



# INTERNATIONAL BALIKESİR APPLIED SCIENCES CONGRESS

ULUSLARARASI BALIKESİR UYGULAMALI BİLİMLER KONGRESİ

**itasccon**

13-15 Eylül/Sep 2024

Burhaniye-Balıkesir, TÜRKİYE/TURKEY

## BİLDİRİ ÖZETLERİ KİTABI ABSTRACT BOOK

ISBN : 978-975-6993-34-7



*Ozen'le  
yaşam*

**ULUSLARARASI BALIKESİR UYGULAMALI BİLİMLER  
KONGRESİ**

**13-15 Eylül 2024**

**THE INTERNATIONAL BALIKESİR APPLIED SCIENCES  
CONGRESS**

**13-15 September 2024**

***BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ***  
***BALIKESİR UNIVERSITY***

**BİLDİRİ ÖZETLERİ KİTABI**  
**ABSTRACT BOOK**

## ONUR KURULU

- İSMAİL USTAOĞLU (BALIKESİR VALİSİ)
- PROF. DR. YÜCEL OĞURLU (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRÜ)
- PROF. MUKHSİN TOJİYEVİCH HODJİYEV (GULİSTAN DEVLET ÜNİVERSİTESİ REKTÖRÜ-ÖZBEKİSTAN)

## BİLİM KURULU

- PROF. DR. MEHMET EMİN AKKILIÇ (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- PROF. DR. CEVDET AVCIKURT (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ)
- PROF. DR. DÜRIYE BOZOK (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ)
- PROF. DR. SABRİYE ÇELİK UĞUZ (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- PROF. DR. CİHAN ÇOBANOĞLU (UNİVERSİTY OF SOUTH FLORİDA SARASOTA-MANATEE)
- PROF. DR. MURAT DOĞDUBAY (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ)
- PROF. DR. BARIŞ ERDEM (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ)
- PROF. DR. ALİ KEMAL GÜRBÜZ (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ)
- PROF. DR. MEHMET OĞUZHAN İLBAN (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- PROF. DR. SEBAHATTİN KARAMAN (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ)
- PROF. DR. EMEL MEMİŞ KOCAMAN (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- PROF. DR. AHMET KÖROĞLU (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ)
- PROF. DR. ÖZLEM KÖROĞLU (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ)
- PROF. DR. ZİKRIYAYEV ZOKİR MAMİROVİCH (GULİSTAN STATE UNİVERSİTY)
- PROF. DR. ÖNDER MET (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ)
- PROF. DR. FEVZİ OKUMUŞ (UNİVERSİTY OF CENTRAL FLORİDA – ROSEN COLLEGE OF HOSPİTALİTY MANAGEMENT)
- PROF. DR. MEHMET SARIOĞLAN (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ)
- PROF. DR. BAYRAM ŞAHİN (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ)
- PROF. DR. AYŞEGÜL TAŞ (UŞAK ÜNİVERSİTESİ UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ)
- PROF. DR. NURAY TETİK DİNÇ (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ)
- PROF. DR. MUZAFFER UYSAL (ISENBERG SCHOOL OF MANAGEMENT)
- DOÇ. DR. AYŞE NUR AKBABA (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- DOÇ. DR. SONER AKKOÇ (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- DOÇ. DR. MEHMET ALTIN (UNIVERSITY OF CENTRAL FLORIDA)
- DOÇ. DR. MUAMMER BEZİRGAN (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- DOÇ. DR. ULUKAN BÜYÜKARIKAN (AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ BOLVADİN UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ)

- DOÇ. DR. ÖZGE DEMİRBULAT (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- DOÇ. DR. OĞUZHAN DÜLGAROĞLU (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- DOÇ. DR. YUSUF ESMER (BAYBURT ÜNİVERSİTESİ UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ)
- DOÇ. DR. MUSTAFA İYİBİLDİREN (NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ)
- DOÇ. DR. VOLKAN ÖZBEK (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- DOÇ. DR. GİZEM ÖZGÜREL (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- DOÇ. DR. SEVGİ SEZER (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- DOÇ. DR. ALİ SOLUNOĞLU (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- DOÇ. DR. HASAN HÜSEYİN YILDIRIM (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- DOÇ. DR. ELMİRA KAMİLEVNA (KAZAN FEDERAL ÜNİVERSİTESİ ULUSLARARASI İLİŞKİLER ENSTİTÜSÜ)
- DOÇ. DR. ONUR KEMAL YILMAZ (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- DOÇ. DR. TAYFUN YÖRÜK (AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ)
- DOÇ. DR. FİLİZ YÜKSEL (DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ KÜTAHYA UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ)
- DR. ÖĞR. ÜYESİ ELİF BEZİRGAN (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- DR. ÖĞR. ÜYESİ ELÇİN MÜRSELOĞLU (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- DR. ÖĞR. ÜYESİ GÜLŞAH ÖZDEMİR (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)
- DR. ÖĞR. ÜYESİ ESAT SAÇKES (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ SINDIRGI MYO)
- ÖĞR. GÖR. DR. AYŞEGÜL YILDIRIM KUTBAY (BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ BUBFA)

