TOPSAKAL



<b>SALON: MELİKŞAH</b> <b>HALL: MELİKŞAH</b>		<b>OTURUM: ÖS-3/2 COVID 19</b> <b>SESSION: 3/2 COVID 19</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: PROF. DR. AHMET ŞAHBAZ</b> <b>MODERATOR: PROF. DR. AHMET ŞAHBAZ</b>		<b>SAAT:17:15-18:15</b> <b>TIME:17:15-18:15</b>	
<b>NO</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Arş. Gör. Saadet ZAFER KAVACIK Dr. Öğr. Üyesi Kevser ÇINAR	COVID-19 Vaccine Certificate And Hotel Managers' Views: The Case Of Konya Province	Arş. Gör. Saadet ZAFER KAVACIK
2	Gizem KARA Prof. Dr. Mete SEZGİN	Ayı ve Boğa Piyasaları Kapsamında Turizm Sektörünün Covid-19 Açısından Değerlendirilmesi	Gizem KARA
3	Doç. Dr. Yasin BİLİM Arş. Gör. Sinan USLU Arş. Gör. Dr. Selman BAYRAKCI	Has Covid-19 Pandemic Developments Pushed Us To Try New Research Methods? A Case Discussion On Tourism Studies	Doç. Dr. Yasin BİLİM
4	Dr. Öğr. Üyesi Yalçın TÜKEL Dr. Abdullah Sencer TEMEL Sude KILINÇ	Covid-19 Sürecinde Üniversite Öğrencilerinin Aktif-Pasif Serbest Zaman Kullanımlarının Yaşam Doyum Düzeylerine İlişkin Görüşlerinin İncelenmesi	Sude KILINÇ
5	Prof. Dr. Ahmet BÜYÜKŞALVARCI Arş. Gör. Zekeriya YETİŞ Dilşan ALKAÇ	Kovid-19 Pandemisi Sürecinde Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Alınan Önlemler	Arş. Gör. Zekeriya YETİŞ
<b>SALON: KEYKUBAD</b> <b>HALL: KEYKUBAD</b>		<b>OTURUM: ÖS-3/3 ALTERNATİF KONULAR</b> <b>SESSION: ALTERNATIVE ISSUES</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: PROF. DR. SELİM KAYHAN</b> <b>MODERATOR: PROF. DR. SELİM KAYHAN</b>		<b>SAAT:17:15-18:15</b> <b>TIME: 17:15-18:15</b>	
<b>NO</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Öğr. Gör. Dr. Muharrem AVCI Yavuz Selim DENİZ	İnanç Turizminin Geliştirilmesinde Kültürlerarası İlişkilerin Yeri ve Önemi: Adana Örneği	Yavuz Selim DENİZ
2	Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Hakkı KAYNAK Arş. Gör. Sinan USLU	İnanç Turizmi Bağlamında Kültürel Miras Değerleri Olarak Türbeler ve Efsaneler: Konya Örneği	Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Hakkı KAYNAK
3	Nesrin TUNCAY Arş. Gör. Dr. Selman BAYRAKCI	Turizm Sosyolojisi: Geçmişten Bugüne Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri	Nesrin TUNCAY
4	Emrullah AYDIN Şeyda SARI	2015-2021 Yılları Arasında Uluslararası Sağlık Turizmi Konusunda Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi	Emrullah AYDIN
5	Mustafa DİĞİLLİ Güleser BÜYÜKGÖKCE	Uluslararası İlişkiler Açısından Turizm Kentleri	Mustafa DİĞİLLİ

# ONLINE SUNUMLAR

01.10.2021 CUMA

01.10.2021 FRIDAY

**SALON: 1**  
**ROOM: 1**

**OTURUM: ÖÖ-1/1 PAZARLAMA- TÜKETİCİ DAVRANIŞI 1**  
**SESSION: 1/1 MARKETING-CONSUMER BEHAVIOR 1**

**OTURUM BAŞKANI: DOÇ. DR. MEHMET DEMİREL**  
**MODERATOR: ASS. PROF. DR. MEHMET DEMİREL**

**SAAT: 10.00 – 11.00**  
**TIME: 10.00 – 11.00**

<b>SIRA NUMBER</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Dr. Öğr. Üyesi Ferdi BİŞKİN Çağdaş PEKTAŞ	Tüketicilerin Dışarıda Yemek Yeme Nedenlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Gaziantep Örneği	Çağdaş PEKTAŞ
2	Dr. Ceyhun AKYOL	Sosyal Medya Kullanımının Turizm Pazarlaması Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma	Dr. Ceyhun AKYOL
3	Sinan Baran BAYAR Rana ŞAT	Unutulmaz Otel Deneyimi: Ölüdeniz Destinasyonunun Tripadvisor Yorumlarının İçerik Analizi	Sinan Baran BAYAR
4	Buğra ÖZDEMİR	Danimarka'daki Restoranların Rehberler Çerçevesinde İncelenmesi	Buğra ÖZDEMİR
5	Öğr. Gör. Mustafa Oğuzhan ERCAN Öğr. Gör. Emre VAROL	Silivri İlçesinde Yer Alan Restoranların Tripadvisor Yorumlarının İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi	Öğr. Gör. Mustafa Oğuzhan ERCAN

<b>SALON: 2</b> <b>ROOM: 2</b>		<b>OTURUM: ÖÖ-1/2 TURİZM TÜRLERİ</b> <b>SESSION: 1/2 TOURISM TYPES</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: DOÇ.DR. ABDURRAHMAN DİNÇ</b> <b>MODERATOR: ASS. PROF. DR. ABDURRAHMAN DİNÇ</b>		<b>SAAT: 10.00 – 11.00</b> <b>TIME: 10.00 – 11.00</b>	
<b>SIRA NUMBER</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Dr. Öğr. Üyesi Gamze TEMİZEL Büşra CEYLAN Seray GÜNEŞ İdris ÖZGÜN	Ölüm Hakkı ve Ötanazi Kavramlarının İntihar Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi	İdris ÖZGÜN
2	Doç. Dr. Seyfullah GÜL	Palyatif Bakım Turizmi ve Türkiye'ye Yönelik Bir Değerlendirme	Doç. Dr. Seyfullah GÜL
3	Öğr. Gör. Dr. Olcay ÖZİŞİK YAPICI	Agro Turizm Kapsamında Bağcılık Turizmi	Öğr. Gör. Dr. Olcay ÖZİŞİK YAPICI
4	Prof. Dr. Ahmet BÜYÜKŞALVARCI Arş. Gör. Zekeriya YETİŞ Dilşan ALKAÇ	Ağrı Dağı'nın İnanç Turizmi Açısından Değerlendirilmesi	Dilşan ALKAÇ
5	Prof. Dr. Saniye Gül GÜNEŞ Kübra GÜNDOĞDU	Dünyada ve Türkiye'de Gönüllü Turizmin Yeri	Kübra GÜNDOĞDU
<b>SALON: 3</b> <b>ROOM: 3</b>		<b>OTURUM: ÖÖ-1/3 YÖNETİM-PAZARLAMA</b> <b>SESSION: 1/3 MANAGEMENT – MARKETING</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: DR. ÖĞR. ÜYESİ TARIQ EL HADARY</b> <b>MODERATOR: ASS. PROF. DR. TARIQ EL HADARY</b>		<b>SAAT: 10.00 – 11.00</b> <b>TIME: 10.00 – 11.00</b>	
<b>SIRA NUMBER</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Dr. Öğr. Üyesi Gözdegül BAŞER	Future Trends in Destination Marketing	Dr. Öğr. Üyesi Gözdegül BAŞER
2	Lecturer Indah Nur AGUSTIANI Lecturer Adrian AGOES	Digital Marketing to Enhance Authentic Rural Tourism Experiences: Harmonized Contradictory?	Lecturer Indah Nur AGUSTIANI

3	Lecturer Hoang Thi VAN Lecturer Nguyen Thi Bich DAO Pham Trung Kien Le Thi Thanh Tuyen	Impacts of Vlogs Travel's Elements on Destination Choice: The Case of Generation Z in in Hochiminh City, Vietnam	Lecturer Hoang Thi VAN
4	Tan Pei YEE PhD. Hairul Nizam ISMAİL Lecturer Syed Muhammad Rafy Syed JAAFAR Lecturer Nurul Diyana Md KHAİRİ	Research Trends of Social Network Analysis in Tourism Destination Management	Tan Pei YEE
<b>SALON: 1</b>		<b>OTURUM: ÖÖ-2/1 GASTRONOMİ 1</b>	
<b>ROOM: 1</b>		<b>SESSION: 2/1 GASTRONOMY 1</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: DOÇ. DR. ÜMİT SORMAZ</b>		<b>SAAT: 11.15 – 12.15</b>	
<b>MODERATOR: ASS. PROF. DR. ÜMİT SORMAZ</b>		<b>TIME: 11.15 – 12.15</b>	
<b>SIRA NUMBER</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Yaren ÖDEMİŞ Prof. Dr. Zeynep ASLAN	Gastronomik Unsur Olarak Sokak Lezzetleri	Yaren ÖDEMİŞ
2	Doç. Dr. Aybüke CEYHUN SEZGİN Öğr. Gör. Esna METE	Afyonkarahisar'da Otel İşletmeleri Restoranlarında Coğrafi İşaretli Yöresel Yemeklerin Kullanımı	Öğr. Gör. Esna METE
3	Gül Seray ŞİMŞEK Prof. Dr. Zeynep ASLAN	Mevlevilikte Mutfak ve Yemek Kültürü	Gül Seray ŞİMŞEK
4	Öğr. Gör. Zeynep ÇINAR Doç. Dr. Ümit SORMAZ	Geçiş Dönemlerinde Mutfak Kültürü ve Yöresel Mutfak Uygulamaları: Ege Bölgesi'nde Nitel Çalışma	Öğr. Gör. Zeynep ÇINAR
5	Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA Arş. Gör. Batuhan ÖZTÜRK	Coğrafi İşaretli Kars Kaşarının Duyusal Analiz Metodu ile Değerlendirilmesi	Arş. Gör. Batuhan ÖZTÜRK



<b>SALON: 2</b> <b>ROOM: 2</b>		<b>OTURUM: ÖÖ-2/2 GASTRONOMİ 2</b> <b>SESSION: 2/2 GASTRONOMY</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: DOÇ. DR. YELİZ PEKERŞEN</b> <b>MODERATOR: ASS. PROF. DR. YELİZ PEKERŞEN</b>		<b>SAAT: 11.15 – 12.15</b> <b>TIME: 11.15 – 12.15</b>	
<b>SIRA</b> <b>NUMBER</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Büşra KURTOĞULLARI Doç. Dr. Eda GÜNEŞ	Gastronomi Alanında Kullanılan Lavantalı Tarifler	Büşra KURTOĞULLARI
2	MÜGE KARDEŞ Dr. Abdullah BAYCAR	Balın, Moleküler Gastronomideki Kullanımı	Müge KARDEŞ Dr. Abdullah BAYCAR
3	HÜSEYİN FATİH ZARARSIZ Dr. Öğr. Üyesi Şaban KARGİGLİOĞLU	Ankara Beypazarı'nın Gastronomi Turizmi Potansiyeli	Hüseyin Fatih ZARARSIZ
4	ESRA YILDIRIM SAFA KAYA Doç. Dr. Yeliz PEKERŞEN	Lisans Düzeyinde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi Alan Öğrencilerin Öz Yeterliklerine Yönelik Nitel Bir Araştırma	Safa KAYA
5	AYŞEGÜL DAŞDEMİR Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Büşra MADENCİ Doç. Dr. Yeliz PEKERŞEN	Erzurum İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Potansiyelinin Değerlendirilmesi	Ayşegül DAŞDEMİR
<b>SALON: 3</b> <b>HALL: 3</b>		<b>OTURUM: ÖÖ-2/3 GASTRONOMİ</b> <b>SESSION: 2/3 GASTRONOMY</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: DOÇ. DR. EDA GÜNEŞ</b> <b>MODERATOR: ASS. PROF. DR. EDA GÜNEŞ</b>		<b>SAAT: 11.15 – 12.15</b> <b>TIME: 11.15 – 12.15</b>	
<b>SIRA</b> <b>NUMBER</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Büşra KOCAYİĞİT Prof. Dr. Atilla AKBABA Doç. Dr. Melike SAKİN- YILMAZER	A Study on Fortification of Bread with Bone Broth	Büşra KOCAYİĞİT

2	Öğr. Gör. Dr. İbrahim ÇEKİÇ Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA	A Research on Personnel Hygiene Awareness and Practice Levels of Employers in the Baklava Production Process	Öğr. Gör. Dr. İbrahim ÇEKİÇ
3	Arş. Gör. Erdi EREN Prof. Dr. Semra AKAR ŞAHİNGÖZ	Researching Consumable Potential of Edible Insects in Everyday Diets: The Example of Bread with Mealworm Addition	Arş. Gör. Erdi EREN
4	Dr. Candan TURKKAN	The Right to Food or the Right to the City? Spatial and Gastronomic Reflections of Urban Class Conflict	Dr. Candan TURKKAN
5	Nguyen Thi Thuy Ngan Ass. Prof. Nguyen Pham HUNG	Factors Affecting the Competitiveness of Binh Thuan Marine Tourism	Nguyen Thi Thuy Ngan
<b>SALON: 1</b>		<b>OTURUM: ÖS-3/1 COVID 19-1</b>	
<b>ROOM: 1</b>		<b>SESSION: 3/1 COVID 19-1</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: DOÇ. DR. MURAT KOÇYİĞİT</b>		<b>SAAT: 13.30 – 14.30</b>	
<b>MODERATOR: ASS. PROF. DR. MURAT KOÇYİĞİT</b>		<b>TIME: 13.30 – 14.30</b>	
<b>SIRA NUMBER</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Dr. Fatih SEYRAN	Covid-19 Pandemi Süreci Sonrasına Yönelik Türkiye Sağlık Turizmi Stratejilerinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi	Dr. Fatih SEYRAN
2	Öğr. Gör. Tuba Şahin ÖREN Dr. Öğr. Üyesi Veli Erdiç ÖREN	Gastronomi Turizmi Dersi Kapsamında Uzaktan Eğitim Sürecinin Covid – 19 Pandemi Dönemine Yansımaları	Dr. Öğr. Üyesi Veli Erdiç ÖREN
3	BENAY YİĞİTBAŞI Doç. Dr. Gülseren YURCU	Hidroterapi Çalışanlarının Covid-19 Algılarının İş Motivasyonlarına Etkisi	Benay YİĞİTBAŞI
4	Dr. Öğr. Üyesi Bilal ÖZEL	Koronavirüs Hastalığının (Covid-19) Türk Turizmine Etkisi	Dr. Öğr. Üyesi Bilal ÖZEL
5	Prof. Dr. Rüya EHTİYAR Dr. Öğr. Üyesi Gözdegül BAŞER	Covid-19 Pandemi Döneminde Turizm Alan Yazındaki Araştırmaların Bibliyometrik Analiz Yöntemi İle İncelenmesi	Prof. Dr. Rüya EHTİYAR Dr. Öğr. Üyesi Gözdegül BAŞER

<b>SALON: 2</b> <b>ROOM: 2</b>		<b>OTURUM: ÖS-3/2 KENT – ÇEVRE – SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK</b> <b>SESSION: 3/2 CITY – ENVIRONMENT – SUSTAINABILITY</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: DR. ÖĞR. ÜYESİ İBRAHİM HAKKI KAYNAK</b> <b>MODERATOR: ASS. PROF. DR. İBRAHİM HAKKI KAYNAK</b>		<b>SAAT: 13.30 – 14.30</b> <b>TIME: 13.30 – 14.30</b>	
<b>SIRA NUMBER</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Prof. Dr. Hüseyin AĞIR Arş. Gör. Sefa ÖZBEK	Küreselleşme, Karbondioksit Emisyonu, Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi: Akdeniz Ülkeleri Örneği	Arş. Gör. Sefa ÖZBEK
2	Dr. Öğr. Üyesi Sena TÜRKMEN Prof. Dr. Hüseyin AĞIR	Yükselen Piyasa Ekonomilerinde Turizm ve Çevre Kirliliği Arasındaki İlişki: Panel Veri Analizi	Dr. Öğr. Üyesi Sena TÜRKMEN
3	Dr. Öğr. Üyesi Nil SONUÇ	Turist Rehberliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Sosyal Sorumluluk Algılarının Araştırılması	Dr. Öğr. Üyesi Nil SONUÇ
4	Nihan GARİPAĞAOĞLU UĞUR Prof. Dr. F. Füsün İSTANBULLU DİNÇER	Avrupa Birliği Turizm Politikalarının Türk Turizmine Etkilerinin Çevre ve Sürdürülebilirlik Bağlamında Analizi: Marmara Denizi Müsilaj Sorunu	Nihan GARİPAĞAOĞLU UĞUR
5	Arş. Gör. Gizem Hülağa KADEROĞLU Dr. Öğr. Üyesi Nevruz Berna TATLISU	Sorumlu Turizm: Sürdürülebilir Gastronomi Turizmine Genel Bir Bakış	Arş. Gör. Gizem Hülağa KADEROĞLU
<b>SALON: 3</b> <b>ROOM: 3</b>		<b>OTURUM: ÖS-3/3 COVID 19-2</b> <b>SESSION: 3/3 COVID 19-2</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: DOÇ. DR. AYNUR GÜLENC BİRSEN</b> <b>MODERATOR: DR. AYNUR GÜLENC BİRSEN</b>		<b>SAAT: 13.30 – 14.30</b> <b>TIME: 13.30 – 14.30</b>	
<b>SIRA NUMBER</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Dr. Yusuf GÜNAYDIN Doç. Dr. Özgür ÖZER	Resort Hotel Marketing in the Covid Process and Relations with Tour Operators	Dr. Yusuf GÜNAYDIN

2	Dr. Davut UYSAL	Do the Views of Turkish and European Tourism Academics Differ Regarding the Emerging Tourism Trends in the Post-Covid-19 Era?	Dr. Davut UYSAL
3	PhD. Felix Lamech Mogambi MING'ATE PhD. Shem Wambugu MAINGI	Community Resilience Models for Conservation of Cultural Ecosystems Services and Tourism Management Post Covid-19 Pandemic in Park-Adjacent Communities Within Aberdares National Park, Kenya.	PhD. Felix Lamech Mogambi MING'ATE PhD. Shem Wambugu MAINGI
4	PhD. Le Thu HUONG PhD. Pham Van DAI	Solutions for Attracting International Tourist to Viet Nam Following Covid19	PhD. Le Thu HUONG
5	Michael Scantlebury	A Role for Destination Management Organizations in Tourism Recovery Post Covid-19	Michael Scantlebury

**SALON:1**  
**ROOM: 1**

**OTURUM: ÖS-4/1 EKONOMİ**  
**SESSION: 4/1 ECONOMY**

**OTURUM BAŞKANI: DOÇ. DR. YELİZ PEKERŞEN**  
**MODERATOR: ASS. PROF. DR. YELİZ PEKERŞEN**

**SAAT: 14.45 – 15.45**  
**TIME: 14.45 – 15.45**

SIRA NUMBER	YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)	BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME	SUNUCU-PRESENTER
1	Arş. Gör. Dr. Mustafa NAİMOĞLU	Türkiye’de Turizm, Küreselleşme ve Ekonomik Büyümenin CO2 Üzerindeki Etkisi: Fourier Adl Eşbütünleşme Yaklaşımı	Arş. Gör. Dr. Mustafa NAİMOĞLU
2	Arş. Gör. Dr. Mustafa NAİMOĞLU	Türkiye İçin Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Güncel Fourier Yaklaşımı	Arş. Gör. Dr. Mustafa NAİMOĞLU
3	Prof. Dr. Hüseyin AĞIR Arş. Gör. Sefa ÖZBEK	Türkiye’nin Turizm Piyasalarında Yakınsama Hipotezinin Yeniden Gözden Geçirilmesi: Birim Kök Testlerinden Kanıtlar	Arş. Gör. Sefa ÖZBEK
4	Dr. Öğr. Üyesi Ferid ÖNDER Prof. Dr. Hüseyin AĞIR	Yükselen Piyasa Ekonomilerinde Turizm ve Finansal Gelişme İlişkisi	Dr. Öğr. Üyesi Ferid ÖNDER
5	Doç. Dr. Ayşe Nevin SERT Dr. Öğr. Üyesi Serap SERİN KARACAER	Küresel Krizler ve Turizm	Doç. Dr. Ayşe Nevin SERT



<b>SALON: 2</b> <b>ROOM: 2</b>		<b>OTURUM: ÖS-4/2 POLİTİKA-PLANLAMA</b> <b>SESSION: 4/2 POLICY-PLANNING</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: DR. ÖĞR. ÜYESİ MUSTAFA SABİR BOZOĞLU</b> <b>MODERATOR: ASS. PROF. DR. MUSTAFA SABİR BOZOĞLU</b>		<b>SAAT: 14.45 – 15.45</b> <b>TIME: 14.45 – 15.45</b>	
<b>SIRA NUMBER</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Dr. Öğr. Üyesi Tuğçe ÖZOĞUL BALYALI Dr. Öğr. Üyesi Öznur AKGİŞ İLHAN	Turizm ve Coğrafi Görünüm Konulu Araştırmaların Çözümlemesi: Mevcut Durum ve Eğilimler	Dr. Öğr. Üyesi Tuğçe ÖZOĞUL BALYALI
2	Dr. Öğr. Üyesi Serap SERİN KARACAER Doç. Dr. Ayşe Nevin SERT	Dünyada ve Türkiye’de Güvenli Turizm Sertifikasyonu	Dr. Öğr. Üyesi Serap SERİN KARACAER
3	Dr. Öğr. Üyesi Bilal ÖZEL	Bölgesel Kalkınma ve Turizm İlişkisi: Trb1 Bölgesi Örneği	Dr. Öğr. Üyesi Bilal ÖZEL
4	Doç. Dr. Melike KURTARAN ÇELİK Öğr. Gör. Fegan MUTLU Prof. Dr. Ahmet KURTARAN	Gümüş Gezginler - Yenilikçi Ve Yapısal Eğitimlerle İleri Yaş Gezginlere Ulaşmak Ve Onları Turizm Sektöründeki Kırsal Turizm Kobi’lerine Çekmek	Öğr. Gör. Fegan MUTLU
5	Zeki GÜRBÜZ Doç. Dr. Özgür ÖZER	Turizm Eğitimi Alan Adayların Kamu Kurumu ve Kuruluşlarına Kamu Personeli Olarak Atanmasına Yönelik Bir Çalışma	Zeki GÜRBÜZ
<b>SALON: 3</b> <b>ROOM: 3</b>		<b>OTURUM: ÖS-4/3 ALTERNATİF KONULAR</b> <b>SESSION: 4/3 ALTERNATIVE ISSUES</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: DR. ÖĞR. ÜYESİ HASAN ALİ ERDOĞAN</b> <b>MODERATOR: ASS. PROF. DR. HASAN ALİ ERDOĞAN</b>		<b>SAAT: 14.45 – 15.45</b> <b>TIME: 14.45 – 15.45</b>	
<b>SIRA NUMBER</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Dr. Mete Ünal GİRGEN Sharon N. A. Damina	The Effects of Ingenuity, Job Motivation and Social Support on Employees’ Performance: Case of North Cyprus	Dr. Mete Ünal GİRGEN  Sharon N. A. Damina

2	Sulaiha Mohd ISA PhD. Hairul Nizam ISMAİL PhD. Zatul Iffah Mohd FUZA	Women Entrepreneurship and Tourism: Patterns and Trends	Sulaiha Mohd ISA
3	Fırat ÜNSAL	Tourism and Foreign Language	Fırat ÜNSAL
4	Jessica LICHY	Managing ‘Professeurs Sans Frontières’: Academic Tourism Revisited	Jessica LICHY
5	Dr. Öğr. Üyesi Serdar BÜYÜKİPEKÇİ Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Sabır BOZOĞLU	Comparison of Physical and Physiological Effects of Continuous and Interval Running Training in Elite Adults	Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Sabır BOZOĞLU
<b>SALON: 1</b> <b>ROOM: 1</b>		<b>OTURUM: ÖS-5/1 TEKNOLOJİ</b> <b>SESSION: 5/1 TECHNOLOGY</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: DR. ÖĞR. ÜYESİ YALÇIN TÜKEL</b> <b>MODERATOR: ASS. PROF. DR. YALÇIN TÜKEL</b>		<b>SAAT: 16.00 – 17.00</b> <b>TIME: 16.00 – 17.00</b>	
<b>SIRA NUMBER</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
1	Harun Reşit GÜNDOĞAN Arş. Gör. Kaan Çeviker Nurcan GEZİCİ	Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Teknoloji Bağımlılığının Yaşam Tatminine Etkisi: Gaziantep Üniversitesi Örneği	Harun Reşit GÜNDOĞAN
2	Öğr. Gör. İbrahim Erhan CANBABA	Erzincan Ekşisu Sazlığı’nda Kuş Gözlemciliğinin Yöre Turizmine Katkısı	Öğr. Gör. İbrahim Erhan CANBABA
3	Arş. Gör. Dr. Seda KARAGÖZ ZEREN	Turizm Sektöründe Nft (Non-Fungible Token /Takas Edilemeyen Jeton): “Cryptotourism Nft”	Arş. Gör. Dr. Seda KARAGÖZ ZEREN
4	Dr. Öğr. Üyesi Hakan TUNA	Endüstri 4.0 ile Birlikte Sağlık Turizmindeki Yenilikler	Dr. Öğr. Üyesi Hakan TUNA
5	Dr. Öğr. Üyesi Emrullah ERUL	Yeni Turizm Gelişmeleri	Dr. Öğr. Üyesi Emrullah ERUL

<b>SALON: 2</b> <b>ROOM: 2</b>		<b>OTURUM: ÖS-5/2 PAZARLAMA- TÜKETİCİ DAVRANIŞI 2</b> <b>SESSION: 5/2 MARKETING-CONSUMER BEHAVIOR 2</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: DOÇ. DR. YASİN BİLİM</b> <b>MODERATOR: ASS. PROF. DR. YASİN BİLİM</b>		<b>SAAT: 16.00 – 17.00</b> <b>TIME: 16.00 – 17.00</b>	
<b>SIRA NUMBER</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
<b>1</b>	Arş. Gör. Görkem TEYİN Prof. Dr. Hatice Ferhan NİZAMLIOĞLU	Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Tüketicilerin QR Menülere Yönelik Görüşleri	Arş. Gör. Görkem TEYİN
<b>2</b>	Prof. Dr. Serkan Bertan	Attitudes of Visitors and The Importance of Museums in Tourism	Prof. Dr. Serkan Bertan
<b>3</b>	Dr. Öğr. Üyesi Cemil GÜNDÜZ	Pandemi Sürecinde Yeni Bir Eğilim: Muhafazakâr Villalar	Dr. Öğr. Üyesi Cemil GÜNDÜZ
<b>4</b>	Prof. Dr. Cavit YAVUZ	Kırsal Turizmin Gelişmesinde Bir Yaklaşım: Oyb Yaşam Felsefesi	Prof. Dr. Cavit YAVUZ
<b>5</b>	Ekrem ORAÇ Doç. Dr. Mehmet SAĞIR	Y Kuşağının Seyahat Belirlerken Elde Ettiği Bilginin Önemi	Ekrem ORAÇ
<b>SALON: 3</b> <b>ROOM: 3</b>		<b>OTURUM: ÖS-5/3 ALTERNATİF KONULAR</b> <b>SESSION: 5/3 ALTERNATIVE ISSUES</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: DR. ÖĞR. ÜYESİ BÜŞRA MADENCİ</b> <b>MODERATOR: ASS. PROF. DR. BÜŞRA MADENCİ</b>		<b>SAAT: 16.00 – 17.00</b> <b>TIME: 16.00 – 17.00</b>	
<b>SIRA NUMBER</b>	<b>YAZAR(LAR)-AUTHOR(S)</b>	<b>BİLDİRİ İSMİ-PAPER NAME</b>	<b>SUNUCU-PRESENTER</b>
<b>1</b>	AYŞE KAYABAŞI Dr. Öğr. Üyesi Nihan Göğüş BAĞIŞ	Gastronomide Yükselen Eğilim: Umami Trendi	Ayşe KAYABAŞI

2	Doç. Dr. Sabri ÇELİK Doç. Dr. Mustafa SANDIKCI Arş. Gör. Nurullah KART	Sosyal Rekreasyon Etkinliği Olarak Afyonkarahisar Kırk Hatimli Şifalı Aşure Geleneği	Arş. Gör. Nurullah KART
3	Öğr. Gör. Gülay ÇAKMAK Dr. Öğr. Üyesi İbrahim ÇİFÇİ Dr. Öğr. Üyesi Gürel ÇETİN Dr. Cemil Hakan KILIÇ	Transformations Facing MICE Tourism Amid Covid-19	Öğr. Gör. Gülay ÇAKMAK
4	Öğr. Gör. Emine KESKİN Uzm. Onur BENLİ Doç. Dr. Gürel ÇETİN Doç. Dr. Ezgi ERKMEN	Reasons for All-Inclusive: Hospitality Perspective	Doç. Dr. Gürel ÇETİN
5	Dr. Öğr. Üyesi Abdullah ÜLKÜ	Destinasyon Markalaşma Aracı Olarak Hikâye Anlatıcılığı	Dr. Öğr. Üyesi Abdullah ÜLKÜ





# İÇİNDEKİLER

<b>YÜZYÜZE SUNUMLAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>ONLINE SUNUMLAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>Kovid Sürecinde Resort Otel Pazarlaması ve Tur Operatörleri ile İlişkiler .....</b>	<b>8</b>
<i>Yusuf Günaydın - Özgür Özer</i>	
<b>Managing ‘Professeurs Sans Frontières’: Academic Tourism Revisited .....</b>	<b>10</b>
<i>Jessica Lichy</i>	
<b>Turist Rehberliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Sosyal Sorumluluk Algılarının Araştırılması .....</b>	<b>11</b>
<i>Nil Sonuç</i>	
<b>COVID-19 Pandemi Süreci Sonrasına Yönelik Türkiye Sağlık Turizmi Stratejilerinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi .....</b>	<b>13</b>
<i>Fatih Seyran</i>	
<b>Destinasyon Markalaşma Aracı Olarak Hikaye Anlatıcılığı.....</b>	<b>15</b>
<i>Abdullah Ülkü</i>	
<b>Turizm Eğitimi Alan Adayların Kamu Kurumu ve Kuruluşlarına Kamu Personeli Olarak Atanmasına Yönelik Bir Çalışma .....</b>	<b>17</b>
<i>Zeki Gürbüz - Özgür Özer</i>	
<b>Avrupa Birliği Turizm Politikalarının Türk Turizmine Etkilerinin Çevre ve Sürdürülebilirlik Bağlamında Analizi: Marmara Denizi Müsilaj Sorunu.....</b>	<b>19</b>
<i>Nihan Garipağaoğlu Uğur - F. Füsün İstanbullu Dinçer</i>	
<b>Av Turizminin Kırsal Kalkınmaya Etkileri; Kuzey Ülkeleri ve Türkiye Karşılaştırılması.....</b>	<b>21</b>
<i>Osman Özer - Ceyhan Can Özcan</i>	
<b>Tourism and Foreign Language.....</b>	<b>23</b>
<i>Fırat Ünsal</i>	
<b>Dünyada ve Türkiye’de Gönüllü Turizmin Yeri.....</b>	<b>24</b>
<i>S. Gül Güneş - Kübra Gündoğdu</i>	
<b>Yeni Turizm Gelişmeleri.....</b>	<b>26</b>
<i>Emrullah Erul</i>	
<b>Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Tüketicilerin QR Menülere Yönelik Görüşleri.....</b>	<b>28</b>
<i>Görkem Teyin - Hatice Ferhan Nizamlıoğlu</i>	
<b>Endüstri 4.0 İle Birlikte Sağlık Turizmindeki Yenilikler .....</b>	<b>30</b>
<i>Hakan Tuna</i>	
<b>Yeni Bir Trend Olarak Teknolojisiz Konaklama: Dijital Detoks Konaklama.....</b>	<b>32</b>
<i>Mehmet Bahar - Yunus Topsakal - Nedim Yüzbaşıoğlu</i>	
<b>Gastronomi Turizmi Dersi Kapsamında Uzaktan Eğitim Sürecinin Covid – 19 Pandemi Dönemine Yansımaları.....</b>	<b>34</b>
<i>Tuba Şahin Ören - Veli Erdiñç Ören</i>	
<b>Çevrimdışı Tatil: Dijital Detoks İçin Ekoturizm.....</b>	<b>36</b>
<i>Yunus Topsakal - Abdurrahman Dinç</i>	



<b>Uluslararası Turizm İçinde Sağlık Turizminin Yeri; Türkiye İçin Bir Değerlendirme .....</b>	<b>38</b>
<i>Hacı Hayrettin Tıraş</i>	
<b>Turizm Sektöründe NFT (Non-Fungible Token /Takas Edilemeyen Jeton): “Cryptotourism NFT” .....</b>	<b>40</b>
<i>Seda Karagöz Zeren</i>	
<b>Do the Views of Turkish and European Tourism Academics Differ Regarding the Emerging Tourism Trends in the Post-Covid-19 Era? .....</b>	<b>42</b>
<i>Davut Uysal</i>	
<b>Türkiye’de Turizm, Küreselleşme ve Ekonomik Büyümenin CO<sub>2</sub> Üzerindeki Etkisi: Fourier ADL Eşbütünleşme Yaklaşımı .....</b>	<b>43</b>
<i>Mustafa Naimoğlu</i>	
<b>Türkiye için Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme arasındaki İlişki: Güncel Fourier Yaklaşımı.....</b>	<b>45</b>
<i>Mustafa Naimoğlu</i>	
<b>Future Trends in Destination Marketing .....</b>	<b>47</b>
<i>Gözdegül Başer</i>	
<b>Küreselleşme, Karbondioksit Emisyonu, Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi: Akdeniz Ülkeleri Örneği .....</b>	<b>48</b>
<i>Hüseyin Ağır - Sefa Özbek</i>	
<b>Türkiye’nin Turizm Piyasalarında Yakınsama Hipotezinin Yeniden Gözden Geçirilmesi: Birim Kök Testlerinden Kanıtlar .....</b>	<b>50</b>
<i>Hüseyin Ağır - Sefa Özbek</i>	
<b>The Right to Food or the Right to the City? Spatial and Gastronomic Reflections of Urban Class Conflict .....</b>	<b>52</b>
<i>Candan Turkkın</i>	
<b>Ciddi Serbest Zaman ve Rekreasyon Uzmanlığı Arasındaki İlişkinin Kavramsal Açıdan İncelenmesi.....</b>	<b>53</b>
<i>Alper Kaya - Mehmet Demirel - Duygu Harmandar Demirel</i>	
<b>İnanç Turizminin Geliştirilmesinde Kültürlerarası İlişkilerin Yeri ve Önemi: Adana Örneği... 55</b>	
<i>Muharrem Avcı - Yavuz Selim Deniz</i>	
<b>Konya İlindeki Bazı Yöresel Çorbaların Fonksiyonel Besin İçeriğinin İncelenmesi .....</b>	<b>57</b>
<i>Yılmaz Seçim - Samet Can Aksu</i>	
<b>Ankara Beypazarı’nın Gastronomi Turizmi Potansiyeli.....</b>	<b>59</b>
<i>Hüseyin Fatih Zararsız - Şaban Kargiglioğlu</i>	
<b>Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Teknoloji Bağımlılığının Yaşam Tatminine Etkisi: Gaziantep Üniversitesi Örneği.....</b>	<b>61</b>
<i>Harun Reşit Gündoğan - Kaan Çeviker - Nurcan Gezici</i>	
<b>Lisans Düzeyinde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi Alan Öğrencilerin Öz Yeterliklerine Yönelik Nitel Bir Araştırma .....</b>	<b>63</b>
<i>Safa Kaya - Esra Yıldırım - Yeliz Pekerşen</i>	



<b>Women Entrepreneurship and Tourism: Patterns and Trends.....</b>	<b>65</b>
<i>Sulaiha Mohd Isa - Hairul Nizam Ismail - Zatul Iffah Mohd Fuza</i>	
<b>Yenilebilir Böceklerin Günlük Beslenmede Tüketilebilme Potansiyellerinin Araştırılması: Un Kurdu Katkılı Ekmek Örneği .....</b>	<b>66</b>
<i>Erdi Eren - Semra Akar Şahingöz</i>	
<b>Research Trends of Social Network Analysis in Tourism Destination Management .....</b>	<b>68</b>
<i>Tan Pei Yee - Hairul Nizam Ismail - Syed Muhammad Rafy Syed Jaafar - Nurul Diyana Md Khairi</i>	
<b>Sosyal Medya Kullanımının Turizm Pazarlaması Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma .....</b>	<b>69</b>
<i>Ceyhun Akyol</i>	
<b>Erzincan Eksisi Sazlığı'nda Kuş Gözlemciliğinin Yöre Turizmine Katkısı.....</b>	<b>71</b>
<i>İbrahim Erhan Canbaba</i>	
<b>Küresel Krizler ve Turizm.....</b>	<b>73</b>
<i>Ayşe Nevin Sert - Serap Serin Karacaer</i>	
<b>Community Resilience Models for Conservation of Cultural Ecosystems Services and Tourism Management Post COVID-19 Pandemic in Park-Adjacent Communities within Aberdares National Park, Kenya.....</b>	<b>75</b>
<i>Felix Lamech Mogambi Ming'ate - Shem Wambugu Maingi</i>	
<b>Covid-19 Vaccine Certificate and Hotel Managers' Views: The Case of Konya Province.....</b>	<b>76</b>
<i>Saadet Zafer Kavacık - Kevser Çınar</i>	
<b>Tüketicilerin Dışarıda Yemek Yeme Nedenlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Gaziantep Örneği.....</b>	<b>77</b>
<i>Ferdi Bişkin - Çağdaş Pektaş</i>	
<b>Turizm ve Coğrafi Görünüm Konulu Araştırmaların Çözümlemesi: Mevcut Durum ve Eğilimler .....</b>	<b>79</b>
<i>Tuğçe Özoğul Balyalı - Öznur Akgiş İlhan</i>	
<b>Ayı ve Boğa Piyasaları Kapsamında Turizm Sektörünün Covid-19 Açısından Değerlendirilmesi .....</b>	<b>81</b>
<i>Gizem Kara - Mete Sezgin - Ahmet Şahbaz - Ayşe Ceylan</i>	
<b>Sağlık Turizmi Kapsamında Termal Turizm .....</b>	<b>85</b>
<i>Mustafa Cüneyt Şapcılar - Aynur İlyasov</i>	
<b>Ölüm Hakkı ve Ötanazi Kavramlarının İntihar Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi .....</b>	<b>87</b>
<i>Gamze Temizel - Büşra Ceylan - İdris Özgün - Seray Güneş</i>	
<b>Kadın Girişimcilerin Bireysel Katılım Yatırımcılığı (Melek Yatırımcılık) Algısı ve Yatırım Niyetlerine Etki Eden Unsurların Belirlenmesi: Konya Hizmet Sektörü Örneği .....</b>	<b>89</b>
<i>Eylül Güçlü Arslan - Ceyhun Can Özcan</i>	
<b>Investigating the Emerging COVID-19 Research in the Field of Tourism: A Bibliometric Analysis Approach .....</b>	<b>91</b>
<b>Çiftlik Turizminin Kırsala Etkisi: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme .....</b>	<b>92</b>
<i>Cansu Güven</i>	



<b>Kırsal Turizm Ve Yoksulluk Arasındaki İlişki: Kavramsal Bir Analiz.....</b>	<b>94</b>
<i>Fatih Doru</i>	
<b>The Role of Archaeological Heritage in Creating a New Tourist Type in Cultural Tourism: Archaeotourist .....</b>	<b>96</b>
<i>Hasan Ali Erdoğan</i>	
<b>The Effects of Ingenuity, Job Motivation and Social Support on Employees' Performance: Case of North Cyprus.....</b>	<b>97</b>
<i>Mete Ünal Girgen - Sharon N. A. Damina</i>	
<b>Ağrı Dağı'nın İnanç Turizmi Açısından Değerlendirilmesi .....</b>	<b>98</b>
<i>Ahmet Büyükkşalvarcı - Zekeriya Yetiş - Dilşan Alkaç</i>	
<b>E-Spor Faaliyetlerinin Rekreasyon ve Spor Açısından Değerlendirilmesi .....</b>	<b>100</b>
<i>Hasan Suat Aksu - Duygu Harmandar Demirel - Alper Kaya - Mehmet Demirel</i>	
<b>Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi.....</b>	<b>102</b>
<i>Ekrem Damar</i>	
<b>Silivri İlçesinde Yer Alan Restoranların Tripadvisor Yorumlarının İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi .....</b>	<b>104</b>
<i>Mustafa Oğuzhan Ercan - Emre Varol</i>	
<b>Palyatif Bakım Turizmi ve Türkiye'ye Yönelik Bir Değerlendirme .....</b>	<b>106</b>
<i>Seyfullah Gül</i>	
<b>2015-2021 Yılları Arasında Uluslararası Sağlık Turizmi Konusunda Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi .....</b>	<b>108</b>
<i>Emrullah Aydın - Şeyda Sarı</i>	
<b>Kayseri'nin "Unesco Gastronomi Kenti" Olabilirliğine ve Gastronomi Turizmine Dair Paydaş Görüşleri .....</b>	<b>110</b>
<i>Osman Özer</i>	
<b>Erzurum İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Potansiyelinin Değerlendirilmesi .....</b>	<b>112</b>
<i>Ayşegül Daşdemir - Ayşe Büşra Madenci - Yeliz Pekerşen</i>	
<b>Y Kuşağının Seyahat Belirlerken Elde Ettiği Bilginin Önemi .....</b>	<b>114</b>
<i>Ekrem Oraç - Mehmet Sağır</i>	
<b>A Research on Personnel Hygiene Awareness and Practice Levels of Employers in the Baklava Production Process .....</b>	<b>116</b>
<i>İbrahim Çekiç - Fügen Durlu Özkaya</i>	
<b>Agro Turizm Kapsamında Bağcılık Turizmi.....</b>	<b>117</b>
<i>Olca Özişik Yapıcı</i>	
<b>Geçiş Dönemlerinde Mutfak Kültürü ve Yöresel Mutfak Uygulamaları: Ege Bölgesi'nde Nitel Çalışma.....</b>	<b>119</b>
<i>Zeynep Çınar - Ümit Sormaz</i>	
<b>Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Astro-Turizm ve Konya İlinin Astro-Turizm Potansiyeli</b>	<b>121</b>
<i>Abdurrahman Dinç - Hamdi Karakök - Sinan Koçak</i>	



<b>Hidroterapi Çalışanlarının COVID-19 Algılarının İş Motivasyonlarına Etkisi .....</b>	<b>123</b>
<i>Benay Yiğitbaşı - Gülseren Yurcu</i>	
<b>E-Spor Turizmine Yönelik Literatür Taraması .....</b>	<b>125</b>
<i>Kerem Kara - Remziye Ekici Çilkin</i>	
<b>Afyonkarahisar'da Otel İşletmeleri Restoranlarında Coğrafi İşaretli Yöresel Yemeklerin Kullanımı.....</b>	<b>127</b>
<i>Aybuke Ceyhun Sezgin - Esna Mete</i>	
<b>Pandemi Sürecinde Yeni Bir Eğilim: Muhafazakâr Villalar .....</b>	<b>129</b>
<i>Cemil Gündüz</i>	
<b>Kırsal Turizmin Gelişmesinde Bir Yaklaşım: OYB Yaşam Felsefesi.....</b>	<b>131</b>
<i>Cavit Yavuz</i>	
<b>Digital Marketing to Enhance Authentic Rural Tourism Experiences: Harmonized Contradictory? .....</b>	<b>133</b>
<i>Indah Nur Agustiani - Adrian Agoes</i>	
<b>Gastronomide Yükselen Eğilim: Umami Trendi.....</b>	<b>134</b>
<i>Ayşe Kayabaşı - Nihan Göğüş Bağış</i>	
<b>Mevlevilikte Mutfak Ve Yemek Kültürü .....</b>	<b>136</b>
<i>Gül Seray Şimşek - Zeynep Aslan</i>	
<b>Hükümet Programları Çerçevesinde Turizm Politikalarının Analizi .....</b>	<b>138</b>
<i>Güray Karacıl - Çağrı Saçlı - Ceyhun Can Özcan</i>	
<b>Etnik Turizminin Kırsal Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi.....</b>	<b>140</b>
<i>Şerife Koç</i>	
<b>Şehir Pazarlamasında Kentsel Rekreasyon Alanlarının Rolü .....</b>	<b>142</b>
<i>Yasin Özdemir - Murat Koçyiğit</i>	
<b>Konaklama İşletmelerinde Güvenli Turizm Sertifikasyonu .....</b>	<b>144</b>
<i>Serap Serin Karacaer - Ayşe Nevin Sert</i>	
<b>Kentsel Rekreasyon Alanlarının Kent Tanıtımına Katkısında Halkla İlişkilerin Aracılık Rolü</b>	<b>146</b>
<i>Yasin Akar - Murat Koçyiğit</i>	
<b>Rekreasyon Pazarlaması ve Şehir Markalaşması İlişkisinin İncelenmesi .....</b>	<b>148</b>
<i>Berkan Kaya - Murat Koçyiğit</i>	
<b>Mutfak Kültüründe Cevizin Faydaları Ve Cevizli Ürünler .....</b>	<b>150</b>
<i>Esra Çaçur - Eda Güneş</i>	
<b>A Study on Fortification of Bread with Bone Broth .....</b>	<b>152</b>
<i>Büşra Kocayiğit - Atilla Akbaba - Melike Sakin Yilmazer</i>	
<b>Turizm Sosyolojisi: Geçmişten Bugüne Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri.....</b>	<b>153</b>
<i>Nesrin Tuncay - Selman Bayrakçı</i>	
<b>Has COVID-19 Pandemic Developments Pushed Us to Try New Research Methods? A Case Discussion on Tourism Studies.....</b>	<b>155</b>
<i>Yasin Bilim - Sinan Uslu - Selman Bayrakçı</i>	



<b>Koronavirüs Hastalığının (COVID-19) Türk Turizmine Etkisi .....</b>	<b>156</b>
<i>Bilal Özel</i>	
<b>Yükselen Piyasa Ekonomilerinde Turizm ve Finansal Gelişme İlişkisi .....</b>	<b>158</b>
<i>Ferid Önder - Hüseyin Ağır</i>	
<b>Bölgesel Kalkınma ve Turizm İlişkisi: Trb1 Bölgesi Örneği.....</b>	<b>160</b>
<i>Bilal Özel</i>	
<b>Kitle Turizmine Alternatif Olarak Sanal Gerçeklik Turizmi .....</b>	<b>162</b>
<i>Sinan Uslu - Selman Bayrakçı</i>	
<b>Paylaşım Ekonomisi ve Turizm.....</b>	<b>164</b>
<i>Hidayet Kışlalı</i>	
<b>Unutulmaz Otel Deneyimi: Ölüdeniz Destinasyonunun Tripadvisor Yorumlarının İçerik Analizi .....</b>	<b>166</b>
<i>Sinan Baran Bayar - Rana Şat</i>	
<b>Transformations Facing MICE Tourism Amid COVID-19.....</b>	<b>168</b>
<i>Gülây Çakmak - İbrahim Çiççi - Gürel Çetin - Cemil Hakan Kılıç</i>	
<b>Sürekli ve İnterval Koşu Eğitimlerinin Elit Yetişkinlerde Fiziksel ve Fizyolojik Etkilerinin Karşılaştırılması .....</b>	<b>169</b>
<i>Serdar Büyükipekci - Mustafa Sabır Bozoğlu</i>	
<b>Yöresel Yemeklerin Sürdürülebilir Turizme Etkisi.....</b>	<b>171</b>
<i>Erkan Akgöz - Tuğçe Güneş</i>	
<b>Turuncu Bayrak Uygulamasının Otel İşletmelerinde Uygulanabilirliği: Konya Örneği .....</b>	<b>173</b>
<i>Ahmet Büyükkşalvarcı - Zekeriya Yetiş - Duygu Taştan</i>	
<b>Arkeodestinyonlarda Çevresel Yönetime Eleştirel Bir Bakış: Eflatunpınar Örneği.....</b>	<b>175</b>
<i>Mehtap Ok - Hasan Ali Erdoğan</i>	
<b>Sorumlu Turizm: Sürdürülebilir Gastronomi Turizmine Genel Bir Bakış.....</b>	<b>177</b>
<i>Gizem Hülağa Kaderoğlu - Nevruz Berna Tatlısu</i>	
<b>Rekreasyonel Amaçlı Egzersiz Yapan Bireylerin Mutluluk Düzeyleri İle Yaşam Doyumlarının İncelenmesi.....</b>	<b>179</b>
<i>Hatice Önmen - Mehmet Demirel</i>	
<b>Sosyal Rekreasyon Etkinliği Olarak Afyonkarahisar Kırk Hatimli Şifalı Aşure Geleneği.....</b>	<b>181</b>
<i>Sabri Çelik - Mustafa Sandıkçı - Nurullah Kart</i>	
<b>COVID-19 Sürecinde Üniversite Öğrencilerinin Aktif-Pasif Serbest Zaman Kullanımlarının Yaşam Doyum Düzeylerine İlişkin Görüşlerinin İncelenmesi .....</b>	<b>183</b>
<i>Yalçın Tükel - Abdullah Sencer Temel -Sude Kılınc</i>	
<b>Reasons for All-Inclusive: Hospitality Perspective .....</b>	<b>185</b>
<i>Emine Keskin - Onur Benli - Gürel Çetin - Ezgi Erkmen</i>	
<b>Gastronomi Alanında Kullanılan Lavantalı Tarifler.....</b>	<b>186</b>
<i>Büşra Kurtoğulları - Eda Güneş</i>	





<b>İnanç Turizmi Bağlamında Kültürel Miras Değerleri Olarak Türbeler ve Efsaneler: Konya Örneği.....</b>	<b>188</b>
<i>İbrahim Hakkı Kaynak - Sinan Uslu</i>	
<b>Kovid-19 Pandemisi Sürecinde Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Alınan Önlemler .....</b>	<b>190</b>
<i>Ahmet Büyüksalvarcı - Zekeriya Yetiş - Dilşan Alkaç</i>	
<b>Yükselen Piyasa Ekonomilerinde Turizm ve Çevre Kirliliği Arasındaki İlişki: Panel Veri Analizi .....</b>	<b>192</b>
<i>Sena Türkmen - Hüseyin Ağır</i>	
<b>Gümüş Gezinler - Yenilikçi ve Yapısal Eğitimlerle İleri Yaş Gezinlere Ulaşmak ve Onları Turizm Sektöründeki Kırsal Turizm Kobi'lerine Çekmek.....</b>	<b>194</b>
<i>Melike Kurtaran Çelik - Fegan Mutlu -Ahmet Kurtaran</i>	
<b>Balın Moleküler Gastronomideki Kullanımı .....</b>	<b>196</b>
<i>Müge Kardeş - Abdullah Baycar</i>	
<b>Danimarka'daki Restoranların Rehberler Çerçevesinde İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi .....</b>	<b>198</b>
<i>Buğra Özdemir</i>	
<b>Üniversite Öğrencilerinin Boş Zaman Faaliyetlerine Katılımının Önündeki Engellerin Cinsiyet Değişkeni Açısından Belirlenmesi.....</b>	<b>200</b>
<i>Hasan Suat Aksu - Mizgin Yaşar - Fatma Arslan</i>	
<b>Coğrafi İşaretli Kars Kaşarının Duyusal Analiz Metodu ile Değerlendirilmesi.....</b>	<b>202</b>
<i>Fügen Durlu Özkaya - Batuhan Öztürk</i>	



## Kovid Sürecinde Resort Otel Pazarlaması ve Tur Operatörleri ile İlişkiler

**Yusuf GÜNAYDIN**

Dr., School of Tourism and Culinary Arts, International Final University, Girne, Northern Cyprus,  
Turkey, yusuf.gunaydin@final.edu.tr

**Özgür ÖZER**

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü/Turizm Rehberliği Anabilim  
Dalı, Konya, Türkiye, ozgurozer64@gmail.com

### Özet

Koronavirüsün, ekonomik sektörlerin çeşitliliğine ve bireylerin yaşam tarzına bakılmaksızın hem ulusal hem de uluslararası alanda büyük bir etkiye sahip olduğu açıktır. Turizm ve otelcilik sektörü, son 1,5 yılda tamamen veya kısmen durma noktasına gelen ve faaliyetleri askıya alınması gereken bu taraflardan biri olmuştur. Otel işletmeleri, özellikle mevsimsellik sorunları nedeniyle tatil köyleri ve tur operatörleri arasındaki yoğun işbirliği ilişkisi olmuştur ve bununla birlikte her iki tarafın da böylesi bir ekonomik krizin olumsuz sonuçlarının üstesinden gelmek için iyi çalışmasına rağmen etkilenmiştir. Sonuç olarak, bu çalışmanın amacı, Covid-19 dönemi ve sonrasında resort otel işletmelerinin pazarlanmasında karşılaşılan sorunları ve rezervasyonların yönetimini ve tur operatörleri ile ilişkilerde yaşanan krizi incelemektir. Yazarlar, 2020 yılında Bodrum'da faaliyet gösteren resort otel işletmelerinin genel müdürleri veya satış müdürleriyle röportaj yapmışlardır. Çalışma, özellikle rezervasyon iptalleri, geri ödemeler, operasyon değişiklikleri, yeniden fiyatlandırma, yeniden reklam ve müşteri yönetimi ile ilgili konuları tartışmaktadır. Mevcut haliyle çalışma, 2020 yılının tamamı boyunca turizm ve konaklama operasyonlarının gerçekliğinden hareketle yapılmış bir uygulama çalışmasını sunmaktadır.

**Anahtar kelime:** Resort oteller, resort otel pazarlaması, resort otel yönetimi, tur operatörleri, Türkiye.



## Resort Hotel Marketing in The COVID Process and Relations with Tour Operators

### Abstract

It has been obvious that the coronavirus has had a major impact both nationally and internationally, regardless of the variety of economic sectors and the lifestyle of individuals. The tourism and hospitality industry have been one of these parties that had to be fully or partially suspended over the last 1.5 years. The intensive cooperative relationship between hotel businesses, particularly resort hotels due to their seasonality problem, and tour operators has also become affected despite the fact that both parties have worked well to overcome the negative consequences of such an economic crisis. As a result, the purpose of this study is to examine the problems encountered in the marketing of resort hotel businesses and the management of reservations and the crisis in relations with tour operators during and after the Covid-19 era have been resolved. The authors interviewed the general managers or sales managers of the resort hotel businesses operating in Bodrum in 2020. The study, in particular, discusses the issues in relation to the reservation cancellations, refunds, changes of operations, repricing, re-advertising and customer management. As it stands, the study provides a real case study from the reality of the tourism and hospitality operations throughout the full year of 2020.

**Keywords:** Resort hotels, resort hotel marketing, resort hotel management, tour operators, Turkey.



## Managing ‘Professeurs Sans Frontières’: Academic Tourism Revisited

*Jessica LICHY*

Dr., Idrac Business School, Research Dept., Lyon, France, [jessica.lichy1@idraclyon.com](mailto:jessica.lichy1@idraclyon.com)

### Abstract

International mobility is a proven methodology that has been leveraged to promote international learning and engagement. The COVID-19 pandemic has sparked renewed commitment across higher education institutions (HEIs) to foster global awareness and develop the intercultural skills needed to live and work successfully in a globally interconnected world. Yet, the existing studies offer only a partial understanding of factors that encourage and discourage international mobility, particularly for teaching purposes. Using a mixed-method approach, this paper provides fresh insights into managing teaching mobility. It contributes to the current literature by focusing on staff mobility rather than student mobility. Photo-elicitation is used to identify five typologies of internationally mobile academics: *pragmatic learners*, *evaders*, *workcationers*, *philanthropic knowledge-seekers* and *research-inspired innovators*. This paper also offers management recommendations regarding the factors that inspire or deter academic mobility. The findings suggest that a number of theories from leisure tourism can be adapted to explain the motivations of this unique community of business travellers.

**Keywords:** Managing international mobility, motivation theory, academic tourism, niche travel.



## Turist Rehberliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Sosyal Sorumluluk Algılarının Araştırılması

*Nil SONUÇ*

Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, İzmir, Türkiye,  
nilsonuc@gmail.com

### Özet

Türkiye’de üniversitede 4 yıllık turist rehberliği eğitimi almakta olan öğrencilerin ilk yıllarında gönüllü olması gerekirken zorunlu olarak aldıkları bir dersleri vardır: “Sosyal Sorumluluk Projesi” dersi. Sorumluluk sahibi bir birey olma bilincini geliştirmesi açısından toplumsal önemi büyük olan bu dersin aslında çok daha erken eğitim dönemlerinde öğretim programına dahil edilmesi gerekmektedir. Ancak, her ne kadar öğretim planında gecikmiş olsa da, bu dersi takip etmekte olan “Z kuşağı” olarak da adlandırılan mevcut nesil, genellikle duyarlılığı yüksek bir nesil olarak tanımlanıyor. Dolayısıyla, turist rehberliği eğitimi almakta olan bu öğrencilerin oluşturduğu sosyal sorumluluk projesi örneklerini incelemek ve mevcut nesil ile geleceğin turist rehberi adaylarının sosyal sorumluluk düzeyini anlamak bu araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Araştırmanın sınırlılıkları örneklem açısından tek okul, sınıf ve sömestri kapsamı ve lokal bir sonuç vermesidir. Ancak yine de nitel araştırmanın doğasına uygun olarak, farklı yerlerde de uygulanabilecek ve ileride yapılacak çalışmalarla karşılaştırmalı değerlendirme olanağı sunabilecektir. Sosyal sorumluluk projesi dersi için öğrencilerin hazırladıkları projelerin toplumsal hangi önemli sorunları gündeme getirdiği ve nasıl çözüm önerileri sundukları bu çalışmanın bulguları arasında yer almaktadır. Proje içeriklerinde ele alınan konu başlıkları arasında toplumdan dışlanmış olan insanlar veya hayvanlarla herkes için turizm gibi isabetli saptamalara ulaşılırken, projelerin toplumsal içermeye yönelik yaratıcı çözüm önerileriyle desteklenmiş olduğu da görülmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Turist rehberliği eğitimi alan öğrenciler, z kuşağı, sosyal sorumluluk projesi, turist rehberi adayı, sosyal sorumluluk algısı.



## Social Responsibility Perception of Students Getting Tourist Guidance Education

### Abstract

“Social responsibility project” is the name of the course that students in Turkey studying tourist guidance education should follow in their first year of 4 year education. As it develops the consciousness in terms of becoming a responsible individual in the society, this course should have been included normally in the curriculum in the earlier periods of education. However, despite the fact that it is retarded in the educational plan, the current group of students which currently follows this course, also named as “The Generation Z” is defined as a generation with high sensibility. Therefore, the objective of this study is to understand the level of social responsibility of the future tourist guides by analyzing the social responsibility projects prepared by these students. The limitations of the study can be listed as sample comprising of sole school, semester and group of students resuming a local conclusion. However, confirming the nature of qualitative research, the study has the potential to be applied in different contexts and will provide comparative evaluation possibilities quintessentially. The findings of the research include which important issues the students have proposed for the agenda as social problems and what kind of solutions they suggested. Among the well-targeted topics dealt with in the content of projects are the people and animals that are excluded, tourism for all. It is observed that the projects are supported with the creative solutions offered.

**Keywords:** Students getting tourist guidance education, generation Z, social responsibility project, future tourist guide, social responsibility perception.





## COVID-19 Pandemi Süreci Sonrasına Yönelik Türkiye Sağlık Turizmi Stratejilerinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi

*Fatih SEYRAN*

PhD, T.C. Sağlık Bakanlığı Yönetim Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Ankara, Türkiye,  
fatihseyran@gmail.com

### Özet

Dünyadaki birçok ülke için önemli bir kazanç kaynağı haline gelen sağlık turizmi, turistler açısından da ihtiyaç duyulan sağlık hizmetlerine ekonomik ve kaliteli bir şekilde ulaşabilme fırsatı olarak değerlendirilmektedir. Sağlık turizminde öne çıkan ülkelerden birisi de Türkiye'dir. Ülkemiz; coğrafi konumu, termal kaynakları, nitelikli sağlık altyapısı ve cazip destinasyon seçenekleri sayesinde bir çok ülke vatandaşının tercih nedeni olmaktadır. Türkiye, sağlık turizminin geliştirilmesi programı eylem planına göre yaklaşık 1 milyon 500 bin sağlık turistinden toplam 9 milyar ABD doları gelir elde etmeyi planlamaktadır. COVID-19 pandemi sürecinde ise tüm ülkelerde uygulanan kısıtlamalar ve tedbirler nedeniyle sağlık turizmine olan talep doğal olarak azalmıştır. Oysaki pandemi sonrasında gerçekleşmesi beklenen normalleşme süreçlerinde ülkemizin sağlık turizmi açısından önemli avantajlarının olabileceği değerlendirilmektedir. Nitekim pandemi sürecinde meydana gelen değişiklikler Türkiye için bazı yönlerden olumsuz olduğu kadar, bazı yönlerden ise olumlu değişikliklere kapı aralayabilecektir. Bu çalışmanın amacı COVID-19 pandemi süreci sonrasına yönelik Türkiye sağlık turizmi stratejilerinin çeşitli yönleriyle değerlendirilmesidir. Bu bağlamda SWOT analizi ile yapılan incelemede Türkiye'de sağlık turizmi açısından pandemi sonrasında ortaya çıkması beklenen güçlü ve zayıf yönler belirlenmiştir. Çalışma kapsamında dış çevreden kaynaklanan tehdit ve fırsatlara da yer verilmiş, sonuç kısmında ise pandemi süreci sonrasında Türkiye sağlık turizminde yaşanabilecek olumsuzluklara karşı alınabilecek önlemler konusunda önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar kelimeler:** COVID-19, sağlık turizmi, medikal turizm, destinasyon, SWOT analizi.



## Evaluation of Health Tourism Strategies in Turkey After the COVID-19 Pandemic Process with SWOT Analysis

### Abstract

Health tourism, which has become an important source of income for many countries in the world, is considered as an opportunity to reach the health services that tourists need in an economical and quality way. According to the action plan of the health tourism development program, Turkey has planned to generate a total of 9 billion USD from approximately 1 million 500 thousand health tourists. Due to the restrictions and measures implemented in all countries during the COVID-19 pandemic, the demand for health tourism naturally decreased. However, it is considered that our country may have important advantages in terms of health tourism in the normalization processes that are expected to take place after the pandemic. As a matter of fact, the changes experienced during the pandemic process may open the door to positive changes in some aspects as well as negative for Turkey. The aim of this study is to evaluate health tourism strategies in various dimensions in Turkey after the COVID-19 pandemic process. In this context, the strengths and weaknesses expected to emerge after the pandemic in terms of health tourism in Turkey were determined in the examination made with SWOT analysis. Within the scope of the study, the threats and opportunities arising from the external environment were also included, and in the conclusion part, suggestions were made regarding the precautions that can be taken against the negativities that may occur in health tourism in Turkey after the pandemic.

**Keywords:** COVID-19, health tourism, medical tourism, destination, SWOT analysis.



## Destinasyon Markalaşma Aracı Olarak Hikaye Anlatıcılığı

*Abdullah ÜLKÜ*

Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, Turist Rehberliği, Şanlıurfa, Türkiye,  
abdullahulku@harran.edu.tr

### Özet

Bu çalışmanın amacı, destinasyon marka iletişimi için önemli bir aracı olan hikaye anlatıcılığı konusunu, Konya hakkında yapılan hikaye anlatıcılığı örnekleri ile incelemektir. Hikayeler tüketiciler için sembolik anlamlar içermektedir. Hikayeler sayesinde ürün/hizmet tüketiciler tarafından anlamlandırılır. Hikayesi olan markalar tüketici zihninde daha kolay yer edinebilmektedir. Hikayelerin anlatılan ya da anlatılmak istenen konuları somut tüketici deneyimine dönüştürmek gibi güçlü bir özelliği vardır ve deneyime dönüştüklerinde marka ile tüketici arasında bağ kurulur. Destinasyonların da bir marka olabileceği ya da markalaşma çabaları içerisinde oldukları düşünüldüğünde hikaye anlatıcılığının önemi ortaya çıkmaktadır. Turistler bir destinasyonu, o destinasyon hakkında anlatılan hikayeler sayesinde anlamlandırmaktadır. Destinasyon marka imajı ve kişiliğinin oluşumunda önemli bir etkiye sahip olan hikayeler destinasyonun tercih edilmesinde bir etken olabilmektedir. Günümüzde Paris'in romantik, Milano'nun tarz sahibi, New York'un enerji dolu, Washington'un güç sahibi ve Tokyo'nun modern olarak algılanmasında, bu destinasyonlar hakkında anlatılan hikayelerin etkisinin olduğu bilinmektedir. Destinasyonlar her zaman hikayelere ihtiyaç duymuştur. Bu hikayelerde yer alan, efsaneler, karakterler, inanışlar ve deneyimler destinasyonu ilgi çekici hale getirmekte ve destinasyonlar turistlerin zihninde yer edinebilmektedir. Çalışmada Konya hakkında anlatılan hikayeler, içerik analizine dayalı nitel yaklaşım kullanılarak belirlenmiştir. Destinasyon markası ile bağlantılı olduğu düşünülen temalar oluşturulmuş ve sınıflandırılmıştır. Bununla birlikte destinasyon markası ile ilgili olduğu düşünülen çeşitli karakterler/unsurlar, mekanlar ve anlamlar belirlenmiştir. İlgili alan yazın incelendiğinde hikaye anlatıcılığının destinasyonların turistlerin zihninde konumlanmasında ve tercih edilmesinde, destinasyon imajı ve kişiliğinin oluşmasında, destinasyonların rekabet avantajı elde etmesinde etkili olduğu sonuçları görülmüştür. Çalışma sonucunda belirlenen temalar sırasıyla “inanç, mistik, tarih, sevgi ve yöreseldir.” İncelenen hikayelerde en çok öne çıkan karakterler/unsurlar; “Mevlana Celaleddini Rumi, Şemsi Tebrizi, Selçuklu, Osmanlı, Sultan abla, etliekmek, pilav ve tahta kaşıktır.” Genel olarak hikayelerde sunulan anlamlar “ilahi aşk, kavuşma, ilim, eğitim, cesaret, aşk, yiyecek ve folklordur.” Çalışmada Konya hakkında yapılan hikaye anlatıcılığı neticesinde belirlenmiş ve sınıflandırılmış olan hikayelerin Konya'nın markalaşması hususunda nasıl kullanılabileceğine dair ilgili kurum ve kuruluşlara önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar kelimeler:** Destinasyon, marka, hikaye anlatıcılığı.



## Storytelling as a Destination Branding Tool

### Abstract

The aim of this study is to examine the subject of storytelling, which is an important tool for destination brand communication, with examples of storytelling about Konya. Stories contain symbolic meanings for consumers. Thanks to the stories, the product/service is interpreted by the consumers. Brands with a story can gain a place in the minds of consumers more easily. Stories have a powerful feature such as transforming the topics that are told or wanted to be told into concrete consumer experience, and when they turn into experiences, a bond is established between the brand and the consumer. Considering that destinations can also be a brand or are in branding efforts, the importance of storytelling emerges. Tourists make sense of a destination through the stories told about that destination. Stories, which have an important effect on the formation of the destination brand image and personality, can be a factor in the preference of the destination. It is known that the stories told about these destinations affect the perception of Paris as romantic, Milan as stylish, New York full of energy, Washington as powerful and Tokyo as modern. Destinations have always needed stories. Legends, characters, beliefs and experiences in these stories make the destination interesting and destinations can take place in the minds of tourists. In this study, the stories told about Konya have been determined using a qualitative approach based on descriptive analysis. Themes that are thought to be related to the destination brand have been created and classified. In addition, various places, beliefs, characters and experiences that are thought to be related to the destination brand have been determined. When the relevant literature is examined, it has been seen that storytelling is effective in the positioning in the minds of tourists and preference of destinations, the formation of destination image and personality, and the competitive advantage of destinations. As a result of the study, the themes determined are; “faith, mystical, history, love and local.” The most prominent characters/elements in the stories are; “Mevlana Celaleddini Rumi, Şemsî Tabrizî, Seljuk, Ottoman, Sultan sister, etliekmek, rice and wooden spoon.” In general, the meanings presented in the stories are; “divine love, reunion, knowledge, education, courage, love, food and folklore.” In this study, suggestions have been made to relevant institutions and organizations on how the stories about Konya can be used for branding of Konya.

**Keywords:** Destination, brand, storytelling.



## Turizm Eğitimi Alan Adayların Kamu Kurumu ve Kuruluşlarına Kamu Personeli Olarak Atanmasına Yönelik Bir Çalışma

**Zeki GÜRBÜZ**

Doktora Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Konya, Türkiye, zeki\_gurbuz23@hotmail.com

**Özgür ÖZER**

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü/Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Konya, Türkiye, ozgurozer64@gmail.com

### Özet

Bu çalışma, Milli Eğitim Bakanlığı ve Yükseköğretim Kurumlarında örgün ve çıktan mesleki turizm eğitimi aldıktan sonra Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi Başkanlığı (ÖSYM) tarafından merkezi yerleştirme ile kamu kurumu ve kuruluşlarına kamu personeli olarak atanmak isteyen adayların görüşlerinin değerlendirilmesi bakımından önem taşımaktadır. Çalışmanın görüşme soruları, Milli Eğitim Bakanlığı, Yükseköğretim Kurumu ve Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi Başkanlığı (ÖSYM)'na ait mevzuatlar incelenerek oluşturulmuştur. Akabinde, Bingöl Üniversitesi'nde turizm eğitimi alan veya farklı bir üniversitede turizm eğitim alıp da Bingöl ilinde yaşayan adaylar ile Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi Başkanlığı (ÖSYM)'nin turizm ile ilgili bölümlere merkezi yerleştirme ile son on yılda (2011-2020) yaptığı atama sayıları göz önünde bulundurularak görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler Ocak 2020 - Mayıs 2021 tarihleri arasında katılımcılar ile yüz yüze yapılmıştır. Katılımcılar ile yapılan her bir görüşme ortalama 30 ile 45 dakika arasında sürmüştür. Görüşmelerde gizlilik esasına bağlı kalınarak her bir katılımcıya farklı bir alfabetik kod verilmiştir. Görüşmeler tamamlandıktan sonra elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktarılmış, birbirine benzeyen ifadeler sınıflandırılarak yorumlanmıştır. Çalışma sonucunda kamu sektöründe çalışmak isteyen katılımcıların merkezi yerleştirme ile yapılan atamaları yeterli bulmadığı, kamu sektöründeki olanakların özel sektörden daha fazla olduğu, turizm ile ilgili kamu kurumu ve kuruluşları ile Bakanlıklarda turizm mezunlarının yeteri kadar istihdam edilmediği tespit edilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** KPSS, turizm eğitimi, kamu personeli, merkezi yerleştirme.



## A Study on the Appointment of Tourism Training Candidates to Public Institutions and Organizations as Civil Servants

### Abstract

This study is important in terms of evaluating the opinions of candidates who want to be appointed as public personnel to public institutions and organizations with central placement by the Measurement, Selection and Placement Center Presidency (ÖSYM) after receiving formal and open vocational tourism training in the Ministry of National Education and Higher Education Institutions. The interview questions of the study were formed by examining the legislations of the Ministry of National Education, the Higher Education Institution and the Measurement, Selection and Placement Center Presidency (ÖSYM). Subsequently, candidates studying tourism at Bingöl University or living in Bingöl after receiving tourism education at a different university and the Measurement, Selection and Placement Center Presidency (ÖSYM) have done in the last ten years (2011-2020) with the central placement in tourism-related departments. Interviews were conducted taking into account the number of appointments. The interviews were held face to face with the participants between January 2020 and May 2021. Each interview with the participants lasted between 30 and 45 minutes on average. A different alphabetic code was given to each participant in the interviews, adhering to the principle of confidentiality. After the interviews were completed, the data obtained were transferred to the computer environment and the expressions similar to each other were classified and interpreted. As a result of the study, it has been determined that the participants who want to work in the public sector do not find the appointments made with the central placement sufficient, the opportunities in the public sector are more than the private sector, and the tourism graduates are not employed enough in the public institutions and organizations and ministries related to tourism.

**Keywords:** KPSS, tourism education, civil servants, central placement.





## Avrupa Birliği Turizm Politikalarının Türk Turizmine Etkilerinin Çevre ve Sürdürülebilirlik Bağlamında Analizi: Marmara Denizi Müsilaj Sorunu

*Nihan Garipağaoğlu UĞUR*

PhD, İstanbul Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği A.B.D., İstanbul, Türkiye, nihan.ugur@hotmail.com

*F. Füsun İstanbullu DİNÇER*

Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bolumü, İstanbul, Türkiye,  
istanbul@istanbul.edu.tr

### Özet

Denizlerin kirlenmesi hem ekonomik hem de sosyal olarak etki eder. Avrupa Birliği'nin (AB) çevre politikaları kirliliği azaltırken, doğal kaynakları dengeli şekilde kullanmayı ve sürdürülebilir kalkınmayı içerir. Çalışmanın amacı Avrupa Birliği turizm politikalarıyla, AB müktesebatı içinde yer alan “tüketicinin ve tüketici sağlığının korunması” ile “çevre” maddeleri turizm açısından ele alınarak, Marmara Denizinde yaşanan kirliliğin değerlendirilmesidir. Çalışma betimsel olup ikincil verilere dayandırmıştır. Yaşanan çevre sorununun AB politikaları ve Türk turizmi üzerindeki etkilerinin analiz edilmesi yönüyle literatüre katkı sağlaması beklenmektedir. Türkiye turizm stratejisi 2023 ile uluslararası markalaşarak, istihdamı arttırmayı ve sürdürülebilir bir gelişim hedeflemiştir. AB turizm politikaları ile Türkiye turizm stratejileri 2023'ün genel olarak uyumlu olduğu görülmektedir. Bununla birlikte tüketicinin korunması ile ilgili kurallara nispeten daha az yer verilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** AB turizm politikaları, Türkiye turizm stratejileri 2023, sürdürülebilir turizm, Marmara denizi, müsilaj.



## The Impact of European Union Tourism Policies on Turkish Tourism in the Context of Environment and Sustainability: The Mucilage Problem of the Marmara Sea

### Abstract

Pollution of the seas affects both economically and socially. The environmental policies of the European Union (EU) include reducing pollution and at the same time balanced use of natural resources and sustainable development. The purpose of the review is, evaluate the Marmara Sea pollution in the frame of EU tourism politics and acquis about the "protection of consumer and consumer health" and "environmental". The review is descriptive and based on secondary data. It is expected to contribute to the literature in terms of analyzing the effects of the environmental problem on EU policies and Turkish tourism. Turkey's tourism strategy 2023 purpose to become an international brand. Also, aims to increase employment and sustainable development. It is seen that EU tourism policies and Turkey's tourism strategies 2023 are generally compatible. However, the rules on consumer protection are given relatively less space.

**Keywords:** EU tourism policies, Turkey tourism strategies 2023, sustainable tourism, sea of Marmara, Mucilage.



## Av Turizminin Kırsal Kalkınmaya Etkileri; Kuzey Ülkeleri ve Türkiye Karşılaştırılması

**Osman ÖZER**

Öğr. Gör., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Ürgüp Sebahat Ve Erol Toksöz Meslek Yüksekokulu, Lokanta Ve İkram Hizmetleri Bölümü/Aşçılık Pr., Nevşehir, Türkiye  
osmanozer@nevsehir.edu.tr

**Ceyhan Can ÖZCAN**

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü/Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Konya, Türkiye, ceyhuncan5@hotmail.com

### Özet

Kentleri ve şehirlerin ekonomik dolgunluğa ulaşmasından sonra kırsalın kalkınması ön plana çıkmıştır. Kırsal kalkınma tarım, sanayi ve hayvancılıkla olduğu gibi turizm ile de destekleyici bir güç şeklinde olabilmektedir. Bu durum özellikle avlanma faaliyetlerine daha fazla önem veren korunmuş bakir doğası ile kuzey ülkelerinde görülmektedir. Araştırmada kuzey ülkeleri olan Kanada, İsveç, Finlandiya, İzlanda ve İskoçya'nın kırsal bölgelerinde av turizminin etkilerine dair yapılmış araştırmalara ulaşılarak incelenmiş, Türkiye'deki av turizminin kırsal kalkınmaya olan etkisi ile karşılaştırılmıştır. Av turizminin doğru şekilde tanıtılıp uygulanması durumunda kırsal kalkınmaya olan etkisi görülmüştür. Bu bağlamda av turizmi, kırsal turizmi, doğa turizmi ve eko turizmi içinde bir arada bulundurmakla çok farklı ve ilgi çekici bir yelpaze oluşturmaktadır. Av turizmini iyi tanıtip ve gerekli şekilde pazara sunulmasıyla beraber kırsal ekonomiye ve ülke ekonomisine önemli derecede katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Türkiye'deki av hayvanları çeşitliliğini ve doğal bitki örtüsü çeşitliliğini göz önünde bulundurarak çok iyi ve organize edilmiş av turizmi çeşitliliğini gelen niş turistlere sunulabilecektir.

**Anahtar kelimeler:** Av turizmi, av hayvanları, avcılık, kırsal turizm, kırsal kalkınma.



## Effects of Hunting Tourism on Rural Development; Comparison of Nordic Countries and Turkey

### Absract

After the cities and the cities reached economic fullness, the development of the countryside came to the fore. Rural development can be in the form of a supporting force with tourism as well as with agriculture, industry and animal husbandry. This situation is especially seen in the northern countries with its preserved virgin nature, which gives more importance to hunting activities. In the research, the effects of hunting tourism in the rural areas of Canada, Sweden, Finland, Iceland and Scotland, which are the northern countries, were examined and compared with the effect of hunting tourism on rural development in Turkey. If hunting tourism is introduced and implemented correctly, its effect on rural development has been observed. In this context, hunting tourism creates a very different and interesting spectrum by combining rural tourism, nature tourism and eco tourism. It is thought that it will contribute significantly to the rural economy and the country's economy by introducing the hunting tourism well and presenting it to the market as necessary. Considering the diversity of game animals and the diversity of natural vegetation in Turkey, a very well organized and organized hunting tourism variety will be offered to the incoming niche tourists.

**Keywords:** Hunting tourism, big game, hunting, rural tourism, rural development.



## Tourism and Foreign Language

*Fırat ÜNSAL*

PhD., Student, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Van, Türkiye,  
brukani@gmail.com

### Abstract

In recent years any country's economy benefits from tourism. It brings together people from various ethnic and religious backgrounds. To assist socio-economic growth, foreign language (L2) skills are required in the tourism industry. This is a survey study to look at the English language abilities required in the tourist industry. Foreign language learning has gained importance over time due to the changes in the globalizing world and has become a necessity. This article is going to present how the foreign language especially the English language connects to tourism, with a focus on the role language plays in revealing a lot about how tourism works, how perceptions and identities are created, and how tourism as a system is reliant on language use. First of all, this paper aims to provide a general introduction to tourism and foreign language learning next the paper will give brief information about the importance of language and cultural exchange? and finally, the benefits of learning a foreign language and It will also try to demonstrate its importance in the tourist industry.

**Keywords:** Foreign language, culture, tourism, cultural exchange.



## Dünyada ve Türkiye’de Gönüllü Turizmin Yeri

**S. Gül GÜNEŞ**

Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi/Rekreasyon Yönetimi, Konya/Türkiye,  
gulgunes@selcuk.edu.tr

**Kübra GÜNDOĞDU**

Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü/Turizm İşletmeciliği,  
Konya/Türkiye, kubra.gundogdu1@outlook.com

### Özet

Son 50 yılda, dünya çapında çevre ile ilgili toplantıların, eylem planlarının oluşturulduğunu ve acil önlemler alınmadığı takdirde yaşam kaynağımız olan çevrenin yok olacağı vurgulanmaktadır. 1972’de Stockholm’de “Birleşmiş Milletler” tarafından başlatılan süreç küresel anlamda önemli bir adım olmuştur. 1983 yılında kurulan “Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu” tarafından 1987 yılında yayımlanan “Ortak Geleceğimiz” raporu süreci önemli bir aşamaya taşımıştır. Yayımlanan bu rapor ile birlikte hayatımıza giren “Sürdürülebilir Kalkınma” kavramı tüm Dünyaya tanıtılmış en önemli konulardan bir olmuştur. Özellikle bu yıllarda başlayan sürdürülebilirlik için ekonomik değişim modelleri turizm sektörü için tartışılmaya başlamış ve birtakım öneriler geliştirilmiştir. Tartışmaların ve ekolojik farkındalık için eylem planlarının rekreasyon ve turizm faaliyetlerine uygulanabilirliği henüz devam ederken, 2005 yılının küresel değerlendirme raporunda, turizm ve rekreasyon faaliyetlerinin en az 15 ekosistem hizmetini önemli ölçüde etkilediği görülmüştür. Tüm bu süreç içerisinde değişen tüketici davranışları ile birlikte, özel ilgi turizmine olan talep artış göstermiştir. Bilinçlenen tüketici grupları ile birlikte çevreyle entegre tesislere ve hizmetlere karşı olan ilgi artmış ve rekabet unsurunu belirleyen nokta ise bu ekseninde oluşmaya başlamıştır. Bu çalışma son yıllarda önemli gelişim gösteren ve sürdürülebilir turizm çevresinde önemli bir yere sahip olan gönüllü turizmin tüm yönlerini araştırmayı ve gönüllü turizmin, dünyadaki ve Türkiye’deki gelişimini ortaya koymayı amaçlamıştır. Türkiye’de gönüllü turizm alanında yapılan akademik çalışmaların sınırlı sayıda olması ve bu turizm çeşidinin dünyada ve Türkiye’de gelişiminin karşılıklı olarak incelenmesi, çalışmanın önemini artırmaktadır. Çalışma kavramsal olarak oluşturulmuş, araştırılan konu ile ilgili veriler içerik analizi yöntemlerinden biri olan doküman analizi veri toplama tekniği ile daha önce yayınlanmış olan çalışmalardan ve gönüllü kuruluşların web sitelerinden yararlanılarak toplanmıştır. Araştırmada, gönüllü turizmin son yıllarda önemi artan turizm çeşitleri arasında yer aldığı, dünyada son 20 yıl içerisinde hızla geliştiği ve ülkelerin kalkınmasında önemli etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Gönüllü turizmin dünyadaki gelişimi karşısında Türkiye’deki gelişiminin çok yeni olduğu ulaşılan sonuçlardan biridir.

**Anahtar kelimeler:** Sürdürülebilir gelişme, sorumlu turizm, gönüllülük, gönüllü turizm.





## The Place of Volunteer Tourism in the World and Turkey

### Abstract

It is emphasized that in the last 50 years, meetings and action plans related to the environment have been created around the world, and unless urgent measures are taken, the environment, which is our most important capital, will disappear. The process initiated by the "United Nations" in Stockholm in 1972 has been a significant step globally. The "Our Common Future" report published in 1987 by the "World Commission on Environment and Development" established in 1983, carried the process to an important stage. The concept of "Sustainable Development", which entered our lives with this published report, has become one of the most important issues introduced to the whole world. Particularly, economic change models for sustainability, which started in these years, started to be discussed for the tourism sector and some suggestions were developed. While the applicability of discussions and action plans for ecological awareness to recreation and tourism activities still continues, in the global assessment report of 2005, it was seen that tourism and recreation activities significantly affect at least 15 ecosystem services. Along with the changing consumer behavior throughout this process, the demand for special interest tourism as an alternative form of tourism has increased. With the conscious consumer groups, the interest towards environmentally integrated facilities and services has increased and the point that determines the competitive element has started to emerge on this axis. This study aimed to investigate all aspects of voluntary tourism, which has developed significantly in recent years and has an important place in the sustainable tourism environment, and to reveal the development of voluntary tourism in the world and in Turkey. The limited number of academic studies in the field of voluntary tourism in Turkey and the mutually examination of the development of this type of tourism in the world and in Turkey increase the importance of the study. The study was conceptually created, and the data related to the researched subject were collected with the document analysis data collection technique, which is one of the content analysis methods, by using the previously published studies and the websites of voluntary organizations. In the research, it has been concluded that voluntary tourism has been among the trending tourism types in recent years, has developed rapidly in the world and has a significant impact on the development of countries, but its development in Turkey is still new.

**Keywords:** Sustainable development, responsible tourism, volunteering, volunteer tourism.



## Yeni Turizm Gelişmeleri

*Emrullah ERUL*

Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği/Turizm Fakültesi, İzmir,  
Türkiye, emrullah.erul@ikcu.edu.tr

### Özet

Turizmin ana etmenlerinden biri olan yerel halk, turizmin yalnızca başarılı bir şekilde yönetilmesinde değil turizmin sürdürülebilirliğinde de önemli bir rol oynamaktadır. Bundan dolayı önceki turizm bilimcileri yerel halkın tutumları, algıladıkları turizm etkileri ve onların turizme yönelik desteklerini mevcut turizm gelişmelerinin belirleyicileri olarak bulmuştur. Bu noktada bu belirleyicileri (tutum, perspektif ve destek) açıklamak için birçok yazar parasal ilişkilere (algıladıkları pozitif turizm etkileri, bireysel çıkarlar, vb.) odaklanırken, diğerleri ise yerel halk ile turist arasında ki duygusal yakınlığa (duygular, hisler, vb.) vurgu yapmışlardır. Fakat yerel halkın turiste olan duygusal yakınlığı ile birlikte onların topluma olan bağlılığının, yerel halkın mevcut turizm gelişmelerine yönelik tutumlarını nasıl açıkladığını ve en nihayetinde bu tutumların onların yeni turizm gelişmelerine yönelik desteklerini nasıl belirlediğini gösteren bir çalışmaya ihtiyaç vardır. İşte bu çalışma yeni turizm gelişmesini saptamak amacıyla parasal belirleyicilerle duygusal belirleyicileri birlikte kullanarak literatürdeki boşluğu doldurmayı planlamaktadır. Bu çalışma verileri Antalya halkı ile yapılan anketler neticesinde elde edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizleri duygusal dayanıklılık ölçüsünün üç faktör (*karşılama doğası*, *sempatik anlayış* ve *duygusal yakınlık*) tutum ölçeğinin iki (*turizm gelişmelerine destek* ve *pozitif turizm etkilerine yönelik tutumlar*) ve son olarak ise hem topluma bağlılık ölçeğinin hem de yeni turizm gelişmelerine olan destek ölçeğinin tek boyutlu olduğunu ortaya çıkarmıştır. Çalışma sonuçları hem ölçüm modelinin hem de yapısal modelin yeterli ve kabul edilir uyum değerlerine (TLI, IFI ve CFI > 0.95) sahip olduğunu göstermiştir. Maalesef yerel halkın topluma olan bağlılığı onların turizm gelişmelerine destekleri için bir belirleyici değildir. Duygusal dayanışma faktörlerinden sadece biri (*karşılama doğası*) yerel halkın mevcut turizm gelişmelerine yönelik tutumlarını belirlemiştir ( $R^2$ : *turizm gelişmelerine destek* için 0.53 ve *pozitif turizm etkilerine yönelik tutumlar* için 0.68). Yerel halkın mevcut turizm gelişmelerine olan desteği ve onların pozitif turizm etkilerine karşı tutumları ise onların yeni turizm gelişmesine olan desteğini anlamlı bir şekilde belirlemiştir ( $R^2$ : 0.73) ve bu ilişki sosyal değişim kuramı ile açıklanmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Yeni turizm gelişmeleri, sosyal değişim kuramı, duygusal dayanışma, turizm etkileri, yerel halkın tutumları.



## New Tourism Developments

### Abstract

Residents, who are one of the main elements of tourism, play a significant role not only to develop sustainable tourism but also to manage successful tourism development. Hence, previous scholars found that residents' attitudes, perceived impacts, and their support are predictors of existing tourism development. In that point, several scholars have focused on the monetary relationships (perceived positive impacts, personal benefits, etc.) while others emphasized the intimate relationship (feelings, solidarity, etc.) that exists between residents and tourists to explain those predictors (attitudes, perspectives, and support). However, there is still a need to indicate that how residents' emotional solidarity in tandem with community attachment explain their attitudes towards existing tourism development and ultimately how those attitudes determine their support for new tourism developments. Hence, this study will fill out the gap by combining emotional predictors with financial ones to determine new tourism developments. The data of this study was a result of the surveys that connected with Antalya residents. Confirmatory factor analyses revealed that emotional solidarity scale was three factors (*welcoming nature*, *sympathetic understanding*, and *emotional closeness*), attitude scale was two (*support for tourism development* and *attitudes to positive impacts*), and finally both community attachment and support for new tourism developments were unidimensional. Both measurement and structural model has acceptable and enough ((CFI, TLI, ve IFI > 0.95) fit indices. Unfortunately, the community attachment scale was not a significant predictor of support for tourism development. Only one of the emotional solidarity scale factors (i.e., *welcoming nature*) predicted residents' attitudes towards existing tourism development ( $R^2$  for support for tourism development is 0.53 and attitudes to positive impacts 0.68). Residents' support for current tourism development and their attitudes to positive impacts significantly predicted their support for new tourism developments ( $R^2$ : 0.73) and this relationship was explained by the social exchange theory.

**Keywords:** New tourism developments, social exchange theory, emotional solidarity, tourism impacts, residents' attitudes.



## Covid-19 Küresel Pandemi Sürecinde Tüketicilerin QR Menülere Yönelik Görüşleri

**Görkem TEYİN**

Arş. Gör., Doğu Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, İstanbul, Türkiye,  
gteyin@dogus.edu.tr

**Hatice Ferhan NİZAMLIOĞLU**

Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Konya, Türkiye,  
hfnizamlioglu@erbakan.edu.tr

### Özet

Covid-19 virüsünün yaratmış olduğu küresel pandemi süreci tüm insanlığın yaşam biçimini doğrudan etkilemiş, birçok sektörün mevcut işleyişinde değişiklikler yaratmış ve yeni bir düzen meydana getirerek bu düzene adapte olmayı gerekli kılmıştır. İnsan faktörünün en ön planda olduğu sektörlerden biri olan hizmet endüstrisi de bu süreçten olumsuz bir şekilde etkilenmiş, alınan bir dizi yeni önemleri hayata geçirerek işleyişlerini sürdürmeye çalışmışlardır. Restoran işletmelerinde sunulan yiyecek ve içecek ürünlerinin yer aldığı menülerin, müşterilerin sıklıkla temas ettiği araçlardan biri olduğu bilinmektedir. Bu süreçte restoran işletmeleri kişisel sağlığın korunması ve hijyen kuralları gereği QR (Quick Response) Menü olarak bilinen kare kodlu menüleri hayata geçirerek teması en aza indirmeyi ve bulaş riskini azaltmayı hedeflemişlerdir. İstanbul ilinde QR menü kullanan restoran işletmelerinde QR menü deneyimi yaşayan konukların, QR menüler hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi amacı ile yapılan bu çalışmada nitel araştırma tekniklerinden görüşme tekniğinden faydalanılmış olup, 17 kişi ile yapılan görüşmeler sonucunda verilerin çözümlenmesinde içerik analizi tekniğinden yararlanılmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda konukların QR menüleri hakkındaki olumlu ve olumsuz ifadeler içeren görüşleri MAXQDA Analytics Pro programı kullanılarak belirtilmiş ve yorumlanmıştır. Sonuç olarak konukların QR menülere yönelik hızlı, teknolojik, hijyenik olma gibi olumlu yargı içeren yorumlar belirtmelerinin yanında maliyet, kullanım zorluğu, altyapısal sorunlar gibi olumsuz yargı içeren yorumları da paylaştıkları görülmüştür.

**Anahtar kelimeler:** QR menü, Covid-19, restoran işletmeleri, tüketici görüşleri.



## Consumers' Opinions on QR Menus in the COVID-19 Global Pandemic Process

### Abstract

The global pandemic process created by the Covid-19 virus has directly affected the way of life of all humanity, has created some changes in the current functioning of many sectors and has made it necessary to adapt to this order by creating a new order. The service industry, which is one of the sectors in which the human factor is at the forefront, was also adversely affected by this process, and they tried to continue their operations by implementing a series of new measures taken. It is known that the menus, which include food and beverage products offered in restaurant businesses, are one of the tools that customers come into contact with most frequently. In this process, restaurant businesses aimed to minimize contact and reduce the risk of contamination by implementing QR (Quick Response) Menus, known as QR (Quick Response) Menus, for the protection of personal health and hygiene rules. In this study, which was conducted with the aim of determining the opinions of the guests who had QR menu experience in restaurant businesses using QR menus in Istanbul, the interview technique, one of the qualitative research techniques, was used, and the content analysis technique was used in the analysis of the data as a result of the interviews with 17 people. As a result of the interviews, the positive and negative statements of the guests about the QR menus were expressed and interpreted using the MAXQDA Analytics Pro program. As a result, it was seen that the guests shared negative judgments such as cost, difficulty of use, and infrastructural problems, as well as commenting on QR menus with positive judgments such as being fast, technological and hygienic.

**Keywords:** QR Menu, Covid-19, restaurant businesses, consumer reviews.



## Endüstri 4.0 İle Birlikte Sağlık Turizmindeki Yenilikler

*Hakan TUNA*

Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Bolu, Türkiye,  
hakantuna@ibu.edu.tr

### Özet

Endüstrinin gelişmesiyle birlikte teknolojiye her gün yeni uygulamalar ortaya çıkmaktadır. Teknolojide yaşanan bu değişim tüm sektörleri olduğu gibi turizm ve sağlık sektörlerini de etkilemektedir. Sağlık turizmi tüm dünyada dikkatleri üzerine çeken önemli bir turizm çeşididir. Böyle önemli bir sektörün teknolojiye imkanlardan faydalanması da muhtemeldir. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı Endüstri 4.0 ile ortaya çıkan yeniliklerin sağlık turizminde kullanımını araştırmaktır. Bu kapsamda nitel araştırma yöntemi kullanılmış ve çalışmada ikincil verilerden faydalanılmıştır. Endüstri 4.0 ile birlikte nesnelerin ticareti, akıllı cihazların kullanımı, giyilebilir teknolojiler, mobil sağlık gibi uygulamaların sağlık turizmine entegre olduğu görülmektedir. Bu şekilde sağlık hizmetlerinin kişiye göre uygulamalara yöneldiği, bunun yanında sağlık turistlerinin tedavi öncesinde ve sonrasında teknolojiyi kullanarak tedavileri ile ilgili bilgiye kolayca ulaşabildiği görülmektedir. Özellikle tedavi gördükten sonra ülkelerine dönen sağlık turistlerinin kontrolü sağlanabilmekte, herhangi bir konsültasyonu kolayca takip edilebilmekte ve daha hızlı ve etkili çözümler bulabildiği görülmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Endüstri 4.0, sağlık turizmi, teknoloji.





## Innovations in Health Tourism with Industry 4.0

### Abstract

With the development of the industry, new applications are emerging in technology every day. This change in technology affects tourism and health sectors as well as all sectors. Health tourism is an important type of tourism that attracts attention all over the world. Such an important sector is also likely to benefit from the opportunities in technology. In this direction, the aim of this study is to investigate the use of innovations that emerged with Industry 4.0 in health tourism. In this context, qualitative research method was used and secondary data was used in the study. With Industry 4.0, it is seen that applications such as trade of objects, use of smart devices, wearable technologies, mobile health are integrated into health tourism. In this way, it is seen that health services are directed to applications according to the person, and health tourists can easily access information about their treatment by using technology before and after treatment. In particular, it is seen that health tourists returning to their countries after receiving treatment can be controlled, any consultation can be followed easily and they can find faster and more effective solutions.

**Keywords:** Industry 4.0, health tourism, technology.



## Yeni Bir Trend Olarak Teknolojisiz Konaklama: Dijital Detoks Konaklama

### *Mehmet BAHAR*

Dr. Öğr. Üyesi, Kapadokya Üniversitesi, Havacılık Yönetimi, Nevşehir, Türkiye,  
mehmet.bahar@kapadokya.edu.tr

### *Yunus TOPSAKAL*

Dr. Arş. Gör., Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Adana,  
Türkiye, topsakal.yunus@gmail.com

### *Nedim YÜZBAŞIOĞLU*

Prof. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Antalya, Türkiye, nedimy@akdeniz.edu.tr

### Özet

Turizmde yeni bir eğilim olarak teknolojisiz konaklama kapsamında dijital detoks otellerin hem akademik düzlemde kavramsal olarak hem de sektörel bağlamda konsept olarak incelenmesi bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Dijital detoks turizm olgusu literatüre fişsiz (bağlantısız) turizm kavramının girmesiyle oluşmaya başlamış yeni bir trenddir. Fişsiz turizm internet bağlantısının olmadığı ve akıllı telefon, tablet gibi cihazların ise sınırlı olduğu veya hiç olmadığı turizm olarak tanımlanabilir. Bu trendin başlamasına son yıllarda hızlı dijitalleşme ile her tarafımızı saran ve araştırmalara göre her zaman kullanımında ruh sağlığı, akıl sağlığı, uykusuzluk, dikkatsizlik gibi sağlık sorunlarının yanı sıra bireyler arasındaki bağlara da zarar veren aşırı teknoloji kullanımı yön vermiştir. Dijital detoks turizmin, teknolojinin neden olduğu hem sağlık sorunlarına hem de bireyler arası ilişkilere faydalı olacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla bilgi ve iletişim teknolojilerinin günümüz turizm sektörünün bir itici gücü olarak görülmesine rağmen, bazı konaklama tesisleri ve seyahat acenteleri dijital yaşamdan kaçmak isteyenlere bir niş pazar olarak ‘dijital detoks’ turizm paketleri sunmaya başlamıştır. Çalışmada öncelikle literatür çerçevesinde dijital detoks turizmi kavramı, ortaya çıkışı, turistler tarafından tercih edilme nedenleri irdelenmiştir. Ardından dijital detoks konaklama sunan bazı konaklama tesisleri sundukları hizmetler, sağladıkları paketler, turizm türleri gibi temalar kapsamında incelenmiştir. Çalışma sonunda dijital detoks konaklama geliştirme ile ilgili önerilerde bulunulmuştur. Çalışmanın dijital detoks turizm literatürüne katkısının yanında dijital detoks konaklama hizmeti sunmak isteyen tesislere de faydalı olması beklenmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Teknolojisiz turizm, dijital detoks turizm, dijital detoks konaklama.



## Technology-Free Accommodation as a New Trend: Digital Detox Accommodation

### Abstract

As a new trend in tourism, the aim of this study is to examine digital detox accommodation in the context of accommodation without technology, both conceptually at the academic level and as a concept in the sectoral context. The phenomenon of digital detox tourism is a new trend that has started to emerge with the introduction of the concept of unplugged tourism to the literature. Unplugged tourism can be defined as tourism where there is no internet connection and devices such as smartphones and tablets are limited or absent. The start of this trend has been driven by the rapid digitalization in recent years and the excessive use of technology, which, according to research, always harms the bonds between individuals, as well as mental health, mental health, insomnia and carelessness. It is thought that digital detox tourism will be beneficial for both health problems and interpersonal relations caused by technology. Therefore, despite the fact that information and communication technologies are seen as a driving force of today's tourism sector, some accommodation facilities and travel agencies have started to offer 'digital detox' tourism packages as a niche market for those who want to escape from digital life. In the study, first of all, the concept of digital detox tourism, its emergence and the reasons for its preference by tourists were examined within the framework of the literature. Then, some accommodation facilities that offer digital detox accommodation were examined within the scope of themes such as the services they offer, the packages they provide, and types of tourism. At the end of the study, suggestions were made regarding the development of digital detox accommodation. In addition to the contribution of the study to the digital detox tourism literature, it is expected that it will be beneficial to the facilities that want to provide digital detox accommodation services.

**Keywords:** Technology-free tourism, digital detox tourism, digital detox accommodation.



## Gastronomi Turizmi Dersi Kapsamında Uzaktan Eğitim Sürecinin Covid – 19 Pandemi Dönemine Yansımaları

*Tuba Şahin ÖREN*

Öğr. Gör., Uşak Üniversitesi, Banaz Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta Ve İkram Hizmetleri Bölümü, Turizm Ve Otel İşletmeciliği Pr., Uşak, Türkiye, tuba.sahin@usak.edu.tr

*Veli Erdinç ÖREN*

Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, Banaz Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta Ve İkram Hizmetleri Bölümü, Turizm Ve Otel İşletmeciliği Pr., Uşak, Türkiye, erdinc.oren@usak.edu.tr

### Özet

İnsan faktörünün çok önemli olduğu turizm sektöründe eğitilmiş personelin hizmet sunması müşteri memnuniyetini artırmaktadır. Pandemi sürecinde herhangi bir oryantasyon olmadan hızlı bir şekilde uzaktan eğitime geçilmek zorunda kalınmıştır. Farklı seviyelerde yüz yüze eğitim yöntemi ile verilen turizm eğitiminde de uzaktan eğitim yöntemi uygulanmaya başlamıştır. Pandemi nedeniyle eğitim sürecinde yaşanan bu hızlı değişimde başarıyı yakalamak için sadece turizm eğitimi alan öğrenciler ile değil tüm paydaşlarla çalışmalar yapılmalı ve sonuçları değerlendirilmelidir. Buradan hareketle ortak seçmeli ders olan “Gastronomi Turizmi” özelinde bir araya gelen farklı bölümlerde eğitim gören öğrencilerin uzaktan eğitimi değerlendirmeleri çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Alan yazın incelendiğinde yapılan çalışmaların genel olarak aynı bölümde eğitim alan öğrenci grupları ile yapıldığı görülmektedir. Bu açıdan çalışmanın farklı bölümlerde eğitim gören öğrencilere yapılması çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Sonuç olarak öğrenciler tarafından olumsuzlukların daha fazla vurgulanmasına rağmen derslerdeki başarının daha kolay olduğu düşünülmektedir. Ancak diğer taraftan bu başarının mezuniyet sonrası için endişe verici olduğunun belirtilmesi araştırmanın ilginç sonuçlarından biridir. Bu bağlamda uzaktan eğitim sisteminin etkinliğinin artırılması ve bu etkinliğin sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından konuyla ilgili çalışmaların yapılması önem arz etmektedir.

**Anahtar kelimeler:** COVID 19, turizm eğitimi, uzaktan eğitim.



## Reflections of the Distance Education Process on the COVID-19 Pandemic Period within the Scope of Gastronomy Tourism Course

### Abstract

In the tourism sector, where the human factor is very important, the service of trained personnel increases customer satisfaction. During the pandemic process, it was necessary to quickly switch to distance education without any orientation. Distance education method has started to be applied in tourism education, which is given with face-to-face education method at different levels. To achieve success in this rapid change in the education process due to the pandemic, studies should be carried out not only with students who receive tourism education, but also with all stakeholders, and the results should be evaluated. From this point of view, the aim of the study is the distance education evaluations of the students studying in different departments that come together in the special elective course "Gastronomic Tourism". When the literature is examined, it is seen that the studies are generally carried out with student groups studying in the same department. In this respect, the fact that the study is conducted with students studying in different departments reveals the importance of the study. As a result, although the negativities are emphasized more by the students, it is thought that success in the lessons is easier. However, on the other hand, it is one of the interesting results of the research to state that this success is worrying for post-graduation. In this context, it is important to carry out studies on the subject to increase the efficiency of the distance education system and to ensure the sustainability of this activity.

**Keywords:** COVID 19, tourism education, distance education.



## Çevrimdışı Tatil: Dijital Detoks İçin Ekoturizm

***Yunus TOPSAKAL***

Dr. Arş. Gör., Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Adana,  
Türkiye, topsakal.yunus@gmail.com

***Abdurrahman DİNÇ***

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Rehberliği, Konya, Türkiye, a.dinc@erbakan.edu.tr

### Özet

Turizm endüstrisi teknolojinin uygulanıp hızla benimsendiği bir laboratuvar gibidir. Bundan dolayı birinci endüstri devriminin hızlandırdığı turizm endüstrisini günümüzde içinde olduğumuz dördüncü endüstri devrimi şekillendirmeye devam etmektedir. Fakat, aşırı teknoloji kullanımı bireylerde stres, depresyon, uykusuzluk gibi sorunlar yaratmaktadır. Dolayısıyla, günümüzde insanoğlunun her zaman yanında olan teknolojiden uzak tatil yapması gündeme gelmeye başlamıştır. Nasıl önceki devrimlerin sonucu olarak arabalar, kirlilik gibi sorunlardan dolayı tatil ihtiyacı duymuşsa insanoğlu şu an ki dördüncü endüstri devriminde teknolojiden uzak olma tatil ihtiyacı hissetmiştir. İnsanlar günlük hayatlarından uzaklaşmak, yeni deneyimlerle öğrenerek ve dinlenerek yenilenmek amacıyla dolayı tatile çıkmaktadır. Bu noktada teknolojiden uzak tatil dijital detoks kavramı ile karşımıza çıkmaktadır. Buradan hareketle bu çalışmanın amacı çevrimdışı olarak dijital detoks kapsamında ekoturizmi inceleyip önermektir. Araştırma nitel bir çalışmadır. Örnek olay olarak dijital detoks hizmeti sağlayan bazı ekoturizm sağlayıcıları incelenmiştir. Ekoturizm halihazırda doğa ve kültür ile iç içe olduğu için dijital detoks için hazır bir pazar olarak görülebilir. Sonuç olarak stresi azaltarak gerçek dünyadaki sosyal etkileşime ve doğa etkileşimine odaklanmak için önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar kelimeler:** Çevrimdışı tatil, dijital detoks, ekoturizm.





## Offline Vacation: Ecotourism for Digital Detox

### Abstract

Tourism industry is like a laboratory where technology is applied and rapidly adopted. Therefore, the fourth industrial revolution continues to shape the tourism industry, which was accelerated by the first industrial revolution. However, excessive use of technology creates problems such as stress, depression and insomnia. Therefore, nowadays, it has started to come to the fore to take a vacation away from technology, which is always with human beings. As a result of previous revolutions, people needed a vacation due to problems such as cars and pollution, but in the current fourth industrial revolution, human beings felt the need to stay away from technology. People go on vacation to get away from their daily lives, to renew themselves by learning with new experiences and resting. At this point, a holiday away from technology comes up with the concept of digital detox. From this point of view, the aim of this study is to examine and recommend ecotourism as an digital detox. The research is a qualitative study. As a case study, some ecotourism providers providing digital detox services were examined. Since ecotourism is already intertwined with nature and culture, it can be seen as a ready market for digital detox. As a result, suggestions were made to focus on real-world social interaction and nature interaction by reducing stress.