## YÜRÜTME KURULU

- PROF. DR. MEHMET OĞUZHAN İLBAN (BAŞKAN)
- PROF. DR. MEHMET EMİN AKKILIÇ (ÜYE)
- PROF. DR. EMEL MEMİŞ KOCAMAN (ÜYE)
- PROF. DR. SABRİYE ÇELİK UĞUZ (ÜYE)
- DOÇ. DR. AYŞE NUR AKBABA (ÜYE)
- DOÇ. DR. SONER AKKOÇ (ÜYE)
- DOÇ. DR. MUAMMER BEZİRGAN (ÜYE)
- DOÇ. DR. ÖZGE DEMİRBULAT (ÜYE)
- DOÇ. DR. OĞUZHAN DÜLGAROĞLU (ÜYE)
- DOÇ. DR. VOLKAN ÖZBEK (ÜYE)
- DOÇ. DR. GİZEM ÖZGÜREL (ÜYE)
- DOÇ. DR. SEVGİ SEZER (ÜYE)
- DOÇ. DR. ALİ SOLUNOĞLU (ÜYE)
- DOÇ. DR. HASAN HÜSEYİN YILDIRIM (ÜYE)
- DOÇ. DR. ONUR KEMAL YILMAZ (ÜYE)
- DR. ÖĞR. ÜYESİ ELİF BEZİRGAN (ÜYE)

- DR. ÖĞR. ÜYESİ ELÇİN MÜRSELOĞLU (ÜYE)
- DR. ÖĞR. ÜYESİ GÜLŞAH ÖZDEMİR (ÜYE)
- DR. ÖĞR. ÜYESİ ESAT SAÇKES (ÜYE)
- ÖĞR. GÖR. HAKAN ALAKUŞ (ÜYE)
- ÖĞR. GÖR. CUMHUR BERBER (ÜYE)
- ÖĞR. GÖR. DR. FATİH ÇOLAKOĞLU (ÜYE)
- ÖĞR. GÖR. ZEYNEP KARATAŞ (ÜYE)
- ÖĞR. GÖR. DR. AYŞEGÜL YILDIRIM KUTBAY (ÜYE)
- ÖĞR. GÖR. NİHAT KAYA PEKBAY (ÜYE)
- ARŞ. GÖR. DR. MEHMET TAHSİN LİCELİ (ÜYE)
- ARŞ. GÖR. SETENAY MELEK YURTTABİR (ÜYE)
- AHMET ÖZCAN (ÜYE)

## **SEKRETERYA**

- ÖĞR. GÖR. HAKAN ALAKUŞ (ÜYE)
- ÖĞR. GÖR. CUMHUR BERBER (ÜYE)
- ÖĞR. GÖR. DR. FATİH ÇOLAKOĞLU (ÜYE)
- ÖĞR. GÖR. ZEYNEP KARATAŞ (ÜYE)
- ÖĞR. GÖR. NİHAT KAYA PEKBAY (ÜYE)
- ARŞ. GÖR. DR. MEHMET TAHSİN LİCELİ (ÜYE)
- ARŞ. GÖR. SETENAY MELEK YURTTABİR (ÜYE)
- AHMET ÖZCAN (ÜYE)