**Keywords:** Offline vacation, digital detox, ecotourism.



## Uluslararası Turizm İçinde Sağlık Turizminin Yeri; Türkiye İçin Bir Değerlendirme

***Hacı Hayrettin TIRAŞ***

Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde Zübeyde Hanım Sağlık Yüksekokulu,  
Sağlık Yönetimi Bölümü, Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı, Niğde, Türkiye,  
hhayrettintiras@hotmail.com

### Özet

Hızlı küreselleşme ve teknolojik gelişmeler uzaklık kavramını sorun olmaktan çıkarmış, bir zamanlar hayal bile edilemeyen yerler gelişen ulaşım sektörü sayesinde çok kısa sürede ulaşılabilir olmuştur. Bununla birlikte uluslararası turizmde gelişmiş, çeşitlenmiş ve turist sayısı artmıştır. Turizm sektörü büyüklüğü ile ekonomiye önemli katkılar sağlarken “sağlık turizmi” de son yıllarda önemli gelişmeler göstermiş ve klasik turizm anlayışını değiştirmiştir. Mevsimsel etkilere bağlı olmaksızın yılın her mevsiminde yapılabilen sağlık turizmi diğer turizm türlerinden ayrılmaktadır. Farklı aktivitelerle yapılan sağlık turizmi son yıllarda gelişmekte olan ülkelere kaymıştır. Bu ülkeler, sağlık hizmetlerini daha uygun fiyata ve yüksek kalitede sunarken ülkelerini daha cazip hale getirmek için sağlık hizmetlerini turistik faaliyetlerle birleştirmektedirler. Türkiye’de ise sağlık turizmi 2000’li yıllarla gelişim göstermiş ve günümüze kadar önemli mesafeler kat etmiştir. Coğrafi konumu ve sağlık sektöründeki mükemmeliyet merkezi olarak değerlendirilebilecek sağlık tesisleri sağlık turizminde Türkiye’nin önemli avantajları arasındadır. 2019 yılında 662.087 yabancı hasta sağlık turisti olarak Türkiye’yi ziyaret etmiştir. Ancak, coğrafi konumu, kültürel yapısı, ekonomik ve sağlık sektörü kapasitesine göre Türkiye’nin sağlık turizmi alanında dünya pazarında istediği yeri elde ettiği söylenemez. Yabancı dil bilen kalifiye sağlık personelinin artırılması, akredite olmuş sağlık tesislerinin çoğaltılması, özellikle tanıtım, reklam ve pazarlama konularına yoğunluk verilmesi ilerleyen dönemlerde Türkiye’nin önemli bir sağlık turizm merkezi haline gelmesini sağlayabilir.

**Anahtar kelimeler:** Turizm, sağlık turizmi, medikal turizm.



## The Place of Health Tourism in International Tourism; an Assessment for Turkey

### Abstract

Rapid globalization and technological developments have removed the concept of distance from being a problem and places that were once unimaginable became accessible in a very short time thanks to the developing transportation sector. In addition, international tourism has developed, diversified and the number of tourists has increased. While the tourism sector contributes significantly to the economy with its size, "health tourism" has also shown important developments in recent years and changed the classical tourism understanding. Health tourism, which can be done in all seasons of the year regardless of seasonal effects, differs from other types of tourism. Health tourism with different activities has shifted to developing countries in recent years. These countries combine health services with touristic activities to make their countries more attractive while offering health services at a more affordable price and with higher quality. In Turkey, health tourism has developed in the 2000s and has covered significant distances until today. Its geographical location and health facilities, which can be considered as the center of excellence in the health sector, are among the important advantages of Turkey in health tourism. In 2019, 662,087 foreign patients visited Turkey as health tourists. However, according to its geographical location, cultural structure, economic and health sector capacity, it cannot be said that Turkey has achieved the desired place in the world market in the field of health tourism. Increasing the number of qualified health personnel who speak a foreign language, increasing the number of accredited health facilities, and focusing especially on promotion, advertising and marketing may enable Turkey to become an important health tourism center in the future.

**Keywords:** Tourism, health tourism, medical tourism.



## Turizm Sektöründe NFT (Non-Fungible Token /Takas Edilemeyen Jeton): “Cryptotourism NFT”

*Seda Karagöz ZEREN*

Arş. Gör. Dr., Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Turizm ve Otel İşletmeciliği ABD., Edirne, Türkiye, karagozseda@hotmail.com

### Özet

Dijitalleşme, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, yapay zekâ, makine öğrenimi ve blokzincir teknolojisi ile desteklenen dijital dönüşüm çağı başlamaktadır. Dijital dönüşüm çağı ile birlikte bireyler, toplumlar ve hatta cihazlar arasındaki mesafeler ortadan kalmaya başlamıştır. Dijital dönüşüm çağı içerisinde yaşanan ve insan-toplum sağlığını olumsuz etkileyen bir süreç ise pandemi sürecidir. 2019 yılı itibariyle dünyada görülen ve Covid19 olarak adlandırılan pandemi pek çok problemi ortaya çıkarmıştır. Bu pandemiden etkilenen pek çok sektör gibi turizm sektörü de olumsuz yönde etkilenmiştir. Bu süreçte turizm sektöründe görülen problemlerden birisi finansman açığının yaşanmasıdır. Teknolojik yeniliklerin yardımı ile pek çok karmaşık problem çözülebilmektedir. Turizm sektöründe yaşanan finansman açığı problemi de teknolojik yenilikler ile ele alınabilir. Teknolojik bir yenilik olan NFT (Non-Fungible Token) ise “takas edilemeyen jeton” olarak dilimizde adlandırılmaktadır. NFT’ler bitcoin, ethereum benzeri kripto para birimlerini destekleyen platformlarda blokzincir teknolojinin kullanımı ile üretilen elektronik ortamda eşsiz değer gören dijital varlıklardır. Bu çalışmada turizm sektörü ile NFT arasındaki ilişkinin varlığı, NFT uygulamalarının turizm sektöründe gerçekleştirilip gerçekleştirilemeyeceği, gerçekleştirilebiliyor ise turizmde hangi alanlarda kullanım sağlayabileceğinin araştırılması ve özellikle pandemi sonrası turizm işletmelerinde yaşanan finansal açığın azaltılması adına “Cryptotourism Non-Fungible Token (NFT)” geliştirilmesinin önerilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla çalışmada alan yazında turizm sektöründe NFT uygulamalarının varlığı araştırılmakta ve blokzincir teknolojisi ile oluşturulabilecek “Cryptotourism NFT” önerisi sunulmaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Turizm, NFT, blokzincir, token, kripto, finansman açığı.



## NFT (Non-Fungible Token) in Tourism: “Cryptotourism NFT”

### Abstract

The era of digital transformation is beginning, supported by digitalization, developments in information and communication technologies, artificial intelligence, machine learning and blockchain technology. With the age of digital transformation, the distances between individuals, societies and even devices have begun to disappear. A process that is experienced in the age of digital transformation and negatively affects human-public health is the pandemic process. As of 2019, the pandemic seen in the world and called Covid19 has revealed many problems. Like many sectors affected by this pandemic, the tourism sector has also been adversely affected. In this process, one of the problems seen in the tourism sector is the financial deficit. Many complex problems can be solved with the help of technological innovations. The problem of financing deficit in the tourism sector can also be addressed with technological innovations. NFT (Non-Fungible Token), which is a technological innovation, can be called “non-fungible token” in our language. NFTs are digital assets with unique value in the electronic environment produced by the use of blockchain technology on platforms that support cryptocurrencies such as bitcoin and ethereum. In this research, it is aimed to investigate the existence of the relationship between the tourism sector and NFT, whether NFT applications can be realized in the tourism sector, and if so, in which areas they can be used in tourism, and to suggest the development of “Cryptotourism Non-Fungible Token (NFT)” in order to reduce the financial deficit experienced in tourism enterprises, especially after the pandemic. For this purpose, the existence of NFT applications in the tourism sector is investigated in the literature and a proposal for “Cryptotourism NFT”, which can be created with blockchain technology, is presented.

**Keywords:** Tourism, NFT, blockchain, token, crypto, financial deficit.



## Do the Views of Turkish and European Tourism Academics Differ Regarding the Emerging Tourism Trends in the Post-Covid-19 Era?

*Davut UYSAL*

Asst. Prof., İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, İzmir, Turkey,  
davutu@anadolu.edu.tr

### Abstract

This research aims to reveal the views of Turkish and European tourism academics regarding the emerging tourism trends in the post-COVID-19 pandemic period and to compare their views based on age, gender, origin country (as Turkey and EU) and being infected/non-infected with Covid-19. Participants' views were gathered in the following fields; hygiene, leisure, marketing strategies, internationalization/localization, contactless service delivery, voice-activated and virtual reality technology use, solo-travelling, eco travel, local values, individual needs, automatisations, Internet use, artificial intelligence, face recognition technologies, smart systems, transformative travelling and health tourism. The population of the research consists of 90 academics from some tourism faculties in Turkey and 58 academics from some tourism departments of Spanish, Finn, Swiss, Greek and Australian universities. The social networking sites (e.g. LinkedIn) were used in delivering the survey link to the target participants purposefully chosen by the researcher. Relevant analyses were performed on the data. It was found that Turkish and European Academics significantly differ in that individual needs and expectations would be more central in service delivery. It was also found that academics do not differ in their views regarding the measured emerging tourism trends in the post-pandemic period based on gender. Those with Covid-19 infection history were found to have differed in that hygiene would be much more important in the sector. It was also found that those with Covid-19 infection history have significantly differed in that customers would demand to see the product/service that they would consume through virtual reality technology before decision-making as well as in that service robots, robot guides and automatisations would be more common in the sector. This paper also found that participants' views regarding the emerging trends in the tourism sector in the post-Covid-19 pandemic period do not differ based on the age of tourism academics.

**Keywords:** COVID-19, emerging trends, tourism, academics, pandemic.





## Türkiye’de Turizm, Küreselleşme ve Ekonomik Büyümenin CO<sub>2</sub> Üzerindeki Etkisi: Fourier ADL Eşbütünleşme Yaklaşımı

*Mustafa NAIMOĞLU*

Dr. Arş. Gör., Bingöl Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, Bingöl, Türkiye, mnaimoglu@bingol.edu.tr

### Özet

1990-2019 döneminde dünyanın kişi başına GSYİH’sı yıllık ortalama %1.51 artış hızına sahipken kişi başına CO<sub>2</sub> emisyonu ise yıllık ortalama %0.42 artış hızına sahiptir. Türkiye’de ise yine aynı dönemde kişi başına GSYİH yıllık ortalama %2.81 artış hızına sahipken kişi başına CO<sub>2</sub> emisyonu ise yıllık ortalama %1.40 artış hızına sahiptir. Dolayısıyla Türkiye, dünya kişi başına GSYİH ve kişi başına CO<sub>2</sub> emisyonundan yıllık olarak ortalama daha yüksek artış hızlarına sahiptir. Bu durumda Türkiye’de çevre odaklı enerji ve büyüme politikaları Türkiye’nin CO<sub>2</sub> emisyonunu azaltacağı gibi dünya çevre kalitesinin de artmasına neden olacaktır. Dolayısıyla bu çalışmanın diğer çalışmalardan farkı Türkiye için çok değişkenli bir çerçevede karbondioksit emisyonunu araştırmaktır. Bu amaçla Türkiye için 1990-2019 döneminde yıllık verilerle Türkiye’ye gelen uluslararası turist sayısı, kişi başı GSYİH ve sosyal küreselleşmenin ile kişi başı CO<sub>2</sub> emisyonu arasındaki ilişki araştırılmaktadır. Öncelikle serilerin durağanlığı için standart ADF ve Fourier-ADF testleri kullanılmıştır. Bütün serilerin birinci farkı alındıktan sonra durağan olması eşbütünleşme ilişkisi bulunabileceği düşüncesiyle yakın zamanda literatüre kazandırılan Fourier ADL eşbütünleşme testi kullanılmıştır. Daha sonra kısa-uzun dönem eşbütünleşme katsayıları için FMOLS ve CCR uzun dönem katsayı tahminicileri kullanılmıştır. Bulgular Türkiye için uzun dönemde ekonomik büyüme ve sosyal küreselleşme CO<sub>2</sub> emisyonunu artırmakta iken turizm de yaşanan artış ise CO<sub>2</sub> emisyonunu azaltmaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Turist sayısı, sosyal küreselleşme, ekonomik büyüme, CO<sub>2</sub> emisyonu, Türkiye.



## The Impact of Tourism, Globalization and Economic Growth on CO<sub>2</sub> in Turkey: Fourier ADL Cointegration Approach

### Abstract

In the 1990-2019 period, the world's GDP per capita has an annual average growth rate of 1.51%, while per capita CO<sub>2</sub> emissions have an average annual increase of 0.42%. In Turkey, in the same period, while GDP per capita has an annual average increase of 2.81%, CO<sub>2</sub> emissions per capita have an average annual increase of 1.40%. Therefore, Turkey has higher annual average growth rates than world GDP per capita and CO<sub>2</sub> emissions per capita. In this case, environment-oriented energy and growth policies in Turkey will not only reduce Turkey's CO<sub>2</sub> emissions but also increase the world's environmental quality. Therefore, the difference of this study from other studies is to investigate carbon dioxide emissions in a multivariate framework for Turkey. For this purpose, the relationship between the number of international tourists coming to Turkey, GDP per capita, social globalization, and CO<sub>2</sub> emissions per capita in the period of 1990-2019 for Turkey is investigated. Firstly, standard ADF and Fourier-ADF tests were used for the stationarity of the series. The Fourier ADL cointegration test, which was recently introduced to the literature, was used with the thought that there may be a cointegration relationship if all series are stationary after taking the first difference. Then, FMOLS and CCR long-term coefficient estimators were used for the short-long-term cointegration coefficients. Findings for Turkey, while economic growth and social globalization increase CO<sub>2</sub> emissions in the long run, the increase in tourism reduces CO<sub>2</sub> emissions.

**Keywords:** Number of tourists, social globalization, economic growth, CO<sub>2</sub> emissions, Turkey.



## Türkiye için Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme arasındaki İlişki: Güncel Fourier Yaklaşımı

*Mustafa NAIMOĞLU*

Dr. Arş. Gör., Bingöl Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, Bingöl, Türkiye, mnaimoglu@bingol.edu.tr

### Özet

2005 yılına göre 2019 yılında dünya GSYİH'sı %45.80 artış gösterirken dünya turizm gelirleri ise %16.27 artış göstermiştir. Türkiye'de ise yine aynı dönemde GSYİH'sı %88.72 artış gösterirken turizm gelirleri ise %11.77 azalış göstermiştir. Yani Türkiye küresel ekonominin kaldıracı görevini görmektedir. Ancak Türkiye, turizm gelirleri bakımından maalesef küresel turizm gelirlerinin çok altında negatif bir artış gerçekleştirmiştir. Bu durum Türkiye için büyük bir sorun olmanın yanında çok önemli fırsatların bulunduğunu göstermektedir. Eğer Türkiye sahip olduğu turizm potansiyelini gerçekleştirebilirse ekonomik büyümesi küresel ekonomik büyümesinin çok daha fazla üzerine çıkmış olacaktır. Dolayısıyla bu çalışmanın diğer çalışmalardan farkı Türkiye için turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 1987-2020 döneminde güncel bir eşbütünleşme testiyle sınamaktır. Öncelikle serilerin durağanlığı için standart ADF ve Fourier-ADF testleri kullanılmıştır. Sonra eşbütünleşme ilişkisi araştırılmış ve kısa-uzun dönem katsayı tahmini yapılmıştır. Bulgular geleneksel Engle-Granger eşbütünleşme testine göre uzun dönemli ilişkiye rastlanmamıştır. Ancak güncel Fourier Engle-Granger eşbütünleşme testine göre eşbütünleşme ilişkisi bulunmuştur. Diğer yandan Türkiye için kısa-uzun dönemde turizm gelirleri Türkiye'nin ekonomik büyümesini artırmaktadır. Hatalar arasındaki uzun dönemli ilişkiyi gösteren hata düzeltme katsayısı ise teorik beklentiye uygun negatif ve anlamlı bulunmuştur. Dolayısıyla Türkiye için turizm gelirleri önemli iken sahip olduğu turizm potansiyelinin gerçekleşmesi ise çok önemli fırsatlar sunacaktır.

**Anahtar kelimeler:** Turizm gelirleri, ekonomik büyüme, fourier engle-granger eşbütünleşme, Türkiye.



## The Relationship between Tourism Revenues and Economic Growth for Turkey: The Current Fourier Approach

### Abstract

Compared to 2005 in 2019, world GDP increased by 45.80%, while world tourism revenues increased by 16.27%. In Turkey, in the same period, while GDP increased by 88.72%, tourism revenues decreased by 11.77%. In other words, Turkey acts as the lever of the global economy. However, in terms of tourism revenues, unfortunately, Turkey has realized a negative increase well below the global tourism revenues. This situation shows that besides being a big problem for Turkey, there are very important opportunities. If Turkey can realize its tourism potential, its economic growth will be much higher than its global economic growth. Therefore, the difference of this study from other studies is to test the relationship between tourism revenues and economic growth for Turkey with a current cointegration test in the 1987-2020 period. Firstly, standard ADF and Fourier-ADF tests were used for the stationarity of the series. Then, the cointegration relationship was investigated and the short-long-long-term coefficient estimation was made. According to the traditional Engle-Granger cointegration test, no long-term relationship was found. However, a cointegration relationship was found according to the current Fourier Engle-Granger cointegration test. On the other hand, tourism revenues increase Turkey's economic growth in the short-long term. The error correction coefficient, which shows the long-term relationship between the errors, was found to be negative and significant in line with the theoretical expectation. Therefore, while tourism revenues are important for Turkey, the realization of its tourism potential will offer very important opportunities.

**Keywords:** Tourism income, economic growth, fourier engle-granger cointegration, Turkey.



## Future Trends in Destination Marketing

**Gözdegül BAŞER**

Dr. Öğr. Üyesi., Antalya Bilim Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği A.B.D. Antalya, Türkiye,  
gozdegul.baser@antalya.edu.tr

### Abstract

Destinations need to keep up with the changes and developments in the external environment so that they can maintain their competitiveness (Ödemiş vd., 2017). Destination marketing organisations (DMO) all over the world have to implement innovative and appropriate approaches; and use adequate tools and techniques in order to improve their marketing activities effectiveness and efficiency (Soteriades, 2012). Destinations are required to use these tools and techniques not only for competitiveness, effectiveness and efficiency but also to adopt to changes in our daily life. International and domestic tourism has been severely impacted by Covid-19 pandemic as travel restrictions and border shutdowns were introduced in many countries and regions to curb its spread. DMOs need to consider the impacts of Covid-19 in their future marketing policies. This study aims to outline the future trends in destination marketing by focusing on the possible impacts of Covid-19 and use of technology. Literature review covers a detailed review of Covid-19 in tourism as well as innovative applications in destination marketing. Methodology is based on document analysis and literature review. The results of the study show that more innovative practice and applications are required for destination marketing especially in terms of destination sustainability, use of virtual reality (VR) technology, use of more mobile phone applications, more micro-influencer marketing, live stream videos, experience tourism, social media promotion strategies and smart destination applications. DMO's can boost tactics and strategies for a less known destination and create a demand. Less known destinations could be more attractive as many visitors can prefer more isolated areas. For a well known destination, it is also possible to manage the marketing facilities more efficiently via using more technology like artificial intelligence, IoT, virtual reality technology etc. in order to control the number of people and health concerns. Future trends in destination marketing may imply smart destinations to have many advantages. Suggestions and proposals are made for the future.

**Keywords:** Destination marketing, Covid-19, smart destination, innovation, future trends.



## Küreselleşme, Karbondioksit Emisyonu, Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi: Akdeniz Ülkeleri Örneği

*Hüseyin AĞIR*

Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, Ankara, Türkiye,  
huseyinagir@hotmail.com

*Sefa ÖZBEK*

Arş. Gör., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, Kahramanmaraş, Türkiye,  
sefa3358@gmail.com

### Özet

Ülke ekonomilerinin büyümesi ve kalkınması açısından turizm sektörü önemli bir yer tutmaktadır. Hizmet sektörü altında faaliyet gösteren turizm sektörü, diğer sektörlerle sağladığı olumlu katkılar ile öne çıkmaktadır. Küreselleşme ile ticari ve finansal liberalizasyon süreci meydana gelmiştir. Ayrıca bu süreçte turizm sektöründe önemli gelişmeler yaşanmış ve birçok ülke ekonomisinde önemli bir konuma yükselmiştir. Bu çalışmada, OECD üyesi olan yedi Akdeniz ülkesinde (Fransa, Yunanistan, İsrail, İtalya, Slovenya, İspanya ve Türkiye) kişi başına gelir, karbondioksit emisyonu, küreselleşme ve turizm ilişkisi panel nedensellik metodu aracılığıyla araştırılmaktadır. Küreselleşme sürecinin derinleştiği 1995-2018 örneklem döneminin incelendiği çalışmada ampirik yöntem olarak Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) tarafından önerilen ve yatay kesit bağımlılığı varsayımını dikkate alan panel nedensellik testi kullanılmaktadır. Bulgular, panel genelinde herhangi bir nedensellik ilişkisinin bulunmadığını fakat bireysel sonuçlar incelendiğinde bazı ülkelerde nedensellik ilişkisinin mevcut olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Turizm, küreselleşme, ekonomik büyüme, panel nedensellik analizi.





## The Relationship with Globalization, Carbon Dioxide Emission, Economic Growth and Tourism: The Case of the Mediterranean Countries

### Abstract

The tourism sector has an important place in the growth and development of the country's economies. The tourism sector, which operates under the service sector, stands out with its positive contributions to other sectors. With globalization, the process of commercial and financial liberalization has occurred. In addition, significant developments in the tourism sector have occurred in this process and have risen to an important position in the economy of many countries. In this study, the relationship between per capita income, carbon dioxide emissions, globalization and tourism in seven OECD member Mediterranean countries (France, Greece, Israel, Italy, Slovenia, Spain and Turkey) is investigated through the panel causality method. In the study, in which the sample period of 1995-2018, in which the globalization process deepened, was examined, the panel causality test, which was proposed by Emirmahmutoğlu and Köse (2011), and which takes into account the assumption of cross-sectional dependence, is used as an empirical method. The findings showed that there was no causality relationship throughout the panel, but when the individual results were examined, it was determined that there was a causal relationship in some countries.

**Keywords:** Tourism, globalization, economic growth, panel causality analysis.



## Türkiye'nin Turizm Piyasalarında Yakınsama Hipotezinin Yeniden Gözden Geçirilmesi: Birim Kök Testlerinden Kanıtlar

*Hüseyin AĞIR*

Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, Ankara, Türkiye,  
huseyinagir@hotmail.com

*Sefa ÖZBEK*

Arş. Gör., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, Kahramanmaraş, Türkiye,  
sefa3358@gmail.com

### Özet

Dünyada en hızlı gelişen sektörlerden olan turizm sektörü, kimi ülkelerin ekonomik kalkınma stratejileri açısından önemli bir sahiptir. Hizmet sektörünün en önemli alt kollarından olan turizm, diğer sektörlerle de pozitif yönde katkı sunmasıyla öne çıkmaktadır. Türkiye ekonomisinde cari işlemler açıklarının giderilmesinde ya da minimize edilmesinde turizm sektörü önemli bir paya sahiptir. Bu yönüyle turizm sektörünün gelişmesi ve turizmin payını artırıcı politikaların belirlenmesi önemli görülmektedir. Bu çalışmada Türkiye'nin temel turizm piyasaları (Fransa, Hollanda, Almanya, İngiltere, Belçika, İsveç, Ukrayna, Rusya, Gürcistan, Azerbaycan, Irak, İran, Yunanistan, Polonya, Bulgaristan) için 1996:01-2020:12 dönemi aylık turist sayısı verileri aracılığıyla yakınsama hipotezi test edilmektedir. Ampirik yöntem olarak geleneksel birim kök testlerinden Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF) ve yapısal kırılmaları dikkate alan Fourier ADF birim kök testi kullanılmaktadır. Ampirik bulgular, incelenen 15 ülkeden 5'i (Belçika, Ukrayna, Rusya, Irak, Polonya,) için yakınsama hipotezinin geçerli, 10'u (Fransa, Hollanda, Almanya, İngiltere, İsveç, Gürcistan, Azerbaycan, İran, Yunanistan, Bulgaristan) için ise yakınsama hipotezinin geçerli olmadığını göstermektedir.

**Anahtar kelimeler:** Yakınsama hipotezi, turizm sektörü, Fourier ADF, Türkiye.



## Revisiting the Convergence Hypothesis in Turkey's Tourism Markets: Evidence from Unit Root Tests

### Abstract

The tourism sector, which is one of the fastest developing sectors in the world, has an important one in terms of economic development strategies of some countries. Tourism, which is one of the most important sub-branches of the service sector, stands out with its positive contribution to other sectors. The tourism sector has an important role in eliminating or minimizing the current account deficits in the Turkish economy. In this aspect, the development of the tourism sector and the determination of policies that increase the share of tourism are seen as important. In this study, monthly tourist arrivals for the period 1996:01-2020:12 for Turkey's main tourism markets (France, Netherlands, Germany, England, Belgium, Sweden, Ukraine, Russia, Georgia, Azerbaijan, Iraq, Iran, Greece, Poland, Bulgaria). The convergence hypothesis is tested through the number of data. As the empirical method, Extended Dickey Fuller (ADF), one of the traditional unit root tests, and Fourier ADF unit root test, which takes into account structural breaks, are used. Empirical findings show that the convergence hypothesis is valid for 5 (Belgium, Ukraine, Russia, Iraq, Poland,) of the 15 countries studied, and 10 (France, Netherlands, Germany, England, Sweden, Georgia, Azerbaijan, Iran, Greece, Bulgaria) shows that the convergence hypothesis is not valid for.

**Keywords:** Convergence hypothesis, tourism sector, Fourier ADF, Turkey.



## The Right to Food or the Right to the City? Spatial and Gastronomic Reflections of Urban Class Conflict

*Candan TURKKAN*

Assistant Professor, Ozyegin University, Department of Gastronomy and Culinary Arts, İstanbul, Turkey, candanturkkan@gmail.com

### Abstract

Through an examination of Istanbul's contemporary food supply chain and alternative provisioning practices, this paper explores various tensions between the right to city and the right to food discourses utilized by different residents of the city. The paper argues that the right to the city discourse became popular among the poor residents and the new migrants making a claim for equal access to the city's resources, including its social, cultural and gastronomic capitals, while the upper and the upper middle-class residents increasingly turned to the right to food discourse to maintain their power over these. This 'clash of discourses' is particularly fierce today as it shapes larger fractures within Istanbul's foodscape and the Food Movement, particularly with respect to new generation 'neo-farmers', the recently hip alternative food networks (patronized by the upper and the upper-middle class ethical consumers and/or DIY producer-consumers) and the alternative provisioning networks (maintained by the urban poor for self-sustenance).

**Keywords:** right to food, right to the city, urban food supply chain, alternative food networks, provisioning networks of the urban poor

**Contribution:** The primary point of the paper is that the utilization of the right to the city and the right to food discourses is differentiated along class lines. While this differentiation is not hard and fast, it nonetheless hints at a power-deferential that influences not only who gets what resources but also how that resource distribution is legitimized. Thus, making food (more specifically, urban provisioning) its object of analysis, the paper reveals the intricate ways in which 'class' builds power (or, different classes build – perhaps also different types of – power differently).



## Ciddi Serbest Zaman ve Rekreasyon Uzmanlığı Arasındaki İlişkinin Kavramsal Açından İncelenmesi

**Alper KAYA**

Arş. Gör, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Konya, Türkiye,  
akaya@erbakan.edu.tr

**Mehmet DEMİREL**

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Konya, Türkiye,  
mdemirel@erbakan.edu.tr

**Duygu HARMANDAR DEMİREL**

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Bölümü, Konya, Türkiye,  
dhdemirel@erbakan.edu.tr

### Özet

Günümüzde serbest zaman faaliyetleri, insanların yaşam biçimlerinin önemli bir parçası haline gelmiştir. Serbest zaman, etkili kullanıldığında kişinin kendisini geliştirmesi, kendini gerçekleştirme ve herhangi bir faaliyet üzerinde yeteneklerini ve becerilerini geliştirip uzmanlaşmasını sağlayabilir. Serbest zamanın kayıtsız ve yanlış kullanımında ise bir takım olumsuzluklar meydana gelebilir. Bundan dolayı serbest zaman değerlendirme biçimleri yaşamın olumlu ya da olumsuz yönde ilerlemesinin ana etmenleri arasındadır. Serbest zamanların etkili ve faydalı bir şekilde değerlendirilmesi açısından, ciddi serbest zaman ve rekreasyon uzmanlığı olguları önemlidir. Ciddi serbest zaman kavramı, Stebbins tarafından ortaya atılmış bir kavramdır. Stebbins serbest zamanı, katılımcının özel yetenek, bilgi ve deneyim birleşimi edinerek bunları ifade etme yoluyla kendisi için yeterince önemli, ilginç ve tatmin edici olacak amatör, hobiye yönelik ya da gönüllü bir kariyere yönelik sistematik bir arayış olarak tanımlamıştır. Rekreasyon uzmanlığı kavramı ise Bryan tarafından ortaya atılmıştır. Bryan rekreasyon uzmanlığını, rekreasyonel bir faaliyete başlangıçtan deneyimli olmaya kadar genelden özele uzanan bir davranış sürekliliğini ifade eden süreç olarak tanımlamıştır. Ciddi serbest zaman ve rekreasyon uzmanlığı kavramlarının teorik kapsamda bilinmesi ve iki kavram arasındaki ilişkinin saptanması; rekreasyonel faaliyetlerin doğasının tam olarak anlaşılmasına olanak sağlayacaktır. Bundan hareketle bu çalışmada, ciddi serbest zaman perspektifi ile rekreasyon uzmanlığı arasındaki ilişkinin kavramsal açıdan incelenmesi amaçlanmıştır. Sonuç olarak ciddi serbest zaman kavramı, rekreasyon uzmanlığı kavramından daha fazla faaliyet çeşitliliği sunmakta olup daha geniş bir alana hitap etmektedir. Her iki kavramın temel dayanağında, kariyer sahibi olma ve faaliyeti özümsemek önemlidir. Ciddi serbest zaman perspektifi ile rekreasyon uzmanlığı arasında benzerlikler ve farklılıklar bulunmasına rağmen, bu görüşlerin birbirini tamamlayan iki kavram olduğu ve rekreasyon uzmanlığının ciddi serbest zaman anlayışının geliştirilmesinde önem arz edebileceği belirtilebilir.

**Anahtar kelimeler:** Serbest zaman, rekreasyon, ciddi serbest zaman, rekreasyon uzmanlığı.



## Conceptual Analysis of the Relationship between Serious Leisure and Recreation Specialization.

### Abstract

Today, leisure activities have become an important part of people's lifestyles. Leisure, when used effectively, can enable a person to develop himself, to realize himself, and to develop and specialize in any activity. Some negativities may occur in the careless and wrong use of leisure. Therefore, leisure forms are among the main factors in the positive or negative progress of life. Serious leisure and recreation specialization are important for the effective and useful evaluation of leisure. The concept of serious leisure is a concept introduced by Stebbins. Stebbins defined serious leisure as the systematic pursuit of an amateur, hobby or volunteer career that will be sufficiently important, interesting and satisfying for the participant to acquire and express a combination of special talents, knowledge and experience. The concept of recreation specialization was introduced by Bryan. Bryan defined recreational specialization as the process of expressing a continuum of behavior from general to specific, from beginning to experience in a recreational activity. To know the concepts of serious leisure and recreation specialization in the theoretical context and to determine the relationship between the two concepts; will allow a full understanding of the nature of recreational activities. From this point of view, in this study, it is aimed to examine the relationship between serious leisure perspective and recreation specialization from a conceptual point of view. As a result, the concept of serious leisure offers a greater variety of activities than the concept of recreation specialization and appeals to a wider area. At the core of both concepts, it is important to assimilate career and activity. Although there are similarities and differences between serious leisure perspective and recreation specialization, it can be stated that these views are two complementary concepts and recreation specialization may be important in developing serious leisure understanding.

**Keywords:** Leisure, recreation, serious leisure, recreation specialization.



## İnanç Turizminin Geliştirilmesinde Kültürlerarası İlişkilerin Yeri ve Önemi: Adana Örneği

**Muharrem AVCI**

Dr. Öğr. Gör., Kastamonu Üniversitesi Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı, Kastamonu, Türkiye,  
mavci@kastamonu.edu.tr

**Yavuz Selim DENİZ**

Yüksek Lisans Öğrencisi, Kastamonu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, İnanç  
Turizmi, Kastamonu, Türkiye, yavuz9500@gmail.com

### Özet

Geniş çapta yapılan alan-yazın taraması neticesinde inanç turizmi alanında yapılan çalışmaların yetersiz olduğu ve birbirini tekrarladığı görülmüştür. Adeta bir kültür yelpazesi olan Adana'nın, içerisinde yaşayan sakinlerinin şehrin tarihi ve turistik değerlerinin farkındalığı ile ilgili veri toplanmıştır. Farklı kültürlerle mensup insanların birbirlerine bakış açısı alınmıştır ve değerlendirilmiştir. Araştırma için yaşları 18 ila 71 arasında değişen toplam 40 kişi ile görüşülmüştür. Yarı yapılandırılmış görüşme formunun içeriğinde başta demografik ölçek olmak üzere 5 ayrı başlık altında veri toplanmıştır. Çalışmaya katılan 40 kişiden 20'si erkek, 20'si kadındır. Genelde modern bir yaşantıya sahip olduklarını belirtmişlerdir. Daha önce İnanç turizmi seyahatlerine katılıp Adana'daki inanç merkezlerini gezen kişi sayısı arasında doğru orantı tespit edilmiştir. Adana'nın inanç turizmi bakımından popülaritesini arttırmak için öncelikle imaj düzeltilmesi yapılması gerektiği tespit edilmiştir. Bununla beraber toplumsal bilinç anlayışı hakimdir. Bu bilincin artması için mahalleler arası spor müsabakalarının yapılmasını, sosyal sorumluluk projelerinin artırılmasına dair öneride bulunmaktadırlar. Turizm literatüründe yer alan kaynaklar için seçilen evren ve örneklemeler içerisinde Adana ilinin yetersiz derecede araştırıldığı anlaşılmıştır. Araştırma neticesinde geçmişten bu yana Adana'nın çevre illerden aldığı göç vasıtasıyla oluşan kültür çeşitliliğinin turizme yansımalarının olumlu olduğu görülmüştür. Turistlere karşı sempati ve dostane bir gözle bakılmaktadır. Ancak son yıllarda yaşanan olumsuz vakaların şehrin imajını bozmasına dikkat çekilmiştir. Bunun yanında Adana en çok yemek kültürü (gastronomi) ve yaz mevsiminin iklimine dair özelliğiyle ön plana çıkmıştır.

**Anahtar kelimeler:** İnanç turizmi, kültür turizmi, Adana.





## The Place and Importance of Faith Tourism in the Development of Intercultural Relations: The Case of Adana

### Abstract

Result of a large-scale field research, was found that studies in the field of faith tourism were inadequate, repeated each other. Data on the awareness the historical and tourist values of Adana, which is a multi-cultural, were collected from residents. Perspectives of people belonging to different cultures were taken, evaluated. A total of 40 people, ages 18 to 71, were interviewed for the study in. In the content of the semi-structured interview form, the data was collected under 5 separate topics, especially the demographic scale. Of the 40 people who participated in the study, 20 were men and 20 were women. They have generally stated they have a modern life. Previously, the correct proportion were determined between the number of people who participated in faith tourism trips and went to faith centers in Adana. In order to increase Adana's popularity in terms of faith tourism, it was determined that image correction should be done first. The extensive majority of those involved in the study dominate the understanding of social consciousness. To raise this awareness, they propose to organize inter-Neighborhood sports competitions and improvement social responsibility projects. In the population and samples selected for the resources include in the tourism literature, understood that the province of Adana was poorly researched. As a result of the research, it has been seen that the cultural variability formed by the migration of Adana from the surrounding provinces since the past is positive for tourism. Adana people sympathize with the tourists and look at them with a neighborly eye. But the fact that negative events in recent years have damaged the city's image is a point to from the public involved in the Addendum, Adana has come to the fore with its food culture (gastronomy) and its climate in summer.

**Keywords:** Faith tourism, cultural tourism, Adana.



## Konya İlindeki Bazı Yöresel Çorbaların Fonksiyonel Besin İçeriğinin İncelenmesi

*Yılmaz SEÇİM*

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı,  
Konya/Türkiye, yilmazsecim@gmail.com

*Samet Can AKSU*

Arş. Gör., Alanya HEP Üniverstesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Alanya, Türkiye,  
sametcanaksu02@gmail.com

### Özet

Fonksiyonel gıdalar, çeşitli sağlık problemlerinin ortaya çıkmadan önce beden sağlığını koruma imkânı sunması, kişinin ruhsal ve bedensel durumunu artırıcı özellikte olması sebebiyle son yıllarda popülerlik kazanmıştır. Fonksiyonel gıda tüketiminin giderek artmasına rağmen bilinirliğinin düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Yöresel mutfak, bir bölgenin gastronomik kimliğini oluşturan etmenlerden biridir. Yöresel mutfak içerisinde yer alan yemeklerin, ürün bazında incelenmesinin yöresel mutfağının tanınırlığına yardım edeceği düşünülmektedir. Bunun için de ürünlerin fonksiyonellikleri ele alınmıştır. Hem dünya hem de Türk mutfak kültüründe önemli yere sahip olan çorbaların; tüketim şekilleri, servis sıraları ve içerisine konulan malzemeleri coğrafyaya göre farklılaşmaktadır. Bu farklılığa rağmen çoğu toplumda çorba, bir şifa kaynağı olarak görülüp tüketilmiştir ve tüketilmeye devam etmektedir. Ancak pişirme esnasında meydana gelen değişimler gıdanın fonksiyonelliğine etki etmektedir. Bundan dolayı yöresel çorbaların sağlığa katkılarının ve fonksiyonel özelliklerinin ortaya konulmasının ürüne yönelik farkındalığın artmasına katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan durum çalışması deseni uygulanmıştır. Çalışmada Konya ilindeki bazı çorbaların fonksiyonel içerikleri ele alınmıştır. Araştırılan ürünlerin hangi durumlarda ürünün fonksiyonelliğine olumlu veya olumsuz etki edebileceğine dair açıklamalar yapılmıştır. Isıl işlem uygulamalarının toyga, banya, tandır, tutmaç ve terhun çorbalarının içerisinde kullanılan bazı ürünlerin besinsel değerinde ve biyoyararlılığında azalmaya neden olduğu görülmektedir. Pişirme ve hazırlama aşamalarında ürünlerin sahip olduğu biyoaktif bileşenlerin arttığı durumların da olduğu yapılan çalışmalarla ortaya konmuştur. Domateste ve domatesten yapılan gıdalarda bulunan likopenin ısıl işlem uygulamalarıyla fonksiyonelliği artmaktadır. Bunun dışında sarımsaktaki allisin maddesi sarımsağın ezilmesiyle ortaya çıkmakta ve ısıl işlem ile toplam polifenol içeriği artmaktadır. Soğandaki kuersetin ise mikrodalga ile pişirildiğinde ürün içerisindeki toplam miktarını 1.5 kat artırmaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Fonksiyonel gıdalar, Konya mutfağı, yöresel çorbalar.



## Examination of Functional Nutrient Content of Some Local Soups in Konya Province

### Abstract

Functional foods have gained popularity in recent years because they offer the opportunity to maintain body health before various health problems arise, increasing the mental and physical condition of the person. Although functional food consumption is increasing, its awareness is low. Local cuisine is one of the factors that make up the gastronomic identity of a region. It is believed that examining the dishes contained in the local cuisine on the basis of products will help the recognition of the local cuisine. For this purpose, the functionality of the products has been discussed. Soups, which have an important place in both the world and Turkish culinary culture, differ according to the geography of consumption patterns, service rows and the ingredients placed in them. Despite this difference, soup is seen and consumed as a source of healing in most societies and continues to be consumed. But changes that occur during cooking affect the functionality of food. Because of this, it is believed that revealing the health contributions and functional properties of local soups will contribute to increasing awareness of the product. In this study, the case study pattern, which is one of the qualitative research methods, was applied. In the study, the functional contents of some soups in Konya province were discussed. Explanations have been made on which cases the products investigated may have a positive or negative effect on the functionality of the product. It is observed that heat treatment applications cause a decrease in the nutritional value and bioavailability of some products used in toyga, okra, tandoor, tutmaç and terhun soups. Studies have shown that there are also cases where the bioactive components of the products have increased during the cooking and preparation stages. Lycopene found in tomatoes and foods made from tomatoes increases its functionality with heat treatment applications. Apart from this, the allicin substance in garlic occurs by crushing the garlic and the total polyphenol content increases with heat treatment. Quercetin in onions increases the total amount in the product by 1.5 times when cooked by microwave.

**Keywords:** Functional foods, Konya cuisine, local soups.



## Ankara Beypazarı'nın Gastronomi Turizmi Potansiyeli

**Hüseyin Fatih ZARARSIZ**

Yüksek Lisans Öğrencisi, Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Karabük, Türkiye, huseyinfatihzararsiz@gmail.com

**Şaban KARGIĞLIOĞLU**

Dr. Öğr. Üyesi, Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD., Muğla, Türkiye, sabankargiglioglu@mu.edu.tr

### Özet

Köklü geçmişi ile birçok medeniyete ev sahipliği yapan ve günümüzde de Türkiye Cumhuriyeti'nin Başkenti olan Ankara ilinin mutfak kültürü de üzerinde yaşayan her bir toplumdaki etkilenerek bugünlere ulaşmıştır. Ankara gerek konumundan kaynaklı gerekse başkent olması sebebiyle Türkiye'nin en ulaşılabilir kentlerinden birisidir. Ankara'nın ilçelerine bakıldığında ise pek çok farklı lezzete sahip gastronomik ürün ve etkinlik çeşitliliğine sahip olduğu görülmektedir. Buna bağlı olarak Ankara'daki ilçelerin gastronomi turizmi açısından potansiyelinin yüksek olduğu ve Beypazarı'nın bu ilçeler içerisinde ön plana çıkan ilçelerden biri olduğu ilçeye gelen turist sayısı ve hizmet sunan yiyecek içecek işletmelerinin yöresel ürünleri sunmasından, seyahat acentelerinin düzenlediği turlardan anlaşılmaktadır. Bu çalışmanın amacı Beypazarı'nın gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi ve gastronomik zenginliklerinin incelenerek ortaya koyulmasıdır. Beypazarı'na ait literatürde coğrafi işaretli ürünler, Beypazarı Kurusu ve ziyaretçi arzuları üzerine çalışmalar olsa da Beypazarı'nın gastronomi turizmi potansiyeline ve gastronomik ürünlerine yönelik bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu açıdan çalışmanın sonuçları Ankara'da gastronomi turizmi başta olmak üzere Beypazarı'nı gastronomi turizmi amacıyla ziyaret edecekleri ve Beypazarı'nda faaliyet gösteren işletmelere fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma kapsamında literatür taraması yapılmış ve Ankara'nın Beypazarı ilçesi ziyaret edilerek gözlem yapılmıştır. Toplanan veriler ışığında Beypazarı'nın gastronomi potansiyeli, sunulan yöresel yiyecek ve içecekler, coğrafi işaretli ürünler ve düzenlenen gastronomi odaklı etkinliklere yer verilmiştir. Gastronomi turizminden daha fazla fayda sağlanabilmesi için çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Ankara, Beypazarı, gastronomi, gastronomi turizmi.



## Gastronomy Tourism Potential of Beypazarı, Ankara

### Abstract

The culinary culture of Ankara, which has hosted many civilizations with its deep-rooted past and is the Capital of the Republic of Turkey, has reached today by being influenced by every society living in it. Ankara is one of the most accessible cities in Turkey due to its location and being the capital city. Looking at the districts of Ankara, it is seen that they have a variety of gastronomic products with many different tastes and some activities regarding gastronomy. Accordingly, the districts in Ankara have a high potential in terms of gastronomic tourism and Beypazarı is one of the prominent districts among these districts, which is understood from the tours organized by the travel agencies where the number of tourists coming to the district and the food and beverage businesses that provide service of the local products are gained. The aim of this study is to evaluate Beypazarı in terms of gastronomic tourism and to reveal its gastronomic abundance by examining it. Although there are studies on geographically indicated products of Beypazarı, the Beypazarı Kurusu in relation with visitor desires in the literature, no study has been found on the gastronomic tourism potential and gastronomic products of Beypazarı. In this respect, it is thought that the results of the study will benefit those who will visit Ankara for gastronomy tourism, especially gastronomy tourism in Beypazarı, and businesses operating in Beypazarı itself. Within the scope of the research, a literature review was made and observations were done by visiting the Beypazarı district of Ankara. In light of the collected data, the gastronomic potential of Beypazarı, the local food and beverages offered, the products with geographical indications and the gastronomy-oriented events organized were included. Various suggestions have been developed in order to obtain more benefits from gastronomic tourism.

**Keywords:** Ankara, Beypazarı, gastronomy, gastronomy tourism.



## Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Teknoloji Bağımlılığının Yaşam Tatminine Etkisi: Gaziantep Üniversitesi Örneği

**Harun Reşit GÜNDOĞAN**

Doktora Öğrencisi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İşletme Bölümü /İşletme Anabilim dalı, Gaziantep, Türkiye, hrngundogan@gmail.com

**Kaan ÇEVİKER**

100/ 2000 Doktora Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü/Turizm İşletmeciliği Anabilim dalı, Konya, Türkiye, kaanceviker01@gmail.com

**Nurcan GEZİCİ**

Doktora Öğrencisi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İşletme Bölümü /İşletme Anabilim dalı, Gaziantep, Türkiye, nurgangul1@gmail.com

### Özet

Yapılan bu araştırmanın amacı, Gaziantep Üniversitesi Turizm Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin, teknoloji bağımlılığının yaşam tatminine olan etkisini ölçmektir. Araştırmada veri elde etmek için anket yöntemi kullanılmış olup, anketlerin doldurulmasında basit tesadüfi örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Bu kapsamda, Gaziantep üniversitesinde turizm eğitimi gören 186 kadın ve 246 erkek olmak üzere toplam 432 öğrencinin görüşü değerlendirmeye alınmıştır. Yapılan araştırma sonucunda teknoloji bağımlılığını oluşturan boyutlar tespit edilerek, yaşam tatminine olan etkisine ölçülmeye çalışılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda teknoloji bağımlılığı "Sosyal Ağ Kullanımı", "Çevrimiçi Oyun Oynama", " Anlık Mesajlaşma" ve " Web Siteleri Kullanımı" olmak üzere dört boyut ve boyutlara bağlı 23 önermeden oluştuğu tespit edilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda; öğrencilerin cinsiyetleri ile teknoloji bağımlılığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmaya katılan katılımcıların teknoloji bağımlılığı alt boyutlarının yaşam tatmininin %22,9' unu açıkladığı tespit edilmiştir. Öte yandan yaşam tatmini ve web siteleri kullanımı ile teknoloji bağımlılığı arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Yaşam tatmini, teknoloji, teknoloji bağımlılığı.





## The Effect of Technology Addiction on the Life Satisfaction of Students Taking Tourism Education: The Case of Gaziantep University

### Abstract

This research aims at measuring the impact of technology addiction on self-life satisfaction of the students of Gaziantep university. The survey method has been used for obtaining the research's data, the most preferable method among the simple random sampling methods was the simple sampling. Questionnaire method was used to obtain data in the research, and the convenience sampling method, one of the simple random sampling methods, was preferred in filling out the questionnaires. In this context, the opinions of a total of 432 students, 186 women and 246 men, studying tourism at Gaziantep University were taken into consideration. As a result of the research, the dimensions of technology addiction were determined and its effect on life satisfaction was tried to be measured. As a result of the research, it has been determined that technology addiction consists of 23 propositions based on four dimensions and dimensions: "Social Network Use", "Online Gaming", "Instant Messaging" and "Web Site Usage". As a result of the research; A statistically significant difference was found between the gender of the students and their technology addiction. In addition, it was determined that the technology addiction sub-dimensions of the participants in the study explained 22.9% of life satisfaction. On the other hand, it has been determined that there is a negative relationship between life satisfaction and use of websites and technology addiction.

**Keywords:** Life satisfaction, technology, technology addiction.





## Lisans Düzeyinde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi Alan Öğrencilerin Öz Yeterliklerine Yönelik Nitel Bir Araştırma

**Safa KAYA**

Yüksek Lisans Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Konya, Türkiye, kayasafa@yahoo.com.tr

**Esra YILDIRIM**

Yüksek Lisans Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Konya, Türkiye, esraarse.96@hotmail.com

**Yeliz PEKERŞEN**

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Konya, Türkiye, yeliz.ulusan@gmail.com

### Özet

Turizm eğitimi kapsamında değerlendirilen gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi, yiyecek ve içecek sektöründe ihtiyaç duyulan bilgi, beceri ve donanıma sahip bölümünde öz yeterliği yüksek başarılı çalışanların olması için etkin ve kaliteli bir süreç ile verilmelidir. Mezunların mesleki yönden öz yeterliğinin olması çalışma hayatında göstereceği performans ve yetkinlikler yönünden oldukça önemlidir. Bu çalışmada, gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin alanlarıyla ilgili öz yeterliklerine yönelik görüşleri ele alınmaktadır. Ayrıca mezun olduktan sonra gerekli yeterliklere yönelik motivasyonları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Çalışmada nitel veri toplama yönteminden yararlanılmış olup; görüşme tekniği kullanılmıştır. Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü 2020-2021 eğitim-öğretim yılı 4. sınıf öğrencileri çalışma grubu olarak belirlenmiş ve toplamda 26 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonucunda; öğrencilerin gastronomi alanını beslenme olgusunun altında yatan kültürel, tarihi ve bilimsel nedenleri araştıran bir bilim ve sanat dalı olarak gördükleri, gastronomi alanında eğitim almaktan mutlu, temel uygulamalar konusunda yeterli, ürün geliştirme ve yenilik konusunda ise geliştirilmeye açık oldukları ortaya çıkarılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Öz yeterlik, gastronomi, gastronomi eğitimi, lisans öğrencileri.



## A Qualitative Research on the Self-Efficacy of Students Undergraduate Level of Gastronomy and Culinary Arts Education Abstract

### Abstract

Gastronomy and culinary arts education, which is evaluated within the scope of tourism education, should be given with an effective and high quality process in order to have successful employees with high self-efficacy in the field with the knowledge, skills and equipment needed in the food and beverage sector. Performance and competencies in business life are important if graduates have self-efficacy in their jobs. In this context, the opinions of the students of the gastronomy and culinary arts department regarding their self-efficacy in their fields are discussed. In addition, it was tried to reveal the motivations for the necessary competencies after graduation. In this study, qualitative data collection method and interview technique was used. Necmettin Erbakan University, Faculty of Tourism, Gastronomy and Culinary Arts Department, 2020-2021 academic year 4th grade students were determined as the study group and it was carried out with a total of 26 students. As a result of the research; It has been revealed that students see gastronomy as a science and art branch that investigates the cultural, historical and scientific reasons underlying the phenomenon of nutrition, they are happy to receive education in the field of gastronomy, they are sufficient in basic applications, and they are open to development in product development and innovation.

**Keywords:** Self-efficacy, gastronomy, gastronomy education, undergraduate.



## Women Entrepreneurship and Tourism: Patterns and Trends

### *Sulaiha Mohd ISA*

PhD Candidate, Universiti Teknologi Malaysia, Faculty of Built Environment and Surveying,  
Department of Urban and Regional Planning, Skudai, Malaysia, sulaiha@graduate.utm.my

### *Hairul Nizam ISMAIL*

Associate Prof. Dr., Universiti Teknologi Malaysia, Faculty of Built Environment and Surveying,  
Department of Urban and Regional Planning, Skudai, Johor Bahru, Malaysia, b-hairul@utm.my

### *Zatul Iffah Mohd FUZA*

Dr., Universiti Teknologi MARA, Cawangan Terengganu Kampus Dungun,  
Faculty of Hotel and Tourism Management, Department of Tourism Management, Dungun, Malaysia,  
zatul710@uitm.edu.my

### **Abstract**

Women entrepreneurship is gradually nurturing worldwide due to the intense highlight on gender equality as an important pillar of the 2030 Agenda for Sustainable Development. The inspiration of Sustainable Development Goals 5 to improve and increase the value of women by eradicating prejudices, work for equal rights and respect for all populations, makes it a powerful driver of both economic growth and social change. Despite an increasing interest in the role of women, particularly in entrepreneurship, nevertheless, there exists little research linked to tourism patterns. Hence, this paper attempts to outline a systematic literature review to track a comprehensive understanding of women entrepreneurship and tourism within the context of sustainability in order to build an understanding of future trends. Therefore, selected keywords including entrepreneurship, women, gender and tourism are used to identify articles in Web of Science, Scopus and Google Scholar to sort the most suitable article for review purposes. The review highlights women entrepreneurship and tourism have received relatively limited attention from accessible tourism quartile journals. The content analysis revealed diverse gaps and limitations in understanding women entrepreneurship in tourism and the prevalence of both qualitative and mixed-method research. Both Small- and Medium-Sized Enterprises as well as Social Enterprises in the tourism industry equally dominate in terms of types of operations. Furthermore, high attention of studies is from European countries. Six main thematic research areas were identified, namely, personality traits, motivation, resistance, innovativeness, performance and succession. Hence, this study contributes to the enhancement of understanding related to women entrepreneurship in tourism-related industries.