# KONGRE PROGRAMI

13 EYLÜL 2024

<b>AÇILIŞ KONUŞMALARI</b>	<b>10:00-11:00</b>
Prof. Dr. M. Oğuzhan İLBAN-Kongre Yürütme Kurulu Başkanı Prof. Dr. Yücel OĞURLU-Balıkesir Üniversitesi Rektörü	
<b>DAVETLİ KONUŞMACI</b>	<b>11:00-12:30</b>
Prof. Dr. Erdoğan KOÇ-Bahçeşehir Üniversitesi İşletme Bölümü Öğretim Üyesi (SSCI ENDEKSLİ DERGİLERDE NASIL YAYIN YAPILIR?)	
<b>1. OTURUM</b>	<b>14:00-15:00</b>
<b>OTURUM BAŞKANI:</b> Doç. Dr. Muammer BEZİRGAN	
Sürdürülebilir Mutfak Hareketi: Lokanta Bahar Örneği	<u>Hümeyra Demir</u>
Gelenekten Geleceğe Yerel Türlerin Yolculuğu	<u>Meziyet Narin</u>
Turizmde Metalaşmanın Olumsuz Etkilerinin Çözümlerine Yönelik Kavramsal Bir Değerlendirme: Cittaslow Sığacak Örneği	<u>Nur Ertürk</u>
Sürdürülebilir Turizm Araştırmalarındaki Eğilimler Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz	<u>Çağatay Tunçsiper &amp; Çağla Oduncular</u>
<b>OTURUM BAŞKANI:</b> Doç. Dr. Taner DALGIN	
Medya Okuryazarlığı ve Siber Zorbalıkla Mücadele Çalışmaları	<u>Semra Geçkin Onat</u>
Instagram Hesaplarındaki Paylaşımların Göstergibilimsel Analizi: "Go Balıkesir" Örneği	<u>Beste Demir &amp; Ahmet Köroğlu</u>
Okul Öncesi Çocukluk Dönemi Beslenme Alışkanlıklarının Oluşumunda Ebeveynlerin Rolü	<u>M. Oğuzhan İlban &amp; Setenay M. Yurttabir</u>
Bisiklet Dostu Konaklama Tesisleri Belgesi ve "Cycling Go Türkiye" Kampanyası	<u>Emre Uygun</u>
<b>OTURUM BAŞKANI:</b> Dr. Öğr. Üyesi Elçin MÜRSELOĞLU	
Farklı Kültürel Sermayeye Sahip İlköğretim Öğrencilerinde Öğrenme Tutumlarının Araştırılması	<u>Almaz Mirzanurovich Galimov</u>
Dil Eğitiminde Kültürel Yeterlilik: Öğrencileri Küreselleşen Dünyaya Hazırlamak	<u>Shakhida Abdurazakova</u>
Özbekistan'da Dijitalleşmenin Hanehalkı Finansmanı Üzerindeki Ekonomik Etkisi	<u>Gayrat Berdiev &amp; Dostonbek Eshpulatov</u>
<b>2. OTURUM</b>	<b>15:30-16:30</b>
<b>OTURUM BAŞKANI:</b> Prof. Dr. Şefik Okan MERCAN	
(Sentrum) Ayvalık Küçükköy Modeli Projesine Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Kavramsal Bir Değerlendirme	<u>Adnan Burak Acar &amp; Cevdet Avcıkurt</u>
Sanal Turizm ve Moda	<u>Ebru Bağcı, Ece Melek &amp; Nisa Nur Duman</u>
Türkiye Turizminde E-Ticaret Hacmine Yönelik Bir Değerlendirme	<u>Muammer Bezirgan &amp; Harun Ataman</u>
Turizmde Destinasyon Pazarlaması ve İnovasyon Uygulamaları: Avrupa ve Türkiye Örnekleri	<u>Afitap Bulut</u>

<b>OTURUM BAŞKANI:</b> Prof. Dr. Hüseyin ÇEKEN	
Konaklama İşletmelerinin Pazarlanmasında Çevrim İçi Rezervasyon Kanallarının Rolü	<u>Hanife Özcan</u> & Şefik Okan Mercan
Konaklama İşletmelerinde Greenwashing ve Tüketici Güveni	<u>Fatih Koç</u> & Büşra Nükyen
Evcil Hayvan Dostu Konaklama İşletmelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi: Balıkesir Örneği	<u>Bilge Villi</u> & Melike Gül
Orman Yangınları ve Turizm Ekolojik Kaygılar ve Turistik Bölgelere Etkileri	<u>Ebru Bağcı</u>
Tarım İşletmelerinde Kuruluş ve Çalışma Sermayesi Yönetiminin Önemi ve Uşak İlinde Bir Uygulama	<u>İsmail Aydemir</u>
<b>OTURUM BAŞKANI:</b> Prof. Dr. Mehmet Emin AKKILIÇ	
Okul Aile Birliği'nin Okul Gelişimine Katkısı	<u>Damla Yöndemli</u> , <u>Ayşegül Kantarcı</u> <u>Uludağ</u> & <u>Levent Kahraman</u>
Phubbing ve Yakın İlişkilerde Yalnızlık Arasındaki İlişkide Sosyal Bağlılığın Aracı Rolü	<u>Aysu Bayram Saptır</u>
E-Yönetişim Olgusu Hakkında Bir İnceleme	<u>Sertaç Kırac</u>