**Keywords:** Entrepreneur, women, tourism, sustainable development Goals (SDG).



## Yenilebilir Böceklerin Günlük Beslenmede Tüketilebilme Potansiyellerinin Araştırılması: Un Kurdu Katkılı Ekmek Örneği

**Erdi EREN**

Arş. Gör., Alanya HEP Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Antalya, Türkiye,  
erdi.eren@ahep.edu.tr

**Semra AKAR ŞAHİNGÖZ**

Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ankara,  
Türkiye, semra.sahingoz@hbv.edu.tr

### Özet

Dünya nüfusu yılda ortalama 70 milyon kadar artmakta ve Dünya'daki yiyecek kaynakları son 40 yılın en düşük seviyesine gerilemiş bulunmaktadır. Bu durum sürdürülebilirlik açısından oldukça uygun olan yenilebilir böceklerin günlük diyetlere adaptasyonunu olağan kılmaktadır. Bu çalışmada, günlük beslenmenin en önemli parçası olan ekmeğin formülasyonuna yenilebilir bir böcek türü olan un kurdu eklenmesiyle alternatif bir ekmek üretilmesi amaçlanmıştır. Hazırlanan ekmeğin kalite özellikleri belirlenmiştir. Araştırmalar sonucunda, un kurdu katkısının; ürünün nem tutma kapasitesine olumlu etkileri olduğu, ekmeğin mineral madde oranında belirgin artışlar sağladığı, ekmekte istenen bir özellik olan gözenekliliğe olumlu fayda sağladığı ve un kurdu katkılı ekmeğin duyu özellikleri bakımından kabul edilebilir seviyelerde olduğu anlaşılmıştır. Analiz edilen örnekler arasında nem tutma kapasitesinin yüksekliği, duyu analizlerde öne çıkması, gözeneklilik oranı ve kül oranlarının istenen seviyede olması nedeniyle %25 un kurdu içeren ekmeğin geliştirilmeye en uygun örnek olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Ekmek, yenilebilir böcekler, un kurdu.



## Researching Consumable Potential of Edible Insects in Everyday Diets: The Example of Bread with Mealworm Addition

### Abstract

The world population is increasing by an average of 70 million per year and the food resources in the world have decreased to the lowest level in the last 40 years. This makes the adaptation of edible insects, which are very suitable for sustainability, to daily diets possible. In this study, it was aimed to produce an alternative bread by adding mealworm, an edible insect species, to the formulation of bread, which is the most important part of daily nutrition. The quality characteristics of the prepared bread were determined. As a result, it has been understood that the mealworm addition has positive effects on the moisture holding capacity, provides significant increases in the mineral substance content of the bread, provides positive benefits to the porosity, which is a desirable feature in bread. Moreover, the sensory properties of mealworm added bread were at acceptable levels. Among the samples analyzed, it was determined that the bread containing 25% mealworm was the most suitable sample for development, due to its high moisture holding capacity, prominence in sensory analysis, high porosity rate and desired ash content.

**Keywords:** Bread, edible insects, mealworm.



## Research Trends of Social Network Analysis in Tourism Destination Management

***Tan Pei YEE***

PhD Candidate, Universiti Teknologi Malaysia, Urban and Regional Planning, Johor Bahru, Johor,  
sallytpy@gmail.com

***Hairul Nizam ISMAIL***

Associate Professor, Universiti Teknologi Malaysia, Urban and Regional Planning, Johor Bahru,  
Johor, b-hairul@utm.my

***Syed Muhammad Rafy Syed JAAFAR***

Senior Lecturer, Universiti Teknologi Malaysia, Urban and Regional Planning, Johor Bahru, Johor,  
s.rafy@utm.my

***Nurul Diyana Md KHAIRI***

Senior Lecturer, Universiti Teknologi Malaysia, Urban and Regional Planning, Johor Bahru, Johor,  
n.diyana@utm.my

### Abstract

Social network analysis is derived from the graph theory and widely applied in the research field of business, sociology, and communication science to describe network structure via relationship mapping and denoted by links and nodes. In tourism research, social network analysis refers as a spatial analytical tool to measure the tourism dynamics primarily in the tourism destination management, tourists' movement pattern and tourists' behavioural pattern. Although reviews on the social network analysis in tourism research have been done before, those reviews are limited to certain scope and depth. Therefore, this review intends to specifically review the social network analysis in tourism destination management to reveal the research trends profoundly. This review implemented the Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA) to ensure the preciseness and synthesise the past studies selected from the Web of Science (WoS) database. Meanwhile, the review findings were analysed with content analysis and thematic analysis to (1) identify the overall research trends of social network analysis in tourism destination management, (2) topic areas covered as well as (3) methods and types of data collected applied in tourism destination management studies with social network analysis approach. The review findings indicate that the research history of social network analysis in tourism destination management began in the year 2003 and showing a continuously growing number of studies from 2015. Besides, the review findings also found that secondary data and methods were favour compared with primary. In conclusion, this review offers the current knowledge state of social network analysis in the context of tourism destination management and provides literature gaps for future studies.

**Keywords:** Social network analysis, tourism destination management & systematic literature review.



## Sosyal Medya Kullanımının Turizm Pazarlaması Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma

*Ceyhun AKYOL*

Dr., Artvin Çoruh Üniversitesi, Artvin Meslek Yüksekokulu / Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri  
Bölümü, Artvin, Türkiye, ceyhunakyol@artvin.edu.tr

### Özet

Global pazarlama anlayışının etkili rekabet araçlarından olan sosyal medya turizm endüstrisinde artan bir role sahiptir. Günümüzde sosyal medya, birçok sektör ve işletme için önemli bir pazarlama aracı ve iletişim stratejisi olmaktadır. Sınırlı kaynaklarla küresel bir kitleye ulaşabilme gücüne sahip olan sosyal medya ve uygulamaları, özellikle bilgi arama ve karar verme konularında tüketici açısından önemlidir. Bu çalışmada, bireylerin turistik ürün tercih, kullanım ve deneyim paylaşımı konularında sosyal medyanın öneminin tespit edilmesi, katılımcıların sosyal medya kullanım sıklıkları ile sosyal medya kullanımlarının turizm pazarlaması üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda, araştırmanın örneklemini olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen ve Artvin'in Arhavi ilçesinde yaşayan 237 kişi oluşturmuştur. Çalışma verilerine ulaşma aşamasında, 7 adet demografik bilgi ve 24 adet 5'li likert ölçeği türünde önermeden oluşan anket formundan yararlanılmıştır. Elde edilen verilerin çözümlenmesi aşamasında yüzde, frekans dağılımı, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bilgilerine başvurulmuştur. Tüm bu bilgiler ışığında bireylerin sosyal medyayı kullanmaları turizm açısından değerlendirilmiştir. Çalışma neticesinde, katılımcılar açısından sosyal medyanın turizm pazarlamasında önemli derecede rol oynadığı, sosyal medyanın turizm açısından katılımcılarca sıklıkça kullanıldığı tespit edilmiştir. Ulusal ve uluslararası literatürde Artvin ili Arhavi ilçesinde sosyal medya kullanımının turizm pazarlaması üzerindeki etkilerine yönelik bir çalışmaya rastlanılmamış olması, araştırmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Turizm, sosyal medya, pazarlama.





## A Study on the Effect of Social Media Usage on Tourism Marketing

### Abstract

Social media, which is one of the effective competitive tools of the global marketing approach, has an increasing role in the tourism industry. Today, social media is an important marketing tool and communication strategy for many sectors and businesses. Social media and its applications, which have the power to reach a global audience with limited resources, are especially important for the consumer in terms of information seeking and decision making. In this study, it is aimed to determine the importance of social media in individuals' touristic product preference, use and experience sharing, and to determine the effects of social media usage frequency of participants and social media usage on tourism marketing. In this direction, the sample of the research consisted of 237 people living in Arhavi district of Artvin, who were selected by convenience sampling method, one of the non-probability sampling methods. At the stage of accessing the study data, a questionnaire consisting of 7 demographic information and 24 5-point Likert scale propositions was used. During the analysis of the obtained data, percentage, frequency distribution, arithmetic mean and standard deviation values were used. In the light of all this information, the use of social media by individuals has been evaluated in terms of tourism. As a result of the study, it has been determined that social media plays an important role in tourism marketing and that social media is frequently used by the participants in terms of tourism. The fact that there is no study on the effects of social media use on tourism marketing in the Arhavi district of Artvin province in the national and international literature reveals the originality of the research.

**Keywords:** Tourism, social media, marketing.



## Erzincan Ekşisu Sazlığı'nda Kuş Gözlemciliğinin Yöre Turizmine Katkısı

*İbrahim Erhan CANBABA*

Öğr. Gör., Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü,  
Erzincan, Türkiye, ecanbaba@erzincan.edu.tr

### Özet

Son yıllarda, toplumların turizm anlayışında köklü değişimler görülmektedir. Turistlerin deniz-kum-güneş odaklı klasik turizm anlayışından uzaklaşarak, taleplerinin eğitim-eğlence-çevre kavramlarını daha çok barındıran alternatif turizm türlerine evirildiği görülmektedir. İnsanlar kaynakların daha uzun vadeli kullanımına dayanan, sürdürülebilir turizm, ekoturizm gibi turizm çeşitlerine yönelmektedir. Doğal hayatın henüz tahrip edilmediği, korunduğu; endemik bitki ve hayvan türünün çok çeşitli olduğu alanlar turizm açısından cazibesini korumaktadır. Bu alanlardan birisi de Erzincan ilinde bulunan ve şehrin en çok ziyaret edilen rekreasyon alanı olan Ekşisu Mesire Alanıdır. Şehir merkezine 11 km uzaklıkta bulunan ve son yıllarda gerçekleştirilen çalışmalarla bir piknik alanından çok bir eğlence merkezine dönüşen ve yaklaşık 100 bin m<sup>2</sup>'lik alana sahip olan Ekşisu Mesire Alanının içerisinde oyun alanları, eğlence havuzları, yürüyüş yolları yöresel yemeklerin sunulduğu restoranlar ve oturma gurupları bulunmaktadır. Ekşisu Mesire Alanında birbirine karışmadan akan 5 çeşit şifalı kaynak suyu çıkmaktadır. Bunlardan biri olan maden suyu, Erzincan Belediyesi tesislerinde şişelenerek yurt çapında satışı yapılmaktadır. Ayrıca bölgede bulunan kaplıcalar da yılın 12 ayı hizmet vermektedir. Yine bu bölgede Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından koruma altına alınan ve kuş cenneti olarak adlandırılan bölgede 200 çeşit kuş yaşamaktadır. **Araştırmanın amacı;** Alternatif Turizm türlerinden biri olan ve Ekoturizm ile de bağlantılı olan Kuş gözlemciliğini tanıtmak, Erzincan ili ve bu ilin sınırları içerisinde yer alan Ekşisu Sazlığı ve mesire alanı hakkında bilgiler vermek ve sonucunda da Erzincan Ekşisu Sazlığı'nda kuş gözlemciliğinin yöre turizmine katkısını açıklamaktır.

**Araştırmanın Yöntemi;** Çalışma nitel bir araştırma olup, araştırma için gerekli olan bilgiler literatür taraması yöntemiyle (yerli ve yabancı makalelerden, basılı ve basılı olmayan kitaplardan, internet kaynaklarından vb.) toplanmıştır. Elde edilen bilgiler düzenlenip derlenerek sonuç hakkında bilgiler verilmiştir. Elde edilen bilgilerin düzenlenip derlenmesine ilaveten Swot Analizi (Strengths: Güçlü Yönler, Weaknesses: Zayıf Yönler, Opportunities: Fırsatlar, Threats: Tehditler) yapılmıştır. Erzincan'daki yöneticilerle, akademisyenlerle ve halkla yapılan görüşmeler ışığında SWOT Analizi sonrasında, Ekşisu Sazlığında Kuş Gözlemciliğinin güçlü yönleri, eksiklikleri ve geleceğe dair fırsatları ve tehditleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Ekşisu Sazlığında Kuş Gözlemciliğinin güçlü ve zayıf yönlerinin açıkça bilinmesi ve analiz edilmesi, yöre turizmine faydalı olacaktır. Aynı zamanda yapılabilecek hataların görülmesine ve düzeltilmesine fırsat verecektir. Mevcudu ortaya koymak ve geleceğe dönük vizyon oluşturmak amacıyla Erzincan'daki yöneticilerle, akademisyenlerle ve halkla yapılan görüşmeler ışığında SWOT Analizinin sonuçları paylaşılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Kuş gözlemciliği, ekşisu, erzincan, alternatif turizm.



## The Contribution of Bird Watching in Erzincan Ekşisu Reeds to Regional Tourism

### Abstract

In recent years, radical changes have been observed in the tourism understanding of societies. It is seen that tourists move away from the classical tourism understanding focused on sea-sand-sun, and their demands evolve into alternative tourism types that contain the concepts of education-entertainment-environment. People are turning to tourism types such as sustainable tourism and ecotourism, which are based on longer-term use of resources. Areas where natural life has not yet been destroyed, protected, and endemic plant and animal species are very diverse retain their appeal from the point of view of Tourism. One of these areas is Ekşisu Recreation Area, which is located in the province of Erzincan and is the most visited recreation area of the city. Ekşisu Recreation Area, which is located 11 km from the city center and has been transformed into an entertainment center rather than a picnic area with the works carried out in recent years, and has an area of approximately 100 thousand m<sup>2</sup>, there are playgrounds, entertainment pools, walking paths, restaurants where local dishes are served, and seating groups. In Ekşisu Recreation Area, there are 5 types of healing spring water flowing without mixing with each other. One of these, mineral water, is bottled in Erzincan Municipality facilities and sold nationwide. In addition, the hot springs in the region serve 12 months of the year. Again in this region, 200 kinds of birds live in the region, which is under protection by the Ministry of Culture and Tourism and is called a bird paradise.

**The aim of the research** is to introduce birdwatching, which is one of the alternative types of Tourism and is also associated with ecotourism, to provide information about the Ekşisu reeds and promenade area located in Erzincan province and within the borders of this province, and as a result to explain the contribution of birdwatching to local tourism in Erzincan Ekşisu Reeds.

**Method of Research;** The study is a qualitative research and the information required for the research was collected by the literature review method (local and foreign articles, printed and non-printed books, internet resources, etc.). The information obtained was organized and compiled and information about the result was given. In addition to organizing and compiling the obtained information, Swot Analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) was made. After the SWOT Analysis in the light of the interviews with the managers, academicians and the public in Erzincan, the strengths, deficiencies and future opportunities and threats of Bird Watching in Ekşisu Reeds were tried to be determined. Knowing and analyzing the strengths and weaknesses of Bird Watching in Ekşisu Reeds will be beneficial for local tourism. At the same time, it will give the opportunity to see and correct the mistakes that can be made. The results of the SWOT Analysis were shared in the light of the interviews with the managers, academicians and the public in Erzincan in order to present the current situation and create a vision for the future.

**Keywords:** Bird watching, ekşisu, erzincan, alternative tourism.



## Küresel Krizler ve Turizm

*Ayşe NEVİN SERT*

Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü,  
Konya, Türkiye, nevinsert@gmail.com

*Serap SERİN KARACAER*

Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri  
Bölümü, Aksaray, Türkiye, sskaracaer@gmail.com

### Özet

Son zamanlarda küresel ölçekte krizlerin sıklığının ve şiddetinin arttığı, dünyanın ise her zamankinden daha fazla yaşanan bu krizlerin sonuçları ile başa çıkma durumu ile karşı karşıya kaldığı görülmektedir. Dünyada yaşanan küresel krizlerden her endüstri kendi faaliyet alanına özgü olarak etkilenmektedir. Turizm endüstrisi de yaşanan küresel krizlerin olumsuz yansımaları ile karşı karşıya kalma noktasında en önde gelen endüstrilerden birisidir. Yaşanan kriz hangi türde (savaş, terör, yangın, deprem, salgın hastalık vb.) olursa olsun ziyaretçilerin o destinasyona ilişkin algılarını olumsuz yönde etkilemekte ve destinasyonun güvenlik, çekicilik ve konfor açısından genel itibarına zarar verebilmektedir. Bu durum destinasyona yönelik turizm talebinin ve harcamalarının azalmasına ve dolayısıyla da yerel, bölgesel ve ulusal ölçekte turizm gelirlerinde düşüşlerin yaşanmasına neden olmaktadır. Çalışma kapsamında; etkileri açısından birçok ülkeye dokunan küresel boyutlu krizlerden örneklerin incelenmesi ve bunların yerel, bölgesel ve uluslararası boyutta turizme yansımalarının istatistiksel veriler çerçevesinde değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi esas alınmış olup, web tabanlı doküman incelemesi yoluyla veriler elde edilmiştir. Bu noktada UNWTO'nun (Dünya Turizm Örgütü) istatistiksel veri tabanı kullanılmıştır. Araştırma ile elde edilen bulgular dikkate alındığında; nedeni her ne olursa olsun yaşanan küresel krizlerin ülkelere ekonomi başta olmak üzere birçok kayıplar yaşattığı, turizm endüstrisinin de söz konusu kayıplardan büyük oranda payını aldığı sonucuna varılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Kriz, turizm, küresel kriz.



## Global Crises and Tourism

### Abstract

It is seen that the frequency and severity of crises on a global scale have increased recently, and the world is faced with the situation of coping with the consequences of these crises, which are experienced more than ever before. Each industry is affected differently from the global crisis experienced in the world according to its field of activity. The tourism industry is also one of the leading industries in terms of facing the negative reflections of the global crises. Regardless of the type of crisis experienced (war, terror, fire, earthquake, epidemic, etc.), it negatively affects the visitor's perceptions of the destination and can damage the overall reputation of the destination in terms of safety, attractiveness and comfort. This situation causes a decrease in tourism demand and expenditures for the destination, and therefore decreases in tourism revenues at local, regional and national scales. Within the scope of the study, it is aimed to examine some of the global crises affecting many countries and to evaluate their reflections on tourism in local, regional and international dimensions based on statistical data. The study was based on the qualitative research method and data were obtained through web-based document analysis. At this point, the statistical database of UNWTO (World Tourism Organization) was used. Considering the findings obtained from the research, it is concluded that whatever the reason, the global crises cause many losses to the countries, especially the economy, and the tourism industry received a large share of these losses.

**Keywords:** Crisis, tourism, global crisis.



## Community Resilience Models for Conservation of Cultural Ecosystems Services and Tourism Management Post COVID-19 Pandemic in Park-Adjacent Communities within Aberdares National Park, Kenya

*Felix Lamech Mogambi MING'ATE*

Dr., Senior Lecturer, Kenyatta University, Environmental Studies and Community Development Department, mingate.felix@ku.ac.ke

*Shem Wambugu MAINGI*

Dr., Lecturer, Kenyatta University, Department of Hospitality and Tourism Management. maingi.shem@ku.ac.ke

### Abstract

Well managed small scale and community-based tourism enterprises could allow the non-consumptive use of Kenya's increasingly scarce indigenous forest resources, provide alternative Post COVID19 livelihoods and thus make an important contribution to their management. The paper, sought to develop a generic best practice model for sustainable conservation of cultural ecosystems services post COVID-19 pandemic. Cross-sectional survey research design was used to determine the sub-sets from different groups involved in the study namely the local community, key informants and observation participants. Data collection methods were both qualitative and quantitative in nature. One hundred households from the areas adjacent to the National Park within a radius of 2 KMS were sampled for the study. The communities adjacent to the park were randomly selected. Since this research used humans as a source of information, all the participants' information was kept confidential by using pseudo-names and coding to protect them and enhance confidentiality. The results indicate that a community-based coping strategy is very important to enhance the resilience of communities' post COVID-19. It is recommended that government reviews tourism policies to encourage local governance and community participation in development of a post COVID-19 resilience and recovery model.

**Keywords:** Community resilience, Covid-19, tourism, sustainable tourism, Kenya.





## Covid-19 Vaccine Certificate and Hotel Managers' Views: The Case of Konya Province

**Saadet ZAFER KAVACIK**

Arş. Gör., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü/Turizm İşletmeciliği  
Anabilim Dalı, Konya, Türkiye, saadetzaf07@gmail.com

**Kevser ÇINAR**

Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü/Turizm İşletmeciliği  
Anabilim Dalı, Konya, Türkiye, k.cinar22@gmail.com

### Abstract

Though it is still unclear how and when life will return to normal, the most important of the proposed strategies to support the recovery is the documentation of vaccination, identification and documentation of immunity. As one of the first countries to start COVID-19 vaccination, Turkey has started to introduce vaccine certificate that has been recognised by the European Union and various countries. This policy can also lead to various disagreements between sector and people. The aim of the study is to obtain the assessments of the hotel establishments certified for tourism in Konya region about the implementation of the vaccine certification and to determine the status of requesting this from customers. The qualitative research method was used for the study. 12 hotels, considered representative of the population, were selected for in-depth research and semi-structured face-to-face and online interviews were conducted. According to the results, implementation of vaccine certificate is adequate, vaccination is largely completed in the hotels and vaccination is being promoted. In addition, it was found that the tourism sector suffered enough during the pandemic period. Among other findings the study also concluded that the use of the vaccine certificate can create a feeling of negative-positive discrimination among people. Therefore, in order not to lose more customers, it is stated that no vaccine certificate will be required from customers unless there is a legal obligation and negative PCR (Polymerase Chain Reaction) tests taken within 72 hours before check-in will be also acceptable. Businesses are expected to continue to be flexible in the post-COVID-19 business environment. As the pandemic continues to create significant damage on tourism sector, the approval and increased implementation of COVID-19 vaccine certificate in the hospitality industry will accelerate the recovery process.

**Keywords:** Vaccine certificate, Covid-19, Konya, hotel managers.





## Tüketicilerin Dışarıda Yemek Yeme Nedenlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Gaziantep Örneği

**Ferdi BİŞKİN**

Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü/Turizm İşletmeciliği  
Anabilim Dalı, Konya, Türkiye, fbiskin@erbakan.edu.tr

**Çağdaş PEKTAŞ**

Doktora Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü/Turizm İşletmeciliği,  
Konya/Türkiye, pektascagdas22@gmail.com

### Özet

Çalışmada, Gaziantep'teki yerel halkın dışarıda yemek yeme nedenlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bununla birlikte; tüketicilerin dışarıda yemek yeme nedenleri ile demografik özellikleri arasında farklılık olup olmadığı da tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda Gaziantep'teki 409 tüketiciye anket uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler SPSS 21.0 paket programında çözümlenerek istatistiksel analizi yapılmıştır. Buna göre, demografik özelliklere, dışarıda yemek yeme tercihlerine ve dışarıda yemek yeme nedenlerine ilişkin veriler incelenmiş ve tablolar halinde gösterilmiştir. Ayrıca değişkenler arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkinin ne düzeyde olduğunu belirleyebilmek amacıyla korelasyon ve regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Araştırmada katılımcıların; gelirlerinin yüzde 30 ve üzerini dışarıda yemek yemeye harcadığı, genellikle hafta içi gündüz dışarıda yemek yediği, bildiği işletmeleri tercih ettiği ve arkadaşlarıyla birlikte yemeğe çıktıkları görülmüştür. Gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda; sosyal olmak, çevresel etkiler, istekli olmak ve mecbur kalmak üzere dört faktör ortaya konulmuştur. Araştırmanın bir başka sonucuna göre katılımcılar sırasıyla; yemek yapmak istememe, yemek yapacak zaman olmaması, arkadaşlarıyla birlikte olmak, eğlenmek, yemek saatinde evden uzakta olmak, psikolojik olarak kendini iyi hissetmek ve değişik bir ortamda olmak gibi nedenlerden dolayı dışarıda yemek yemeyi tercih etmektedirler. Korelasyon analizi sonuçlarına göre; dışarıda yemek yeme nedenleri ile sosyal olmak, çevresel etkiler ve istekli olmak arasında güçlü bir ilişki bulunurken mecbur kalmak ile zayıf bir ilişki bulunmaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Dışarıda yemek yeme, tüketici, Gaziantep.



## A Research to Determine the Reasons of Consumers Eating Out: The Case of Gaziantep

### Abstract

In the study, it was aimed to determine the reasons of local people in Gaziantep to eat out. In addition, it has been tried to determine whether there is a difference between the reasons for eating out and the demographic characteristics of the consumers. In this context, a questionnaire was applied to 409 consumers in Gaziantep. The data obtained from the questionnaires were analyzed in SPSS 21.0 package program and statistical analysis was made. Accordingly, data on demographic characteristics, eating out preferences and reasons for eating out were analyzed and presented in tables. In addition, correlation and regression analyzes were carried out in order to determine the relationship between variables and the level of this relationship. Participants in the research; It has been observed that they spend 30 percent or more of their income on eating out, usually eat out during the day and on weekdays, prefer businesses they know and go out to dinner with their friends. As a result of the factor analysis carried out within the scope of the research; Four factors were put forward: being social, environmental impacts, willingness and being obliged. According to another result of the research, the participants respectively; They prefer to eat outside due to reasons such as not wanting to cook, not having time to cook, being with friends, having fun, being away from home at meal time, feeling good psychologically and being in a different environment. According to the correlation analysis results; While there is a strong relationship between the reasons for eating out and being social, environmental influences and willingness, there is a weak relationship with compulsion.

**Keywords:** Eating out, consumer, Gaziantep.



## Turizm ve Coğrafi Görünüm Konulu Araştırmaların Çözümlemesi: Mevcut Durum ve Eğilimler

**Tuğçe ÖZOGUL BALYALI**

Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Van,  
Türkiye, e-mail: tugceozogulbalyali@yyu.edu.tr

**Öznur AKGİŞ İLHAN**

Dr. Öğr. Üyesi, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Coğrafya Bölümü, Kırşehir, Türkiye, e-mail:  
oznrakgis@gmail.com

### Özet

Bu araştırma turizm ve coğrafi görünüme ilişkin araştırmaları konu almaktadır. Bu bağlamda konuyla ilgili makalelerdeki araştırma eğilimlerini çözümlmek ve değerlendirmek amaçlanmıştır. Araştırmada doküman analizi tekniği kullanılmıştır. Google akademik veri tabanında ‘turizm ve coğrafi görünüm’, ‘turizm ve peyzaj’ ve ‘tourism and landscape’ anahtar kelimeleri ile inceleme yapılmıştır. İnceleme sonucunda 109 erişilebilen İngilizce makale araştırma kapsamına alınmıştır. Makalelere araştırma konuları bağlamında içerik analizi uygulanmıştır. Literatürün okunması ve analizi çok sayıda farklı araştırma konularının listelenmesiyle başlamıştır. Daha sonra araştırma konuları ana temalar ve alt temalar bağlamında gruplandırılmıştır. Turizm ve coğrafi görünüm ilişkisine ilişkin araştırmaların çözümlenmesine yönelik değerlendirmeye alınan çalışmalar beşeri coğrafi görünüm, doğal coğrafi görünüm, algısal coğrafi görünüm ve coğrafi görünümün yönetimi olmak üzere dört tema altında gruplandırılmıştır. İnsan müdahalesi ile ilişkili olan beşeri coğrafi görünüm konulu araştırmalarda kültürel, dilsel, kentsel ve insan ile olan etkileşim odağında yoğunlaşmıştır. Doğal coğrafi görünüm bir destinasyonun fiziki coğrafya özelliklerinden oluşmaktadır. Konuyla ilgili makalelerde su kaynakları, bitki örtüsü ve yer şekilleri turizm ve coğrafi görünüm açısından ele alınmıştır. Algısal coğrafi görünüm herhangi bir coğrafi özelliğe ilişkin turistlerin algı ve tutumlarını kapsamaktadır. Bu anlamda turizm araştırmalarında iki alt tema öne çıkmaktadır. Bunlar kırsal yerleşmeler ve inanç merkezleridir. Son tema olan coğrafi görünümün yönetimi kapsamında ise planlama, koruma ve sürdürülebilirlik konuları ön plana çıkmıştır. Coğrafi görünüm bileşenlerinin turizmde nasıl işlevselleştirileceği turizm planlaması, koruma kullanma dengesi ve sürdürülebilirlik araştırmalarında sıklıkla tartışılmaktadır. Özellikle Türkiye’deki literatürün bu konuda yetersiz kaldığı anlaşılmıştır. Türkiye’nin eşsiz coğrafyası göz önünde bulundurulduğunda konuyla ilgili çalışmaların yaygınlaştırılması gerekmektedir. Diğer bir eksiklik coğrafi görünümün turizm eğitimine yansımadağı ile ilgilidir. İlgili literatürde turizm coğrafyası eğitimi bağlamında çalışma yapılmadağı görülmektedir. Oysaki coğrafi görünüm turist bakışını şekillendiren ve anlamlandıran bir kavramdır.

**Anahtar kelimeler:** Turizm coğrafyası, turizmde coğrafi görünüm, araştırma eğilimleri.



## Analysis of Research on Tourism and Landscape: Current Situation and Trends

### Abstract

This research focuses on research on tourism and landscape. In this context, it is aimed to analyze and evaluate the research trends in the related articles. Document analysis technique was used in the research. In the Google academic database, the keywords 'turizm ve coğrafi görünüm', 'turizm ve peyzaj', and 'tourism and landscape' were examined. As a result of the review, 109 accessible English articles were included in the research. Content analysis was applied to the articles in the context of research topics. Reading and analysis of the literature began by listing several different research topics. Then the research topics were grouped in terms of main themes and sub-themes. The studies evaluated for the analysis of the researches on the relationship between tourism and landscape are grouped under four themes: human landscape, natural landscape, perceptual landscape, and management of landscape. Studies on human landscape related to human intervention have focused on cultural, linguistic, urban, and human interaction. The natural landscape consists of the physical geography features of a destination. In the articles on the subject, water resources, vegetation, and landforms are discussed in terms of tourism and landscape. The perceptual landscape covers the perceptions and attitudes of tourists regarding any geographical feature. In this sense, two sub-themes come to the fore in tourism research. These are rural settlements and faith centers. Within the scope of the last theme, the management of the landscape, the issues of planning, protection, and sustainability came to the fore. How to functionalize the components of landscape in tourism is frequently discussed in tourism planning, conservation-use balance, and sustainability researches. It has been understood that the literature in Turkey is insufficient in this regard. Considering Turkey's unique geography, studies on the subject should be expanded. Another shortcoming is related to the fact that the landscape is not reflected in tourism education. It is seen that there is no study in the related literature in the context of tourism geography education. However, landscape is a concept that shapes and gives meaning to the tourist's view.

**Keywords:** Tourism geography, tourism landscape, research trends.



## Ayı ve Boğa Piyasaları Kapsamında Turizm Sektörünün Covid-19 Açısından Değerlendirilmesi

**Gizem KARA**

Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Konya, Türkiye,  
gizem.kara@email.com

**Mete SEZGİN**

Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Konya, Türkiye,  
metesezgin@hotmail.com

### Özet

2020 yılının ilk aylarında tüm dünyayı etkisi altına almaya başlayan yeni tip koronavirüs olan Covid-19 salgını, bir yılı aşkın süre içerisinde yaklaşık 4 buçuk milyon insanın hayatını kaybetmesine neden olmuştur. Salgın, dünya çapında insanların sosyal yaşamını derinden etkilerken, ekonomik açıdan küresel bir krize sebebiyet vermiştir. İnsanların seyahat motivasyonlarını ve satın alma davranışlarını etkileyen mevcut sosyo-ekonomik durum, Türkiye’de turizm sektörünü de derinden etkilemiştir. Bu araştırmada, Covid-19 salgınının turizm sektörüne olan etkileriyle beraber sektörün Ayı piyasasına mı yoksa Boğa piyasasına mı girmiş olduğunun belirlenmesi amaçlanmaktadır. Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan doküman analizi yönteminin kullanıldığı araştırmada Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü’nün yayımladığı turizm istatistikleri incelenmiştir. Araştırmanın sonucunda tesis sayılarının, turistik ürün fiyatlarının ve ortalama turizm harcamalarının yükselmesine bağlı olarak sektörün Boğa piyasası içerisine girmiş olduğu görülmektedir. Ancak yıl bazında değişim oranlarının, ziyaretçi sayılarının, turizm gelirlerinin ve turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payının düşük olması turizm sektörünün Covid-19 salgınının Türkiye’de yayılmaya başlamasıyla beraber Ayı piyasası içerisine girmiş olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Ayı piyasası, boğa piyasası, Kovid-19, turizm.



## Evaluation of the Tourism Sector in terms of Covid-19 within the Scope of Bear and Bull Markets

### Abstract

An outbreak of Covid-19, a new type of coronavirus that began to affect the entire world in the first months of 2020, caused the death of about 4 and a half million people in more than a year. The epidemic has profoundly affected people's social lives around the world, it has caused a global economic crisis. The current socio-economic situation, which affects people's travel motivations and buying behavior, has also deeply affected the tourism sector in Turkey. In this research, it is aimed to determine whether the sector entered the bear market or the bull market with the effects of the Covid-19 epidemic on the tourism sector. In the study, which uses the document analysis method, which is one of the qualitative research methods, tourism statistics published by the General Directorate of Investments and Enterprises of the Ministry of Culture and Tourism were examined. As a result of research, the sector seems to have entered a bull market due to an increase in the number of facilities, prices for tourist products and average tourism expenditures. But the rate of change on a yearly basis, the number of visitors, the share of tourism revenues and tourism revenues in GDP is low. It has been concluded that with the spread of the Covid-19 epidemic, it has entered into a bear market.

**Keywords:** Covid-19, bear market, bull market, tourism.





## Kırsal Kalkınma ve Kırsal Turizm İlişkisi: Türkiye İçin Kırsal Turizmin Önemi

**Ahmet ŞAHBAZ**

Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Maliye/Maliye, Konya, Türkiye asahbaz@erbakan.edu.tr

**Ayşe CEYLAN**

Doktora Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü,  
Konya, Türkiye, ayse.ceylann05@gmail.com

### Özet

Kırsal kalkınma, kırsal alanda yaşayan nüfusun yaşam şartlarının iyileştirilmesiyle birlikte kent ve kır arasında var olan gelişmişlik farklılıklarını azaltmayı hedeflemektedir. Kırsal alanlarda yaygın olan üretim faaliyeti tarım olmasına rağmen, yalnızca tarım üretimi kırsal alanlarda yaşayan bireyler için yeterli istihdam olanağı yaratamamaktadır. Dolayısıyla, kırsal alanlarda göç sorunlarının yaşanmaması ve gelir düzeyinin artırılması amacıyla alternatif faaliyetlerin de geliştirilmesi gerekmektedir. Bu faaliyetlerden en önemlisi de turizmdir. Tarım faaliyetlerinin yanı sıra kırsal alanlarda kırsal turizmin geliştirilmesi, istihdamın artırılması ve refah seviyesinin yükseltilmesi açısından önemli bir araç niteliğindedir. Bu nedenle çalışmada, kırsal turizm kavramının daha iyi anlaşılması ve Türkiye için kırsal turizmin öneminin ortaya konması amaçlanmıştır. Kırsal turizmin Türkiye açısından öneminin ortaya konması amacıyla çalışmada, kırsal kalkınma ve kırsal turizm kavramları tanımlanacak ve teorik olarak Türkiye açısından kırsal turizmin önemi üzerinde durulacaktır. Kırsal turizm birçok olumlu yönüyle birlikte, var olan turizm türlerinin alternatifi ve tamamlayıcısı niteliğindedir. Kırsal turizmin olumlu etkileri dikkate alındığında, Türkiye turizmine büyük katkılar sağlayabilir. Turizmin belirli aylardaki yoğunluğunun azaltılmasında kırsal turizm büyük önem taşıyabilir. Dahası, turizmin Türkiye’de belirli bölgelerdeki artışından kaynaklanan eşitsizliğin önüne geçilebilir ve Türkiye pazarının genişlemesi de gerçekleştirilebilir. Dolayısıyla kırsal turizm, doğal ve kültürel mirasımızın korunması ve dünyaya tanıtılması açısından büyük önem arz etmektedir. Türkiye, kırsal turizm açısından potansiyeli yüksek olan bir ülke olmasına rağmen konaklama, pazarlama ve tanıtım gibi eksikliklerin olması, kırsal turizm alanında çalışmaların artırılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Sonuç itibarıyla; kırsal alanlarda istihdamın artırılması, bölge insanı için ek gelir kaynağının yaratılması, ülke ekonomisine katkı sağlanması gibi olumlu yönlerden dolayı kırsal turizm büyük önem taşımaktadır. Ayrıca küreselleşme ile birlikte özellikle kent yaşamından uzaklaşmak isteyen bireyler için de kırsal turizmin önemi her geçen gün artmaktadır. Böylece, Türkiye’de kırsal turizmin artırılması ve teşvik edilmesi amacıyla kırsal turizm kavramının anlaşılması ve bu alanda çalışmaların artırılması gerekmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Kırsal kalkınma, kırsal turizm, Türkiye.



## The Relationship between Rural Development and Rural Tourism: The Importance of Rural Tourism for Turkey

### Abstract

Rural development aims to reduce the development disparities between urban and rural areas by improving the living conditions of the population living in rural areas. Although agriculture is the common production activity in rural areas, agricultural production alone cannot create sufficient employment opportunities for individuals living in rural areas. Therefore, it is necessary to develop alternative activities in order to avoid migration problems in rural areas and to increase the income level. The most important of these activities is tourism. In addition to agricultural activities, it is an important tool in terms of developing rural tourism in rural areas, increasing employment and raising the level of welfare. Therefore, in this study, it is aimed to better understand the concept of rural tourism and to reveal the importance of rural tourism for Turkey. In order to reveal the importance of rural tourism for Turkey, the concepts of rural development and rural tourism will be defined and theoretically the importance of rural tourism for Turkey will be emphasized. Rural tourism, with its many positive aspects, is an alternative and complementary to existing tourism types. Considering the positive effects of rural tourism, it can also make great contributions to Turkey's tourism. Rural tourism can be of great importance in reducing the intensity of tourism in certain months. Moreover, the inequality arising from the increase in tourism in certain regions in Turkey can be prevented and the expansion of the Turkish market can be realized. Therefore, rural tourism is of great importance in terms of protecting our natural and cultural heritage and promoting it to the world. Although Turkey is a country with a high potential in terms of rural tourism, the deficiencies such as accommodation, marketing and promotion reveal that studies in the field of rural tourism should be increased. As a result; Rural tourism is of great importance because of positive aspects such as increasing employment in rural areas, creating an additional source of income for the people of the region, contributing to the country's economy. In addition, with globalization, the importance of rural tourism is increasing day by day, especially for individuals who want to get away from urban life. Thus, in order to increase and encourage rural tourism in Turkey, it is necessary to understand the concept of rural tourism and to increase studies in this field.

**Keywords:** Rural development, rural tourism, Turkey.



## Sağlık Turizmi Kapsamında Termal Turizm

**Mustafa Cüneyt ŞAPCILAR**

Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya, Türkiye,  
mustafcuneyt@gmail.com

**Aynur İLYASOV**

Doktora Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya, Türkiye,  
ailyasov43@gmail.com

### Özet

Sağlığın daha iyi hale gelmesi, hastalıkların teşhis edilmesi ve önlenmesi çabaları, var olan hastalıkların tedavi edilmesi gibi motivasyonları kapsayan turizm hareketlilikleri sağlık turizmi olarak tanımlanmaktadır. Sağlık turizmi; a) medikal turizm, b) ileri yaş ve engelli turizmi, c) spa-wellness ve termal turizm olmak üzere üç alt başlıkta incelenmektedir. Medikal turizmde tıbbi desteğin yanında gidilen bölgenin turizm imkânlarından faydalanılması hedeflenmektedir. İleri yaş (geriatri) turizminde ise amaç, bakım ihtiyacı hisseden yaşlıların bakımlarının sağlanması ve gerekli ise tedavilerinin yapılmasıdır. Engelli turizmde, fiziksel veya zihinsel anlamda kısıtlamalara sahip bireylerin turizmi hareketliliğine katılmalarını amaçlanmaktadır. Spa-wellness turizmi ise dinçlik ve zindelik sağlama imkânı bulunan destinasyonlara yapılan hareketlilikleri kapsamaktadır. Termal turizmin çıkış noktasını ise sıcak ve soğuk mineralli kaynak suları oluşturmaktadır. İlk çağlarda yalnızca yıkanma amacıyla kullanılan doğal su kaynaklarının, rahatlatıcı, koruyucu, iyileştirici ve zindelik verici özelliklerinin keşfinden sonra insanların şifalı kaynakların buldukları bölgelere doğru yolculuk yaptıkları, buralarda yapılar inşa ederek, çeşitli şekillerde kaynaklardan istifade ettikleri bilinmektedir. Bugün sağlık turizminin önemli bir kolunu oluşturan termal turizm, başta gelişmiş ülkeler olmak üzere tüm dünyada yoğun bir ilgi görmektedir. Var olan doğal kaynakların ekonomiye kazandırılması, döviz girdisi sağlanması, 12 ay istihdam oluşturması, konaklama sürelerinin uzun süre gibi kendine has özellikleri ile termal turizm, devletler ve işletmeler açısından birçok avantajlar sağlamaktadır. Dünya ve Türkiye termal turizm verilerinin tespit edilmesi, Türkiye'nin termal turizmdeki potansiyelinin yıllar itibariyle belirlenmesi çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışmada Türkiye'de 2007 yılında hazırlanan Termal Turizm Master Planda yer alan termal turizm bölgeleri değerlendirilmeye alınmıştır. Bu turizm bölgelerinde yapılan yatırımların ve gelen ziyaretçi sayılarının incelenmesi çalışmanın hedefleri arasındadır.

**Anahtar kelimeler:** Sağlık turizmi, termal turizm, termal turizm master planı.



## Thermal Tourism Within the Scope of Health Tourism

### Abstract

Health tourism is defined as tourism activities that promote improving health, efforts to diagnose and treat existing diseases. Health tourism is examined under three subheadings; a) medical tourism, b) senior tourism and accessible tourism, c) spa-wellness, and thermal tourism. Medical tourism aims to benefit from the tourism opportunities of the region that offer medical support. In senior tourism, efforts are directed to provide care and, if necessary, treat the elderly who suffer from illness. Accessible tourism is a form of tourism mobility that serves individuals with physical or mental disabilities. Spa-wellness tourism can help maintain mental, physical, and emotional wellbeing. Hot and cold mineral spring waters constitute the starting point of thermal tourism. After the discovery of the relaxing, protective, healing, and invigorating properties of natural water resources, which were used only for washing in the early ages, people started traveling to the regions where the healing springs are found. Nowadays, various facilities are available at springs destinations where tourists can benefit from the mineral resources in various ways. Thermal tourism, which constitutes an important type of health tourism, attracts great attention all over the world, especially in developed countries. Thermal tourism provides many advantages as far as the economy is concerned. With its unique features, thermal tourism is an important source of national income as it brings in hard currency and ensures employment year-round. The study aims to examine the world and Turkey thermal tourism data and to determine the potentialities Turkey has in thermal tourism. The thermal tourism regions included in the Thermal Tourism Master Plan prepared in 2007 in Turkey were evaluated. This study aims to examine the investments made in the realm of tourism and hospitality.

**Keywords:** Health tourism, thermal tourism, thermal tourism master plan.



## Ölüm Hakkı ve Ötanazi Kavramlarının İntihar Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi

### *Gamze TEMİZEL*

Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya, Türkiye,  
gamzetemizel@gmail.com

### *Büşra CEYLAN*

Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği A.B.D., Konya,  
Türkiye, busraceylan829@gmail.com

### *İdris ÖZGÜN*

Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği A.B.D., Konya,  
Türkiye, idrisozgun45@hotmail.com

### *Seray GÜNEŞ*

Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği A.B.D., Konya,  
Türkiye, sry.gunes@gmail.com

### Özet

Bu çalışmanın amacı ölüm hakkı, ötanazi ve intihar kavramlarını, turizm kavramı ile ilişkileri boyutunda ele alarak literatürde yeni ve tartışmalı bir konu olan intihar turizmi kavramına ilişkin bir değerlendirme yapmaktır. Çalışmada ölüm hakkı, ötanazi ve intihar kavramları ile ilgili literatür taraması yapıldıktan sonra ilgili kavramlar turizm bağlamında değerlendirilerek intihar turizmine ilişkin kavramsal bir çerçeve çizilmeye çalışılmaktadır. Ayrıca intihar turizmi kapsamında hizmet veren işletmelerden ve bu işletmelerin uygulamalarından örnekler verilmektedir. Çalışmanın amacına uygun şekilde, nitel araştırma deseninde, doküman analizi yöntemi ile ikincil kaynaklar taranarak derleme niteliğinde bir çalışma yürütülmüştür. Derlenen kavramsal bilginin, bu konu ile ilgili yapılabilecek benzer çalışmalara ve konu ile ilgili geliştirilebilecek ampirik çalışmalara kaynak teşkil etmesi hedeflenmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Ölüm hakkı, ötanazi, intihar turizmi.



## Evaluation of the Concepts of Right to Death and Euthanasia within the Scope of Suicide Tourism

### Abstract

The aim of this study is to evaluate the concept of suicide tourism, which is a new and controversial topic in the literature, by considering the concepts of right to death, euthanasia and suicide in the dimension of their relationship with the concept of tourism. After a literature review of the concepts of right to death, euthanasia and suicide, the relevant concepts are evaluated in the context of tourism and a conceptual framework regarding suicide tourism is tried to be drawn up. In addition, examples of the enterprises serving within the scope of suicide tourism and the practices of these enterprises are given. In accordance with the purpose of the study, a compilation study was carried out in qualitative research pattern by scanning secondary sources with document analysis method. It is aimed that the compiled conceptual knowledge will be the source of similar studies on this subject and empirical studies that can be developed on the subject.

**Keywords:** Right to die, euthanasia, suicide tourism.





## Kadın Girişimcilerin Bireysel Katılım Yatırımcılığı (Melek Yatırımcılık) Algısı ve Yatırım Niyetlerine Etki Eden Unsurların Belirlenmesi: Konya Hizmet Sektörü Örneği

*Eylül Güçlü ARSLAN*

Yüksek Lisans, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Konya Türkiye,  
eylulgucluarslan@gmail.com

*Ceyhan Can ÖZCAN*

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Konya Türkiye,  
ccoocan@erbakan.edu.tr

### Özet

Bu araştırma Anadolu'da faaliyet gösteren kadın girişimcilerin Bireysel Katılım Yatırımcılığı (Melek Yatırımcılık) konusuna yönelik algılarını belirlemek ve yatırım niyetlerine etki eden unsurları tespit etmek amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmada nitel araştırma teknikleri kullanılmıştır. Bu kapsamda Konya'daki 13 kadın girişimciden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak veri toplanmıştır. Veri toplama aracı olarak 21 sorudan oluşan mülakat formu kullanılmıştır. Formda bulunan ilk 6 soru katılımcıları tanımak ve tanımlamak, kalan 15 soru ise katılımcıların BKY (melek yatırımcılık) hakkındaki görüşleri ile yatırım niyetlerine etki eden unsurların tespitine yönelik sorulmuş sorulardır. Elde edilen veriler betimsel analiz tekniği ile incelenmiş ve daha sonra yorumlanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların büyük çoğunluğu BKY (melek yatırımcılık) hakkında hiçbir bilgiye sahip değildir. Katılımcıların tamamına yakını yatırım niyeti ile bir girişimci aramamış ve yine tamamına yakını yatırım talep etme niyeti taşıyan bir teklif almamıştır. Kadın girişimcilerin çoğunluğu yatırım için mevcut koşulların uygun olmadığını düşünmektedirler. Yatırım yapacak olsalar yatırım için başvuran kişide en çok "yetkinlik" ve "azim" özelliklerini aramaktadırlar. Yatırım yapmak istemedikleri kişilik tipleri olarak ise "tutarsız", "tembel" ve "kötü ahlaklı" özelliklere sahip kişiler ön plana çıkmaktadır. Yatırım yapmak için insan sağlığına zarar verecek ve toplum tarafından hoş karşılanmayacak ürünler haricinde özel bir beklenti içinde olmayan kadın girişimciler hedef kitle ayırımı da yapmamaktadırlar.

**Anahtar kelimeler:** Girişimcilik, kadın girişimci, melek yatırımcılık, bireysel katılım sermayesi.



## Determining the Angel Investment Perception of Women Entrepreneurs and the Factors Affecting Their Investment Intent: The Case of Konya Service Sektor

### Abstract

This research has been prepared to determine the perceptions of women entrepreneurs operating in Anatolia on Individual Participation Investment (Angel Investment) and to determine the factors that affect their investment intentions. Qualitative research techniques were used in the study. In this context, data were collected from 13 women entrepreneurs in Konya using semi-structured interview technique. An interview form consisting of 21 questions was used as a data collection tool. The first 6 questions in the form are about identifying the participants, and the remaining 15 questions are asked to determine the participants' opinions on angel investment and the factors that affect their investment intentions. The obtained data were analyzed with the descriptive analysis technique and then interpreted. According to the obtained results, the majority of the participants don't have any knowledge about angel investment. Almost all of the participants didn't look for an entrepreneur with the intention of investing, and almost all of them didn't receive an offer with the intention of demanding investment. The majority of women entrepreneurs think that the current conditions aren't suitable for investment. If they are to make an investment, they mostly seek the qualities of "competence" and "perseverance" in the person applying for investment. As the personality types they don't want to invest; people with "inconsistent", "lazy" and "bad moral traits" come to the fore. They don't have a special expectation to invest, except for products that will harm human health and will not be welcomed by the society. They do not differentiate between target audience.

**Keywords:** Entrepreneurship, woman entrepreneur, angel investor, individual participation capital.



## Investigating the Emerging COVID-19 Research in the Field of Tourism: A Bibliometric Analysis Approach

### Abstract

The Covid-19 pandemic, which emerged in 2020, affected the whole world in a short span of time. It had a negative impact on many sectors and brought tourism activities to a standstill. Borders have been closed. As a result, thousands of arriving or departing passengers in airports left their place to empty corridors and empty parking lots. This picture forced the industry to seek different solutions in Turkey as well as the whole world. Covid-19, which affected every aspect of life, led to results that require re-evaluation of the sector's perspective. At this point, the interest in the effects of the Covid-19 pandemic on tourism started to take more attention. Studies both in practice and in terms of researchers in this field started to play a dominant role in the field of social sciences and tourism literature. From this point of view, the main themes prominent in the literature were examined via bibliometric analysis method in order to examine the changes and developments in the tourism literature during the Covid-19 period, it is assumed that the study will shed light on future researchers by presenting detailed literature information and raising awareness in this field. In addition, the study will contribute to future research directions by increasing the awareness of how the Covid 19 researchers will direct their work and the parameters discussed.

**Keywords:** Covid-19, Tourism, bibliometric analysis.



## Çiftlik Turizminin Kırsala Etkisi: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme

*Cansu GÜVEN*

100/2000 YÖK Doktora Bursiyeri, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü, Konya, Türkiye, cansu.guven@ogr.erbakan.edu.tr

### Özet

Ekonomik büyüme yarışı içerisindeki günümüz ülkeleri, büyümenin sürdürülebilirliği için kalkınma hedefleri doğrultusunda insan refahını iyileştirme çabasındadırlar. Hem büyüme hem de kalkınma bakımından ulusal hedeflere yönelik etkin çıktılar alınması yolunda ise toplumun en küçük birimlerinin yaşadığı alanları kapsayan kırsalın, göz ardı edilmeksizin politikaların üretilmesini gerektirmektedir. Günümüz dünyasında son 20 yıl içinde, bölge halkının refahın artırılması açısından kırsal turizm (KT) faaliyetleri sık kullanılan bir araç haline geldiği söylenebilmektedir. Bu aracın kullanımında özellikle Türkiye gibi iklim ve coğrafya koşulları ile tarihin birçok döneminde yaşam merkezi olan doğal ortamda oluşmuş çeşitli zenginliklere sahip ülkelerde; kırdaki doğal, kültürel, ekonomik, sosyal vb dokunun korunarak geliştirilmesi büyük önem arz etmektedir. Nitekim kırsalın doğal yapısı korunmadan gerçekleştirilecek müdahaleler, uzun vadede katkıdan ziyade kırsalın mevcut dengesini bozarak geri döndürülemeyecek kültürel zenginliklerin kaybına da yol açabilme potansiyeli barındırmaktadır. Çalışmada, Dünyada KT dahilinde yapılmaya başlanan Çiftlik Turizmi (ÇT) faaliyetlerinin, kentlere göre nispeten kapalı bir toplumun yaşadığı kırsal alanlar ve kırsal yaşam üzerine etkilerinin Türkiye açısından değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda, uluslararası literatür incelenerek; ÇT'ye dair genel bilgilerin ardından Türkiye'de uygulanma potansiyeli ve doğa, toplumsal yaşam, ekonomi, eğitim, kültür gibi farklı boyutlarıyla kırsala etkileri bakımından değerlendirme sonuçlarına ulaşılabacaktır.

**Anahtar kelimeler:** Çiftlik turizmi, kırsal turizm, kırsal yaşam.



## The Impact on Rural of Farm Tourism: An Evaluation on Turkey

### Abstract

Today's countries in the race for economic growth strive to improve human welfare in line with their development goals for the sustainability of growth. In terms of both growth and development, it requires the production of policies without ignoring the rural area, which covers the areas where the smallest units of the society live, in order to obtain effective outputs towards national targets. In today's world, it can be said that in the last 20 years, rural tourism (RT) activities have become a frequently used tool in terms of increasing the welfare of the people of the region. In the use of this tool, especially in countries with climate and geographical conditions such as Turkey and various riches formed in the natural environment, which has been the center of life in many periods of history; It is of great importance to protect and develop the natural, cultural, economic, social, etc. tissue in the countryside. As a matter of fact, interventions that will be carried out without preserving the natural structure of the countryside have the potential to cause irreversible loss of cultural richness by disrupting the existing balance of the countryside rather than contributing in the long run. In this study, it is aimed to evaluate the effects of Farm Tourism (FT) activities, which started to be carried out within the RT in the world, on rural areas and rural life where a relatively closed society compared to cities live, in terms of Turkey. In this context, by examining the international literature; after general information about FT, evaluation results will be reached in terms of its potential to be implemented in Turkey and its effects on rural areas with different dimensions such as nature, social life, economy, education and culture.

**Keywords:** Farm tourism, rural tourism, rural life.



## Kırsal Turizm Ve Yoksulluk Arasındaki İlişki: Kavramsal Bir Analiz

*Fatih DORU*

100/2000 YÖK Doktora Bursiyeri, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü, Konya, Türkiye, 20810901042@ogr.erbakan.edu.tr

### Özet

Kırsal turizm; ziyaretçilerinin deneyimini genellikle kırsal alanlarda doğaya dayalı etkinlikler, tarım, kırsal yaşam tarzı, olta balıkçılığı ve gezi ile ilgili geniş bir ürün yelpazesinden oluşan bir turizm etkinliği olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle kırsal turizm kitle turizmine hem alternatif oluşturmakta hem de tamamlayıcı bir destinasyon olma özelliğini kendi içinde barındırmaktadır. Ayrıca turizmin belli aylardaki yoğunluğunun azaltılmasına yardımcı olmakta ve ülke genelinde dengeli bir turizm dağılımına olanak sağlamaktadır. Kırsal turizmin başlıca ekonomik etkileri; kırsal kalkınmayı sağlaması, yatırımları ve istihdamı artırması hem de yoksulluğun azaltılmasına katkı sağlaması sayılabilir. Bu etkilerden en önemlisinin yoksulluğu azaltıcı etkisi olduğunu söylemek mümkündür. Bu çalışmanın amacı ise, kırsal turizm ve yoksulluk arasındaki ilişkiyi incelemektir. Yüzyıllardır dünyanın en önemli sorunlarından biri olan yoksulluğun, dünyanın tamamını etkileyen COVID-19 salgının yarattığı ekonomik kriz nedeniyle üzerine daha çok düşünülmesi gereken ve küresel çapta iş birliğini artırmanın zorunlu olduğu bir konu haline gelmiştir. Son dönemde yapılan çalışmalara ve literatüre bakıldığında dünya genelinde son yıllarda turizm faaliyetleri/gelirleri artış eğilimine yoksulluk oranları ise azalış eğilimine girmiştir fakat Covid-19 Salgını sonrasında bu trendler tersine dönmüştür. Dünya Turizm Örgütü'nün de paydaşlarından biri olduğu Sürdürülebilir Kalkınma Ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri İçin 2030 Gündemi (SDGs) programında amaçlanan 17 süreçten ilki olarak yoksulluğu yok etmenin ilk sıraya konulması bu durumun önemini ortaya koymaktadır. Yoksulluk rakamlarına bakıldığında yoksulluk oranlarının genellikle kırsal alanlarda daha şiddetli yaşandığı görülmektedir. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde kırsal turizm ve yoksulluğun COVID-19 salgını öncesi ve sonrası dünya genelindeki son durumu, güncel veriler ışında ele alınmaktadır. İkinci bölümde kırsal turizm ve yoksulluk arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara değinilmektedir. Çalışmanın üçüncü ve son bölümü ise tartışma ve sonuç bölümünden oluşmaktadır. Bu çalışmanın literatüre katkısı, küresel düzeyde en önemli sorunlardan biri olarak görülen yoksulluğun azaltılmasında, bir kırsal alan faaliyeti olan kırsal turizmin önemli katkılarının olduğu/olabileceğini Dünya Bankası, Birleşmiş Milletler ve Dünya Turizm Örgütü'nün son verileri ışığında tartışmaya açmak olmuştur.

**Anahtar kelimeler:** Kırsal turizm, yoksulluk, Covid-19.





## The Relationship between Rural Tourism and Poverty: A Conceptual Analysis

### Abstract

Rural tourism is often defined as a tourism activity consisting of a wide range of activities related to nature-based activities, agriculture, rural lifestyle, angling and sightseeing in rural areas. For this reason, rural tourism creates an alternative to mass tourism and has the property of being a complementary destination. It also helps reduce the intensity of tourism in certain months and allows a balanced distribution of tourism throughout the country. The main economic effects of rural tourism include providing rural development, increasing investment and employment, as well as contributing to poverty reduction. It is possible to say that the most important of these effects is the effect of reducing poverty. The aim of this study is to examine the relationship between rural tourism and poverty. Poverty, one of the most important problems in the world for centuries, has become an issue that needs to be considered more because of the economic crisis caused by the covid-19 epidemic, which affects the entire world, and it is necessary to increase cooperation on a global scale. Looking at the recent studies and literature, in recent years around the world, tourism activities/incomes have increased and poverty rates have decreased, but these trends have reversed after the Covid-19 epidemic. Putting poverty eradication first as the first of 17 processes aimed at the 2030 Agenda for Sustainable Development and Sustainable Development Goals (SDGs) program, of which the World Tourism Organization is also one of its stakeholders, demonstrates the importance of this situation. Looking at the poverty figures, it seems that poverty rates are generally more severe in rural areas. Rural tourism can make a significant contribution to poverty reduction, which is seen as one of the most important problems at the global level. The work consists of three parts. In the first chapter, the latest situation of rural tourism and poverty around the world before and after the COVID-19 epidemic is discussed in the light of current data. In the second chapter, studies examining the relationship between rural tourism and poverty are discussed. The third and final part of the study consists of the discussion and conclusion section. The contribution of this study to the literature is to open up for discussion in the light of recent data from the World Bank, the United Nations and the World Tourism Organization that rural tourism which is a rural activity, has/may have important contributions in reducing poverty, which is seen as one of the most important problems at the global level.

**Keywords:** Rural tourism, poverty, Covid-19.



## The Role of Archaeological Heritage in Creating a New Tourist Type in Cultural Tourism: Archaeotourist

*Hasan Ali ERDOĞAN*

Asst. Prof. Dr., Necmettin Erbakan University, Faculty of Tourism / Tourism Guidance,  
Konya, Turkey, haerdogan@gmail.com

### Abstract

Tourism planners, managers, and marketing professionals are among the chief beneficiaries of identified distinct tourist types. Such typological information provides them with addressing more appropriate motivations and experiences while at the same time allowing them to identify which tourist types are more likely to be in a specific destination. Archaeological heritage is of a predominant role in cultural heritage tourism, where global actors like Machu Picchu (Peru), Angkor Watt (Cambodia), Petra (Jordan), Pompeii (Italy) or Ephesus (Turkey) are just a few examples. However, the conceptual framework and definition for archaeological tourism (archaeotourism) and hence identification of archaeotourists or segmentation of them from other tourist types have not yet been in the literature adequately. This conceptual, descriptive study strives to define “archaeotourist”, a distinct tourist type in cultural tourism, probing the interplay of archaeological heritage, archaeological knowledge, cultural contact, and memorable tourism experience in archaeodestinations. The extant literature lacks theoretical or conceptual evaluation of the effects of archaeological heritage on tourist types. The study is unique in that it underscores the significance of knowledge pertaining to archaeological heritage assets as a distinctive specialty in creating a tourism experience and thus designating a new tourist type: archaeotourist.

**Keywords:** Tourist typology, tourist types, archaeotourism, archaeotourist, cultural tourism, heritage tourism.



## The Effects of Ingenuity, Job Motivation and Social Support on Employees' Performance: Case of North Cyprus

*Mete Ünal GİRGEN*

Dr., Final International University, Tourism and Hospitality Management, Girne, KKTC,  
mete.girgen@final.edu.tr

*Sharon N. A. DAMİNA*

Final International University, Tourism and Hospitality Management, Girne, KKTC,  
sharon.damina@final.edu.tr

### Abstract

The study examined the effects of ingenuity, job motivation and social support on the job performance of employees. The research sample consisted of 200 participants from 4 five-star hotels in North Cyprus. The tools used for data collection are standardized scales in a questionnaire format for participants to answer. In the study, the main effect of creativity, work motivation and social support and their interaction effect on job performance were tested. Main effects found was between ingenuity and job performance ( $p=.000$ ); and job motivation and job performance ( $p=.005$ ) at .05 level of significance. It was concluded that more job motivation was required to gain higher performance, whereas low ingenuity level leads to higher performance. It was concluded that based on the majority of unskilled work in the hotel, ingenuity may be least required to gain high performance. However, employers should observe to know their employee motivators and inculcate them in their services.

**Keywords:** Ingenuity, job motivation, social support, job performance.



## Ağrı Dağı'nın İnanç Turizmi Açısından Değerlendirilmesi

### *Ahmet BÜYÜKŞALVARCI*

Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya, Türkiye, abuyuksalvarci@erbakan.edu.tr

### *Zekeriya YETİŞ*

Arş. Gör., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya, Türkiye, zekiyetis@gmail.com

### *Dilşan ALKAÇ*

Yüksek Lisans Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Konya, Türkiye, dilsanalkac0@gmail.com

### Özet

Turizm, insanların sürekli ikamet ettikleri yerden farklı amaçlarla başka yerlere doğru hareket etmeleri ve seyahatin başladığı yere geri dönmeleri olarak adlandırılmaktadır. Sonraları turizm olarak isimlendirilen seyahatlerin, ilk nedenleri arasında dini inanışlar yer almaktadır. Turizmin ortaya çıkmasına neden olan inançlar, eskiden olduğu gibi günümüzde de insanları seyahate iten önemli faktörler arasında yer almaktadır. İnsanlar, dini inanışları gereği kutsal kabul ettikleri mekânları ziyaret edip dini ibadetlerini yerine getirmektedirler. Bu doğrultuda gelişen inanç turizmi, turizm sektörü içerisinde büyük bir paya sahiptir. Bu çalışmada Ağrı Dağı'nın inanç turizmi bağlamında değerlendirilmesi ve turizm potansiyelinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bununla birlikte Ağrı Dağı'nın Nuh'un Gemisi'nin izlerini taşıdığı inancının yerel halk arasında farkındalığı araştırılmıştır. Çalışmada nitel araştırma deseni benimsenmiş olup, görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme soruları, olasılıksız örnekleme yöntemlerinden amaçlı örnekleme doğrultusunda belirlenen kişilere uygulanmıştır. Görüşme Ağrı İli'nde yer alan A grubu seyahat acente yöneticileri ve otel yöneticileri ile yapılmıştır. Elde edilen veriler içerik analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda Ağrı Dağı'nın genel anlamda tırmanış için ziyaret edildiği, tanıtım yetersizliği veya tanıtım yapılmaması dolayısıyla Nuh'un Gemisi ile ilişkilendirilmediği, Nuh'un Gemisi'ni çağrıştıracak çalışmaların artması gerektiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte terör olayları nedeniyle tırmanışa kapalı olduğu, siyasal ve bürokratik engeller nedeniyle yabancıların ziyaret sürecinin zorlaştırıldığı veya engellendiği belirlenmiştir. Aynı zamanda inanç turizmi açısından yerel halkın Ağrı İli'nin turizm potansiyelinin farkında olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Ağrı Dağı, Nuh'un gemisi, inanç turizmi, turizm potansiyeli.



## Evaluation of the Mount Ararat in terms of Faith Tourism

### Abstract

Tourism is defined as the movement of people from their permanent place of residence to other places for different purposes and returning to the place where the journey started. Religious beliefs are among the first reasons for travels, which are later called tourism. Beliefs that lead to the emergence of tourism are among the important factors that push people to travel today, as in the past. Due to their religious beliefs, people visit places they consider sacred and perform their religious worship. Faith tourism, which has developed in this direction, has a large share in the tourism sector. In this study, it is aimed to evaluate Mount Ararat in the context of faith tourism and to reveal its tourism potential. In addition, awareness of the belief that Mount Ararat bears the traces of Noah's Ark among the local people was investigated. In the study, qualitative research design was adopted and interview technique was used. Semi-structured interview questions were applied to the people who were determined according to purposive sampling, one of the non-probability sampling methods. The interview was conducted with A group travel agency managers and hotel managers, located in Agri Province. The obtained data were analyzed by content analysis method. As a result of the analysis, it has been determined that Mount Ararat is generally visited for climbing, it is not associated with Noah's Ark due to lack of promotion or no promotion, and that studies that will evoke Noah's Ark should be increased. However, it was determined that it was closed to climbing due to terrorist acts, and that the visit process of foreigners was made difficult or prevented due to political and bureaucratic obstacles. At the same time, it has been concluded that the local people are not aware of the tourism potential of Ağrı Province in terms of faith tourism.

**Keywords:** Mount Ararat, Noah's ark, faith tourism, tourism potential.



## E-Spor Faaliyetlerinin Rekreasyon ve Spor Açısından Değerlendirilmesi

**Hasan Suat AKSU**

Arş. Gör, Selçuk Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Konya, Türkiye,  
gazihasansuat@gmail.com

**Duygu HARMANDAR DEMİREL**

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Bölümü, Konya, Türkiye,  
dhdemirel@erbakan.edu.tr

**Alper KAYA**

Arş. Gör, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Konya, Türkiye,  
akaya@erbakan.edu.tr

**Mehmet DEMİREL**

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Konya, Türkiye,  
mdemirel@erbakan.edu.tr

### Özet

Modern çağın getirdiği değişimler nedeniyle insanların rekreasyon alışkanlıkları da değişime uğramaya başlamıştır. Elektronik spor(lar) kavramı bugün dünyanın 3/1 'inden fazlasının katılım gösterdiği bir aktivite olarak değerlendirilmektedir. Haliyle bu faaliyetlere katılımın arkasında yatan motivasyonlar, sektörel anlamdaki getirisi, yönetim sorunları, boş zaman değerlendirme biçimleri ve sportif yönleri gibi birçok konu çeşitli disiplinler tarafından incelenmiştir. Bu sebeple, çalışmanın amacı; E-Spor kavramının tarihsel gelişim sürecindeki yerini ortaya koyarak, kullanıcı sayısı her geçen yıl katlanarak artan bu faaliyetlerinin spor ve rekreasyon disiplinleri ile ilişkisini incelemektir. Araştırmada ikincil veriler kullanılarak kapsamlı bir alanyazın taraması gerçekleştirilmiştir. Bulgular, E-Spor faaliyetleri henüz alanyazında sportif bir faaliyet olarak görülmediği yönündedir. Öte yandan, E-Spor kavramının ağırlıklı olarak rekreasyonel bir faaliyet olarak değerlendirildiği görülmektedir. Her geçen gün artan katılım karşısında rekreasyon işletmelerinin birtakım politikalar oluşturduğu, katılımı teşvik ettiği ve bu arenada söz sahibi olmak istediği sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Elektronik spor, dijital oyunlar, rekreasyon, spor, rekreasyon işletmeleri.





## Evaluation of E-Sports Activities in terms of Recreation and Sports Abstract

### Abstract

Due to the changes brought by the modern age, people's recreation habits have also begun to change. The concept of electronic sports(s) is today considered as an activity in which more than 3/1 of the world participates. As a matter of fact, many subjects such as the motivations behind participation in these activities, its sectoral return, management problems, leisure time forms and sports aspects have been studied by various disciplines. For this reason, the aim of the study; By revealing the place of the concept of e-Sports in the historical development process, to examine the relationship of these activities, which increase the number of users every year, with sports and recreation disciplines. In the research, a comprehensive literature review was carried out using secondary data. The findings are that E-Sports activities are not yet seen as a sportive activity in the literature. On the other hand, it is seen that the concept of E-Sports is predominantly considered as a recreational activity. In the face of increasing participation day by day, it has been concluded that recreation enterprises have formed some policies, encouraged participation and wanted to have a say in this arena.

**Keywords:** Electronic sports, digital games, recreation, sports, recreation facilities.



## Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi

*Ekrem DAMAR*

100/2000 YÖK Doktora Bursiyeri, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü, Konya, Türkiye, ekremdamarr@gmail.com

### Özet

II. Dünya Savaşı'nın ardından bölgesel kalkınma konusu üzerine verilen önem giderek artmaktadır. Politika yapıcılar, kalkınma sorununun çözümü için farklı uygulamalar üzerine odaklanmışlardır. Bu odak konuları arasında turizm sektörü önemli bir paya sahiptir. Turizm, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan bölgelere gelir ve istihdam yaratarak ekonomik büyümenin gelişmesine yardımcı olmaktadır. Sektör, yerel bölgelerin çeşitlenmesi ve aynı zamanda canlanmasında en etkili sektörler arasında yer almaktadır. Çalışmada, Türkiye'nin belirli turizm bölgelerinin istatistikî verilerinden yararlanılmış ve bölgesel kalkınmanın temel bileşenleri kullanılarak yorumlanmıştır. Hem elde edilen istatistikî veriler hem de literatür taramasından genel olarak ortaya çıkan sonuçlar, turizm sektörünün bölgesel kalkınmaya olumlu etki ettiği yönündedir.

**Anahtar kelimeler:** Turizm sektörü, bölgesel kalkınma, turizm sektörünün bölgesel kalkınmaya etkisi, gelişmişlik farkları.



## The Impact of Tourism on Regional Development

### Abstract

II. After World War II, the importance given to regional development has been increasing. Policy makers have focused on different applications to solve the development problem. Among these focus areas, the tourism sector has an important share. Tourism helps promote economic growth by creating income and employment for both developed and developing regions. The sector is among the most influential sectors in the diversification and revitalization of local regions. In the study, statistical data of certain tourism regions of Turkey were used and interpreted using the basic components of regional development. Both the statistical data obtained and the general results from the literature review are that the tourism sector has a positive effect on regional development.

**Keywords:** Tourism sector, regional development, effect of tourism sector on regional development, development differences.



## Silivri İlçesinde Yer Alan Restoranların Tripadvisor Yorumlarının İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi

*Mustafa Oğuzhan ERCAN*

Öğr. Gör., İstanbul Rumeli Üniversitesi, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü / Aşçılık Programı, İstanbul, Türkiye, moguzhan.ercan@rumeli.edu.tr

*Emre VAROL*

Öğr. Gör., İstanbul Rumeli Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, İstanbul, Türkiye, emre.varol@rumeli.edu.tr

### Özet

Sosyal medya platformları, özellikle son yirmi yıl içerisinde çeşitli organizasyonlar ve iş kolları bakımından oldukça gelişmiştir. Kullanıcılar arasındaki iletişimi kolaylaştıran internet siteleri olarak kabul gören sosyal medya siteleri, geniş ve farklı bir iş ekosistemine dönüşmüştür. Sosyal medya siteleri içerisinde sıklıkla yiyecek ve içecek işletmeleri ile ilgili yorumların yapıldığı ve kullanıcıların deneyimlerini aktararak işletmeleri değerlendirdiği Tripadvisor ön plana çıkmaktadır. Tripadvisor, seyahat etme niyetinde bulunan ve seyahat esnasındaki kişilerin otel, restoran ve gezilecek yerler ile ilgili karar vermelerine yardımcı olmak için daha önceki ziyaretçilerin yorumlarını sunmaktadır. 2019 verilerine göre dünyanın en büyük seyahat platformu olarak kabul edilen Tripadvisor her ay 463 milyon kişiye seyahatlerini iyi geçirebilmeleri açısından yardımcı olmaktadır. Bu nedenle yiyecek işletmelerinin rakiplerine üstünlük sağlamaları açısından sosyal medyada yer alan tüketici yorumlarını dikkate alması ve takip etmesi gerekmektedir. Bu kapsamda çalışmanın amacı Silivri ilçesinde yer alan restoranlara yönelik yapılan tüketici yorumlarının değerlendirilmesi ve çözüm önerilerinin geliştirilmesidir. İlgili yazında Silivri ilçesinde yer alan restoranlara yönelik tüketici yorumlarının değerlendirildiği herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu husus çalışmanın önemini vurgulamaktadır. Çalışmanın amacı doğrultusunda nitel araştırma yöntemi seçilmiş ve ikincil verilerden yararlanılmıştır. Araştırma evrenini Silivri ilçesinde faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmeleri oluşturmaktadır. Örneklem ise tam sayım yoluna gidilerek Tripadvisor internet sitesine kayıtlı 27.07.2013-23.07.2021 tarihleri aralığında 23 yiyecek-içecek işletmesine yönelik yapılan 515 müşteri yorumu olarak belirlenmiştir. Yapılan yorumların içerik analizi sonucunda 179 olumlu, 869 olumsuz ifade ile karşılaşılmıştır. Genel anlamda müşterilerin Silivri ilçesinde yer alan restoranlardan memnun kaldığı ancak bu işletmelerin olumsuz yönlerinin düzeltilmesi açısından birtakım çalışmaların gerçekleştirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda yiyecek-içecek işletmelerine yönelik çözüm önerileri geliştirilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Restoran işletmeleri, Tripadvisor, Silivri.



## Evaluation of Tripadvisor Reviews of Restaurants in Silivri District by Content Analysis Method

### Abstract

Social media platforms have developed considerably, especially in terms of various organizations and business lines over the last two decades. Social media platforms, which are considered as websites that facilitate communication between users, have become a broad and diverse business ecosystem. The Tripadvisor, where reviews about food and beverage businesses are frequently made within social media platforms and where users evaluate businesses by conveying their experiences, comes to the fore. Tripadvisor offers reviews from previous visitors to help people who intend to travel and travel make decisions about hotels, restaurants and attractions. Considered the world's largest travel platform according to 2019 data, Tripadvisor helps 463 million people spend their travels well every month. Because of this reason, food businesses need to take into account and follow consumer comments on social media in order to outdo their competitors. In this context, the aim of the study is to evaluate the customer reviews have made for restaurants in Silivri district and to develop solutions. In the relevant article, there were no studies were found in which consumer reviews were evaluated for restaurants in Silivri district. This issue emphasizes the importance of work. For the purpose of the study, qualitative research method was selected and secondary data were used. The research universe is food and beverage businesses in Silivri district. The sample was determined as 515 customer reviews for 23 food and beverage businesses between 27.07.2013-23.07.2021 registered on the Tripadvisor website by going to the full count. As a result of the content analysis of the comments made, 179 positive and 869 negative expressions were encountered. In general, the authors have been concluded that customers are satisfied with the restaurants located in Silivri district, but that some work should be carried out in order to correct the negative aspects of these businesses. At the other hand at the conclusion, solution proposals for food and beverage enterprises have been developed.

**Keywords:** Restaurants, Tripadvisor, Silivri.



## Palyatif Bakım Turizmi ve Türkiye'ye Yönelik Bir Değerlendirme

*Seyfullah GÜL*

Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Samsun, Türkiye,  
seyfullah.gul@omu.edu.tr

### Özet

Beslenme, barınma ve sağlık hizmetlerindeki gelişmelere bağlı olarak ortalama ömürde meydana gelen artış, sanayileşme ve kentleşmeye bağlı olarak ortaya çıkan olumsuzluklarla birleşince uzun ancak sağlıklı bir yaşamı ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle gerek koruyucu gerekse tedavi edici sağlık hizmetlerine olan talep de artmıştır. Yaşamı tehdit edici hastalıklara eşlik eden sorunlar yaşayan hasta ve ailelerin, fiziksel, psiko-sosyal ve manevi (spiritüel) problemlerini erken tanımlama, değerlendirme, tedavi ederek acı çekmelerini azaltma ya da önleme ve böylece yaşam kalitelerini artırma amacı olan bir yaklaşım olarak palyatif bakım da son yıllarda sağlık hizmetleri içerisinde önemli bir yere sahiptir. Bu çalışma ile; turizm sektöründe sağlık turizmi içerisinde tematik bir sağlık turizmi dalı olarak palyatif bakım turizmi ve Türkiye'nin palyatif bakım turizm potansiyeli tartışılarak palyatif bakım turizmi yoluyla ülke ekonomisine katma değer oluşturulmasına yönelik gerekçeler ve önerilerin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Nitel araştırma desenlerinden durum çalışması olarak tasarlanan bu araştırma da veriler yüz yüze görüşmeler ve doküman analizi yöntemiyle elde edilmiştir. Çalışma grubu, gözlem yapılacak yerlerin ve doküman incelemesine tabi tutulacak materyallerin seçiminde ise amaçlı örnekleme yöntemlerinden kolay ulaşılabilir durum örnekleme kullanılmıştır. Çalışma verileri Samsun'daki palyatif bakım merkezlerinde görevli personel, sağlık hizmeti veren özel sektör temsilcileri, kamu kurum yöneticileri ve turizm sektörü temsilcileriyle (otel yönetici ve ciolar) yapılan görüşme, gözlem ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemleriyle toplanmış, veriler betimsel analize tabi tutulmuştur. Bulgular, palyatif bakım hizmetlerine ihtiyaç duyan hasta sayısı ve bu hastaların talep ettikleri bakım hizmetlerinin niceliği ve niteliğinin sağlık turizmi içerisinde tematik bir sağlık turizmi dalı olarak palyatif bakım turizminin yer alabileceğini göstermektedir. Ayrıca çalışma Türkiye'nin sahip olduğu uygun iklim koşulları, coğrafi konumu, ulaşım imkanları, genç nüfusu, sağlık hizmetleri alt yapısı, sağlık çalışanlarının niteliği gibi özellikleriyle sürdürülebilir palyatif turizminin gelişimini destekleyen bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir.

**Anahtar kelimeler:** Hospis bakım, palyatif turizm, Türkiye.





## Palliative Care Tourism and an Evaluation of Turkey

### Abstract

The increase in life expectancy due to developments in nutrition, shelter and health services, combined with the negative effects of industrialization and urbanization, has resulted in a long but unhealthy life. For this reason, the demand for both preventive and curative health services has increased. Palliative Care as an approach that improves the quality of life of patients and their families facing the problems associated with life-threatening illness, through the prevention and relief of suffering by means of early identification and impeccable assessment and treatment of pain and other problems, physical, psychosocial and spiritual and in it has an important place in health services in recent years. In this study, it is aimed to develop reasons and suggestions for creating added value to the country's economy through palliative care tourism by discussing palliative care tourism as a thematic health tourism branch within health tourism in the tourism sector and palliative care tourism potential of Turkey. In this research, which was designed as a case study, one of the qualitative research designs, the data were obtained by face-to-face interviews and document analysis method. In the selection of the study group and the places to be observed and the materials to be subjected to document review was used to easily accessible case sampling, one of the purposive sampling methods. The study data were collected by qualitative data collection methods such as interviews, observations and document analysis with the personnel working in palliative care centres in Samsun, private sector representatives providing health services, public institution managers and tourism sector representatives (hotel managers and cio) and the data were subjected to descriptive analysis. The findings show that the number of patients who need palliative care services and the quantity and quality of care services demanded by these patients can include palliative care tourism as a thematic health tourism branch within health tourism. In addition, the study shows that Turkey has the potential to support the development of sustainable palliative tourism with its features such as suitable climatic conditions, geographical location, transportation opportunities, young population, health services infrastructure, quality of health workers.

**Keywords:** Hospice care, Palliative tourism, Turkey.



## 2015-2021 Yılları Arasında Uluslararası Sağlık Turizmi Konusunda Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi

**Emrullah AYDIN**

Y.L. Öğrencisi., Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Turizm İşletmeciliği AD, Konya, Türkiye emrullah.aydin42@gmail.com

**Şeyda SARI**

Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği AD, Konya, Türkiye seydasari@hotmail.co.uk

### Özet

Sağlık turizmi, son yıllarda en hızlı büyüyen hizmet sektörlerinden biridir. Aynı zamanda insanların kaliteli sağlık hizmetlerine ulaşmasına yardımcı olan, personel istihdam oranını arttıran ve destekleyen ekonomik sektörlerden kabul edilmektedir. Çalışma sistematik bir literatür taraması ile 2015-2021 yılları arasında uluslararası sağlık turizmi ve sağlık turizminin çeşitleri konusu ile ilgili impact faktör değeri 10 ve üzeri olan dergilerde yayınlanan makalelerin belirli parametreler kapsamında incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada, makalenin yayınlandığı dergi, yayınlanma yılı, çalışma ve yazar sayıları gibi parametreler kullanılmıştır. Bu parametreler doğrultusunda Social Science Citation Index'den yararlanılarak; Annals of Tourism Research, Journal of Sustainable Tourism gibi dergiler taranarak 68 adet makale incelenmiş olup 37 adet makale değerlendirmeye alınmıştır. Makalelere ait parametreler SPSS 21 istatistik programında frekans ve yüzde değerleri analizleri ile açıklanmıştır. Yapılan analizler sonucunda en fazla makalenin International Journal of Tourism Research dergisinde, konu ile ilgili en çok makalenin 2017 yılında yazıldığı, iki yazarlı makalelerin çoğunlukta olduğu tespit edilmiştir. Araştırma, süre açısından sınırlı tutulmuştur. Gelecekte yapılacak benzer çalışmalar, araştırma yaklaşımları, atıf sayısı veri toplama yöntemleri, örneklem grubu, yazarların ünvanları gibi parametrelerle genişletilebilir.

**Anahtar kelimeler:** Sağlık turizmi, bibliyometrik analiz, uluslararası.



## Bibliometric Analysis of Articles Published on International Health Tourism Between 2015-2021

### Abstract

Health tourism is one of the fastest growing service sectors in recent years. It is also considered one of the economic sectors that help people access quality health services, increase and support staff employment rate. The aim of the study is to examine the articles published in journals with an impact factor value of 10 and above on the international health tourism and types of health tourism subjects between the years 2015-2021 with a systematic literature review. In the study, parameters such as the publishing journal, the year of publication, the number of studies and authors were used. In line with these parameters, by using the Social Science Citation Index; Journals such as Annals of Tourism Research, Journal of Sustainable Tourism and so on were scanned and 68 articles were examined and 37 articles were evaluated. The parameters of the articles are explained with frequency and percentage analysis in SPSS 21 statistical program. As a result of the analysis, it was determined that the most articles were written in the International Journal of Tourism Research, the most articles on health tourism were written in 2017, and the articles with two authors were in the majority. The research is limited in terms of time, subject, years and impact factors. Similar studies to be conducted in the future can be expanded with parameters such as research approaches, citation count, data collection methods, sample group, and more specific articles on health tourism for example accessible tourism.

**Keywords:** Health tourism, bibliometric analysis, international.



## Kayseri'nin “Unesco Gastronomi Kenti” Olabilirliğine ve Gastronomi Turizmine Dair Paydaş Görüşleri

*Osman ÖZER*

Öğr. Gör., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Ürgüp Sebhat ve Erol Toksöz Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Pr., Nevşehir, Türkiye, osman-ozar@hotmail.co.uk

### Özet

Araştırmada Kayseri şehrinin Unesco Gastronomi Kenti olabilirliği ve kente muhtemel katkısına ile gastronomi turizmine ilişkin paydaş görüşleri incelenmiştir. Kayseri’de turizm konusunda faaliyet gösteren kamu kurumları, akademi, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör temsilcilerinin katılımı ile toplam 21 kişi ile yüz yüze görüşme sağlanmıştır (Gürbüz vd, 2017: 124). Görüşme yönteminde kullanılan mülakat soruları önceki çalışmalardan uyarlanarak ve alanında uzman akademisyen görüşlerine başvurularak hazırlanan 16 soruya verilen cevaplar ile görüş ve bilgilerin toplanması gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda Kayseri yöresel mutfağının zenginliği vurgulanmış ve bunun turizm çeşitlendirilmesi için önemi katılımcılar tarafından fikir birliği ile belirtilmiştir. Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı hakkında özellikle kamu çalışanlarının detaylı bilgi sahibi olduğu, Kayseri’de gastronomi turizmi konusundaki çalışmaların geniş kapsamlı ve planlı bir şekilde genele yayılmaya çalışıldığına ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmaları yönlendirme konusunda Kayseri Büyükşehir Belediyesinin başında uzman bir yöneticinin bulunduğu uzman ekiple çalıştığı bilgilerine ulaşılmıştır. Kayseri’nin ağa üye olabilmesi ile ya da farklı desteklemeler ile kamusal, özel ve bireysel gösterilecek çabalarla beraber gastronomi turizminde kısa sürede ilerleme sağlanma potansiyelinin olduğuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak bu süreci uzman bir ekiple yürütmenin Kayseri’nin ağa dahil olma sürecini hızlandıracağı ve kısa bir süre içerisinde Gaziantep, Hatay ve Afyonkarahisar gibi gastronomi kenti olabileceği ihtimalin daha ağır bastığı sonucuna varılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Gastronomi, Unesco, yaratıcı şehirler ağı, Kayseri, gastrokayseri.



## Stakeholder Opinions on Kayseri's Possibility as a "Unesco Gastronomy City" and Gastronomy Tourism

### Abstract

In the research, the possibility of the city of Kayseri as a Unesco Gastronomy City and its possible contribution to the city and stakeholder views on gastronomy tourism were examined. A total of 21 people were interviewed face-to-face with the participation of public institutions, academia, non-governmental organizations and private sector representatives operating in the field of tourism in Kayseri (Gürbüz et al., 2017: 124). The interview questions used in the interview method were adapted from previous studies and the answers given to 16 questions prepared by consulting the opinions of experts in the field, and opinions and information were collected. As a result of the interviews, Kayseri emphasized the richness of its local cuisine and its importance for tourism diversification was unanimously stated by the participants. It has been reached that especially public employees have detailed information about the Unesco Creative Cities Network, and that the studies on gastronomy tourism in Kayseri are tried to be spread in a comprehensive and planned way. In addition, it has been learned that Kayseri Metropolitan Municipality works with an expert team, which has an expert manager at the head of the works. It has been reached that there is a potential to make progress in gastronomy tourism in a short time, with Kayseri's membership in the network, or with different supports and public, private and individual efforts. As a result, it has been concluded that carrying out this process with an expert team will speed up the process of Kayseri's inclusion in the network and the possibility that it will become a gastronomic city such as Gaziantep, Hatay and Afyonkarahisar in a short time outweighs.

**Keywords:** Gastronomy, Unesco, creative cities network, Kayseri, gastrokayseri.



## Erzurum İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Potansiyelinin Değerlendirilmesi

### *Ayşegül DAŞDEMİR*

Dr. Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Van, Türkiye, d.ayysegul@gmail.com

### *Ayşe Büşra MADENCİ*

Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya, Türkiye, abmadenci@gmail.com

### *Yeliz PEKERŞEN*

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya, Türkiye, yeliz.ulusan@gmail.com

### Özet

Gastronomi turizmi alternatif bir turizm çeşididir. Alternatif turizm çeşitleri kırsal kesimde bulunan destinasyonların turizm aktiviteleri içerisinde yer almasını sağlamaktadır. Şehirler açısından ilgi çekici olan gastronomi turizmi bazı bölgelere seyahat etmek amacıyla motive edici bir unsur niteliği taşımaktadır. Bu bağlamda bir şehre yönelik gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi önem taşımaktadır. Kış turizmi koridorunda yer alan Erzurum ili birçok zenginliğe ev sahipliği yapmaktadır. İpek yolu geçiş güzergahında yer almış ayrıca günümüze kadar farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Erzurum iline ait birçok yerel yemek mevcuttur, bunlardan en fazla bilineni ise Cağ Kebabı'dır. Erzurum ili yerel mutfak bazında potansiyel barındırmasına rağmen gastronomi turizmine yönelik girişimleri yeterli seviyede değildir. Çalışmada Erzurum ilinin gastronomi turizmi potansiyelini belirlemek amacıyla ikincil verilerden yararlanılmıştır. Yapılan değerlendirmeler ile şehrin gastronomik ürünlerinin ve şehre ait yerel ürünlerin sayıca fazla olduğu ayrıca özellikle hayvansal kaynaklı gıdaların yer aldığı gözlemlenmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Gastronomi turizmi, mutfak kültürü, turizm potansiyeli, Erzurum.





## Evaluation of the Potential of Erzurum in Terms of Gastronomy Tourism

### Abstract

Gastronomy tourism is an alternative type of tourism. Alternative tourism types allow it to be included in tourism activities in rural destinations. Gastronomy tourism, which is interesting for cities, is a motivating factor for traveling to some regions. In this context, it is important to evaluate the gastronomy tourism potential of a city. Located in the winter tourism corridor, Erzurum province is home to many riches. Located on the Silk Road transit route in addition, it has hosted different civilizations until today. There are many local dishes of Erzurum province, the most well-known of them is Cağ Kebab. Although Erzurum has potential in terms of local cuisine, its initiatives for gastronomy tourism are not at a sufficient level. In the study, secondary data was used to determine the gastronomic tourism potential of Erzurum province. With the evaluations, it has been observed that the gastronomic products of the city and the local products of the city are more in number, and especially the foods of animal origin.

**Keywords:** Gastronomy tourism, culinary culture, tourism potential, Erzurum.



## Y Kuşağının Seyahat Belirlerken Elde Ettiği Bilginin Önemi

**Ekrem ORAÇ**

Uzman, Selçuk Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı,  
Konya, Türkiye, eorac@selcuk.edu.tr

**Mehmet SAĞIR**

Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü,  
Konya, Türkiye, msagir@selcuk.edu.tr

### Özet

Her kuşağın kendine has özellikleri, temel değerleri ve tutumları, güçlü ve zayıf yönleri vardır. Kuşakları anlamak, toplumdaki değişikliklerin insanları nasıl etkilediğini anlamak anlamına gelir. Her geçen gün giderek daha hızlı değişen dünyada bu anlayışa ayak uydurmak gerektirmektedir. Kuşak kavramları ile insanları sınıflandırmak, birbirinden ayırmanın aksine geçmiş deneyimlerin algıları nasıl etkilediğini fark ederek daha yetkin ve bilinçli bir halde etkileşim kurabilmek amacıyla yapılmaktadır. Toplumda yaşanan değişikliklere bağlı olarak işletmelerin de varlıklarını sürdürebilmeleri ve rekabet edebilmeleri için yenilik önemli bir paradigma haline gelmiştir. Yeni bir fikir ile yeni bir hizmetin sunulmasındaki inovasyonun merkezinde kuşaklar yer almaktadır. Kuşakların tutum ve davranışları, işletmeler açısından da incelenmesi gereken bir alandır. Bu bakış açısıyla yapılan çalışmada, kuşakların birbirinden farklı özellikler taşıması anlayışından yola çıkılarak hazırlanmıştır. Araştırma, 1980-1999 yılları arasında doğmuş olan üyelerden oluşan ve literatürde Y kuşağı olarak tanımlanan bu kuşağın diğer kuşaklardan farklı olan kırılma noktalarını ve bu kuşağın seyahate çıkmadan önce yaptıkları her türlü araştırmayı konu edinmektedir. Çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden olan yüz yüze anket tekniğinden yararlanılmış ve örnekleme yöntemi uygulanarak yapılan bu çalışmadan elde edilen veriler SPSS 15 ve AMOS 22 paket programı ile analiz edilmiştir. Birçok araştırma ile literatürde varlığı doğrulanmış olan bu çalışma, literatürle uyumlu sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Araştırma sonucunda, Y kuşağının demografik özelliklerinin seyahat tercihleri hakkında yaptıkları araştırmalara etki ettiği görülmüştür. Bu kuşak, seyahat etmeden önce seyahat yeri için araştırdığı her türlü bilgiyi genellikle birçok iletişim aracını kullanarak elde etmiştir. Elde edilen bilgilerin ise seyahat tercihlerini belirlemede önemli bir unsur olduğu sonucuna varılmıştır. Bu kapsamda işletmelerin Y kuşağı turistlerinin taleplerine uygun şekilde stratejiler geliştirmesinin ülke turizmini olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Bilgi alma ihtiyacı, seyahat tercihi, Y kuşağı.



## The Importance of Knowledge Acquired By Generation Y While Traveling

### Abstract

Each generation has its own characteristics, core values and attitudes, strengths and weaknesses. Understanding generations means understanding how changes in society affect people. Classifying people with the concept of generation is done in order to be able to interact more competently and consciously by noticing how past experiences affect perceptions, as opposed to separating them from each other. Depending on the changes in society, innovation has become an important paradigm for businesses to survive and compete. Generations are at the center of innovation in the delivery of a new service with a new idea. For this reason, the attitudes and behaviors of generations are an area that should be examined in terms of businesses. This study has been prepared on the basis of the understanding of generations and the fact that these generations have different characteristics from each other. The research deals with the breaking points of this generation, which is defined as the Y generation in the literature, which consists of members born between 1980-1999, and all kinds of research that this generation does before they travel. In the study, face-to-face survey technique, which is one of the quantitative research methods, was used and the data obtained from this study, which was carried out by applying the sampling method, were analyzed using the SPSS 15 and AMOS 22 programs. This study, whose existence has been confirmed in the literature by many studies, has produced results that are compatible with the literature. As a result of the research, it has been seen that the demographic characteristics of the Y generation have an effect on the research they have done about their travel preferences. His generation has obtained all kinds of information about the place of travel by using communication tools before traveling. It was concluded that the obtained information is important in determining travel preferences. In this context, it is thought that the development of strategies by businesses in accordance with the demands of Y generation tourists will positively affect our country's tourism.

**Keywords:** Need for information, travel preference, generation Y.



## A Research on Personnel Hygiene Awareness and Practice Levels of Employers in the Baklava Production Process

*İbrahim ÇEKİÇ*

Lecturer Dr., Kilis 7 Aralık University, Tourism Vocational School, ibrahimcekic@hotmail.com

*Fügen DURLU ÖZKAYA*

Prof. Dr. Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, fdokkaya@hbv.edu.tr

### Abstract

One of the essential responsibilities of food and beverage businesses is to supply consumers with safe food that does not pose any health hazards. Safe food supply is only possible by planning a number of elements related to raw material supply, production and consumption (the establishment of food safety management systems, taking measures regarding food and personnel hygiene and personnel training, etc.) within the scope of the relevant legislation. This study has been carried out to determine the awareness and practice levels of the personnel employed in the production process of Gaziantep baklava. In the study, survey technique was used as the data collection method. In this context, a questionnaire was applied to 175 production personnel employed in the corporate baklava enterprises in Gaziantep. First of all, through the forms, a statistical evaluation was made in order to determine the demographic characteristics of the participants using the data obtained and the mean and standard deviation values of the questionnaire statements were presented. Subsequent to this process, t and ANOVA tests were used with the purpose of determining whether the awareness and practice levels of the participants in terms of personnel hygiene differed according to demographic variables. What's more, in order to determine the relationship between the awareness of personnel hygiene and the level of practice of the people employed in the baklava production process regression analysis was applied. As a result of the analyses carried out, it has been determined that the awareness levels of the participants differ according to gender, age, educational status and working time variables and the practice levels differ according to the working time variable. In addition to these, it has been found in the study that the awareness of the participants regarding personnel hygiene has a positive and significant effect on their practice levels (0.312;  $p = 0.000$ ).

**Keywords:** Gaziantep, baklava, hygiene, personnel hygiene.



## Agro Turizm Kapsamında Bağcılık Turizmi

***Olca ÖZİŞİK YAPICI***

Öğr. Gör. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkrâm Hizmetleri Bölümü, Samsun,  
Türkiye, olcay.yapici@omu.edu.tr

### Özet

Yerel halk tarafından çevreye zarar vermeden yapılan tarımsal uygulamalara turistlerin katılması ile birlikte agro turizm ortaya çıkmaktadır. Agro turizm kapsamında yeni eğilimlerden bir tanesi de bağcılık turizmi olabilir. Bağcılık ile ilgili faaliyetlere dayanarak oluşan bağcılık turizmi hem doğal ve kültürel unsurları bünyesinde barındırmakta hem de gastronomi turizmi açısından değer oluşturmaktadır. Dünyada bağcılığa ilişkin faaliyetlerde özellikle kuru üzüm üretiminde ve ihracatında ön sıralarda yer alan Türkiye sahip olduğu coğrafi güzellikler, kültürel değerler ile birlikte bağcılık turizmi konusunda lider ülkelerden bir olma potansiyeline sahiptir. Çalışmada ülkemizde gerçekleştirilen bağcılık faaliyetlerinin agro turizm kapsamında değerlendirilmesine yönelik bir inceleme yapılmıştır. Dünya genelinde bağcılık faaliyetleri ve turizmi konusunda iyi ve örnek çalışmalar yapan ülkelerin faaliyetleri göz önünde bulundurularak Türkiye'nin bağcılık turizmi potansiyeli ortaya konulması hedeflenmiştir. Çalışma, agro turizm faaliyetleri geliştirme amacıyla olan ve bunların gerçekleşmesi için gerekli olan işbirliği paydaşlarına yol gösterici bilgiler sunması bakımından önem taşımaktadır. Bununla birlikte ülkemizde bağcılık ile uğraşan yerel halkın yeni bir pazara girerek ekonomik kazanç elde etmelerine destek sağlayacaktır. Araştırmanın, bağcılık turizmi konusunda alan yazına katkı sağlaması da öngörülmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Agro turizm, bağcılık turizmi, tarım turizmi.



## Viticulture Tourism Within the Scope of Agro Tourism

### Abstract

Agro tourism emerges with the participation of tourists in agricultural practices without harming the environment. Viticulture tourism may be one of the new trends in agro tourism. Within the scope of viticulture tourism, which is based on activities related to viticulture, not only gastronomy but also nature and cultural elements are included. Located at the forefront in the ranking of viticulture and grape production in the world, Turkey has been the geographical and cultural attractions that can integrate so viticulture is among the countries that may arise in other wine-growing tourism. With this study, it is aimed to examine the execution activities in our country when agro tourism is examined. It has been tried to reveal the wine growing tourism potential of our country. It is important that the study provides guiding information to the cooperation stakeholders who aim to develop agro tourism and are necessary for its realization. In addition, it helps the local people who are engaged in viticulture in our country to gain economic gain by entering a new market. It is also predicted that the research will contribute to the literature on viticulture tourism.

**Keywords:** Agro tourism, viticulture tourism, tourism, agricultural tourism.





## Geçiş Dönemlerinde Mutfak Kültürü ve Yöresel Mutfak Uygulamaları: Ege Bölgesi'nde Nitel Çalışma

**Zeynep ÇINAR**

Öğr. Gör., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü,  
Karaman, Türkiye, zeynepcinar@kmu.edu.tr

**Ümit SORMAZ**

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları  
Bölümü, Konya, Türkiye, usormaz@erbakan.edu.tr

### Özet

İnsan hayatının doğal bir süreci olan doğum, evlenme ve ölüm gibi durumları içine alan geçiş dönemleri, hem sevincin hem acının hem de heyecanın paylaşıldığı özel günlerdir. Anadolu örf ve âdetlerinde, bu tarz özel günlerde duyguların paylaşılması adına insanlar bir arada bulunmakta bu durum toplu yemek olgusunu oluşturmaktadır. Günümüzde birçok gelenek, görenek ve uygulamalar unutulmaya başlamış; mutfak kültürü ve yöresel mutfak uygulamaları da bu durumdan aynı şekilde etkilenmiştir. Bir milletin milli kimliği olan kültürün unutulmaya başlaması; toplumların yozlaşmasına, milli kimliklerinin yanında milli birliklerinin de kaybolmasına neden olmaktadır. Bu çalışmada; Ege bölgesinde yer alan Afyonkarahisar, Uşak, İzmir, Manisa, Muğla, Aydın, Denizli ve Kütahya illerinde geçiş dönemlerindeki mutfak kültürünün ve yöresel mutfak uygulamalarının tespit edilerek yeniden gün yüzüne çıkarılması, toplumda uygulamalarının yaygınlaştırılması için tanıtımının yapılması ve yazılı kaynak haline getirilerek gelecek nesillere aktarılması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze görüşme tekniği kullanılmış, araştırmacı tarafından hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu her ilden araştırmaya katılmayı kabul eden 15 kişi olmak üzere sekiz ilde toplam 120 kişiye uygulanmıştır. Yapılan görüşmeler esnasında edinilen bilgiler, kaynak kişilerin izinleri dâhilinde ses kayıt cihazı kullanılarak kayıt altına alınmış ve görüşme bitiminde yazıya dönüştürülmüştür. Elde edilen verilerin tematik analizinde ise MAXQDA Analytichs Pro 2018 nitel veri istatistik programı kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, araştırma kapsamına alınan illerin geçiş dönemlerinde yöresel mutfak kültürüne ait birçok geleneğin kadınların iş hayatında yer almaya başlaması, toplumda yöresel mutfak konusundaki bilgi ve tutumların değişmesi gibi çeşitli nedenlerle büyük oranda uygulanmadığı ya da kısmen uygulandığı; yöresel mutfak kültürüne ait yemekler yerine hazırlaması ve servisi daha pratik yiyecek ve içeceklerin tercih edildiği tespit edilmiştir. Giderek azalan bu uygulamaların unutulmaması ve gelecek nesillere aktarılmasının sağlanabilmesi için araştırılarak kayıt altına alınması, geçiş dönemlerinde yöresel mutfak uygulamalarının sürdürülebilirliğinin sağlanmasında ilgili kuruluşların teşvik edici konumda olmaları kültürel değerlerimiz açısından büyük önem arz etmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Ege bölgesi, gastronomi, geçiş dönemleri, mutfak kültürü, yöresel mutfak.



## Cuisine Culture and Local Cuisine Practices in Transitional Periods: Qualitative Study in The Aegean Region

### Abstract

Transition periods, which include situations such as birth, marriage and death, which are a natural process of human life, are special days when both joy, pain and excitement are shared. In Anatolian customs and traditions, people come together in order to share feelings on such special days, and this situation creates the phenomenon of collective food. Today, many traditions, customs and practices have begun to be forgotten; culinary culture and local cuisine practices were also affected by this situation. The disappearance of culture, which is the national identity of a nation; It causes the degeneration of societies and the loss of their national unity as well as their national identities. In this study; In the provinces of Afyonkarahisar, Uşak, İzmir, Manisa, Muğla, Aydın, Denizli and Kütahya located in the Aegean region, it is aimed to identify and bring to light the culinary culture and local cuisine practices in the transition periods, to promote them in order to spread their applications in the society, and to transfer them to future generations by making them a written source. . For this purpose, face-to-face interview technique, one of the qualitative research methods, was used in the study, and the semi-structured interview form prepared by the researcher was applied to a total of 120 people in eight provinces, 15 of whom agreed to participate in the research from each province. The information obtained during the interviews was recorded using a voice recorder with the permission of the source persons and converted into text at the end of the interview. In the thematic analysis of the data obtained, MAXQDA Analytichs Pro 2018 qualitative data statistics program was used. As a result of the study, it has been determined that many traditions of the local cuisine culture in the transition periods of the provinces included in the research are not applied or partially applied for various reasons such as the fact that women have started to take part in business life, and the knowledge and attitudes of the society about local cuisine have changed; It has been determined that more practical food and drinks are preferred to prepare and serve instead of dishes belonging to the local cuisine culture. It is of great importance for our cultural values that these practices, which are gradually decreasing, are investigated and recorded in order to ensure that they are not forgotten and transferred to future generations, and that the relevant institutions are in an encouraging position in ensuring the sustainability of local cuisine practices in the transitional periods.

**Keywords:** Aegean region, gastronomy, transition periods, culinary culture, local cuisine.



## Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Astro-Turizm ve Konya İlinin Astro-Turizm Potansiyeli

### *Abdurrahman DİNÇ*

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Konya,  
Türkiye dincabdurrahman@gmail.com

### *Hamdi KARAKÖK*

Y.L. Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekoturizm Rehberliği  
ABD, Konya, Türkiye, hkarekok@gmail.com

### *Sinan KOÇAK*

Y.L. Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Astronomi ve Uzay Bilimleri ABD,  
Kayseri, Türkiye, kocak.sinann1@gmail.com

### Özet

Her geçen gün önemi daha çok artan turizm sektörü ülkeler için önemli bir ekonomik kaynak olarak nitelendirilmektedir. Son dönemlerde turistlerin değişen beklentileri ve istekleri doğrultusunda alternatif turizm alanları daha çok önem arz etmektedir. Bu doğrultuda turizm ürünlerinin devamlılığı, insanların ihtiyaçları ile beklentilerinde yaşanan değişim ve sürdürülebilir turizm için bir ülkenin veya bir şehrin kimliğini yansıtan bir çok alternatif turizm türü ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu nedenle insanlar, kitle turizmi yerine, daha çok doğa ile iç içe olabilecekleri, yıl boyunca devam eden yoğun iş tempolarından ve kalabalık kentlerden uzaklaşma istekleri doğrultusunda doğa turizmine yönelmiş ve bu bağlamda insanların kitle turizm yerine kırsal turizme ilgi ve taleplerinde artış görülmüştür. Son dönemde dünyayı etkisi altına alan COVID 19 salgını da bu süreci hızlandırmıştır. Doğa merkezli olan kırsal turizm içerisinde bir çok farklı alternatif turizm türü yer almaktadır. Bunların içerisinde son dönemlerin yükselen turizm türü olan astro-turizm de kırsal turizm olarak değerlendirilmektedir. Son yıllarda dünya genelinde uzay araştırmalarında ve çalışmalarında yaşanan gelişmeler insanların uzaya olan merakını artırmış ve bu bağlamda insanların astronomi konularına, çalışmalarına ve faaliyetlerine ilgileri artmıştır. Bu çalışmada alternatif turizm açısından farklı destinasyon alanlarına sahip olan Konya ilinin astro-turizm potansiyelinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada astro-turizm kavramsal olarak açıklanmış ve astro-turizm şartları ele alınmıştır. Bu çalışmada dünyadaki ve Türkiye'deki astro-turizm faaliyetleri ele alınarak dünya genelinde belirlenen karanlık gökyüzü parkları aktarılmıştır. Ayrıca ışık kirliliği haritası için Bortle Karanlık Gökyüzü ölçeği kullanılarak Konya ili için uygun bölgeler belirlenmiştir. Çalışma sonucunda Konya ilinin özellikle tarihi ve kültürel alanlarında ve milli koruma alanlarında yapılacak astro-turizm faaliyetleri ile bölgenin tanıtımı ve turizm potansiyelinin artacağı öngörülmüştür. Araştırma sonucu özellikle Türkiye'de yapılan astro-turizm faaliyetlerinin yetersiz ve kısıtlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Konya ilinde astro-turizm faaliyetlerinin uygulanabileceği potansiyel mekanlar belirlenerek önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar kelimeler:** Turizm, alternatif turizm, kırsal turizm, astro-turizm, Konya.



## Astro-Tourism in the Scope of Sustainable Tourism and Astro-Tourism Potential of Konya Province

### Abstract

The tourism sector, whose importance is increasing day by day, is considered as an important economic resource for countries. In recent years, alternative tourism areas have become more important in line with the changing expectations and demands of tourists. In this direction, many alternative tourism types that reflect the identity of a country or a city have begun to emerge for the continuity of tourism products, the change in human needs and expectations and sustainable tourism. For this reason, people's desire to be more intertwined with nature instead of mass tourism, their busy business life throughout the year and their desire to get away from crowded cities have led people to nature tourism, and in this direction, people's interest and demands for rural tourism instead of mass tourism have increased. The recent pandemic has also accelerated this process. There are many different types of alternative tourism within nature-centered rural tourism. Among these, astro-tourism, which is the rising tourism type of recent times, is also considered as rural tourism. In recent years, developments in space exploration and studies around the world have increased people's interest in space, and in this context, people's interest in astronomy subjects, studies and activities has increased. In this study, it is aimed to determine the astro-tourism potential of Konya, which has different destination areas in terms of alternative tourism. In the study, astro-tourism is explained conceptually and the conditions of astro-tourism are discussed. In this study, astro-tourism activities in the world and in Turkey were discussed and dark sky parks determined around the world were transferred. In addition, suitable regions for Konya were determined by using the Bortle Dark Sky scale for the light pollution map. As a result of the study, it is predicted that the promotion and tourism potential of the region will increase with the astro-tourism activities to be carried out especially in the historical and cultural areas and national protection areas of Konya. As a result of the research, it was concluded that the astro-tourism activities especially in Turkey are insufficient and limited. In addition, potential places where astro-tourism activities can be applied in Konya were determined and suggestions were made.

**Keywords:** Tourism, alternative tourism, rural tourism, astro-tourism, Konya.



## Hidroterapi Çalışanlarının COVID-19 Algılarının İş Motivasyonlarına Etkisi

**Benay YİĞİTBAŞI**

Y.L. Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı,  
Antalya, Türkiye, benay.yigitbasi@hotmail.com

**Gülseren YURCU**

Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Antalya, Türkiye,  
email: gulserenyurcu@akdeniz.edu.tr

### Özet

COVID-19 pandemisi ilk olarak Aralık 2019'da Çin'de ortaya çıkmıştır. Dünya Sağlık Örgütü yeni COVID-19 virüsünü, Mart 2020'de pandemik bir hastalık olarak ilan etmiştir. COVID-19 sosyal mesafe önlemleri, belirsizlik, risk algısı, izolasyon gibi uygulamaları nedeniyle bireylerarası ilişkileri derinden etkilemiştir. Bu durum bireyleri strese, yalnızlığa, depresyona, zihinsel bozukluklara, sağlık tehlikelerine ve motivasyonlarının her alanda düşmesine neden olmaktadır. İş motivasyonu, ihtiyaçları karşılama veya belirlenen hedeflere ulaşmak için bireylerin harekete geçmesine neden olan istek olarak ifade edilmektedir. COVID-19'un ortaya çıkması ile yayılımı azaltmak için işyerlerinin kapatılması, bireylerarası mesafenin korunması, enfekte bireylerin izole edilmesi ve evden çalışma gibi pek çok uygulama yapılmaktadır. Bu durum işletmeler için çalışan motivasyonunun nasıl korunacağı konusunda büyük bir zorluğa neden olmaktadır. COVID-19 kaygı düzeyinin, çalışan motivasyonunu olumsuz etkileyeceği ve ortaya çıkan olumsuz duygu düzeyinin etkisi ile çalışan performansının sürdürülmesinin zorlaşacağı belirtilmektedir. Bu çalışmanın temel amacı, hidroterapi çalışanlarının COVID-19 algılarının iş motivasyonlarına etkisini ortaya koymaktır. Araştırmanın uygulama alanı olarak Antalya'da hidroterapi uygulaması yapılan SPA işletmeleri ve hidroterapi merkezleri seçilmiştir. Bu amaç doğrultusunda 213 katılımcıya ulaşılmıştır. Veri toplamak için COVID-19 Algısı Ölçeği ve İş Motivasyonu Ölçeği kullanılmıştır. Anket formu ile elde edilen veriler SPSS istatistiksel veri analizi paket programı ile analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Veri analizinde tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra parametrik testler t test ve ANOVA, korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmıştır. Veri analizi sonucunda, çalışanların COVID-19 algılarında kişisel verilerine göre herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır. Çalışanların iş motivasyonlarında ise yaşa, cinsiyete, eğitim durumlarına göre farklılık oluşmazken, medeni durumlarına, aynı kurumdaki çalışma yıllarına ve sektördeki çalışma yıllarına göre farklılık oluşmuştur. Elde edilen verilerin ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar kelimeler:** COVID-19, hidroterapi, iş motivasyonu.





## The Effect of COVID-19 Perceptions of Hydrotherapy Workers on Work Motivation

### Abstract

The COVID-19 pandemic first emerged in China in December 2019. The World Health Organization declared the new COVID-19 virus a pandemic disease in March 2020. COVID-19 has deeply affected interpersonal relations due to its practices such as social distance measures, uncertainty, risk perception and isolation. This situation causes individuals to stress, loneliness, depression, mental disorders, health hazards and decrease their motivation in all areas. Work motivation is expressed as the desire that causes individuals to take action to meet the needs or achieve the determined goals. With the emergence of COVID-19, many practices such as closure of workplaces, maintaining interpersonal distance, isolating infected individuals and working from home are carried out to reduce the spread. This situation causes a great challenge for businesses on how to maintain employee motivation. It is stated that the level of COVID-19 anxiety will negatively affect employee motivation and it will be difficult to maintain employee performance with the effect of the negative emotion level that emerges. The main purpose of this study is to reveal the effect of COVID-19 perceptions of hydrotherapy workers on their work motivation. As the application area of the research, SPA businesses and hydrotherapy centers where hydrotherapy is applied in Antalya were selected.

For this purpose, 213 participants were reached. COVID-19 Perception Scale and Job Motivation Scale were used to collect data. The data obtained with the questionnaire form were analyzed and interpreted with the SPSS statistical data analysis package program. In addition to descriptive statistics, parametric tests, t-test and ANOVA, correlation and regression analyzes were used in data analysis. As a result of data analysis, no difference was found in employees' perceptions of COVID-19 according to their personal data. While there was no difference in the work motivation of the employees according to age, gender, educational status, there was a difference according to their marital status, working years in the same institution and working years in the sector. It is thought that the data obtained will contribute to the relevant literature.

**Keywords:** COVID-19, hydrotherapy, work motivation.



## E-Spor Turizmine Yönelik Literatür Taraması

**Kerem KARA**

Y.L. Öğrencisi, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Isparta, Türkiye,  
kerem\_3\_3\_3@hotmail.com

**Remziye EKİCİ ÇİLKİN**

Dr. Öğr. Üyesi, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Isparta, Türkiye,  
remziyeekici@isparta.edu.tr

### Özet

Gün geçtikçe hızla gelişen teknoloji her sektör gibi turizm sektörünü de yakından etkilemektedir. Dünyada çeşitli turizm aktivitelerinin ve yeni turizm trendlerinin ortaya çıktığı düşünüldüğünde turizme katılan bireylerin de ilgi alanlarının değiştiği gözlenmektedir. Bu kapsamda turistler tarafından en çok dikkat çeken turizm aktivitelerinden birinin “Elektronik Spor” (e-spor) olduğunu söylemek mümkün görülmektedir. Bu bağlamda araştırmanın amacı e-sporun turizm alanında yapılmış akademik araştırmalarını inceleyerek e-spor turizmi kavramının netlik kazanmasını sağlamak ve e-sporun turizm alanında hangi özellikleriyle ön plana çıktığını ortaya koymaktır. Yöntem olarak ikincil veriler kapsamında yerli ve yabancı literatür taraması ve evrensel e-spor verilerinden faydalanılmıştır. Araştırmalar değerlendirildiğinde genellikle e-spor turistlerinin motivasyonlarına, algılarına ve gelme niyetlendiklerine odaklanıldığı, e-sporun yeni bir turizm ürünü olarak kabul edildiği, destinasyon ve bölge markasına katkılar sağladığı görülmüş olup, e-spor turistlerinin deneyimlerinin henüz araştırılmamış olması göze çarpmaktadır. Bu sayede araştırmanın gelecekte e-spor turizmi adı altında yapılacak olan diğer akademik çalışmalara yön vererek kısıtlı olan ilgili alan yazına katkı sağlaması beklenmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Elektronik spor, e-spor turizmi, turist deneyimi.





## Literature Review on E-Sports Tourism

### Abstract

The technology, which is developing rapidly day by day, closely affects the tourism sector as well as every sector. Considering the emergence of various tourism activities and new tourism trends in the world, it is observed that the interests of individuals participating in tourism have also changed. In this context, it is possible to say that one of the tourism activities that attract the most attention by tourists is "Electronic Sports" (e-sports). In this context, the aim of the research is to examine the academic researches of e-sports in the field of tourism, to clarify the concept of e-sports tourism and to reveal the features of e-sports in the field of tourism. As a method, literature review and universal e-sports data were used within the scope of secondary data. When the researches are evaluated, it has been seen that the motivations, perceptions and intentions of e-sports tourists are generally focused on, e-sports is accepted as a new tourism product, it contributes to the destination and regional brand, and it is striking that the experiences of e-sports tourists have not been researched yet. In this way, it is expected that the research will contribute to the limited related literature by directing other academic studies to be carried out under the name of e-sports tourism in the future.

**Keywords:** Electronic sport, e-sport tourism tourist experience.



## Afyonkarahisar'da Otel İşletmeleri Restoranlarında Coğrafi İşaretli Yöresel Yemeklerin Kullanımı

*Aybuke CEYHUN SEZGİN*

Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Ankara, Türkiye  
aybuke.ceyhun@hbv.edu.tr

*Esna METE*

Öğr. Gör., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Afyonkarahisar, Türkiye  
emete@aku.edu.tr

### Özet

Birçok bölgede yapımı gelenek haline gelen ve yöreye has özellikleri yansıtan yöresel yemekler, bir çekicilik unsuru olmakla birlikte kültürel kimliğin tanıtımında önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle yöresel yemeklerin özünün korunarak gelecek kuşaklara bozulmadan aktarılabilmesi amacıyla coğrafi işaret uygulamaları kullanılmaktadır. Yöreye özgü kökene sahip ve coğrafi işaret ile tescil alan yemekler ayrıca gastronomik destinasyon imajını güçlendirerek bölgesel turizm gelişiminde etkili olmaktadır. Özellikle coğrafi işaretli yöresel yemeklerin otel işletmelerinin menülerinde yer alması bölgeye turistik çekicilik açısından katkı sağlamaktadır. Bu çalışmada, Afyonkarahisar'da otel işletmeleri restoran menülerinde coğrafi işaretli yemeklerin kullanım düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Doğuyu batıya, kuzeyi güneye bağlayan Anadolu'nun batı bölgesinde bir kavşak noktası olması, tarihin en eski dönemlerinden itibaren birçok medeniyete ev sahipliği yapması, tarihi ve kültürel değerlerin izlerini taşıyan bir coğrafyaya sahip olması ve UNESCO tarafından gastronomi şehri unvanı alması nedeniyle Afyonkarahisar yöresi çalışma alanı olarak seçilmiştir. Çalışmada Afyonkarahisar il merkezinde faaliyet gösteren sekiz adet beş yıldızlı otel işletmesinden 7 tanesinin restoran yetkilileri ile görüşme yapılarak ve menüleri incelenerek elde edilen bilgiler içerik analizi tekniği ile yorumlanmıştır. Çalışma sonucunda Afyonkarahisar'da bulunan beş yıldızlı otel işletmeleri restoran menülerinin çoğunda yörenin coğrafi işaret ile tescilli yemeklerinden Afyon Kebabı, Afyon Patlıcan Böreği ve Afyonkarahisar Çullama Köfte'nin yer aldığı belirlenmiştir. Yöresel yemekler bölgeyi ziyaret eden yerli ve yabancı ziyaretçilere unutulmaz bir deneyim kazandırabileceği için yörelerin tanıtım ve turizm faaliyetlerine katkı sağlayarak değerini artırabilecektir. Bu çalışmada elde edilen sonuçlar ile yerel yönetimler ve yöredeki otel işletmelerine önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar kelimeler:** Yöresel yemekler, Afyonkarahisar, coğrafi işaret.



## Use of Geographically Marked Local Dishes in Afyonkarahisar Hotel Management Restaurants

### Abstract

Local dishes, which have become a tradition in many regions and reflect the characteristics of the region, have an important place in the promotion of cultural identity, as well as being an element of attraction. For this reason, geographical indication applications are used in order to preserve the essence of local dishes and transfer them to future generations without deterioration. Dishes with regional origins and registered with geographical indications also strengthen the image of a gastronomic destination and are effective in the development of regional tourism. In particular, the inclusion of regional dishes with geographical indications in the menus of hotel businesses contributes to the region's touristic appeal. In this study, it was aimed to determine the usage levels of geographically marked dishes in restaurant menus of hotel businesses in Afyonkarahisar. The Afyonkarahisar region is considered as a study area because it is a crossroads in the western region of Anatolia, which connects the east to the west and the north to the south, has hosted many civilizations since the earliest periods of history, has a geography bearing the traces of historical and cultural values, and has been awarded the title of gastronomy city by UNESCO. has been selected. In the study, the information obtained by interviewing the restaurant officials and examining the menus of 7 of the eight five-star hotels operating in the city center of Afyonkarahisar was interpreted with the content analysis technique. As a result of the study, it was determined that Afyon Kebab, Afyon Eggplant Pastry and Afyonkarahisar Çullama Meatballs, which are registered with the geographical indication of the region, are included in most of the restaurant menus of the five-star hotels in Afyonkarahisar. Since local dishes can bring an unforgettable experience to local and foreign visitors visiting the region, they will increase the value of the regions by contributing to the promotion and tourism activities. With the results obtained in this study, suggestions were made to local governments and hotel businesses in the region.

**Keywords:** Local dishes, Afyonkarahisar, geographical indication.



## Pandemi Sürecinde Yeni Bir Eğilim: Muhafazakâr Villalar

*Cemil GÜNDÜZ*

Dr. Öğr. Üyesi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Niksar MYO, Tokat, Türkiye,  
cemil.gunduz@gop.edu.tr

### Özet

Turizm sektörü yapısı itibarıyla birçok değişkenden hızlı bir şekilde etkilenebilmektedir. Bu değişkenlerden biri de salgın hastalıklardır. Son yıllarda tüm dünyayı etkisi altına alan ve hemen hemen tüm sektörleri etkileyen bu salgın Covid-19 adıyla bilinmektedir. Turizm sektörü pandeminin sonuçlarından en fazla etkilenen sektörlerden birisi olmuştur. Pandemi sürecinin başında tamamen durma noktasına gelen turizm sektörü; aşı ve tedavi yöntemlerindeki gelişmelerle birlikte yeniden hareketlenmeye başlamıştır. Bu süreçte turistlerin konaklama tercihlerinde de büyük değişiklikler meydana gelmiştir. Bu dönemde bireylerin sağlıklarını korumak amacıyla kalabalık tesisler yerine daha korunaklı ve izole tesisleri tercih ettikleri görülmüştür. Bu bağlamda en fazla tercih edilen tesis türlerinden birisi de korunaklı ve muhafazakâr villa konseptleridir. Hala konaklama sektörünün amiral gemisi oteller olsa da, bu tür villalara olan talep azımsanmayacak kadar artmıştır. Bu çalışmada Türkiye'nin en fazla tercih edilen online helal rezervasyon sitelerinden biri ele alınmıştır. Çalışmanın amacı henüz yeni bir konsept olan muhafazakar villa turizmiyle ilgili temel bir bakış açısı kazandırmaktır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi yapılmıştır. Çalışma kapsamında online seyahat acentasının resmi internet sitesinde yer alan 167 adet muhafazakar villa incelenmiştir. Bu villalara ait bilgiler kategorize edilerek tablolar halinde sunulmuştur. Yapılan incelemede otellerin sundukları ürün ve hizmetlerden, fiziksel yapılarına kadar birçok konuda bilgiler sunulmuştur. Bu çalışmada en dikkat çekici sonuç ise helal konseptli villaların büyük ölçekli otellerin sunabildikleri açık büfe, helal gıda, alkolsüz oda ve ibadet olanakları gibi birçok hizmet konusunda onlarla rekabet edebilecek donanıma sahip olmalarıdır.

**Anahtar kelimeler:** Turizm, muhafazakâr villa, helal turizm, Covid-19.



## A New Trend in the Pandemic Process: Conservative Villas

### Abstract

The tourism sector can be rapidly affected by many variables due to its structure. One of these variables is epidemic diseases. The Covid-19 epidemic has affected the whole world in recent years and has affected almost all sectors. The tourism sector has also been one of the sectors most affected by the consequences of the pandemic. The tourism sector, which came to a complete standstill at the beginning of the pandemic process; It has been reactivated with the developments in vaccine and treatment methods. In this process, there have been great changes in the accommodation preferences of tourists. In this period, it was observed that tourists preferred more sheltered and isolated facilities instead of crowded facilities in order to protect their health. In this context, one of the most preferred facility types is sheltered and conservative villa concepts. Although hotels are still the flagship of the hospitality industry, the demand for such villas has increased considerably. In this study, one of Turkey's most preferred online halal reservation sites is discussed. The aim of the study is to gain a basic perspective on conservative villa tourism, which is still a new concept. In the study, document analysis, which is one of the qualitative research methods, was carried out. In this study, 167 conservative villas on the official website of the online travel agency were examined. The information about these villas has been categorized and presented in tables. In the study, information is presented on many subjects from the products and services offered by the hotels to their physical structures. The most striking result of this study is that halal concept villas have the equipment to compete with large-scale hotels in terms of open buffet, halal food, non-alcoholic rooms and prayer facilities.

**Keywords:** Tourism, conservative villa, halal tourism, Covid-19.



## Kırsal Turizmin Gelişmesinde Bir Yaklaşım: OYB Yaşam Felsefesi

*Cavit YAVUZ*

Prof. Dr. Ordu Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Ordu, Türkiye,  
yavuzcavit@hotmail.com

### Özet

Alternatif turizm çeşitlerinden birisi ve diğer turizm türlerinin tamamlayıcısı niteliğinde olan kırsal turizm, kırsal yerleşim bölgelerindeki kültürel, doğal ve tarihi zenginliklerin değerlendirildiği ve o bölgenin ekonomik-sosyal kalkınmasına katkı sağlayan bir turizm çeşididir. Küreselleşmeyle birlikte gelişen yeni şartlar doğrultusunda turistik tüketim anlayışlarında değişim ve dönüşümler yaşanmıştır. Bu değişimlerden birisi de geleneksel deniz-güneş-kum üçlüsünün oluşturduğu tatil anlayışı yerine doğayla hem hal olarak aktif bir turizm anlayışı olan kırsal turizm olmuştur. İnsanların şehrin karmaşasından kurtulup daha doğal ortamlarda tatillerini geçirme, farklı kültür ve yaşam şekillerini deneyimleme isteğinin kırsal turizm anlayışının gelişmesine önemli etkileri olduğu görülmektedir. Bu minvalde konumuz olan “OYB (Organize Yaşam Bölgesi) Yaşam Felsefesi” nin kırsal turizm anlayışına çok uygun bir yaklaşım olduğuna inanılmaktadır. Çalışmanın amacı Ordu ilinin Fatsa ilçesinde bulunan, birbirine çok yakın 12 kırsal yerleşim alanının OYB Yaşam Felsefesi anlayışıyla kırsal turizmin gelişmesine katkısının incelenmesidir. Çalışmamızda kırsal turizmin bu gelişimi dikkate alınarak Doğu Karadeniz Bölgesinde Ordu ilinin Fatsa ilçesindeki 12 köyün bir araya gelerek geliştirmiş oldukları organize yaşam bölgelerinde kırsal turizm olanaklarına yönelik yapılan faaliyetleri ele alacağız. Bunu bir yaşam felsefesi haline getiren bu bölgedeki insanların sunduğu turistik amaçlı hizmetlerin kırsal turizm anlayışı doğrultusunda değerlendirilebileceği kanaatiyle yapılan organizasyonu tanıtmak belki de bir model haline getirip ülkenin diğer bölgelerinde yaygınlaşmasını sağlamak mümkün olabilecektir. Elbette bu tür kırsal alanların ve projelerin gelişmesi ve yaygınlaşabilmesi için kamunun ve yerel yönetimlerin desteğinin ve bununla ilgili politikaların üretilmesinin başarıda önemli bir payı olacaktır. Çalışmanın kuramsal bilgilerinin elde edilmesinde literatür taramasından faydalanılacak olup diğer aşamalarında ikincil kaynaklar ve ilgili kişilerle görüşmeler gerçekleştirilecektir. OYB Yaşam Felsefesinin kırsal turizmin gelişmesinde farklı bir yaklaşım getireceği düşünülmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Kırsal turizm, Ordu ili, OYB yaşam felsefesi.





## An Approach in the Development of Rural Tourism: OYB Life Philosophy

### Abstract

Rural tourism, which is one of the alternative tourism types and complementary to other tourism types, is a type of tourism that evaluates the cultural, natural and historical riches in rural settlements and contributes to the economic-social development of that region. In line with the new conditions developed with globalization, there have been changes and transformations in the understanding of touristic consumption. One of these changes has been rural tourism, which is an active tourism concept with nature, instead of the holiday concept formed by the traditional sea-sun-sand trio. It is seen that the desire of people to get rid of the chaos of the city, to spend their holidays in more natural environments, to experience different cultures and lifestyles has important effects on the development of rural tourism understanding. In this respect, it is believed that our subject, “OYB (Organized Living Area) Life Philosophy”, is a very suitable approach to rural tourism. The aim of the study is to examine the contribution of 12 rural settlements located in Fatsa district of Ordu province, which are very close to each other, to the development of rural tourism with the understanding of OYB Life Philosophy. In our study, considering this development of rural tourism, we will discuss the activities carried out for rural tourism opportunities in the organized living areas where 12 villages in Fatsa district of Ordu province came together and developed in the Eastern Black Sea Region. Making this a philosophy of life, it will be possible to introduce the organization, which was made with the belief that the touristic services offered by the people in this region can be evaluated in line with the rural tourism understanding, maybe it will be possible to make it a model and make it widespread in other parts of the country. Of course, the support of the public and local governments and the production of related policies in order to develop and expand such rural areas and projects will have an important share in the success. Literature review will be used to obtain the theoretical information of the study, and in other stages, interviews will be held with secondary sources and relevant people. It is thought that OYB Life Philosophy will bring a different approach to the development of rural tourism.

**Keywords:** Rural tourism, Ordu province, OYB life philosophy.



## Digital Marketing to Enhance Authentic Rural Tourism Experiences: Harmonized Contradictory?

*Indah Nur AGUSTIANI*

Lecturer, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata, Tourism Department, Bandung, Indonesia,  
indahmuchtart27@gmail.com

*Adrian AGOES*

Lecturer, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata, Tours and Travel Department, Bandung,  
Indonesia, adrian.agoes@stiepar.ac.id

### Abstract

Digital marketing that has never been experienced before in the tourism industry. Digital marketing is even considered important. As found in previous research, that in the three stages of visitor experience in Kampung Tajur there are aspects that can be improved to strengthen the quality of the visitor experience in rural tourism. One aspect that was found to have weaknesses was in the pre-experience stage. This stage concerns the experience of tourists in seeking information on tourism programs and price information by potential tourists. Prospective tourists have difficulty getting the information about activities in Tajur Village. This is caused by the complexity of compiling information that is easily accessible through digital media. Because the preparation of this information is carried out by local residents who do not have skills. Whereas the pre-experience stage will determine the quality of the tourist experience. This study aims to examine the concept and importance of digital marketing. The research method used is a qualitative method and the formulation of the concept. The output is to be able to produce the right digital marketing concept for rural tourism, especially at the pre-experience stage related to the search for information on tourism programs and price information.

**Keywords:** Digital marketing, tourist experience, rural tourism.



## Gastronomide Yükselen Eğilim: Umami Trendi

**Ayşe KAYABAŞI**

Y.L. Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi, Konya,  
Türkiye, ayse.kayabasi@ogr.deu.edu.tr

**Nihan Göğüş BAĞIŞ**

Dr. Öğr. Üyesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Efes Meslek Yüksekokulu, Gıda İşleme Bölümü,  
Gıda Teknolojisi Programı, İzmir, Türkiye, nihan.gogus@deu.edu.tr

### Özet

Umami, gıdalarda bulunan serbest amino asitlerden biri olan monosodyum glutamatın verdiği acı, tatlı, tuzlu ve ekşi tatların dışında keşfedilen beşinci temel tatlardan biri olarak kabul edilmektedir. Umami, Japon bilim insanı olan Kikunae Ikeda tarafından Japon mutfağının temelini oluşturan kurutulmuş kombudan yapılmış dashi ile keşfedilmiştir. Kombü ve dashide bulunan çeşitli tuz formunda ki bileşikler umami tadını oluşturmaktadır. Bu tat domates, mantar, tahıllar, kuru fasulye, ton balığı, uskumru, tuna balığı, kuşkonmaz, kiraz, soya fasulyesi, patates, havuç ve yumurta gibi çeşitli besinlerde doğal olarak bulunmakta, farklı pişirme yöntemi ve saklama metotlarıyla açığa çıkarılabilmektedir. Umaminin bu yönü bilim ve mutfağı buluşturan bir nokta olarak ortaya çıkmaktadır. Dünya'nın çeşitli yerlerinden birçok şef, girişimci ve miksolojist son 10 yılda umamiyi verimli bir şekilde kullanabilmek için Japonya'ya gitmektedir. Bu da umami tadının, dünya çapında yaygın bir lezzet olarak kabul edildiğini göstermektedir. Bu popülerite umamiyi gastronomide bir trend haline getirmektedir. Bu çalışmada umaminin keşfedilişi, umami bileşeni içeren besinler ve yiyecek içecek sektöründe umaminin trend oluşu gibi konuların açıklanması amaçlanmaktadır. Bu konular ile ilgili derleme bir çalışma ortaya konulacaktır. Literatür taraması sonunda umaminin gastronomi trendi olarak ilk defa ele alınacak olması araştırmanın önemini oluşturmaktadır. İnternet kaynakları dâhil konuyla ilgili olan çalışılmış toplam 45 kaynak taranmıştır. Literatür tam metinde verilecektir. Araştırma sonucunda umami tadının aslında birçok besinde doğal olarak bulunduğu anlaşılmaktadır. Umami içeren besinlerin yiyecek içecek sektöründe besin eşleşmesi açısından kolaylık ve açıklık sağladığı görülmektedir. Buna örnek olarak İtalyanların mantarlı domates sosuna parmesan peyniri eklemeleri örnek verilebilir. Umaminin bu olumlu yönü içecek sektöründe de yeni reçetelerin oluşturulması, reçetelerdeki farklı lezzetlerin ortaya çıkarılması ve var olan lezzetlerin daha çekici hale getirilmesi sebebi ile umami açısından zengin besinlerin sıklıkla kullanımının sağlandığı görülmektedir. Yakın gelecekte yiyecek içecek sektörünün her alanında bir trend olarak geniş bir yere sahip olacağı aktarılmaktadır. Bu öngörünün bir sonucu olarak umami tadının tüketiciyi harekete geçiren yeni bir gastro deneyim olması beklenmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Umami, beşinci tat, monosodyum glutamat.



## The Rising Trend in Gastronomy: The Umami Trend

### Abstract

Apart from the bitter, sweet, salty and sour flavors, umami given by monosodium glutamate, one of the free amino acids found in foods is considered to be one of the fifth essential flavors discovered. Umami was discovered by Japanese scientist Kikunae Ikeda with dashi made from dried kombu, which forms the basis of Japanese cuisine. Various compounds in the form of salts found in kombu and dashi create the umami taste. This flavor is found naturally in various foods such as tomatoes, mushrooms, cereals, beans, tuna, mackerel, tuna, asparagus, cherries, soybeans, potatoes, carrots and eggs, and can be revealed by different cooking and storage methods. This aspect of umami emerges as a point where science and cuisine meet. Many chefs, entrepreneurs and mixologists around the world have been going to Japan in the last 10 years to use umami efficiently. This shows that umami taste is accepted as a common flavor around the world. This popularity makes umami a trend in gastronomy. In this study, it is aimed to explain the subjects such as the discovery of umami, foods containing umami components and the trend of umami in the food and beverage industry. A review study on these subjects will be presented. A total of 45 related resources, including internet resources, have been scanned. As a result of the study, it is understood that the taste of umami is actually found naturally in many foods. At the end of the literature review, umami will be discussed as a gastronomy trend for the first time which constitutes the importance of the research. As a result of the research, it is seen that umami-containing foods provide convenience and clarity in terms of nutrient matching in the food and beverage sector. Examples of sectoral pairing are “dashi” made with kombu seaweed and dried bonito pieces and continued to add it to various dishes by Japanese, the addition of Chinese leek and cabbage to chicken soup, as in a Scottish dish “lancock-a-leekie” soup, and adding Parmesan cheese to mushroom tomato sauce by Italians. Due to all these positive aspects of umami, new recipes are created in the beverage industry, different flavors are revealed in the recipes and the existing flavors are made more attractive. It is reported that in the near future, umami will have a wider place as a trend in all areas of the food and beverage industry. As a result of this foresight, the taste of umami is expected to be a new gastro experience that stimulates the consumer.

**Keywords:** Umami, fifth taste, monosodium glutamate.



## Mevlevilikte Mutfak ve Yemek Kültürü

**Gül Seray ŞİMŞEK**

Y.L. Öğrencisi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı,  
Aydın, Türkiye, gulseray.simsek@gmail.com

**Zeynep ASLAN**

Prof.Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Aydın, Türkiye,  
z.aslan.izmir@gmail.com

### Özet

Türk mutfacı, içerisinde farklı birçok öğeyi barındıran zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Bu zenginliğin içerisinde Mevlevi mutfacının da ayrı bir yeri bulunmaktadır. Mevlevilikte beslenme, nefis terbiyesinde bir araç olarak görülmekle beraber ibadetleri tamamlayıcı bir unsur da oluşturmaktadır. Bu açıdan Matbah-ı Şerif olarak adlandırılan mutfak, dervişlerin manevi yönden geliştikleri ve olgunlaştığı bir eğitim yeri olması nedeniyle büyük bir öneme sahiptir. Bu yönleriyle mutfak, dergahın ruhu olarak görülmektedir. Mevlevi mutfacında sofrada ve düzeni gibi unsurların kendine has özellikleri bulunmaktadır. Özellikle sofrada, belirli bir merasim içerdiği için ayrıca önem arz etmektedir. Mevlevi mutfacında var olan kuralların manevi bir karşılığı da vardır. Aynı zamanda mutfakta çeşitli iş dağılımı yapılmakta ve bu on sekiz farklı hizmeti dergahdaki dervişler gerçekleştirmektedir. Kutsal bir yer olarak atfedilen ocak ise, Ateşbaz-ı Veli' nin makamı olarak görülmektedir. Ateşbaz-ı Veli, dünyada bir türbeye sahip olduğu bilinen ilk ve tek aşçıbaşısıdır. Mevlevi mutfacı, mistik yönüyle hem Türk mutfacını hem de Konya mutfacını etkilemesi açısından önem taşımaktadır. Konunun öneminden yola çıkılarak hazırlanan bu çalışmada; Mevlevi geleneğini şekillendiren ve manevi yönden besleyen mutfak ve yemek kültürünün derinlemesine incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada ilk olarak, Mevleviliğin gelişim gösterdiği Konya ilinin tarihsel süreçte mutfak ve yemek kültürüne değinilmektedir. Ardından Mevlevi mutfak kültürü başlığı altında; Mevlevi mutfacında yeme-içme kültürü, sofrada düzeni, sofrada adabı ve yemek pişirme tekniklerine yer verilmektedir. Son olarak da Mevlevi mutfacında öne çıkan yiyecek ve içecekler tanıtılmaktadır. Çalışma, ikincil veri toplama tekniklerinden literatür taraması yapılarak ortaya konulmaya çalışılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Konya mutfacı, mevlevi mutfacı, Ateşbaz-ı Veli.



## Culinary and Food Culture in Mevlevism

### Abstract

Turkish cuisine has a rich culinary culture that includes many different items. Mevlevi cuisine has a special place in this richness. In Mevlevism, nutrition is seen as a means of training the soul, but it also constitutes a complementary element to worship. In this respect, the kitchen, which is called Matbah-ı Şerif, has a great importance as it is a place of education where dervishes develop and mature spiritually. With these aspects, the kitchen is seen as the soul of the dervish lodge. Elements such as table manners and setting in Mevlevi cuisine have their own characteristics. Table manner is especially important because it includes a certain ceremony. The rules that exist in the Mevlevi cuisine also have a spiritual counterpart. At the same time, various work is distributed in the kitchen and these eighteen different services are performed by dervishes in the dervish lodge. The seedbed, which is attributed as a sacred place, is seen as the office of Ateşbaz-ı Veli. Ateşbaz-ı Veli is the first and only chef known to have a tomb in the world. Mevlevi cuisine is important in terms of influencing both Turkish cuisine and Konya cuisine with its mystical aspect. In this study, which was prepared based on the importance of the subject; It is aimed to examine in depth the cuisine and food culture that shapes and spiritually nourishes the Mevlevi tradition. In the study, firstly, the culinary and food culture of Konya, where Mevleviism developed, is mentioned in the historical process. Then under the title of Mevlevi cuisine culture; In Mevlevi cuisine, eating and drinking culture, table setting, table manners and cooking techniques are included. Finally, the prominent foods and beverages in Mevlevi cuisine are introduced. The study was tried to be revealed by making a literature review, one of the secondary data collection techniques.

**Keyword:** Konya cuisine, Mevlevi cuisine, Ateşbaz-ı Veli.





## Hükümet Programları Çerçevesinde Turizm Politikalarının Analizi

### **Güray KARACIL**

Doktora Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Konya,  
Türkiye, guraykaracil@gmail.com

### **Çağrı SAÇLI**

Dr. Öğretim Üyesi, Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Mersin,  
Türkiye, cagri.saccli@mersin.edu.tr

### **Ceyhan Can ÖZCAN**

Doç. Dr. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya,  
Türkiye, ccozcan@erbakan.edu.tr

### **Özet**

Belirli sorunların çözümü için gelecekte alınacak önlemlerin ve önceden kabul edilen ilkelerin bütünü oluşturulan politika, gündemi belirleme, karar verme ve son olarak uygulama aşamalarından oluşan süreçlerin tamamını kapsamaktadır. Kamu politikası ise hükümetlerin ve/veya kamu kurumlarının yapmayı veya yapmamayı tercih ettiği şeyler, amaçlı eylemler paketleri olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda bir kamu politikası olan hükümet programları içerisindeki turizm politikalarının analiz edilmesi amaçlanmaktadır. 23 Nisan 1920 yılında millet iradesini temsil etmek amacıyla açılan Birinci Büyük Millet Meclis tarafından 24 Nisan 1920’de seçilerek görevlendirilen 5 Muvakkat İcra Encümenleri Heyeti ile Cumhuriyetin (29 Ekim 1923) ilanından 9 Temmuz 2018 yılına kadar 65 hükümet kurulmuştur. Türkiye Büyük Millet Meclisinin 10 cilt halinde yayımlandığı “Hükümetler - Programları ve Genel Kurul Görüşmeleri” (5 Muvakkat İcra Encümenleri Heyetinin ve 61 hükümetin programı) ile 62, 63, 64 ve 65. Hükümetlerin yayımladıkları hükümet programlarındaki turizm politikaları nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi ile gerçekleştirilmesi planlanmaktadır. Veri toplama aracı olarak doküman analizi yöntemi ile toplanacak veriler, iki ana başlık altında incelenecektir. İlk başlıkta tarihsel süreç içerisinde hükümet programlarında yer verilen turizm politikaları kronolojik olarak verilecektir. İkinci başlıkta ise, hükümet programlarındaki turizm politikaları tek parti ve koalisyon hükümetleri olmak üzere iki alt başlık altında incelenecektir. Bu şekilde iki ana başlık altında ayrı ayrı incelenmesinin amacı, turizm politikalarının bir siyasi parti politikası mı yoksa bir devlet politikası mı olduğunun tespit edilmesidir. Son olarak araştırma sonuçları çerçevesinde gelecekte bu konuda çalışmak isteyen bilim insanlarına ve siyaset yapıcılara önerilerin sunulması planlanmaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Hükümet programı, turizm politikası, içerik analizi.



## Analysis of Tourism Policies in the Framework of Government Programs

### Abstract

Policy, which constitutes the whole of the measures to be taken in the future and the previously accepted principles for the solution of certain problems, covers the whole processes consisting of setting the agenda, making a decision and finally implementing it. Public policy, on the other hand, is defined as packages of purposeful actions, things that governments and/or public institutions choose to do or not to do. In this context, it is aimed to analyze tourism policies within government programs, which is a public policy. From the proclamation of the Republic (October 29, 1923) to July 9, 2018, 65 governments were established with the 5 Interim Executive Committees elected and appointed on April 24, 1920 by the First Grand National Assembly, which was opened on April 23, 1920 to represent the will of the nation. “Governments Programs and General Assembly Discussions” published in 10 volumes by the Grand National Assembly of Turkey (programs of 5 Interim Executive Committees and 61 governments) and tourism policies in government programs published by the 62nd, 63rd, 64th and 65th Governments are planned to be carried out through content analysis, one of the qualitative research methods. The data to be collected by the document analysis method as a data collection tool will be examined under two main headings. In the first title, tourism policies included in government programs throughout the historical process will be given chronologically. In the second title, tourism policies in government programs will be examined under two sub-titles as single-party and coalition governments. In this way, the purpose of examining separate settings under two main headings is to determine whether tourism policies are a political party policy or a state policy. Finally, within the framework of the research results, it is planned to present suggestions to scientists and policy makers who want to work on this subject in the future.

**Keywords:** Government program, tourism policy, content analysis.



## Etnik Turizminin Kırsal Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi

*Şerife KOÇ*

YÖK 100/2000 Doktora Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü/İktisat Anabilim Dalı, Alt Alan: Kırsal Kalkınma, Konya, Türkiye, serifekoc20@gmail.com

### Özet

Kırsal kalkınma genellikle bir dizi faaliyeti birleştiren modernleşme hareketi olarak ifade edilir. Kırsal kalkınma, kırsal alanlarda varlıklarını sürdürmeye çalışan insanların gelir düzeylerini ve refahını yüksek bir seviyeye çıkarmak, sosyal ve kültürel olarak gelişmelerini hızlandırmak gibi birçok amaca hizmet etmektedir. Ayrıca mevcut durumda kır ve kent arasındaki sosyal, kültürel ve ekonomik farklılıkları azaltmak suretiyle müreffeh bir yaşam standardına ulaşmayı amaçlamaktadır. Kırsal alanlarda yaşayan insanların yaşam seviyelerini iyileştirme çabaları ile birlikte sürdürülebilirliği sağlamak, çevrenin korunması, doğal kaynakların ve mirasın korunmasını sağlamakta bu amaçlar arasında yer almaktadır. Bu noktada kırsal alanlarda tarımsal faaliyetlerin yaygın olması kalkınmayı sağlamak için tek başına yeterli bir unsur olmadığı açıktır. Bu sebeple kırsal kesimlerde turizmin gelişmesi, kırsal refah artışını hızlandıracakları öngörüldüğünden dolayı turizm sektörünü ön plana çıkarmaktadır. Dahası turizm sektörü kültürel, çevresel ve doğal kaynakları doğrudan sermaye olarak kullanabildiği için yerel potansiyellerin turizme kazandırılması hayati önem taşımaktadır. Örneğin ülkeler, turizm sektöründen gelir elde edebilmek ya da elde edilen mevcut gelirlerini yükseltmek için etnik kimlik politikaları çerçevesinde etnik değerleri ön plana çıkartarak ülkeye çekicilik kazandırmaktadırlar. Bu bağlamda çalışmanın amacı alternatif turizm türleri arasında yer alan etnik kimlik turizminin kırsal kalkınma üzerindeki ekonomik, kültürel ve sosyal etkilerini kavramsal olarak tespit etmeye çalışmaktır. Bu çalışmanın ilk bölümünde etnik kimlik kavramı ve turizm ilişkisine değinilmiş, ikinci bölümde etnik turizmin kırsal kalkınma için önemine yer verilmiş ve son bölümde ise sonuç ve öneriler kısmı bulunmaktadır. Etnik kimlik turizmi üzerine yapılan çalışmaların yeterli düzeyde olmaması ve kırsal kalkınma çalışmalarında da etnik kimlik turizminin etkisi üzerinde durulmadığından bu çalışma literatürde diğer çalışmalardan ayrılacaktır. Bu çalışmanın sonucunda kırsal kalkınmanın sağlanabilmesi için etnik turizm politikalarına ihtiyaç olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Etnik kimlik, kırsal kalkınma, turizm.



## Evaluation of Ethnic Tourism in Terms of Rural Development

### Abstract

Rural development is often referred to as a modernization movement that combines a number of activities. Rural development serves many purposes, including increasing the income levels and prosperity of people trying to maintain their presence in rural areas, and accelerating their development socially and culturally. It also aims to achieve a prosperous standard of living by reducing social, cultural and economic differences between the country and the city in the present situation. It is among these objectives to ensure sustainability, protect the environment, protect natural resources and heritage, together with efforts to improve the life levels of people living in rural areas. At this point, it is clear that the widespread use of agricultural activities in rural areas is not sufficient alone to ensure development. For this reason, the development of tourism in rural areas is foreseen to speed up the rise in rural prosperity, and therefore highlights the tourism sector. Moreover, tourism is vital because the tourism sector can use cultural, environmental and natural resources as direct capital. For example, countries are attracting the country by highlighting ethnic values within the framework of ethnic identity policies to obtain income from the tourism sector or to raise existing revenues. The aim of this study is to conceptually identify the economic, cultural and social effects of ethnic identity tourism among alternative types of tourism on rural development. In the first part of this study, the concept of ethnic identity and the relationship of tourism were discussed, the second part included the importance of ethnic tourism for rural development, and the final chapter includes the section of results and recommendations. The study will be separated from other studies in the literature, as studies on ethnic identity tourism are not sufficiently underdeveloped and the impact of ethnic identity tourism in rural development studies is not focused. The result of this study has been determined that ethnic tourism policies are needed to ensure rural development.

**Keywords:** Ethnic identity, rural development, tourism.



## Şehir Pazarlamasında Kentsel Rekreasyon Alanlarının Rolü

**Yasin ÖZDEMİR**

Y.L. Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, SBE Rekreasyon ABD YL, Konya, Türkiye,  
ozdemiryasin288@gmail.com

**Murat KOÇYİĞİT**

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi, Konya, Türkiye,  
mkocyyigit@erbakan.edu.tr

### Özet

Günümüzde bireyler ya da yerel yönetimler yaşadıkları şehirleri tanıtmak isterler. Şehir tanıtımının veya şehir pazarlamasının farklı yolları vardır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte rekreasyon alanlarının şehir pazarlamasında önemli bir yere sahip olduğu düşünülmektedir. Bu makalenin amacı kentsel rekreasyon alanlarının şehir pazarlamasındaki temel etkenini ve kentsel rekreasyon alanlarının şehirler için önemini ölçmektir. Bu amaca ulaşabilmek için; şehirlerin pazarlanmasında kullanılan rekreasyon alanlarının etkinliği ne ölçüde? Bu alanlarını şehir pazarlamasındaki önemi nedir? Kentsel rekreasyon alanları şehirlerin pazarlamasında temel araç rolünde midir? gibi sorulara cevap aranmıştır. Bu bağlamda Konya ilinde belirlenen üç rekreasyon alanı ve diğer rekreasyon alanları çalışmanın temel rekreasyon alanlarını oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında araştırmanın evrenini Konya ilindeki belirlenen alanlara ziyaret eden bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise Konya ilinde ikamet eden ve Konya iline ziyarette bulunan ve belirlenen rekreasyon alanlarını aktif olarak kullanan bireyler oluşturmaktadır. Belirlenen üç rekreasyon alanı ve diğer rekreasyon alanlarına yönelik bu alanları kullanan katılımcıların tatmin düzeyi, yeterliliği, denetimi, çeşitliliği vb. kıstaslardan yararlanılarak veriler toplanmıştır. Araştırma nicel araştırma desenlerinden olasılığa dayalı olmayan örnekleme türlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenen tarihler arasında gerçekleştirilmiş olup, online anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Araştırmanın bulguları incelendiğinde; şehir pazarlaması stratejilerinden faydalanırken sosyal medyanın etkili bir kanal olduğu ve Konya ili özelinde kentsel rekreasyon alanlarının şehir pazarlamasında etkili bir araç olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Şehir, rekreasyon alanları, şehir pazarlaması.



## The Role of Urban Recreation Areas in City Marketing

### Abstract

Today, individuals or local governments want to promote the cities in which they live. There are different ways of promoting or marketing the city. With the development of technology, recreation areas are thought to have an important place in city marketing. The aim of this article is to measure the main factor of urban recreation areas in city marketing and the importance of urban recreation areas for cities. In order to achieve this goal; to what extent is the effectiveness of recreation areas used in the marketing of cities? What is the importance of these areas in city marketing? Are urban recreation areas a key tool in the marketing of cities? questions such as. In this context, the three recreation areas and other recreation areas determined in Konya province constitute the main recreation areas of the study. Within the scope of the research, the universe of the research consists of individuals who visited the designated areas in Konya province. The sample of the research is the people of Konya who live in Konya province and visit Konya province and actively use the designated recreation areas. It was intended to increase the reliability of the research by using the criteria such as satisfaction level, adequacy, supervision, diversity, etc. of the guests who use these areas for the three designated recreation areas and other recreation areas. In the study, relational scanning model from quantitative research patterns was used and data collection techniques were carried out by survey method. When the findings of the study are examined; It has been concluded that social media is used effectively when benefiting from city marketing strategies and that Konya province is better at marketing strategies than other provinces.

**Keywords:** City, city marketing, recreation areas.





## Konaklama İşletmelerinde Güvenli Turizm Sertifikasyonu

**Serap SERİN KARACAER**

Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri  
Bölümü, Aksaray, Türkiye, sskaracaer@gmail.com

**Ayşe Nevin SERT**

Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü,  
Konya, Türkiye, nevinsert@gmail.com

### Özet

Dünya Sağlık Örgütü tarafından “pandemi” olarak ilan edilen Covid-19 salgını, dünya ülkelerinin hemen hemen hepsinde turizm sektörünün de içinde olduğu birçok sektörü etkilemiştir. Öncülüğünü Türkiye’nin yaptığı ve birçok ülkenin de örnek aldığı “Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı” turizm sektörünün, Covid-19 salgını karşısında toparlanma sürecinde gerçekleştirdiği en önemli çalışmalarından birisidir. Turizm işletmelerinin uymaları gereken sağlık ve hijyen kuralları ile birlikte almaları gereken önlemleri de kapsar nitelikte olan program; Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın öncülüğünde tüm sektör paydaşlarının iş birliği ile hayata geçirilmiştir. Dünya ülkeleri “güvenli turizm” kavramı çerçevesinde incelendiğinde; İspanya ve Seyşeller gibi en ünlü turizm destinasyonlarında benzer sertifika programı çalışmaları yapıldığı görülmektedir. Bununla birlikte UNWTO’nun da (Dünya Turizm Örgütü) “güvenli turizm” odaklı çalışmalar başlatmış bulunmaktadır. Çalışma kapsamında dünyaca ünlü turizm destinasyonlarında ve Türkiye’de uygulanan “güvenli turizm” sertifika programları karşılaştırmalı olarak irdelenmiş olup, araştırma nitel araştırma yönteminden hareketle durum çalışması olarak desenlenmiştir. Araştırma kapsamında Türkiye’de uygulanan sertifika programı ile yabancı destinasyonlarda uygulanan programlar nitelik ve nicelik yönünden kıyaslanmıştır. Elde edilen bulgular değerlendirildiğinde; Türkiye’nin bu konuda öncü olduğu, birçok ülkenin Türkiye’de uygulanan programı örnek aldığı, söz konusu sertifika programının sadece konaklama tesislerinde değil havaalanı, kafe, restoran, kültür ve sanat tesisleri, deniz turizmi işletmeleri gibi geniş bir yelpazede kullanılmaya başlanmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Güvenli turizm, Covid-19, sağlık, hijyen.



## Safe Tourism Certification in Hospitality Industry

### Abstract

The Covid-19 epidemic, declared as a “pandemic” by the World Health Organization, has affected many sectors, including the tourism sector, in almost all countries of the world. The “Safe Tourism Certification Program” pioneered by Turkey and taken as an example by many countries, is one of the most important works carried out by the tourism industry during the recovery period against the Covid-19 epidemic. The program, which covers the health and hygiene rules that tourism enterprises must comply with as well as the precautions they must take, was implemented in cooperation with all sector stakeholders under the leadership of the Ministry of Culture and Tourism in Turkey. When the countries of the world are examined within the framework of the concept of “safe tourism” it is seen that similar certificate program studies are carried out in the most famous tourism destinations such as Spain and Seychelles. In addition, UNWTO (World Tourism Organization) has started studies focused on “safe tourism”. Within the scope of the study, “safe tourism” certificate programs applied in world-famous tourism destinations and hospitality industry in Turkey were examined comparatively, and the research was designed as a case study based on the qualitative research method. Within the scope of the research, the certificate program applied in Turkey and the programs applied in foreign destinations were compared in terms of quality and quantity. When the obtained findings are evaluated it is seen that Turkey is a pioneer in this regard, many countries take the program implemented in Turkey as an example, and the said certificate program has started to be used not only in accommodation facilities, but also in a wide range such as airports, cafes, restaurants, culture and art facilities and sea tourism businesses.

**Keywords:** Safe tourism, Covid-19, health, hygiene.



## Kentsel Rekreasyon Alanlarının Kent Tanıtımına Katkısında Halkla İlişkilerin Aracılık Rolü

**Yasin AKAR**

Y.L. Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, SBE Rekreasyon ABD YL, Konya, Türkiye,  
akaryasin15@gmail.com

**Murat KOÇYİĞİT**

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi, Konya, Türkiye,  
mkocyigit@erbakan.edu.tr

### Özet

Bireyler günlük hayatın vermiş olduğu monotonluk ve stresten kurtulma amacıyla rekreatif etkinliklere ihtiyaç duymuşlardır. Kentsel yerleşim alanlarında bulunun bireylerin genellikle tercih ettiği alanlar kentsel rekreasyon alanlarıdır. Bu makalenin amacı; kentsel rekreasyon alanlarının kent tanıtımına katkısında halkla ilişkilerin aracılık rolünü açıklamaktır. Bu bağlamda Konya Kelebekler Vadisi, Mevlâna Müzesi ve 80 Binde Devri Âlem Parkı örneği üzerinden kentsel rekreasyon alanların kent tanıtımında halkla ilişkilerin aracılık rolü araştırılmıştır. Bu amaca ulaşabilmek için; Kentsel Rekreasyon Alanlara katılımı etkileyen faktörler nelerdir? Günümüzün önemli tanıtım aracı olan halkla ilişkilerin kent tanıtımına etkisi nedir? gibi sorulara cevap aranmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın evrenini, şehir halkı ve şehir dışından gelen Kelebekler Vadisi, Mevlâna Müzesini ve 80 Binde Devri Âlem Parkını ziyaret eden kişiler oluşturmaktadır. Fakat araştırma kapsamında Konya Kelebekler Vadisi, Mevlâna Müzesi ve 80 Binde Devri Âlem Parkını, ziyaret eden kişilerin tamamına ulaşmak kısıtlı zaman, maliyet ve örnekleme ulaşım zorluğundan dolayı, araştırma nicel araştırma desenlerinden olasılığa dayalı olmayan örnekleme türlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenen tarihler arasında veri toplama yöntemlerinden anket tekniği gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bulguları incelendiğinde “Konya’daki Kentsel rekreasyon alanlarının web sayfaları kent tanıtımında önemli bir halkla ilişkiler aracıdır” ifadesine kadınların erkeklerden daha yüksek düzeyde katılım sağladığı ve erkeklerden daha yüksek ortalamaya sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu sonuçla web sayfalarının kent tanıtımında önemli bir halkla ilişkiler aracı olduğu söylenebilir.

**Anahtar kelimeler:** Kent, kentleşme, kentsel rekreasyon alanları, rekreasyon, halkla ilişkiler.



## The Intermediary Role of Public Relations in the Contribution of Urban Recreation Areas to the Publicity of the City

### Abstract

Individuals needed recreational activities in order to get rid of the monotony and stress of daily life. The areas of choice of individuals in urban settlements are urban recreation areas. The purpose of this article is to; to explain the role of public relations as an intermediary in the contribution of urban recreation areas to urban promotion. In this context, the role of public relations in the promotion of urban recreation areas was investigated through the example of Konya Butterfly Valley, Mevlana Museum and 80 Thousandde Era World Park. In order to achieve this goal; What are the factors affecting participation in Urban Recreation Areas? What is the impact of public relations, which is today's important promotional tool, on urban promotion? questions such as Accordingly, the universe of research is made up of people who visit the Valley of Butterflies, Mevlana Museum and 80 Thousandth Century World Park from outside the city. However, within the scope of the research, konya Butterfly Valley, Mevlana Museum and 80 Thousand Era World Park, due to limited time, cost and sampling transportation difficulties to reach all visitors, survey technique was carried out from data collection methods between the dates determined by sampling method easily from non-probability sampling types from research quantitative research patterns. When the findings of the study were examined, it was determined that women participated at a higher level than men and had a higher average than men in the statement "Web pages of urban recreation areas in Konya are an important public relations tool in urban promotion".

**Keywords:** City, urbanzitaion, urban recreation areas, recreation, public relations.



## Rekreasyon Pazarlaması ve Şehir Markalaşması İlişkisinin İncelenmesi

**Berkan KAYA**

Y.L. Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, SBE Rekreasyon ABD YL, Konya, Türkiye,  
kayaberkn@gmail.com

**Murat KOÇYİĞİT**

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Konya, Türkiye,  
mkocyyigit@erbakan.edu.tr

### Özet

Kentsel rekreasyon alanları, rekreasyon pazarlaması ve şehrin markalaşmasında açısından etki düzeyi oldukça yüksek olan alanlar olarak ifade edilmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı; rekreasyon pazarlaması ve şehir markalaşması arasındaki ilişkiyi Konya ili örneği üzerinde incelemektir. Bu bağlamda şehrin markalaşmasında önemli bir etkisi olduğu ifade edilen kentsel rekreasyon alanlarının rekreasyon pazarlaması ve şehir markalaşması açısından incelenmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmada rekreasyon pazarlaması ve şehir markalaşmasında kentsel rekreasyon alanlarının önem düzeyinin ne olduğu sorusuna cevap aranmıştır? Bununla birlikte, rekreasyon pazarlaması ile şehir markalaşması arasındaki ilişkinin ne yönde olduğu da araştırmanın cevap aradığı bir diğer sorudur? Bu doğrultuda araştırmanın evrenini Konya ilinde yaşayan ve şehir dışından gelerek Konya'daki rekreasyon alanlarını ziyaret eden bireyler oluşturmaktadır. Fakat evrenin tamamına ulaşmak için kısıtlı zaman, maliyet ve örnekleme ulaşımın zor olmasından dolayı araştırma, olasılığa dayalı olmayan örnekleme türlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenen tarihler arasında veri toplama yöntemlerinden anket tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın kapsamında 415 kişiye anket uygulanmış olup Google Formlar üzerinden online olarak elde edilen veriler doğrultusunda analiz gerçekleştirilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler incelendiğinde, Konya'da bulunan rekreasyon alanlarının rekreasyon pazarlaması ve şehir markalaşması açısından önemli bir unsur olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte, kentsel rekreasyon alanlarının kentin tarihi ve kültürel yönleri açısından kente yönelik çekiciliği ve ilgiyi artırdığı araştırmanın diğer bulguları arasında yer almaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Rekreasyon, rekreasyon pazarlaması, marka şehir, şehir markalaşması, pazarlama.



## Examining the Relationship Between Recreation Marketing and City Branding

### Abstract

Urban recreation areas are expressed as areas with a high level of impact in terms of recreation marketing and branding of the city. In this direction, the aim of the study is; The aim of this study is to examine the relationship between recreation marketing and city branding on the case of Konya. In this context, it is important to examine urban recreation areas, which are stated to have an important effect on the branding of the city, in terms of recreation marketing and city branding. In this study, an answer was sought to the question of what is the importance of urban recreation areas in recreation marketing and city branding? However, what is the relationship between recreation marketing and city branding is another question that the research seeks to answer? In this direction, the population of the research consists of individuals living in Konya and visiting the recreation areas in Konya from outside the city. However, due to the limited time, cost and difficulty in reaching the sample to reach the whole population, the research was carried out with the survey technique, one of the data collection methods, between the dates determined by the convenience sampling method, which is one of the non-probability sampling types. Within the scope of the research, 415 people were surveyed and the analysis was carried out in line with the data obtained online via Google Forms. When the data obtained in the research were examined, it was determined that the recreation areas in Konya are an important element in terms of recreation marketing and city branding. However, it is among the other findings of the research that urban recreation areas increase the attractiveness and interest of the city in terms of the historical and cultural aspects of the city.

**Key:** Recreation, recreation marketing, brand city, city branding, marketing





## Mutfak Kültüründe Cevizin Faydaları ve Cevizli Ürünler

**Esra ÇAÇUR**

Y.L Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Konya, esracacur@hotmail.com

**Eda GÜNEŞ**

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya, egunes@erbakan.edu.tr

### Özet

Yağ asitleri açısından “kalp dostu, kolesterol düşürücü” olarak birçok gıda içinde tüketilen ceviz; sadece insanlar için değil bıldırcın ya da farklı böcekler açısından kullanılan bir yemiştir. Sağlıklı beslenmede önemi giderek artan Ceviz (Juglans); Ülkemizde birçok bölgede yetişmesi bakımından mutfak kültürümüzde kullanım alanı geniştir. Reçel, muhammara, nokul, lokum, bat, yayım, baklava ve soslar gibi birçok ürün bileşiminde ceviz yer almaktadır. Çalışmada gastronomik açıdan cevizin beslenmede kullanılması ve besin değerlerinden kısaca bahsedilmiş, çıkarımlar yapılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Ceviz, gastronomi, beslenme, meyve, yemişler.



## Benefit of Walnut and Walnut Products in Culinary Culture

### Abstract

Walnuts are consumed in many foods as “heart-friendly, cholesterol-lowering” in terms of fatty acids; it is a dish used not only for people, but also for quail or insects. Walnuts (*Juglans*), whose importance is increasing in healthy eating, are widely used in our culinary culture in terms of growing in many regions in our country. Walnuts are included in the composition of many products such as jam, muhammara, nokul, Turkish delight, bat, yayım, baklava and sauces. In the study, the use of walnuts in nutrition from a gastronomic point of view and nutritional values were briefly mentioned and inferences were made.

**Keywords:** Walnuts, gastronomy, nutrition, fruit, nuts.



## A Study on Fortification of Bread with Bone Broth

**Büşra KOCAYİĞİT**

Y.L. Öğrencisi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İzmir, Türkiye, busrakocayigit45@hotmail.com

**Atilla AKBABA**

Prof. Dr., İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, İzmir, Türkiye, atilla.akbaba@ikcu.edu.tr

**Melike SAKİN YILMAZER**

Doç. Dr., İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, İzmir, Türkiye, melike.sakin.yilmazer@ikcu.edu.tr

### Abstract

Bread is evidently the most consumed food product in meals, in our country. In this study, it is aimed to improve the nutritious and textural character of bread by reformulation and fortification it with the addition of bone broth. Bone broth is well known for its flavor and nutritive value and also it provides gelling and thickening feature to the bread dough. Within the scope of the study, bread dough was prepared with different ratios of bone broth, then baked at constant oven conditions. Various analyzes (volume increase, sensory evaluation) were performed to see if bone broth provides the expected benefit to bread dough. After these analyzes, the results were further analysed, statistically. Bone broth ratio of 33%, by weight (g bone broth/g added water), was observed to be the most desired one, although it was not statistically significant. All the bread samples fortified with bone broth was preferred, sensorly, at a level similar to non-fortified bread ( $p>0.05$ ). Demand of consumers for food products varies according to the composition of nutrients as well as the welfare and social structure of the society, and this affects the market value of the reformulated products, such as bread with bone broth.

**Keywords:** Bone broth, bread, fortification of bread, sensory evaluation.



## Turizm Sosyolojisi: Geçmişten Bugüne Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri

*Nesrin TUNCAI*

Dr. Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Konya,  
nevriztuncay@hotmail.com

*Selman BAYRAKCI*

Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Konya,  
sbayrakci@erbakan.edu.tr

### Özet

Sosyal olanın başlangıcını nasıl kabul edersek edelim şu bir gerçektir ki insan, tek başına yaşayamaz ve birbirine sürekli ihtiyaç duyar. Dolayısıyla toplumsal olan her şey sosyolojinin ilgi alanına girmektedir. Bunlardan biri de turizmdir. Turizm, farklı sosyal ve kültürel yapılara sahip toplumların birbirleriyle ilişkiler kurmasına neden olan sosyal bir olaydır. Turizm sosyolojisi ise turizm olgusunun içinde olan toplumsal ilişkileri, oluşumları, etkileşimleri ve turizmin tarih boyunca toplumsal değişim süreci içindeki yeri gibi konuları incelemektedir. Sosyologları turizm olayını incelemeye iten sebeplerin başında, turizmin bireysel, yerel veya belirli toplumsal gruplara özgü bir faaliyet olmaktan çıkmış olmasıdır. Turizm sosyolojisini anlamak için turist bakışının gelişimini ve turizmin sosyo-kültürel etkilerinin geçmişten bugüne tarihsel dönüşümünü anlamak önemlidir. Bu yüzden bu çalışmada turizm üzerine sosyolojik literatür gözden geçirilmiş, alanın tarihsel bir araştırması yapılmış, turizm sosyolojisine yönelik temel kavramlar ve yaklaşımlar ele alınmıştır. Özellikle de turizmin sosyolojik bakış açısıyla incelenmesinin hız kazandığı 1960'lerden günümüze turizmin değişen doğası üzerinde durulmuş ve turizmin sosyo-kültürel etkilerine odaklanılmıştır. Turizmin sosyo-kültürel etkileri sayısız ve çeşitlidir. Turistik yerlerin sosyo-kültürel özelliklerini, turistlerin farklı ihtiyaçlarını ve deneyimlerini, aynı anda hesaba katan ve bunları karşılaştıran bir araştırma programı benimsenmelidir. Çok sayıda ampirik araştırma yapılmasına rağmen bunlar genellikle teorik açıdan eksik kalabilmektedir. Karşılaştırmalı araştırmaların yapılması, böylesine teorik olarak sofistike bir araştırma alanı olan sosyolojik turizm çalışmalarını kuşatan yanlış anlamaların ve en azından görünürdeki tartışmaların çoğunun çözülmesine yardımcı olabilir.

**Anahtar kelimeler:** Turizmin sosyolojik gelişimi, turizm sosyolojisi, turizmin sosyo-kültürel etkileri.



## Tourism Sociology: Socio-Cultural Effects of Tourism from Past to Present

### Abstract

No matter how we accept the beginning of the social, it is a fact that people cannot live alone and need each other constantly. Therefore, everything that is social is within the scope of sociology. One of them is tourism. Tourism is a social event that causes societies with different social and cultural structures to establish relations with each other. Tourism sociology, on the other hand, examines the social relations, formations, interactions and place of tourism in the process of social change throughout history. One of the reasons that push sociologists to examine the tourism phenomenon is that tourism has ceased to be an activity specific to individual, local or certain social groups. In order to understand tourism sociology, it is important to understand the development of tourist perspective and the historical transformation of the socio-cultural effects of tourism from past to present. Therefore, in this study, the sociological literature on tourism was reviewed, a historical research of the field was made, and the basic concepts and approaches to tourism sociology were discussed. In particular, from the 1960s, when the sociological perspective of tourism gained momentum, the changing nature of tourism was emphasized and the socio-cultural effects of tourism were focused. The socio-cultural impacts of tourism are numerous and diverse. A research program should be adopted that simultaneously takes into account and compares the socio-cultural characteristics of the touristic places, the different needs and experiences of the tourist. Although a great deal of empirical research has been done, these are often incomplete from a theoretical point of view. Conducting comparative studies can help resolve many of the misconceptions and at least the seeming controversies surrounding sociological tourism studies, such a theoretically sophisticated field of research.

**Keywords:** Sociological development of tourism, sociology of tourism, socio-cultural effects of tourism.



## Has COVID-19 Pandemic Developments Pushed Us to Try New Research Methods? A Case Discussion on Tourism Studies

*Yasin BİLİM*

Dr., Necmettin Erbakan University, Faculty of Tourism, Tourism Management Department, Konya / Turkey, ybilim@yahoo.com

*Sinan USLU*

Res. Asst., Necmettin Erbakan University, Faculty of Tourism, Tourist Guidance Department, Konya / Turkey, suslu@erbakan.edu.tr

*Selman BAYRAKCI*

Dr., Necmettin Erbakan University, Faculty of Tourism, Tourism Management Department, Konya / Turkey, sbayrakci@erbakan.edu.tr

### Abstract

Beginning time to today, covid-19 pandemic period and impacts have been evaluated and analyzed in many scientific areas by different perspectives. Pandemic developments have caused to work on new research subjects. However, researchers have faced to difficulties about constructing the data collection procedures because of social life restrictions and sectoral problems. Producing new data has an important role in this period. In tourism studies, quantitative data collection methods (generally questionnaire based) have been more popular than others. But, qualitative methods have been also remarkable in recent years. When it is observed the methodological approaches in pandemic period, it can be deduced that there is a faster tendency to alternative data collection methods comparing the past times. Web based researches, podcasting methodology, interviews, content analysis, big data analysis (social media data etc.), semiotic analysis are the popular methodological and data collection technics in this period. On the other hand, some academicians are discussing the reliability and validity problems, ethical issues, control limitations of these kinds of new data collections technics. Additionally, experiencing this period will cause to develop new methods, for example using artificial intelligence tools, medical based research tools (similar to neuro marketing), computer based predictive technics and other technological procedures instead of face to face data collection procedures. It can be said that these changes and trends are normal because of technological and socio-cultural developments, but pandemic period has probably accelerated the process. Especially, dynamic nature of tourism industry will lead to produce new methodological approaches similar to pandemic period.

**Keywords:** Pandemic, research methods, data collection.





## Koronavirüs Hastalığının (COVID-19) Türk Turizmine Etkisi

**Bilal ÖZEL**

Dr. Öğr. Üyesi, Bingöl Üniversitesi, Sağlık Yönetimi Bölümü/Sağlık Bilişimi ve Teknolojileri ABD,  
Bingöl, Türkiye, bilalozel@bingol.edu.tr

### Özet

Turizm gelişmekte olan ülkeler için çok önemli bir araçtır. Turizm ile bir yandan ülkeler gelir yaratabilirken bir yandan da turizm sektörü marifeti ile istihdam yaratıp döviz geliri elde edebilmektedir. Bu durumda turizm sektörü ekonomik kalkınma için lokomotif görevi görmektedir. Devletler açısından artan vergi gelirler ve ödemeler dengesi üzerinde yarattığı diğer etkiler turizm sektörünü birçok ülke açısından en özel olarak takip edilen bir sektör haline getirmiştir. Talep esnekliğinin çok yüksek olduğu bu sektör 2019 yılında bir pandemi olarak ilan edilen Covid-19 ile birçok ülkede sekteye uğramıştır. Dünya genelinde uygulanan seyahat kısıtlamaları sadece uluslararası turizm faaliyetlerini değil, bir yandan da ülke içlerinde yer alan hareketliliği de engelleyerek neredeyse sektörün tamamını ciddi bir biçimde etkilemiştir. Yapılan bu çalışmada dünyada ve Türkiye de söz konusu etkiler incelenecek ve son iki yıllık dönem içerisinde tüm dünyada yayılan hastalığın turizm sektörüne yapmış olduğu etki analiz edilecektir.

**Anahtar kelimeler:** Turizm, Türkiye ekonomisi, sağlık ekonomisi.



## Effect of Coronavirus Disease (Covid-19) to Turkish Tourism

### Abstract

Tourism is a very important tool for developing countries. While countries can create income with tourism, they can also create employment and earn foreign currency income through the tourism sector. In this case, the tourism sector acts as a locomotive for economic development. The increasing tax revenues and other effects on the balance of payments for the states have made the tourism sector the most followed sector for many countries. This sector, where the elasticity of demand is very high, has been interrupted in many countries by Covid-19, which was declared a pandemic in 2019. Travel restrictions applied around the world have seriously affected almost the entire industry by preventing not only international tourism activities, but also mobility within the country. In this study the effects on the tourism sector in the world and Turkey will be examined and the effect of the disease that has spread all over the world in the last two years will be analyzed.

**Keywords:** Tourism, Turkish economy, health economics.



## Yükselen Piyasa Ekonomilerinde Turizm ve Finansal Gelişme İlişkisi

**Ferid ÖNDER**

Dr. Öğr. Üyesi, KSÜ, Bankacılık ve Finans Bölümü, Kahramanmaraş, Türkiye,  
feritonder@ksu.edu.tr

**Hüseyin AĞIR**

Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisat Bölümü, Ankara Türkiye,  
huseyinagir@hotmail.com

### Özet

Turizm kültürel, spor, ticaret, dinlenme, eğlenme, deniz, eğitim sağlık ve inanç gibi çeşitli amaçlarla yapılan gezileri ve bir bölgeye turist çekmek için yapılan çalışmaların tümünü ifade eder. Turizm faaliyetlerinin gelir elde etme ve döviz kazancını artırma, ödemeler bilançosu açıklarını kapatma, ekonomik büyümeye katkı sağlama ve istihdam oluşturma gibi birçok ekonomik etkileri sayılabilir. Bu bağlamda turizm hemen hemen tüm ekonomilerde önde gelen sektörler arasında yer almaktadır. Tüm bunların yanı sıra turizm birçok faktör tarafından da etkilenmektedir. Sahip olunan finansal gelişmişlik düzeyinin turizm hareketlerini ve dolayısıyla turizm gelirlerini ve yatırımlarını etkilediği ileri sürülmektedir. Finansal gelişme ekonomilerde finans piyasalarında kullanılan enstrümanların artması, bunların daha yoğun şekilde kullanılması olarak ifade edilebilir. Finansal gelişmenin özellikle yatırımların harekete geçirilmesinde ekonomide diğer sektörleri desteklemede, sermaye hareketlerinin oluşması ve ekonomik büyümeye katkı sağlama konusunda önemli rol oynamaktadır. Bu çalışmada finansal gelişmenin turizm sektörü üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. 1995 ile 2019 dönemine ait Dünya Bankası ve Uluslararası Para Fonu (IMF) tarafından yayınlanan yıllık veriler kullanılarak Yükselen Piyasa Ekonomileri (Brezilya, Kolombiya, Malezya, Meksika, Pakistan, Peru, Filipinler, Güney Afrika Cumhuriyeti, Tayland) için finansal gelişme ile turizm arasındaki nedensellik ilişkisi ampirik olarak test edilmiştir. Turizm faaliyetlerinin göstergesi olarak söz konusu ülkelerin uluslararası turizm gelirlerinin Gayri Safi Yurt İçi Hasıla'ya (GSYH) oranı kullanılırken finansal gelişmişlik göstergesi içinse IMF'ten elde edilen finansal gelişmişlik endeksi kullanılmıştır. Çalışmada ekonometrik yöntem olarak Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) tarafından ileri sürülen ve kesitler arası bağımlılık varsayımını dikkate alan panel nedensellik testi kullanılmaktadır. Elden edilen sonuçlara göre ülke grubunun bazılarında herhangi bir nedensellik ilişkisinin bulunmadığı sonucuna ulaşılırken bazılarında ise nedensellik ilişkisinin mevcut olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Turizm, finansal gelişme, yükselen piyasa ekonomiler, panel nedensellik testi.



## The Relationship Between Tourism and Financial Development in Emerging Market Economies

### Abstract

Tourism is travel for various purposes such as cultural, sports, trade, recreation, entertainment, sea, education, health and belief and it refers to all the trips and all the work done to attract tourists to a region. There are many economic effects of tourism activities such as generating income and increasing foreign exchange earnings, closing balance of payments deficits, contributing to economic growth and creating employment. For this reason, tourism is among the leading sectors in almost all economies. In addition to all these, tourism is also affected by many factors. Financial development can be expressed as the increase in instruments used in financial markets in economies and their more intense use. Financial development plays an important role in mobilizing investments, supporting other sectors in the economy, creating capital movements and contributing to economic growth. In this study, the effect of financial development on the tourism sector is investigated. The relationship between financial development and tourism for Emerging Market Economies (Brazil, Colombia, Malaysia, Mexico, Pakistan, Peru, Philippines, Republic of South Africa, Thailand) using annual data published by the World Bank and the International Monetary Fund (IMF) for the period 1995 to 2019. causality relationship has been tested empirically. The ratio of international tourism revenues to Gross Domestic Product (GDP) of the said countries is used as an indicator of tourism activities. For the financial development indicator, the financial development index obtained from the IMF was used. The panel causality test, which was put forward by Emirmahmutoğlu and Köse (2011) and takes into account the cross-section dependency assumption, is used as an econometric method in the study. According to the results obtained, there is no causality relationship in some of the country groups in some cases, it has been found that there is a causality relationship.

**Keywords:** Tourism, financial development, emerging market economies, panel causality test.



## Bölgesel Kalkınma ve Turizm İlişkisi: Trb1 Bölgesi Örneği

**Bilal ÖZEL**

Dr. Öğr. Üyesi, Bingöl Üniversitesi, Sağlık Yönetimi Bölümü/Sağlık Bilişimi ve Teknolojileri ABD,  
Bingöl, Türkiye, bilalozel@bingol.edu.tr

### Özet

Ekonomik kalkınmanın bir ülkenin tamamı için kullanılan bir kavram olmaktan çıkması ile başlayan süreç; ülkelerin farklı bölgelerindeki kalkınma derecelerinin analiz edilmeye başlanması ile devam etmektedir. Bu analizler sonucunda söz konusu farklılıkların bölgelerin kendi dinamiklerini harekete geçirerek kalkınma üzerinde farklı kanallar ile fayda sağlayabileceğini gösterdiği görülmektedir. Bu durum dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türkiye için de farklı bölge ayrımlarına gidilmesini ve bunun sonucunda farklı kalkınma stratejilerinin geliştirilmesini sağlamıştır. Kalkınma hedeflerinde merkezi yönetim anlayışının yerel ve bölgesel yönetim bakış açısı ile ele alınmasıyla birlikte bölgelerin atıl durumda olan turizm potansiyelleri de ortaya çıkmaya başlamıştır. Yapılan bu çalışmada Türkiye TRB1 bölgesi için bölgesel kalkınmanın turizm etkileri değerlendirilmiş ve turizmin yerel bir güç unsuru olup olmadığı tartışılmıştır. Bununla birlikte bölgesel gelişmişlik farklılıklarının giderilmesinde turizmin etkisi analiz edilmiş ve Türkiye açısından genel bir değerlendirme yapılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Bölgesel kalkınma, turizm, turizm ekonomisi.



## Regional Development and Tourism Relationship: Evidence From Trb1 Region

### Abstract

The process that started when economic development ceased to be a concept used for a whole country, it continues with the analysis of the development levels in different regions of the countries. As a result of these analyses, it was concluded that the differences in question by activating the dynamics of the regions and can benefit the development through different channels. This situation has led to different regional divisions for Turkey as in many other countries in the world and as a result, the development of different development strategies. With the approach of central administration in development goals from the perspective of local and regional administration, the idle tourism potentials of the regions have also begun to emerge. In this study, the tourism effects of regional development for the TRB1 region of Turkey were evaluated and it was discussed whether tourism is a local power factor or not. In addition to this, the effect of tourism in eliminating regional development differences has been analyzed and a general evaluation has been made for Turkey.

**Keywords:** Regional development, tourism, tourism economy.





## Kitle Turizmine Alternatif Olarak Sanal Gerçeklik Turizmi

*Sinan USLU*

Arş. Gör., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Konya, Türkiye,  
suslu@erbakan.edu.tr

*Selman BAYRAKCI*

Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya, Türkiye,  
sbayrakci@erbakan.edu.tr

### Özet

Turizm her geçen gün daha da gelişmekte ve farklı turizm türleri ortaya çıkmaktadır. Özellikle turistik talepte bulunan kişilerin kitle turizminden farklı bir arayış içine girmesi, bireyleri alternatif turizm çeşitlerine yönlendirmektedir. Bu çeşitlerden biri de günümüzde popülerliğini artıran sanal gerçeklik turizmidir. Son dönemlerde yaşanan Covid-19 salgını gibi olumsuzluklar da bu turizm çeşidine olan ilgiyi artırmıştır. Sanal gerçeklik, çeşitli malzemeler aracılığı ile kullanıcıların üç boyutlu deneyim yaşamasını sağlayan sistemler olarak nitelendirilmektedir. Turizmde sanal gerçeklik teknolojisi, paydaşların tümüne (turistler, işletmeler, destinasyonlar vb.) birçok fayda sağlamaktadır. Bu teknoloji ile turizmde üç boyutlu görsel nesnelere ve sanal ortamlar oluşturularak turistlerin turizm işletmelerini, destinasyonları, müzeleri, tarihi, kültürel ve mimari alanları vb. yerleri önceden gerçekmiş gibi bu sanal ortamda deneyimleme imkânı sunulmaktadır. Çalışmanın amacı, özellikle kitle turizmine olan talebin düşük olduğu bu dönemlerde bir alternatif turizm çeşidi olarak sanal gerçeklik turizminin irdelenmesidir. Ayrıca bu çalışma, sanal gerçeklik turizminin günümüzde bilinirliğinin ve farkındalığının okuyucular tarafından oluşmasını da amaçlamaktadır. Bu doğrultuda sanal gerçeklik turizmi uygulamaları örneklerle açıklanmış, ilgili literatür incelenmiş ve gelişmeler ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Ayrıca sanal gerçeklik uygulamalarının tüm dünyada ve Türkiye’de geldiği nokta araştırılmış ve turizmle ilişkisi açıklanmıştır. Sonuç olarak teknolojideki gelişmelerle doğru orantılı sanal gerçeklik uygulamaları da önemli bir gelişim göstermiştir. Bu gelişmelerle birlikte sanal gerçeklik turizmine olan talep, özellikle Covid-19 salgın döneminde daha da artış göstermiştir.

**Anahtar kelimeler:** Kitle turizmi, alternatif turizm, sanal gerçeklik.



## Virtual Reality Tourism as an Alternative to Mass Tourism

### Abstract

Tourism is developing day by day and different types of tourism are emerging. In particular, the search for a different kind of tourism from mass tourism leads individuals to alternative tourism types. One of these types is virtual reality tourism, which is increasing its popularity today. Negative events such as the recent Covid-19 pandemic have also increased the interest in this type of tourism. Virtual reality is described as systems that enable users to have a three-dimensional experience through various materials. Virtual reality technology in tourism provides many benefits to all stakeholders (tourists, businesses, destinations, etc.). With this technology, by creating three-dimensional visual objects and virtual environments in tourism, tourist can experience virtual environment as if they were real before like the places tourism businesses, destinations, museums, historical, cultural and architectural areas, etc. The aim of the study is to examine virtual reality tourism as an alternative tourism type, especially in these periods when the demand for mass tourism is low. In addition, this study aims to create awareness of virtual reality tourism by the readers. Accordingly, virtual reality tourism applications have been explained with examples, the relevant literature has been examined and developments have been tried to be revealed. In addition to this, the point reached by virtual reality applications all over the world and in Turkey has been researched and its relationship with tourism has been explained. As a result, virtual reality applications have also shown a significant development in direct proportion to the developments in technology. With these developments, the demand for virtual reality tourism has increased even more during the Covid-19 epidemic period.

**Keywords:** Mass tourism, alternative tourism, virtual reality.



## Paylaşım Ekonomisi ve Turizm

*Hidayet KIŞLALI*

Dr. Öğr.Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Rehberliği, Afyonkarahisar, Türkiye,  
hkislali@aku.edu.tr

### Özet

Paylaşım ekonomisi benzeri görülmemiş seviyelerde genişliyor. Turizm ve seyahat hizmetleri, bu genişlemeden önemli ölçüde etkilenen sektörler arasındadır. Bir süredir sınırlar ortadan kalkıyor ve ev sahibi olmanın anlamı değişiyor. Telekomünikasyon teknolojilerindeki gelişmeler ev sahibi-misafir ilişkilerini dönüştürdü. Bu makale, paylaşım ekonomisindeki son gelişmelere odaklanmakta ve turizm ve seyahat hizmetleri üzerindeki etkilerini tartışmaktadır. Bu teorik makale, daha geniş ekonomilerdeki son gelişmeleri araştırıyor ve ardından turizmdeki güncel gelişmelere ışık tutuyor. Çeşitli ülkelerdeki deneyimler, yıkıcı teknolojilerin sıradan vatandaşlar için benzeri görülmemiş fırsatlar getirdiğini göstermiştir. Ayrıca mevcut hizmet sağlayıcılar için yeni ufuklar açmışlardır. Bununla birlikte, aynı zamanda çeşitli zorluklar da getiriyor. Bu kadar uzun bir süredir, birçok hizmet sağlayıcı belirli kural ve düzenlemelerle iş ortamlarında faaliyet göstermektedir. Bu kurallar dahilinde çalışmak için stratejiler uyguladılar. Yeni teknolojiler oyunun kurallarını değiştirmiş ve birçok kişinin çeşitli sektörlerde hizmet sağlayıcı haline gelmesini sağlamıştır. Başlangıçta, birçokları için bir dene ve gör modasıyla başlamış olsa bile, sonunda bazıları için ana gelir kaynağı haline geldi. Bu kişiler profesyonel hizmet sağlayıcılar haline gelmiştir. Ardından, mevcut sağlayıcılar yeni gelenler için daha sert düzenlemeler talep etti. Bu çalışmada mevcut durum ve gelecek projeksiyonları tartışılacaktır.

**Anahtar kelimeler:** Paylaşım ekonomisi, yıkıcı teknolojiler, hizmetler.



## Sharing Economy and Tourism

### Abstract

Sharing economy has been expanding in unprecedented levels. Tourism and travel services are among those sectors that are dramatically affected by this expansion. Boundaries have been disappearing for a while and meaning of being a host has changed. Developments in telecommunication technologies transformed the host-guest relations. This paper focuses on the recent developments in sharing economy and discusses the implications for the tourism and travel services. This theoretical paper explores the recent developments in the broader economies and then sheds lights on to the current developments in tourism. Experiences in various countries have shown that disruptive technologies bring unprecedented opportunities for ordinary citizens. Besides, they open new horizons for current service providers. They, however, also bring various challenges. For such a long time, many service providers have operated in business environments with certain rules and regulations. They implemented strategies to operate within those rules. New technologies have changed the rules of the game, and let many individuals become a service provider in various sectors. Initially, it has started in a try and see fashion for many, but at the end, for some it has become a main source of income. These individuals have become professional service providers. Then, current providers demanded tougher regulations for the new comers. This paper will discuss the current situation and future projections.

**Keywords:** Sharing economy, disruptive innovation, services.



## Unutulmaz Otel Deneyimi: Ölüdeniz Destinasyonunun Tripadvisor Yorumlarının İçerik Analizi

*Sinan Baran BAYAR*

Y.L. Öğrencisi, Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı,  
Kırklareli, Türkiye, sinanbbayar@gmail.com

*Rana ŞAT*

Bilim Uzmanı, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği  
Anabilim Dalı, Muğla, Türkiye, rana\_sat\_95@hotmail.com

### Özet

Turist deneyimi; bir destinasyondaki konaklama işletmelerini, yerel halkın tutumunu ve duygularını, farklı turist profillerini, yerel mutfak ve gastronomik öğelerini, ulaşım imkanlarını, destinasyon içinde seyahat etmeyi kolay ve keyifli hale getirmek için sağlanan hizmet düzeyini ve cazibe merkezlerini içeren, bir turistin gördüğü ve yaşadığı her şey olarak tanımlanabilir. Günümüzde sosyal medya platformlarının ve teknolojilerinin gelişmesi, turistlerin bilgilerini, duygularını ve unutulmaz deneyimsel anlarını çevrimiçi olarak paylaşmasına olanak tanımaktadır. Destinasyonları ziyaret eden turistlerin çevrimiçi incelemelerine dayanarak, mevcut deneyimlerin nasıl unutulmaz bir otel deneyimine dönüştüğü araştırılmaktadır. Bu çalışmada 15 Eylül 2021 tarihine kadar Ölüdeniz destinasyonundaki otelleri ziyaret eden turistlerin TripAdvisor web sitesi aracılığıyla paylaştıkları “unutulmaz otel deneyimlerine” ilişkin Türkçe değerlendirmelerinin analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda öncelikle TripAdvisor’ın oluşturduğu “Ölüdeniz Otelleri ve Kalacak Yerler” kategorisindeki iki, üç, dört ve beş yıldızlı 323 konaklama işletmesine yapılan Türkçe yorumlar sınıflandırılmıştır. Belirtilen örneklem dâhilinde; TripAdvisor arama motorunda “Unutulmaz”, “olağanüstü”, “kayda değer”, “kalıcı”, “belirleyici”, “unutmayacağım”, “hatırlanabilir” ve “sıradışı” Anahtar kelimeleri kullanılarak çevrimiçi Türkçe değerlendirmelere ulaşılmıştır. Değerlendirmede bulunan turistlerin içeriklerine hiçbir şekilde müdahale edilmeden, soru cevap yapılamadan sadece ham yorumları alınmıştır. Araştırma veri toplama sürecinde WebHarvy Web Scraping ve MAXQDA 2018 programları kullanılarak veri madenciliği yapılmış, Ölüdeniz destinasyonu ile ilgili 323 farklı konaklama işletmesindeki deneyimlere ilişkin 2267 yoruma ulaşılmıştır. Çalışmada etnografi yönteminden uyarlanmış sosyal ortamlardaki çevrimiçi insan davranışlarını inceleyen netnografi keşif tekniği kullanılmıştır. Turist yorumları incelenirken, Anahtar kelimeleri içeren tek cümlelik değerlendirmeler, konaklama işletmelerinin cevapları ve yorum ana başlıkları analiz dışında bırakılmıştır. Araştırma sonucunda, turistlerin “personel tutumu”, “hizmet anlayışı” “temiz bir ortam” ve “destinasyonun konumu” ana başlıklarında unutulmaz bir otel deneyimi yaşadıkları saptanmıştır. Ayrıca çalışmada “unutulmayacak olumsuz otel deneyimleri” incelemesi de yapılmış, eleştirel içerikler listelenmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Unutulmaz turizm deneyimi, hatırlanabilir deneyim, çevrimiçi yorumlar, veri madenciliği, Tripadvisor.



## Memorable Hotel Experience: Content Analysis of Ölüdeniz Destination's Tripadvisor Reviews

### Abstract

Tourist experience; it can be defined as everything a tourist sees and experiences, including accommodation establishments in a destination, attitude and feelings of local people, different tourist profiles, local cuisine and gastronomic items, transportation facilities, the level of service provided to make traveling within the destination easy and enjoyable, and attractions. Nowadays, the development of social media platforms and technologies allows tourists to share their knowledge, feelings and unforgettable experiential moments online. Based on online reviews of tourists visiting destinations, it explores how existing experiences have become an memorable hotel experience. In this study, it is aimed to analyze Turkish reviews of the "memorable hotel experiences" shared by tourists visiting hotels in Ölüdeniz until September 15, 2021 through the TripAdvisor website. In this context, Turkish reviews to 323 accommodation establishments with two, three, four and five stars in the "Ölüdeniz Hotels and Places to Stay" category created by TripAdvisor are classified. Within the specified sample; online Turkish reviews were found using the keywords "unforgettable", "extraordinary", "notable", "enduring", "decisive", "will never forget", "memorable" and "uncommon" in the TripAdvisor search engine. Only raw comments were received from the tourists who made the evaluation without interfering with their contents in any way, without answering questions. During the research data collection process, data mining using WebHarvy Web Scraping and MAXQDA 2018 programs was obtained and 2267 comments were obtained regarding experiences in 323 different accommodation enterprises related to Ölüdeniz destination. In the study, a netnography discovery technique was used to study online human behavior in social environments adapted from ethnography method. While examining the tourist reviews, single-sentence evaluations containing keywords, the answers of the accommodation establishments and the main headings of the comments were excluded from the analysis. As a result of the research, it has been determined that tourists have a memorable hotel experience in the main headings of "staff attitude", "service understanding", "clean environment" and "location of the destination". In addition, in the study, "memorable negative hotel experiences" were examined and critical contents were listed.

**Keywords:** Unforgettable tourism experience, memorable experience, online reviews, data mining, TripAdvisor.





## Transformations Facing MICE Tourism Amid COVID-19

**Gülay ÇAKMAK**

Öğr. Gör., Trabzon Üniversitesi, Turizm Otelcilik Meslek Yüksekokulu, Trabzon, Türkiye,  
gulayca@trabzon.edu.tr

**İbrahim ÇİFÇİ**

Dr. Öğr. Üyesi, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, İstanbul, Türkiye,  
ibrahim.cifci@istanbul.edu.tr

**Gürel ÇETİN**

Doç. Dr., İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, İstanbul, Türkiye, gurelc@istanbul.edu.tr

**Cemil Hakan KILIÇ**

Dr., ICVB genel müdürü, İstanbul, Türkiye, cemil.kilic@icvb.org

### Abstract

Covid-19 had an unprecedented impact on tourism. The initial response to isolate the virus was to introduce border restrictions and social distance measures. Tourism as an interactive service that involves travel away from home was severely hit. As a major tourism segment, MICE (Meetings, Incentives, Conventions, and Events) tourism generates 30% of global tourism revenue and is recognized as a significant sector for a substantial number of destinations. Because they involve collective participation and are planned well in advance, MICE activities are either cancelled, postponed, or experienced serious declines in the number of participants. Moreover, adoption of digital meetings and events also created some discomfort about the future of the MICE industry. Current literature focusing on transformations in tourism amid Covid-19 focuses on leisure travel and overlooks the crises' impacts on MICE tourism. Because MICE tourism has different characteristics (e.g., collective events) and requirements (e.g., Event infra-structure) at a destination, the transformations might differ from generic tourism activities. This paper aims to identify the impacts of Covid-19 on MICE tourism and the transformations facing the industry from a supply perspective. 12 MICE tourism experts were recruited among members of ICVB (Istanbul Visitors and Conventions Bureau), and in-depth interviews were conducted with representatives of hotels, travel agencies, and convention centers catering to MICE tourism. Findings revealed significant and sustained declines in volume in MICE tourism that most stakeholders find challenging to survive in the international market. Experts also identified various transformations in MICE tourism, such as a general decline in the number of significant events, a shorter lead time, and the introduction of Hybrid conferences. The paper concludes with practical and theoretical implications and recommendations for future studies.

**Keywords:** MICE, Covid-19, crises management.



## Sürekli ve İnterval Koşu Eğitimlerinin Elit Yetişkinlerde Fiziksel ve Fizyolojik Etkilerinin Karşılaştırılması

**Serdar BÜYÜKİPEKÇİ**

Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Meram Meslek Yüksekokulu Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, Konya, Türkiye, sbuyukipekci@erbakan.edu.tr

**Mustafa Sabır BOZOĞLU**

Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi, Konya, Türkiye, mbozoglu@erbakan.edu.tr

### Özet

Dayanıklılık antrenmanlarının fizyolojik adaptasyonları arttırdığı bilinmektedir. Fakat fiziksel ve motor performans üzerine etkileri ile bilgiler yetersizdir. Bu nedenle, bu çalışmada 8 haftalık sürekli ve interval dayanıklılık koşularının elit yetişkinlerde fiziksel ve fizyolojik performansa etkilerinin karşılaştırılması amaçlanmıştır. Çalışmaya 19-25 yaş arası sürekli koşular (SK) n:9 ve interval grup olarak (İG) n:9 olmak üzere toplam 18 yetişkin erkek sporcu katılmıştır. Sürekli koşu grubuna (SG) 8 hafta süre ile haftada 3 gün devamlı koşular metodu ile uygulanırken, diğer gruba ise interval koşu metodu uygulanmıştır. Çalışmada öntest-son test olmak üzere deneysel araştırma modeli kullanılmıştır. Çalışmaya katılan sporculara eğitim programı öncesi ve sonrası olmak üzere ön olmak üzere vücut ağırlığı ölçümü, 20 metre sürat, dikey ve yatay sıçrama, cooper, denge, otur-uzan testleri uygulanmıştır. Elde edilen verilerin varyans ve homojenlikleri test edilmiş, verilerin analizinde Independent Samples t test ve Paired Samples t testleri kullanılmıştır. İnterval ve sürekli koşu eğitim programları sonrası, interval eğitim ve sürekli koşu gruplarının eğitim süreci öncesi ve sonrası vücut ağırlığı ve Cooper testi değerlerindeki değişimin istatistiksel olarak da anlam teşkil ettiği belirlenmiştir ( $p < 0.05$ ). İnterval eğitim grubunun eğitim öncesi ve sonrası durarak uzun atlama, sürat, dikey sıçrama, denge ve otur uzan esneklik testi değerlerindeki değişimin istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilirken ( $p < 0.05$ ), sürekli koşu grubundaki değişimin istatistiksel olarak anlam teşkil etmediği gözlenmiştir. Ayrıca interval eğitim grubunda denge son test değerlerinde ön test değerlerine göre anlamlı değişim olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak uygulanan interval ve sürekli koşu eğitim programlarının vücut ağırlığı ve dayanıklılığa olumlu etkilerinin olduğunu ve ayrıca interval eğitim ve sürekli koşu eğitim programları karşılaştırıldığında interval eğitimlerinin denge, esneklik, dikey ve yatay sıçrama, 20 mt sürat performansları açısından verimli olabileceğini göstermektedir.

**Anahtar kelimeler:** Dayanıklılık, sürekli koşular, interval eğitim, motor performans.



## Comparison of Physical and Physiological Effects of Continuous and Interval Running Training in Elite Adults

### Abstract

It is known that endurance trainings increase physiological adaptations. However, knowledge on its effects on physical and motor performance is insufficient. Therefore, this study aims to compare the effects of 8-week continuous and interval endurance runs on physical and physiological performance in elite adults. A total of 18 adult male athletes between the ages of 19-25, consisting of continuous runs (CR) n:9 and interval group (IG) n:9, participated in the study. While the continuous running group (CR) was subject to the continuous running method 3 days a week for 8 weeks, interval running method was used for the other group. Experimental research model, including pre-test and post-test, was used in the study. Body weight measurement, 20-meters speed, vertical and horizontal jump, cooper, balance, sit-reach tests were applied to the athletes participating in the study before and after the training program. Variance and homogeneity of the obtained data were tested, and Independent Samples t test and Paired Samples t tests were used in the analysis of the data. After the interval and continuous running training programs, the change in body weight and Cooper test values before and after the interval training and continuous running groups were found to be statistically significant ( $p < 0.05$ ). It was observed that the changes in the standing long jump, speed, vertical jump, balance and sit-and-reach flexibility test values of the interval training group before and after the training were statistically significant ( $p < 0.05$ ) while the change in the continuous running group was not statistically significant. In addition, it was determined that there was a significant change in the balance post-test values in the interval training group compared to the pre-test values. As a result, it shows that the interval and continuous running training programs applied have positive effects on body weight and endurance, and when interval training and continuous running training programs are compared, interval trainings can be efficient in terms of balance, flexibility, vertical and horizontal jump, and 20-meters speed performances.

**Keywords:** Endurance, continuous runs, interval training, motor performance.



## Yöresel Yemeklerin Sürdürülebilir Turizme Etkisi

**Erkan AKGÖZ**

Doç. Dr. Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Konya, Türkiye,  
eakgoz@selcuk.edu.tr

**Tuğçe GÜNEŞ**

Y.L. Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği, Konya, Türkiye,  
gunnestugce@gmail.com

### Özet

Turizm faaliyetine katılanların destinasyon tercihinde mutfak kültürü önemli bir unsurdur. Her mutfak kültürünün kendine has malzemesi, pişirme tekniği ve servis yöntemi bulunmaktadır. Yemeklerin hazırlanma, pişirme ve servis şekilleri örf, adet ve gelenekler belirleyici olabilmektedir. Yeme-içme alışkanlığı ve beslenme şekillerinin oluşmasında bölgenin coğrafi konumu ile iklim özellikleri de etkili olabilmektedir. Yerel üreticilerle tanışmak, çeşitli festivallere katılmak, değişik kültürleri tanımak, organizasyonlarda aktif görevler almak ve farklı lezzetleri tatmak gibi eylemler turist davranışlarını ve turizm anlayışını da değiştirmektedir. Yöreye özgü ürün ve hizmetler hem destinasyon algısının oluşmasında hem de turizm faaliyetlerinin yılın tüm zamanlarında ve her yerde gerçekleşmesine yardımcı olmaktadır. Ancak destinasyonlar için oldukça önemli çekim unsuru olan yöresel ürünlerin pek çoğu unutulmaya yüz tutmaktadır. Bundan dolayı hazırlanan bu çalışmada, yörelere özgü yemeklerin unutulmasının önlemek ve gelecek nesillere doğru metotlarla aktarılması gerekliliğinin önemine değinilmiştir. Çalışmanın amacına uygun olarak hazırlanması için gerekli olan veriler farklı demografik yapıya sahip 20 katılımcıdan elde edilmiştir. Verilerin toplanması için katılımcılara standartlaştırılmış açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Soruları yanıtlayan katılımcıların genel görüşü, yöresel yemeklerin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için, mümkün olduğunca yöresel yemeklerin tercih edilmesi, yöreye has pişirme ve hazırlama tekniklerinin kullanılmasıdır. Bunun yanı sıra gelecek nesillerin bu geleneği devam ettirmesi için eğitim müfredatlarında yer alması, aile büyüklerinin yöresel yemeklerin tarifini ailenin diğer bireylerine öğretmeleri gerekliliği üzerinde durmuşlardır.

**Anahtar Sözcükler:** Yöresel yemekler, sürdürülebilirlik, kültür.



## The Effect of Local Food on Sustainable Tourism

### Abstract

Culinary culture is an important element in the destination preference of those participating in tourism activities. Each culinary culture has its own unique ingredients, cooking techniques and serving methods. Ways of preparation, cooking and serving of food, customs and traditions can be decisive. The geographical location and climatic characteristics of the region can also be effective in the formation of eating and drinking habits and dietary patterns. Actions such as meeting local producers, participating in various festivals, getting to know different cultures, taking active roles in organizations and tasting different flavors also change tourist behavior and tourism understanding. Products and services specific to the region help both in the formation of the perception of the destination and in the realization of tourism activities at all times of the year and everywhere. However, many of the local products, which are a very important attraction for destinations, tend to be forgotten. Therefore, in this study, the importance of preventing the forgetting of regional dishes and transferring them to future generations with the right methods has been mentioned. The data required for the preparation of the study in accordance with its purpose were obtained from 20 participants with different demographic structures. Standardized open-ended questions were asked to the participants to collect the data. The general view of the participants who answered the questions is that in order to ensure the sustainability of local dishes, local dishes should be preferred as much as possible, and local cooking and preparation techniques should be used. In addition, they emphasized the necessity of including in the education curricula for future generations to continue this tradition, and the need for family elders to teach the recipe of local dishes to other members of the family.

**Keywords:** Local foods, sustainability, culture.



## Turuncu Bayrak Uygulamasının Otel İşletmelerinde Uygulanabilirliği: Konya Örneği

### *Ahmet BÜYÜKŞALVARCI*

Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya,  
Türkiye, abuyuksalvarci@erbakan.edu.tr

### *Zekeriya YETİŞ*

Arş. Gör., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya,  
Türkiye, zekiyetis@gmail.com

### *Duygu TAŞTAN*

Y.L. Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği  
Anabilim Dalı, Konya, Türkiye, duygutastanduygu@gmail.com7

### Özet

İsraf kavramı; gereksiz yere para, zaman, emek vb. harcama, ihtiyaç fazlası veya faydasız kullanım, savurganlık olarak tanımlanabilir. Kaynakların sınırlı olması, dünya nüfusunun artması, insanların isteklerinin ve davranışlarının değişmesi, israf konusunu küresel bir sorun olarak önemli hale getirmektedir. Gıda israfı yönetimi, tüm insanlığı ilgilendirdiği gibi tüm sektörleri ilgilendiren bir konudur. Turizm sektörü içerisinde yer alan, asli konaklama işletmelerinden biri olan otel işletmeleri için de israf konusu oldukça önemlidir. Buna rağmen restoranlar, kafeler gibi yiyecek içecek işletmelerinde olduğu gibi otel işletmelerinde de israfın önüne geçebilmek için yeteri kadar önlem alınmadığı görülmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, sürdürülebilir bir dünya için bir tehdit unsuru haline gelen gıda israfı yönetimine dair yeni bir uygulama olan “Turuncu Bayrak” uygulaması ele alınmıştır. Yapılan bu çalışmanın temel amacı, otel işletmelerinde gıda kaybı, gıda atıkları ve gıda israfı yönetimi gibi konularda mevcut durumun ortaya konulması ve turuncu bayrak uygulamasının otel işletmelerinde uygulanabilirliğinin değerlendirilmesidir. Bu kapsamda çalışmanın evrenini Konya ilinde yer alan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri oluşturmaktadır. Çalışmada nitel araştırma deseni benimsenmiş olup, görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme soruları, amaçlı örnekleme yöntemlerinden durum örnekleme doğrultusunda belirlenen kişilere uygulanmıştır. Görüşme Konya’da yer alan otel işletmeleri yöneticileri ile gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler içerik analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Otel işletmelerinin gıda israfı konusunda bilinçli olduğu ve gıda israf tutumlarının iyi olduğu görülmektedir. Bununla birlikte işletmelerin Turuncu Bayrak uygulaması hakkında olumlu algılara sahip olduğu ve uygulamanın müşterilerin işletme tercihinde etkili olabileceği düşünülmektedir.

**Anahtar kelimeler:** İsraf, turizm işletmeleri, otel işletmeleri, turuncu bayrak.





## Applicability of Orange Flag Application in Hotel Businesses: Example of Konya

### Abstract

The concept of waste can be defined as unnecessary money, time, effort, etc. spending, surplus or useless use. The limited resources, the increase in the world population, the change in people's wishes and behaviors make the issue of waste as a important global problem. Food waste management is an issue that concerns all sectors as well as all humanity. The issue of waste is also very important for hotel businesses, which are one of the main accommodation businesses in the tourism sector. Despite this, it is seen that sufficient precautions are not taken to prevent waste in hotel businesses as well as in food and beverage businesses such as restaurants and cafes. In this direction, the "Orange Flag" application, which is new on the management of food waste, which has become a threat to a sustainable world, is discussed. The main purpose of this study is to reveal the current situation in hotel businesses such as food loss, food waste and food waste management and to evaluate the applicability of the orange flag application in hotel businesses. In this context, the universe of the study consists of 4 and 5 star hotels in Konya. In the study, qualitative research design was adopted and interview technique was used. Semi-structured interview questions were applied to the people who were determined in line with the situation sampling, one of the purposive sampling methods. The interview was held with the managers of the hotel businesses in Konya. The obtained data were analyzed by content analysis method. It is seen that hotel businesses are conscious about food waste and their attitudes towards food waste are good. However, it is thought that businesses have positive perceptions about the Orange Flag application and the application may be effective in the choice of business.

**Keywords:** Waste, tourism businesses, hotel businesses, orange flag.



## Arkeodestinyasyonlarda Çevresel Yönetime Eleştirel Bir Bakış: Eflatunpınar Örneği

*Mehtap OK*

Y.L. Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü/Ekoturizm Rehberliği  
Anabilim Dalı, Konya, Türkiye, mehtap\_okk.78@outlook.com

*Hasan Ali ERDOĞAN*

Dr. Öğretim Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, Konya,  
Türkiye, haerdogan@gmail.com

### Özet

Kültür turizmi, dünyada önemi giderek artan turizm türlerinden birisidir. Türkiye, tarihi ve kültürel değerleri açısından dünya kültür mirası atlasında önemli bir yer tutmaktadır. Çalışmanın konusu olan, Konya İli, Beyşehir İlçesi sınırları içinde bulunan Eflatunpınar Su Anıtı, Hitit dönemine ait önemli bir arkeodestinyasyondur. Eflatunpınar Hitit Su Anıtı, Beyşehir İlçesi'nin 22 km kuzeyinde ve Konya'nın yaklaşık 90 km güney batısında bulunmaktadır. Hititlerin su kültürünü yansıttığının yanı sıra, dini ritüelleri hakkında da önemli ipuçları vermektedir. Çalışma, Eflatunpınar Su Anıtı'na dikkat çekebilmek ve alanın arkeoturizm değerini vurgulamak amacıyla, literatür taraması, araştırma ve saha çalışması (gözlem ve yerel halkla görüşme) yöntemleri kullanılarak yapılmıştır. Çalışmanın amacı alanın turizm potansiyelini açığa çıkararak, hem uygulama hem de teorik anlamda alanın turizm planlaması için alt yapı oluşturmaktır. Diğer yandan, alanda gözlemlenen noksan yönler de vurgulanarak, çevresel planlamaya katkı sağlayabilmek hedeflenmektedir. Yapılan literatür taramasında Eflatunpınar Hitit Su Anıtı'nın hem arkeolojik açıdan hem de insanlığın ortak kültürel mirası açısından son derece kıymetli olduğu anlaşılmıştır. Ancak yapılan gözlemler ve görüşmeler, yerel halkın alana gereken önemi göstermediğini ve kendileri için turizmin sağlayacağı olumlu katkılardan haberdar olmadığı anlaşılmıştır. İlave olarak, geçmiş dönemlerde alanla ilgili çok sayıda araştırmalar ve eylem planları yapılmış olsa da alana olumlu bir katkı sağlanamamış olduğu izlenmiştir. Veriler ışığında Eflatunpınar Su Anıtı arkeodestinyasyonu için önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar kelimeler:** Kültür turizmi, arkeoturizm, eflatunpınar, beyşehir, hitit uygarlığı.



## A Critical Look at Environmental Management in Archaeodestinations: The Case of Eflatunpınar

### Abstract

Cultural tourism is one of the growing types of tourism in the world. Turkey has an important place in the Atlas of World Cultural Heritage in terms of its historical and cultural values. The Eflatunpınar water Monument, which is the subject of the study, located within the borders of Beyşehir District, Konya province, is an important archaeodestination belonging to the Hittite period. Eflatunpınar Hittite water monument is located 22 km north of Beyşehir District and about 90 km south west of Konya. In addition to reflecting the water culture of the Hittites, it also provides important clues about their religious rituals. The study was carried out using literature review, research and fieldwork (observation and interview with local people) methods in order to draw attention to the Eflatunpınar Water Monument and to emphasize the archaeotourism value of the area. The aim of the study is to create an infrastructure for tourism planning of the area in both practical and theoretical terms by revealing the tourism potential of the area. On the other hand, it is aimed to contribute to environmental planning by emphasizing the deficiencies observed in the field. During literature review, it was understood that the Eflatunpınar Hittite Water Monument is extremely valuable both in terms of archeology and in terms of the common cultural heritage of humanity. However, observations and interviews have shown that local people do not show the necessary importance to the area and are not aware of the positive contribution that tourism will provide for them. In addition, although a large number of research and action plans have been made on the field so far, it has been observed that no positive contribution has been made to the field. In the light of the data, suggestions and proposals were made for the Eflatunpınar Water Monument archeodestination.

**Keywords:** Cultural tourism, archaeotourism, eflatunpınar, beyşehir, hittite civilization.



## Sorumlu Turizm: Sürdürülebilir Gastronomi Turizmine Genel Bir Bakış

**Gizem Hülağa KADEROĞLU**

Arş. Gör., İstanbul Gelişim Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, İstanbul, Türkiye,  
ghulaga@gelisim.edu.tr

**Nevruz Berna TATLISU**

Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, İstanbul, Türkiye,  
nbtatlisu@gelisim.edu.tr

### Özet

Gastronomik unsurların turizm endüstrisine olan katkılarının artması gastronomi turizmi kavramını ortaya çıkarmış ve gastronomi bilimi, turizmi besleyen dallardan biri haline gelmiştir. Popülerleşen bu bilim dalı ile ilgili yapılan çalışmaların artması, diğer turizm dallarıyla da etkileşimini artırmıştır. Gün geçtikçe önemi anlaşılan ve ihtiyaç sonucu ortaya çıkmış olan sürdürülebilir turizm, gastronomi turizmine yeni amaçlar çizerek multidisipliner yaklaşımını artırmaktadır. Turizm sektöründe sürdürülebilir bir kalkınma girdisi sağlaması açısından önemli bir potansiyel oluşturan sürdürülebilir turizmin ana hedefleri, kaynakların verimli kullanılması, ekonomik, ekolojik, kültürel ve sosyolojik açılardan sürdürülebilirliğin sağlanmasıdır. Sürdürülebilir kaynaklar, turistik bölgelerin pazarda ön plana çıkmasını, küreselleşen dünyada tek tip ürünler yerine bölgeye has ürünlerin farkedilmesini, yerel ürünlerin/işletmelerin artmasını ve tüm bunlarla bölge gastronomik kimliğinin korunmasını sağlamaktadır. Kaynakların etkin kullanımı ayrıca gelecek nesillerin de bu kaynakları bilmesini ve koruyabilmesini sağlayacaktır. Bu kapsamda sürdürülebilir gastronomi turizmi de unsurların gelecek nesillere aktarılabilir olmasını ve bilinirliklerinin artırılmasını hedeflemektedir. Turistlerin yerel yiyecekleri tüketme eğiliminde olmaları, gastronomik kültürel mirasa sahip çıkan, yerelliği ve bölge halkını destekleyen, bölgeye ekonomik, çevresel, sosyal boyutlardan katkıda bulunan sürdürülebilir gastronomi turizmini ortaya çıkaran diğer etkenlerdir. Yerel/otantik, nostaljik, insan sağlığına faydalı, çevreye duyarlı tarım sayesinde kırsal kalkınmaya katkı sağlayan sürdürülebilir gastronomi turizmi; yerel üretilen yiyecek ve içecekler, festivaller, yeşil restoranlar gibi özel yiyecek-içecek üretim alanları, organik tarım ve ürünleri, yerel üretim ve geleneksel yaşam kültürü bileşenlerinden oluşmaktadır. Bu bileşenlere ilgi duyan turistlerin her geçen gün artan sayısı yerelliğin ön plana çıkmasını, otantik, temiz ve güvenli ürünler ile hizmet veren yerel işletmelerin açılmasını sağlamaktadır. Açılan işletmeler de kendi aralarında imaj farklılığı sebebiyle bir rekabet ortamı oluşturarak bölgedeki pazarın gelişmesini ve yerel ekonominin kalkınmasını sağlamaktadır. Sonuç olarak; azalan dünya kaynakları sebebiyle bireyler sorumluluklarına dikkat ederek turistik faaliyetlerini gerçekleştirmektedirler. Turistik faaliyette buldukları bölgelerde yerel ürünleri ve çevreye duyarlı işletmeleri tercih ederek, bölgedeki gastronomi turizminin sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadırlar.

**Anahtar kelimeler:** Sorumlu turizm, sürdürülebilir gastronomi turizmi, yerel yiyecekler.



## Responsible Tourism: An Overview of Sustainable Gastronomy Tourism

### Abstract

The increase in the contribution of gastronomic elements to the tourism industry has revealed the concept of gastronomic tourism and gastronomy has become one of the branches that feed tourism. The increase in the number of studies on this popular branch of science has increased its interaction with other tourism branches. Sustainable tourism, the importance of which is understood day by day and has emerged as a result of need, increases its multidisciplinary approach by drawing new goals for gastronomy tourism. The main objectives of sustainable tourism, which has an important potential in terms of providing a sustainable development input in the tourism sector, are the efficient use of resources and ensuring sustainability in terms of economic, ecological, cultural and sociological aspects. Sustainable resources ensure that touristic regions come to the fore in the market, that products specific to the region are noticed instead of uniform products in the globalizing world, that local products/enterprises increase, and that the gastronomic identity of the region is preserved with all of these. Effective use of resources will also enable future generations to know and protect these resources. In this context, sustainable gastronomy tourism aims to transfer the elements to future generations and to increase their awareness. The tendency of tourists to consume local foods is another factor that creates sustainable gastronomic tourism, which protects the gastronomic cultural heritage, supports the locality and the people of the region, and contributes to the region from economic, environmental and social dimensions. Sustainable gastronomy tourism that contributes to rural development thanks to local/authentic, nostalgic, beneficial to human health and environmentally friendly agriculture; It consists of locally produced food and beverages, festivals, special food and beverage production areas such as green restaurants, organic agriculture and its products, local production and traditional living culture components. The increasing number of tourists who are interested in these components ensures that the locality comes to the fore and local businesses that serve with authentic, clean and safe products are opened. Established businesses also create a competitive environment due to the difference in image among themselves, ensuring the development of the market in the region and the development of the local economy. As a result; Due to the decreasing world resources, individuals carry out their touristic activities by paying attention to their responsibilities. They contribute to the sustainability of gastronomy tourism in the region by preferring local products and environmentally sensitive businesses in the regions where they operate.

**Keywords:** Responsible tourism, sustainable gastronomy tourism, local food.



## Rekreasyonel Amaçlı Egzersiz Yapan Bireylerin Mutluluk Düzeyleri İle Yaşam Doyumlarının İncelenmesi

***Hatice ÖNMEN***

Bilim Uzmanı, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı,  
onmenhatice@gmail.com

***Mehmet DEMİREL***

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi,  
mdemirel@erbakan.edu.tr

### Özet

Bu çalışmanın amacı; rekreasyonel amaçlı egzersiz yapan bireylerin, mutluluk düzeyleri ile yaşam doyumları arasındaki ilişkinin çeşitli değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığının ortaya konulmasına yöneliktir. Araştırma Ankara ilinde ikamet eden ve düzenli egzersiz yapan bireyler arasından “Uygun Örnekleme Yöntemi” ile belirlenmiş ve gönüllü katılım ilkesi ile çalışmaya katılan 570 kişiden oluşmaktadır. Araştırma grubunun kişisel bilgileri kapsamında cinsiyet, yaş, medeni durumu, eğitim durumu, gelir düzeyi, gelir memnuniyeti, egzersiz yapma sıklığı, fiziksel görünüm memnuniyeti, genel mutluluk düzeyi, fizyolojik ve psikolojik sağlık sorunlarına özgü kişisel ve demografik bilgilere başvurulmuştur. Araştırma problemlerinin çözümlenmesi için mutluluk ve yaşam doyum ölçeği çalışma amacı doğrultusunda uygulanmıştır. Çalışma sonuçlarımıza göre; bireylerin mutluluk düzeylerinin cinsiyet, yaş, eğitim durumu, gelir memnuniyeti, egzersiz sıklığı, genel memnuniyet, fizyolojik ve psikolojik sağlık sorunları parametrelerinden etkilendiği, yaşam doyumunda ise genel mutluluk, gelir ve fiziksel memnuniyet parametrelerinin etkilendiği görülmektedir. Mutluluğun artması ya da azalması yaşam doyumunu negatif etkilediği yani yaşam doyumunun dolaylı olarak da mutluluğu azalttığı şeklinde sonucuna ulaşılabilir.

**Anahtar kelimeler:** Rekreasyon, egzersiz, mutluluk, yaşam doyum.





## An Investigation of Happiness Levels and Life Satisfaction of Persons Which Doing Exercise

### Abstract

The purpose of this study is; individuals exercising for recreational purposes; it is aimed at revealing if the relationship between happiness levels and life insatiability varies according to various variables. The research consists of 570 people who participated in the study with the principle of voluntary participation and determined by the "Appropriate Sampling Method" among the individuals residing in Ankara province and exercising regularly. Within the scope of the personal information of the research group, personal and demographic information specific to gender, age, marital status, educational status, income level income satisfaction, frequency of exercising, physical appearance menu, general happiness level, physiological and psychological health problems were applied. Happiness and life saturation scale have been applied for the purpose of study in the solution of research problems. According to our study results; it is seen that the happiness levels of individuals are affected by the parameters of gender, age, educational status, income satisfaction, frequency of exercise, general satisfaction, physiological and psychological health problems, and general parameters of happiness, income and physical satisfaction are affected in life satisfaction. It can be achieved that increasing or decreasing happiness negatively affects life fulness, that is, life fulness indirectly reduces happiness.

**Keywords:** Recreation, exercise, happiness, life saturation.



## Sosyal Rekreasyon Etkinliği Olarak Afyonkarahisar Kırk Hatimli Şifalı Aşure Geleneği

***Sabri ÇELİK***

Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,  
Afyon, Türkiye, scelik@aku.edu.tr

***Mustafa SANDIKCI***

Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,  
Afyon, Türkiye, sandikcimustafa@aku.edu.tr

***Nurullah KART***

Arş. Gör., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,  
Afyon, Türkiye, nkart@aku.edu.tr

### Özet

Bu çalışmanın amacı, sosyal rekreasyon etkinliği olarak Afyonkarahisar Kırk Hatimli Şifalı Aşure Geleneği ile ilgili olarak etkinliğe daha önce katılım sağlamış kişilerin görüşlerinden hareketle toplumsal etkileri ile ilgili değerlendirmelerde bulunmaktır. Çalışmada literatür taraması ve yüz yüze görüşme metodu ile veri elde edilmiştir. Literatürde “boş zaman” kavramıyla birlikte sunulan pek çok rekreasyon tanımı mevcuttur, ancak “boş” nitelmesi yaptığı çağrışımlarla rekreasyon olgusunu değersizleştirmektedir. Bu düşünceden hareketle bu çalışmada rekreasyon “zamanı verimli değerlendirme sanatı” olarak ele alınmaktadır ve rekreasyonun farklı bir boyutu üzerinden, toplumsal düzeyde sosyal etkilerinden hareketle değerlendirme yapılmaktadır. Bireyi özgür kılan, bozulan ruhsal ve fiziksel dengenin yeniden tesis edilmesini sağlayan rekreasyon faaliyetleri, kendisiyle barışık bireylerden meydana gelen bir toplum yapısının oluşmasında da önemli rol oynamaktadır. Bir kentin turistik destinasyon algısı çeşitli etkinliklerle destek sağlanmadığı sürece, yeterli düzeyde gelişmemektedir. Bu bağlamda, yaklaşık yirmi beş yıllık bir süreçte sahip olunan değerlerle termal turizm destinasyonu algısını pekiştiren Afyonkarahisar, bütün bir destinasyon yaklaşımı ile ziyaretçilerin konaklama, yiyecek-içecek ve rekreasyon temelinde gruplandırılabilir ihtiyaçlarını karşılama çabası içindedir. Fiziksel kanıtlar temelinde yeterli düzeye erişen kentte neredeyse bütün kurumların ortak katılımı ile şekillenen destinasyon yönetim örgütü, sahip olunan değerlerin unutulmaz deneyimlerle birleştirilerek sunulmasını sağlayan etkinliklerin önemini kavramış durumdadır. Bu açıdan geleneksel olarak yıllardır sürdürülen etkinliklerden birisi de “Kırk Hatimli Şifalı Aşure Geleneği”dir. Çalışma kapsamında yüz yüze mülakat yöntemi ile görüşleri alınan katılımcıların sağladığı verilerle ortaya çıkan genel sonuçlara bakıldığında, katılımcıların bu tarz bir etkinliğin gerçekleştirilmesinden dolayı mutlu oldukları, kent genelinde birlik, beraberlik ve kardeşlik duygularını pekiştiren bir etkinlik algısının mevcut olduğu, etkinliğin gastronomi kenti imajını desteklediği, ulusal ve uluslararası düzeyde sunumu yapılabilecek bir etkinlik olduğu, genel olarak kentin kültürünü yansıtmakla beraber, gastronomi kültürü açısından da önemli olduğu, insanları mutlu eden, haz duymalarını sağlayan yönleri ile de sosyal rekreasyon algısının yüksek olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Rekreasyon, etkinlik pazarlaması, gastronomi destinasyonu.



## Afyonkarahisar Forty-Hatim Healing Ashura Tradition as a Social Recreation Activity

### Abstract

The aim of this study is to evaluate the social effects of the Afyonkarahisar Forty-Hatim Healing Ashura Tradition as a social recreation activity, based on the views of the people who have participated in the event before. In the study, data were obtained by literature review and face-to-face interview method. There are many definitions of recreation presented with the concept of "leisure" in the literature, but the definition of "empty" devalues the phenomenon of recreation with its connotations. Based on this idea, in this study, recreation is considered as "the art of using time efficiently" and an evaluation is made on a different dimension of recreation, based on its social effects at the societal level. Recreational activities, which liberate the individual and restore the deteriorated mental and physical balance, also play an important role in the formation of a social structure consisting of individuals who are at peace with themselves. A city's perception of a touristic destination does not develop adequately unless it is supported by various activities. In this context, Afyonkarahisar, which has reinforced the perception of a thermal tourism destination with the values it has acquired in a period of approximately twenty-five years, is in an effort to meet the needs of the visitors, which can be grouped on the basis of accommodation, food and beverage and recreation, with a whole destination approach. The destination management organization, which is shaped by the joint participation of almost all institutions in the city, which has reached a sufficient level on the basis of physical evidence, has grasped the importance of the activities that ensure the presentation of the values that are owned by combining them with unforgettable experiences. In this respect, one of the activities that have been carried out traditionally for years is the "Forty Hatim-Healing Ashura Tradition". When the general results that emerged with the data provided by the participants whose opinions were taken by face-to-face interview method within the scope of the study are under consideration, it is seen that the participants are happy for the realization of such an event, there is an event perception that reinforces the feelings of unity, solidarity and fraternity throughout the city, the event supports the image of the gastronomy city, and the national It has been determined that it is an event that can be presented at an international and international level, it reflects the culture of the city in general, it is also important in terms of gastronomy culture, and the perception of social recreation is high with its aspects that make people happy and provide pleasure.

**Keywords:** Recreation, event marketing, gastronomy destination.



## COVID-19 Sürecinde Üniversite Öğrencilerinin Aktif-Pasif Serbest Zaman Kullanımlarının Yaşam Doyum Düzeylerine İlişkin Görüşlerinin İncelenmesi

*Yalçın TÜKEL*

Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi,  
ytukel@erbakan.edu.tr

*Abdullah Sencer TEMEL*

Dr., Konya Şeker Industry Trade Inc., sencer\_temel@yahoo.com

*Sude KILINÇ*

Y.L. Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, sudekilinc@outlook.com

### Özet

COVID-19 pandemisi; 2019 Aralık ayı sonunda başlayan ve içinde bulunduğumuz dönemde hala küresel ve uluslararası alanlarda etkisi devam eden bir salgın durumudur. COVID-19 sürecinde ulusal ve uluslararası boyutlarda uygulanan kısıtlamalar; uzun süreli alınan karantina ve izolasyon tedbirleri bireylerin serbest zamanı değerlendirme biçimlerini etkilemiştir. Bu araştırmada, COVID-19 pandemi sürecinde uygulanan kısıtlamalar ve kısıtlamaların kontrollü kaldırıldığı dönemlerde rekreatif amaçla aktif-pasif olarak sportif, sosyal ve kültürel faaliyet yapan üniversite öğrencilerinin yaşam doyum düzeylerine ilişkin görüşlerinin belirlenmesi ve yaşam doyum düzeylerinin yaş ve cinsiyet değişkenleri bakımından farklılık olup olmadığının incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma nicel bir çalışma olup betimsel tarama modelinde gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmada veriler 2021 yılında toplanmıştır. Araştırmanın örneklemini Konya ilinde Necmettin Erbakan Üniversitesinde öğrenim gören 350 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri istatistik yazılım programı kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda verilerin normal bir dağılıma sahip olduğu görülmüştür. Verilerin istatistiksel analizinde t-Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi ANOVA testi, anlamlı grupların tespiti için Post-HOC testlerinden faydalanılmıştır. Araştırma sonucunda; katılımcıların yaşam doyum düzeylerine ilişkin puanlarında yaş değişkeni bakımından anlamlı bir farklılık olmadığı; cinsiyet ve aktif olarak sportif, sosyal ve kültürel faaliyetlere katılım değişkenleri bakımından ise anlamlı farklılıklar olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Bulgular, COVID-19 sürecinde aktif olarak sportif, sosyal ve kültürel faaliyetlere katılımın yaşam doyum düzeyine olumlu faydalarını vurgulamaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Serbest zaman, rekreasyon, aktivite, COVID-19, pandemi.



## Examining The Views of University Students Who Actively and Passively Involve Leisure Time Activities On Life Satisfaction Levels During COVID 19

### Abstract

COVID-19 is a pandemic that started to affect the world globally at the end of December 2019 and still occupies the world agenda. The fact that those restrictions applied on the national and international scale during COVID-19 made a tremendous impact following measures; long-term quarantine, social restrictions and isolation precautions. It has also affected the way individuals living style and leisure time habits. In this study, it was aimed to determine the opinions of university students who actively-passively engage in sports, social and cultural activities for recreational purposes in the periods when the restrictions applied during the COVID-19 and in the periods of lifting restrictions or gradual normalizations and it was also to intended to find out whether there is a difference in their life satisfaction levels in terms of age and gender variables. Moreover, it was tried to determine whether the life satisfaction levels of the students differ in terms of age and gender variables. The research is a quantitative study and was carried out in a descriptive survey model. The data in this study are up-to-date and were collected in 2021. The sample of the research consists of 350 students studying at Necmettin Erbakan University in Konya. The data of the research were analyzed using a statistical software program. As a result of the analysis, it was seen that the data had a normal distribution. T-Test and One-Way Analysis of Variance ANOVA tests were used in the statistical analysis of the data, and post-hoc tests were used to determine significant groups. As a result of the research; while it was found that there was no significant difference in the scores of the participants regarding their life satisfaction levels in terms of the age variable; it has been concluded that there are significant differences in terms of gender and actively participating in sports, social and cultural activities. In conclusion, these findings emphasize the positive benefits of active participation in sports, social and cultural activities on the level of life satisfaction during the COVID-19.

**Keywords:** Leisure, recreation, activity, COVID-19, pandemic.



## Reasons for All-Inclusive: Hospitality Perspective

**Emine KESKİN**

Öğr. Gör., Nişantaşı Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Aşçılık, İstanbul Türkiye,  
emine.keskin@nisantasi.edu.tr

**Onur BENLİ**

Dr. Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, İstanbul Türkiye  
belionur1@gmail.com

**Gürel ÇETİN**

Doç. Dr., İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, İstanbul, Türkiye, gurelc@istanbul.edu.tr

**Ezgi ERKMEN**

Doç. Dr., Boğaziçi Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, İstanbul, Türkiye,  
ezgi.erkmen@boun.edu.tr

### Abstract

The all-inclusive concept refers to package tours in which various tourism services such as flights, airport transfers, accommodation, food, and beverage are offered for sale at a single price. At the same time, it covers a major part of leisure holidays and is applied in many sun-lust destinations. When the all-inclusive concept is assessed from the perspective of lodging industry, the room, meals, snacks, and some additional activities (entertainment) are usually offered for sale at one price. Despite this concept is frequently criticized, it is also observed that the AI system is preferred by both tourists and travel trade. While there is extensive literature on all-inclusive from the demand perspective (e.g. motivations, behaviors), the reasons for offering AI concept on the supply side (e.g. hotels) have been ignored. Therefore, exploring the rationale behind all-inclusive from the perspective of hospitality businesses, will both contribute to the literature and help evaluate the efficiency of the AI in hospitality. To this end, the research aims to reveal the reasons why the all-inclusive concept is preferred by hospitality businesses. The sample of the research consists of professionals at the management levels of hotels operating AI in Turkey. In-depth interviews were the main data collection tools, which were recorded and transcribed. Thematic content analysis of interview transcriptions revealed four themes under two groups that explain the reasons AI is utilized in hotels. These factors are classified as External (market characteristics, destination features), and Internal (financial benefits and marketing operations) factors. Theoretical and practical implications are offered.

**Keywords:** All-inclusive, hospitality businesses, tourism industry.





## Gastronomi Alanında Kullanılan Lavantalı Tarifler

**Büşra KURTOĞULLARI**

Y.L. Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Konya, Türkiye, kurtogullaribusra@gmail.com

**Eda GÜNEŞ**

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya, Türkiye, egunes@erbakan.edu.tr

### Özet

Öğrenme ve zihinsel faaliyetlerde etkinliği bilinen Lavanta (Lavandula) antioksidan özelliği, kalp koruyucu etkisi, böbrek, üreme ve gelişme açısından kullanılabildiği bilinirliği nedeniyle tercih edilen bir bitkidir. Ekmek, dondurma, bisküvi, pilav, reçel, kurabiye, çay, etli gıdalarda sos olarak, muhallebi, çorba gibi pek çok üründe lavanta kullanılabilir. Çalışmada gastronomik açıdan lavanta tüketimi ve kullanılan ürünlerin hazırlanması ve besin değerlerinden kısaca bahsedilmiştir. Ülkemiz için önemli bir değere ve üretim kapasitesine sahip lavantanın; Muğla, Isparta, Hatay gibi Akdeniz bölgesinde gastronomik açıdan kullanım ve değerlendirilmesi için çıkarımlar yapılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Lavanta, Karabaş, gastronomi, beslenme, bitkisel ürünler.



## Lavender Recipes Used in Gastronomy

### Abstract

Lavender (lavandula) is a kind of an effective plant in learning and mental activities which is preferable to usable in terms of antioxidant properties, heart health protection, kidney, reproduction and growing. There are miscellaneous use as an ingredient in bread, ice cream, jam, cookies, tea, as a sauce in meat foods, custard, soup etc. In this article, lavender consumption, preparation of used products and their nutritional values have been mentioned as a summary in terms of gastronomical perspective. Since it has substantial value and production capacity for our country, some inferences and evaluations have been carried out for the gastronomic use at Mediterranean cities likewise Muğla, Isparta, Hatay.

**Keywords:** Lavender, Karabas, gastronomy, nutrition, herbal goods.



## İnanç Turizmi Bağlamında Kültürel Miras Değerleri Olarak Türbeler ve Efsaneler: Konya Örneği

*İbrahim Hakkı KAYNAK*

Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, Konya, Türkiye, ihkaynak@erbakan.edu.tr

*Sinan USLU*

Arş. Gör., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, Konya, Türkiye, suslu@erbakan.edu.tr

### Özet

Sanayi devrimi ve onun meydana getirdiği yeni yaşam biçim dünyanın çehresinde ekonomik, sosyal ve kültürel alanda gelenek karşıtı yeni, modern-çağdaş bir yaşam biçimi sunmuştur. Bu yaşam biçimlerinden biri de turizmdir. Bu çerçevede turizm, öncelikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde toplumsal bir olgu olarak yeni yaşam biçimine dönüşmüştür. Ülkeler, öncelikle sahip oldukları doğal ve kültürel zenginlikler paralelinde turizmden ekonomik gelir sağlamak amacıyla turizmi çeşitlendirme yoluna gitmişlerdir. Bu turizm çeşitlerinden biri de inanç turizmidir. Kutsal mekânlar (kutsal kabul edilen kentler, ibadet haneler ve din büyüklerinin mezarları vb.) inanç turizm değerlerini oluştururlar. Kültürel miras, insanlık tarihinin başlangıcından günümüze kadar birikerek gelen, insanlık için ortak değerler oluşturan, maddi ve maddi olmayan öğelerin oluşturduğu kültür varlıklarıdır. Geçmişte yaşayan insanların yaşam biçimlerinden kaynaklı somut ve somut olmayan değerler kültürel miras olarak kabul görmektedir. Bu çalışmada inanç turizm temelli kültürel miras değerleri olarak türbeler (ziyaretgâhlar) hem Hristiyanlık dünyasında kutsallaştırılan ziyaretgâhlar hem de İslam dünyası açısından kutsal kabul görmüş türbeler ve efsaneler Konya inanç turizmi kapsamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Derinlemesine çözümleme ile inanç turizmi bağlamında türbeler ve efsaneler kavramsal olarak gerekçelendirilerek Konya ili örneği üzerinde tartışılmış ve yorumlanmıştır. Sonuç olarak türbe ve efsanelerin Konya ili turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olduğu ve çekicilik oluşturduğu anlaşılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** İnanç turizmi, kültürel miras, türbe.



## Tombs and Legends as Cultural Heritage Values in the Context of Religious Tourism: The Case of Konya

### Abstract

The industrial revolution and the new life style it created have presented a new, modern-contemporary life style against tradition in the economic, social and cultural fields around the world. One of these lifestyles is tourism. In this context, tourism has turned into a new way of life as a social phenomenon, primarily in developed and developing countries. Countries have tried to diversify tourism in order to provide economic income from tourism in parallel with their natural and cultural riches. One of these types of tourism is religious tourism. Sacred places (cities considered sacred, houses of worship and tombs of religious elders, etc.) constitute the values of religious tourism. Cultural heritage is cultural assets that have accumulated from the beginning of human history to the present day, create common values for humanity, and consist of tangible and intangible elements. Tangible and intangible values originating from the lifestyles of people living in the past are accepted as cultural heritage. In this study, it is aimed to evaluate the tombs (visits) as religious tourism-based cultural heritage values, both the pilgrimage sites sanctified in the Christian world and the tombs and legends accepted as sacred in the Islamic world within the scope of religious tourism in Konya. With in-depth analysis, tombs and legends in the context of religious tourism are conceptually justified and discussed and interpreted on the example of Konya province. As a result, it has been understood that tombs and legends have an important potential in terms of tourism in Konya and create attraction.

**Keywords:** Religious tourism, cultural heritage, tomb.



## Kovid-19 Pandemisi Sürecinde Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Alınan Önlemler

### *Ahmet BÜYÜKŞALVARCI*

Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya, Türkiye, abuyuksalvarci@erbakan.edu.tr

### *Zekeriya YETİŞ*

Arş. Gör., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya, Türkiye, zekiyetis@gmail.com

### *Dilşan ALKAÇ*

Y.L. Öğrencisi Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Konya, Türkiye, dilsanalkac0@gmail.com

### Özet

İnsan yaşamını tehlikeye sokan ve yaklaşık olarak iki yıldır hayatımızda olan Kovid-19 Pandemisi, insan hayatını her yönüyle etkilemiştir. Pandemiyle birlikte insanların davranışlarında ve alışkanlıklarında değişiklikler olduğu ve bunun bir zorunluluk olduğu bilinmektedir. İnsanlar gündelik hayatlarında yeme-içme gibi temel ihtiyaçlarını, evlerinde veya dışarda, pandemi gölgesinde devam ettirmektedirler. İnsanların yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayan yiyecek ve içecek işletmeleri, her gün yüzlerce insanın girip çıktığı, zaman geçirdiği, aynı ortamda bulunduğu işletmelerdir. Bu doğrultuda salgının kontrol edilmesinde veya yayılmasında yiyecek ve içecek işletmelerinde alınan önlemler daha önemli hale gelmektedir. Yapılan bu çalışmada yiyecek ve içecek sektörü işletmelerinin Kovid-19 Pandemisine yönelik aldığı önlemler araştırılmıştır. Nitel yöntem benimsenen çalışmada, veri toplama aracı olarak görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme soruları, amaçlı örnekleme yöntemlerinden durum örnekleme doğrultusunda belirlenen çalışanlara uygulanmıştır. Elde edilen veriler içerik analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Yiyecek ve içecek işletmelerinin pandemiyle ilgili personellerini bilgilendirdiği, pandeminin başından itibaren önlemler aldığı, belirli aralıklarla denetim ve kontroller yaptığı görülmektedir. Yiyecek ve içecek işletmelerinin faaliyetlerini maske, mesafe ve hijyen çevresinde konumlandığı tespit edilmiştir. Personellere ve müşterilere maske takma zorunluğu getirildiği, ayrıca personellerin eldiven takma zorunluluğu olduğu görülmektedir. Ayrıca masaların sosyal mesafeye uygun olarak yerleştirildiği ve ortak kullanım alanlarının düzenli olarak ilaçlanıp dezenfekte edildiği tespit edilmiştir. Sonuç olarak, yiyecek ve içecek işletmelerinin, diğer turizm işletmeleriyle benzer önlemler aldığı söylenebilir.

**Anahtar kelimeler:** Pandemi, Kovid-19, turizm, yiyecek ve içecek işletmeleri.



## Measures Taken in Food and Beverage Businesses During the COVID-19 Pandemic Process

### Abstract

The Covid-19 Pandemic, which puts human life in danger and has been in our lives for about two years, has affected human life in every aspect. It is known that there are changes in people's behaviors and habits with the pandemic and this is a necessity. People continue their basic needs such as eating and drinking in their daily lives, at home or outside, under the shadow of the pandemic. Food and beverage businesses that meet people's eating and drinking needs are businesses that hundreds of people come in and out of every day, spend time and stay in the same environment. In this direction, the measures taken in food and beverage businesses are becoming more important in controlling or spreading the epidemic. In this study, the measures taken by the food and beverage sector businesses for the Covid-19 Pandemic were investigated. In the study, in which the qualitative method was adopted, the interview technique was used as a data collection tool. Semi-structured interview questions were applied to the employees determined in line with the situation sampling, one of the purposive sampling methods. The obtained data were analyzed by content analysis method. It is seen that food and beverage businesses inform their personnel about the pandemic, take precautions since the beginning of the pandemic, and conduct inspections and controls at regular intervals. It has been determined that food and beverage businesses position their activities around mask, distance and hygiene. It is seen that the personnel and customers are obliged to wear masks, and the personnel are also obliged to wear gloves. In addition, it has been determined that the tables are placed in accordance with the social distance and the common areas are regularly sprayed and disinfected. As a result, it can be said that food and beverage businesses take similar measures with other tourism businesses.

**Keywords:** Pandemic, Covid-19, tourism, food and beverage businesses.





## Yükselen Piyasa Ekonomilerinde Turizm ve Çevre Kirliliği Arasındaki İlişki: Panel Veri Analizi

**Sena TÜRKMEN**

Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İİBF, İktisat, Niğde, Türkiye,  
senaturkmen@ohu.edu.tr

**Hüseyin AĞIR**

Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İİBF, İktisat, Ankara, Türkiye,  
huseyinagir@hotmail.com

### Özet

Uluslararası ticaretinin serbestleşmesi ve küreselleşme hareketleri ile sanayi sektörünün yanı sıra ülke ekonomilerinin hizmet sektöründe de gelişmeler kaydedilmiştir. Hizmet sektörü içerisinde önemli bir paya sahip olan turizm sektörü, II. Dünya Savaşı'ndan sonra her ülkenin önemli bir gelir kaynağı haline gelmiş, gelir ve istihdam yaratması yönünden “bacasız fabrika” olarak nitelendirilmiştir. Turizm sektörünün ülke ekonomilerinde meydana getirdiği gelir, istihdam ve yatırım artışı, bunun yanı sıra döviz getirisi gibi olumlu etkileri bu sektöre olan ilgiyi her geçen gün arttırmaktadır. Dünyanın hızla gelişen sektörlerinden biri olan turizm sektörü, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin önem verdiği bir sektör haline gelmiştir. Liberalleşme sürecinin başlamasından bu yana, gelişmiş ülkelerde görülen yeni üretim ve tüketim tarzı turizm sektörünün hızla gelişmesine katkıda bulunurken; diğer yandan küresel anlamda tüm dünya ülkelerini etkileyen çevresel tahribatları beraberinde getirmiştir. Dünyada turizm sektörünün hızla değişim göstermesi, uluslararası turist sayısının giderek artması, bu sektörün çevre kirliliği konusundaki rolünü araştırmacıların ilgi odağı haline getirmiştir. Bu çalışmada, 1995-2018 dönemi için yükselen piyasa ekonomilerinde turizm ile çevre kirliliği arasındaki ilişki incelenmiştir. Verilerine ulaşılabilen 11 yükselen piyasa ekonomisinin incelendiği çalışmada, dinamik panel veri analizinden yararlanılmıştır. Turizm göstergesi olarak uluslararası turist sayısı kullanılırken, çevre kirliliği göstergesi olarak karbondioksit emisyonu kullanılmış ve analizde kullanılan veriler Dünya Bankası veri tabanından elde edilmiştir. Turizm sektörünün çevresel tahribat üzerindeki parabolik etkilerini göz ardı etmemek adına Çevresel Kuznets Eğrisi hipotezinin geçerliliğinin test edilmesi amaçlanmıştır. Analiz bulguları, yükselen piyasa ekonomilerinde uluslararası turist sayısındaki artışın karbondioksit emisyonunu azalttığını; turist sayısının karesindeki artışın ise karbon emisyonunu arttırdığını göstermektedir. Dolayısıyla yükselen piyasa ekonomilerinde 1995-2018 döneminde Çevresel Kuznets Eğrisi hipotezinin geçerli olmadığı bulgusu elde edilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Çevre kirliliği, turizm, dinamik panel veri analizi.



## The Relationship Between Tourism and Environmental Pollution in Emerging Market Economies: A Panel Data Analysis

### Abstract

With the liberalization of international trade and globalization movements, developments have been recorded in the service sector of the country's economies as well as the industrial sector. The tourism sector, which has an important share in the service sector, after the World War II, it became an important source of income for every country and was described as a "flueless factory" in terms of income and employment. The positive effects of the tourism sector such as income, employment, and investment increase in the country's economies, as well as foreign currency returns, increase the interest in this sector day by day. The tourism sector, which is one of the rapidly developing sectors of the world, has become a sector that developed and developing countries attach importance to. Since the beginning of the liberalization process, the new production and consumption style seen in developed countries has contributed to the rapid development of the tourism sector; on the other hand, it has brought with it environmental destructions that affect all countries of the world in a global sense. The rapid change in the tourism sector in the world and the increasing number of international tourists have made the role of this sector in environmental pollution the focus of attention of researchers. In this study, the relationship between tourism and environmental pollution in emerging market economies for the period 1995-2018 was examined. Dynamic panel data analysis was used in the study in which 11 emerging market economies whose data can be accessed were examined. While the number of international tourists was used as a tourism indicator, carbon dioxide emission was used as an environmental pollution indicator and the data used in the analysis were obtained from the World Bank database. In order not to ignore the parabolic effects of the tourism sector on environmental destruction, it is aimed to test the validity of the Environmental Kuznets Curve hypothesis. Analysis findings show that the increase in the number of international tourists in emerging market economies reduces carbon dioxide emissions; It shows that the increase in the square of the number of tourists increases the carbon emissions. Therefore, it has been found that the Environmental Kuznets Curve hypothesis is not valid for the 1995-2018 period in emerging market economies.

**Keywords:** Environmental pollution, tourism, dynamic panel data analysis.



## Gümüş Gezginler - Yenilikçi ve Yapısal Eğitimlerle İleri Yaş Gezginlere Ulaşmak ve Onları Turizm Sektöründeki Kırsal Turizm Kobi'lerine Çekmek

**Melike KURTARAN ÇELİK**

Doç. Dr., Trabzon Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik MYO, Trabzon, Türkiye, melike@ktu.edu.tr

**Fegan MUTLU**

Öğr. Gör., Trabzon Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik MYO, Trabzon, Türkiye,  
feganmutlu@hotmail.com

**Ahmet KURTARAN**

Prof. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Trabzon, Türkiye,  
kurtarana@gmail.com

### Özet

Üçüncü yaş turizmi son yirmi yılın gelişen önemli turizm pazarlarından biridir. Çünkü Avrupa'nın nüfusu hızla yaşlanmaktadır. 65 yaş ve üzerindeki kişilerin oranı AB Üye Devletleri, EFTA ve aday ülkelerde artmaktadır (Eurostat, 2017). Türkiye'nin de yaşlanma süreci içinde hızla yol almakta olması önemlidir. Türkiye'nin nüfus dinamiklerinin değişimi geçmişten günümüze kadar değerlendirilip, projeksiyonlar ışığında geleceğe bakıldığında, ülkenin halen genç bir yaş yapısına sahip olmakla beraber yaşlanma sürecine de girmiş olduğu anlaşılmaktadır (Yaşlanma Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2018). Demografik değişimlere bağlı olarak, 65 yaş üstü gezginlerin oranları yıllar içinde artmakta ve diğer yaş gruplarından bile daha fazla yükselmektedir (<https://ec.europa.eu>). Bu durum turizm sektörünün, ileri yaş grubu turistlere yönelik olarak sunduğu müşteri hizmetlerinin kalitesini yükseltmek için yeni eğitim yaklaşımlarına ve araçlarına dayalı olarak iyileştirilmesi ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Bu amaçla Türkiye ile benzer durumda olan Avrupa Ülkeleri ile (Avusturya, Letonya, İspanya, İtalya) bir araya gelerek Erasmus Plus kapsamında Trabzon Üniversitesi koordinatörlüğünde Türkiye Ulusal Ajansına sunulan bir Avrupa Birliği Projesi [2019-1-TR01-KA202-075158] gerçekleştirilmiştir. Proje kapsamında; turizm sektöründe çalışan veya turizm eğitimi alan kişilere ve turizm eğitimcilerine farklı formatlarda öğrenme içeriği sağlayacak eğitim materyalleri geliştirilmiştir. Bu eğitim materyallerinin içeriği, anahtar yeterliliklere, turizm sektörü için temel becerilere ve turizm işletmelerinde sürdürülebilir inovasyon süreçlerini yönlendirmek için gerekli becerilere odaklanarak hazırlanmıştır. EQF (Avrupa Yeterlilik Çerçevesi) ve ECVET (Mesleki Ve Teknik Eğitimde Kredi Transfer Sistemi) doğrultusunda "Gümüş Gezginler ECVET Matrisi"nde 6 konu için profesyonel bir standart tasarlanmıştır. Bu çalışmada da proje kapsamında küçük ve orta ölçekli turizm işletmelerine yönelik olarak 3. yaş grubu turistler için geliştirilen matrisinin içeriği hakkında bilgiler yer almaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Turizm, 3. yaş turizmi, geriatri turizmi.



## Silver Travellers – Supporting Smes to Reach and Attract Elder Travellers By Innovative Structural and Educational Methods

### Abstract

3rd age tourism is one of the most important developing tourism markets of the last twenty years. Because the population of Europe is aging rapidly. The proportion of people aged 65 and over is increasing in EU Member States, EFTA and candidate countries (Eurostat, 2017). It is important that Turkey is progressing rapidly in the aging process. Evaluating the change in the population dynamics of Turkey from the past to the present and looking to the future in the light of projections, it is understood that the country still has a young age structure and has entered the aging process (Yaşlanma Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2018). Due to demographic changes, the proportion of travelers over the age of 65 has been increasing over the years and is even higher than other age groups (<https://ec.europa.eu>). This situation reveals the need for improvement of the tourism sector based on new educational approaches and tools in order to increase the quality of customer services offered to senior tourists. For this purpose The European Union Project [2019-1-TR01-KA202-075158] supported by the Turkish National Agency and presented within the scope of "Erasmus Plus" has been realized by coming together with European Countries that are in a similar situation with Turkey. Within the scope of the project, training materials have been developed to provide learning content in different formats to people working in the tourism sector or receiving tourism education and tourism educators. The content of these training materials has been prepared with a focus on key competences, key skills for the tourism sector and the skills necessary to drive sustainable innovation processes in tourism businesses. It has designed a professional standard for 6 subjects in the "Silver Travelers ECVET Matrix" in line with EQF (European Qualifications Framework) and ECVET (European Credit System for Vocational Education & Training). In this study, there is information about the content of the matrix developed for the 3rd age group tourists for small and medium-sized tourism enterprises within the scope of the project.

**Keywords:** Tourism, 3rd age tourism, geriatrics tourism.



## Balın Moleküler Gastronomideki Kullanımı

**Müge KARDEŞ**

Siirt Üniversitesi, Siirt, Türkiye, mugekardes14@gmail.com

**Abdullah BAYCAR**

Dr., Öğr. Gör. Siirt Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Siirt, Türkiye,  
abaycar@siirt.edu.tr

### Özet

Bal, eski çağlardan beri beslenme ve sağlık açısından önemi bilinen ürünler arasındadır. Nitekim tarih boyunca birçok hastalığın tedavisinde gerek tek başına gerek macunlarda taşıyıcı olarak kullanılmıştır. Günümüzde de bileşen ve etkilerinin keşfedilmesiyle alternatif ve tamamlayıcı tıbbın ilgisini çekmiş durumdadır. Fonksiyonel gıda çalışmalarında kendine yer bulan bal, rafine tatlandırıcılara ikame olarak kullanılmaktadır. Balın sağlık ve besleyicilik dışında tüketim amaçlarından biri de tat ve lezzet üstünlüğüdür. Bal; tat ve lezzetiyle hem konveksiyonel mutfaklarda hem de turistik değeri yüksek restoran ve otel mutfaklarda da yerini almıştır. Moleküler gastronomi gelir düzeyi nispeten yüksek kesimlerin tercih ettiği turistik yerlerde popülerlik kazanmıştır. Farklı formda sıra dışı ürünlerin sunulması turizmde konukların memnuniyetini artırmakta gastronomik olanakları artırmaktadır. Son yıllarda balın moleküler gastronomide honey caviar (bal havyarı), honey wraps (bal yaprakları), liquid spheres (sıvı küreler) gibi farklı form ve versiyonlarda işlenmesi söz konusu olmuştur. Günümüzde trend haline gelen moleküler mutfakta balın kullanımının görsel, tat, doküsel ve diğer duyuşsal nitelikler bakımından avantajlar sağlamıştır. Bu derlemede balın moleküler gastronomide yeri ve kullanımını konu almıştır. Moleküler gastronomi şeflerin bala kazandırdıkları formlar, kullandıkları katkı maddeleri, verdikleri şekiller ve işleme sırasında kullandıkları teknikleri kapsamaktadır. Mevcut çalışmamız yeni yeni yaygınlaşan moleküler gastronominin bilinirliğine katkı sağlayacaktır. Ülkemiz hem önemli bir bal üreticisi hem de önemli bir turizm tercihi olduğu bilinmektedir. Bu iki nitelik çerçevesinde iki niteliği birlikte sentezleyecek destinasyonların sunulmasına dikkat sağlaması açısından mevcut çalışmamız önem taşımaktadır. Ayrıca söz konusu çalışma turizm araçlarına yeni dâhil olan bal evleri gibi konularına uyumlu ve tamamlayıcı nitelik sağlayabilme potansiyele sahip olma özelliği söz konusudur.

**Anahtar kelimeler:** Bal, moleküler gastronomi, bal havyarı, bal yaprakları, sıvı küreler.



## Use of Honey in Molecular Gastronomy

### Abstract

Honey is one of those foods whose nutritional and physiological benefits have been recognized since ancient times. In fact, it has been utilized as a carrier in the treatment of various ailments throughout history, both alone and in pastes. It has drawn the attention of alternative and complementary medicine as a result of the identification of its components and effects. Honey has been utilized as a substitute for refined sweeteners in functional food research. Aside from health and nutrition, one of the reasons people consume honey is for its superior taste and flavor. Honey, with its flavor and aroma, has found a place in both traditional and contemporary cuisines, as well as in high-end restaurant and hotel kitchens. Moreover, in recent years, honey has been processed in different forms and versions such as honey caviar (honey caviar), honey wraps (honey leaves), liquid spheres (liquid spheres) in molecular gastronomy. The use of honey in molecular cuisine, which has become the trend of recent years, has advantages in terms of visual, taste, textural and other sensory qualities. The presentation of outstanding items in a variety of formats enhances client pleasure in tourism and expands culinary options. Honey's position and application in molecular gastronomy are addressed in this review. Molecular gastronomy covers the forms that chefs bring to honey, the additives they use and the techniques they process.

**Keywords:** Honey, molecular gastronomy, honey caviar, honey wraps, liquid spheres.





## Danimarka'daki Restoranların Rehberler Çerçevesinde İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi

**Buğra ÖZDEMİR**

Gastronomi Bilim Uzmanı, Jr. Sous Chef, Restaurant Memu, Danimarka,  
bugraozdemir@anadolu.edu.tr

### Özet

Gastronomi sektöründe günden güne giderek artan rekabeti daha da kuvvetlendiren ulusal ve uluslararası rehberler bulunmaktadır. Çalışma Danimarka'da mevcut olan Beyaz(White) Guide ve 360° Yemek Rehberi üzerine odaklanmış ilk çalışma olması açısından önemlidir. White Guide Denmark derecelendirme Sistemi restoranları lezzet başta olmak üzere atmosfer özelliklerini dikkate alarak değerlendiren bir rehberken 360° eat Guide ise restoranları gastronomik lezzet ve sürdürülebilirlik boyutunda inceleyen ve Danimarka'da faaliyet gösteren ulusal derecelendirme sistemidir. Söz konusu bu çalışma gastronominin gelişimi açısından önemli görülen bu değerlendirme ve derecelendirme sistemlerinin incelemesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda 2021 yılında yayınlanan rehberler içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma kapsamında Beyaz Rehber'de derecelendirilen 300 ve 360 ° Eat guide Derecelendirme Sistemi'nde ise 80 restoran içerik analizine tabi tutulmuş restoranların profilleri belirlenmiş ve uluslararası bir rehber olan Mİchelin Rehberindeki ortak restoranlar tespit edilmiştir. Alanyazında Danimarka'da ulusal rehberlerinde yer alan restoranların profillerini ortaya çıkarmak amacıyla yapılmış olan bu çalışma gastronomi sektörüne öncülük eden restoranları ortaya çıkardığı için önemlidir. Çalışmada her iki derecelendirme sisteminde de var olan restoranlardan özellikle restoran Alchemist, Geranium, Noma, Jordnaer gibi en yüksek dereceye sahip restoranların Michelin rehberinde ikiden fazla yıldız sahibi oldukları belirlenmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Gastronomik derecelendirme, beyaz (white) rehber, 360° yemek rehberi, gastronomi sektörü.



## Examination of Restaurants in Denmark with the Content Analysis Method Within the Framework of the Guides

### Abstract

There are national and international guides that strengthen the ever-increasing competition in the gastronomy sector. The study is important in that it is the first study focused on the White Guide and 360 eat guide available in Denmark. While the White Guide Denmark rating System is a guide that evaluates restaurants by considering their atmosphere, especially taste, 360 eat guide is a national rating system operating in Denmark that examines restaurants in terms of gastronomic taste and sustainability. This study was carried out to examine these evaluation and rating systems, which are considered important for the development of gastronomy. In this context, the guides published in 2021 were examined by content analysis method. Within the scope of the research, the profiles of the restaurants that were subjected to content analysis of 80 restaurants in the 300 and 360° Eat guide Rating System, which were rated in the White Guide, were determined and partner restaurants in the Michelin Guide, an international guide, were determined. This study, which was carried out in order to reveal the profiles of the restaurants in the national guides in Denmark in the literature, is important because it reveals the restaurants that lead the gastronomy sector. In the study, it was determined that the restaurants that exist in both rating systems, especially restaurants with the highest rating, such as Alchemist, Gerainum, Noma, Jordnaer, have more than two stars in the Michelin guide.

**Keywords:** Gastronomic rating, white guide, 360 ° eat guide, gastronomy industry.



## Üniversite Öğrencilerinin Boş Zaman Faaliyetlerine Katılımının Önündeki Engellerin Cinsiyet Değişkeni Açısından Belirlenmesi

**Hasan Suat AKSU**

Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Konya, Türkiye,  
gazihansuat@gmail.com

**Mizgin YAŞAR**

Y.L. Öğrencisi., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Konya, Türkiye  
yasarmizgin@gmail.com

**Fatma ARSLAN**

Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Konya, Türkiye,  
fatmaarslan@erbakan.edu.tr

### Özet

Rekreasyon faaliyetlerine katılımın psikolojik-fiziksel ve duygusal açıdan birçok olumlu etkisi bulunmakla birlikte, rekreasyon faaliyetlerine katılım önündeki engellerin tespit edilmesine yönelik çalışmaların yapılması bir zaruret unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin boş zaman etkinliklerine katılımında karşılaştıkları engelleri tespit etmektir. Betimsel tarama deseni kullanılarak tasarlanan bu çalışmada araştırmanın örneklemini Necmettin Erbakan Üniversitesi Uygulamalı Bilimler, Turizm, Hukuk ve Siyasal Bilgiler Fakültesinde öğrenim gören ve tabakalı örnekleme yöntemi ile seçilmiş 318 öğrenci oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak “Boş Zaman Engelleri Ölçeği: Kısa Form” kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, boş zaman katılımının önündeki engellerin tesis ve arkadaş yetersizliğinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra sırasıyla ilgi, bilgi eksikliği, zaman ve birey psikolojisinin de ortalamaları arasında fark tespit edilmekle birlikte istatistiksel olarak anlamlılık bulunmamıştır. Sonuç olarak, rekreasyonel etkinliklere katılımın önündeki engelleri azaltmak için mevcut tesisler iyileştirebilir veya yeni tesisler oluşturabilir. Ayrıca öğrencilerin ilgi alanlarına yönelik etkinlikler oluşturulabilir ve etkinlikler hakkında bilgi düzeylerini arttırmaya yönelik çalışmalar yapılabilir.

**Anahtar kelimeler:** Rekreasyon, boş zaman, katılım, engeller, üniversite öğrencileri.



## Determination of Barriers to University Students' Participation in Leisure Activities in Terms of Gender Variable

### Abstract

Participation in recreational activities has many positive psychological-physical and emotional effects. For this reason, it is a necessity to carry out studies to determine the obstacles to participation in recreational activities. For this reason, the aim of the research is to determine the obstacles that university students face in their participation in leisure activities. In this study, which was designed using descriptive scanning design, the sample of the research consists of 318 students studying at the Faculty of Applied Sciences, Tourism, Law and Political Sciences at Necmettin Erbakan University and selected by stratified sampling method. "Leisure Barriers Scale: Short Form" was used as data collection tool. According to the findings, it was determined that the barriers to participation in leisure time, the inadequacy of facilities and friends were statistically significant. In addition, there was a difference between the averages of interest, lack of knowledge, time and individual psychology, respectively, but no statistical significance was found. As a result, existing facilities can be improved or new facilities created to reduce barriers to participation in recreational activities. In addition, activities related to the interests of students can be created and studies can be carried out to increase the level of knowledge about the activities.

**Keywords:** Recreation, leisure, participation, barriers, university students.



## Coğrafi İşaretli Kars Kaşarının Duyusal Analiz Metodu ile Değerlendirilmesi

**Fügen DURLU ÖZKAYA**

Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ankara, Türkiye, fugen.ozkaya@hbv.edu.tr

**Batuhan ÖZTÜRK**

Arş. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ankara, Türkiye, batuhan.ozturk@hbv.edu.tr

### Özet

Coğrafi işaretleme, belirli bir bölge ya da yöredeki kendine has özelliklere sahip ürünlerin sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla gerçekleştirilen ve yasalar tarafından korunan uygulamalardır. Coğrafi işaretli ürünler tüketicinin bilinçlenmesine katkı sağlarken, üretici ve satıcıları satılan ürünün kalitesini arttırmasına teşvik edici ürünlerdir. Duyusal değerlendirme temelde gıdaların “iyilik” ve “kötülük” durumunun ortaya konulmasını amaçlayan, değerlendirilen ürünün karakteristik özelliklerinin kalitesini duyu organları aracılığıyla belirlenmesi yöntemidir. Gerçekleştirilen bu çalışma ile coğrafi işarete sahip “Kars Kaşarının” duyusal analiz yöntemiyle kalite özelliklerinin ortaya konması ve elde edilen bulgular aracılığıyla bu ürünün sürdürülebilirlik açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Kars’ta 25 farklı imalathanede üretilen 25 farklı Kars Kaşarı numunesinin 49 panelist ile görünüş, koku/tat, doku, tuzluluk ve genel beğeni düzeyleri duyusal analiz yöntemi ile belirlenmiştir. Analizler sonucunda elde edilen veriler aracılığıyla en iyi numune ve en kötü numuneler ortaya konulmuştur. Elde edilen veriler, Kars Kaşarının büyük oranda belirlenen standartlar doğrultusunda üretilmeye devam edildiğini ve coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin kalitesinin sürdürülebilirliğinin sağlanması için duyusal analiz yönteminin kullanılmasının doğru bir yol olduğunu ortaya koymuştur.

**Anahtar kelimeler:** Coğrafi işaret, duyusal analiz, Kars kaşarı.



## Evaluation of Geographically Indicated Kars Kashar by Sensory Analysis Method

### Abstract

Geographical indication is the practices that are carried out in order to ensure the sustainability of products with unique characteristics in a certain region and are protected by laws. While geographically indicated products contribute to the awareness of the consumer, products that encourage manufacturers and sellers to increase the quality of the product sold. Sensory evaluation is basically a method of determining the quality of the characteristic features of the evaluated product through sense organs, aiming to reveal the "good" and "bad" status of foods. With this study, it was aimed to reveal the quality characteristics of the "Kars Kashar" with geographical indication, using the sensory analysis method and to evaluate this product in terms of sustainability through the findings obtained. For this purpose, appearance, odor/taste, texture, salinity and general taste levels of 25 different Kars Kashar Cheese samples produced in 25 different workshops in Kars were determined by sensory analysis method with 49 panelists. The best samples and the worst samples were revealed through the data obtained as a result of the analyzes. The data obtained showed that Kars Kashkaval Cheese continues to be produced in line with the determined standards. At the same time, the study revealed that the use of sensory analysis method is the right way to ensure the sustainability of the quality of food products with geographical indications.

**Keywords:** Geographical indication, sensory analysis, Kars kashar.