14 EYLÜL 2024

<b>3. OTURUM</b>	<b>10:15-11:15</b>
<b>OTURUM BAŞKANI:</b> Prof. Dr. Sabriye ÇELİK UĞUZ	
Deprem Sonrası Antakya'daki Butik Otellerin Geleceği	<u>Belma Suna</u> , <u>Eren Yeşildağ</u> & <u>Ecem Küçükgüney Muca</u>
Yaratıcı Turizmde Yaratıcı Model, Sındırgı Örneği	<u>Fusun Esenkal</u>
Trabzon'un Solaklı Vadisi'ndeki Turizm Faaliyetlerinin Sürdürülebilirliği İçin Doğal Çevreyi Koruma Önerileri	<u>Bilgin Güner</u> , <u>Emrah Kara</u> , <u>Taner Dalgın</u> & <u>Hüseyin Çeken</u>
Seyahat Acentalarının Bakış Açısıyla Marmaris Turizminin Geleceği ve Sürdürülebilirliği	<u>Esra Cesur</u> & <u>Özge Alkan</u>
Yapısalcı Bir Film Çözümlemesi: "Mükemmel Günler"	<u>Serra Orkan</u>
<b>OTURUM BAŞKANI:</b> Doç. Dr. Ayşe Nur BUYRUK AKBABA	
Lojistik Firmalarında Faaliyetlerin Maliyetlendirilmesi ve Karlılık Analizi Üzerine Bir Değerlendirme	<u>İsmail Aydemir</u>
Yeşil Hidrojen Üretimi ve İhracatı Açısından Balıkesir'in Potansiyelinin Değerlendirilmesi	<u>Sevgi Sezer</u> & <u>Tezcan Abasız</u>
Firmaların CRM Kampanyası Başarısının Tüketicilerin Yardımseverlik Düzeyleri Açısından İncelenmesi	<u>Nida Gülhan</u> , <u>M. Emin Akkılıç</u> & <u>M. Selim Dikici</u>
Uluslararası Ticaret ile Göç Akımları Arasındaki İlişki: Seçilmiş Ülkeler Üzerine Bir Uygulama	<u>Bedriye Tunçsiper</u> & <u>Menekşe Çiçek</u>
<b>OTURUM BAŞKANI:</b> Doç. Dr. Levent AKSU	
Açıklanmış Karşılaştırmalar Endeksi Yöntemi ile Türkiye'nin Plastik Sektörü Rekabet Durumu	<u>Özlem Tan</u>
Tüketicilerin Tepkisel Satın Alma Davranışlarının Kıtlik Algısı Düzeyleri Bakımından İncelenmesi	<u>Kübra Akar</u> & <u>Volkan Özbek</u>
Sosyal Değişim Teorisine İlişkin Kavramsal Bir Çerçeve	<u>Sevcan Solunoğlu</u>
Ekonomik Açıklar ve Türkiye'nin Ekonomik Analizi	<u>Levent Aksu</u>

<b>4. OTURUM</b>	<b>11:30-12:30</b>
<b>OTURUM BAŞKANI:</b> Doç. Dr. Oğuzhan DÜLGAROĞLU	
Turistlerin Destinasyon Seçiminde Etkisi Olan Çekiciliklerin Tespiti: Edremit Körfezi Örneği	<u>Azra Selin Güler &amp; Oğuzhan Dülğaroğlu</u>
Butik Otellerde Dijitalleşme Üzerine Bir Örnek Olay Araştırması	<u>Seznur Avan &amp; Gizem Özgürel</u>
Kültürel Miras Kapsamında Çanakkale İlindeki Geleneksel Türk Hamamlarının İncelenmesi	Lokman Güzel, Mutlu Can, Bahattin Hamarat, Erol Duran & Fulya Gümüşdal
Duygusal Yeme ve Duygusal İştah Arasındaki İlişkide Yeme Farkındalığının Aracı Rolü	<u>Aysu Bayram Saptır</u>
Turistik Bölgelerde Oluşan Geri Dönüşüm ve Atıkların Kullanımı ve Değerlendirilmesi: Burhaniye İlçesi Üzerine Bir Çalışma	<u>Hasan Can Korkmaz &amp; Ali Solunoğlu</u>
<b>OTURUM BAŞKANI:</b> Doç. Dr. Volkan ÖZBEK	
Brics-T Ülkelerinde Döviz Kuru ve Kripto Varlık Volatilitesi	<u>Kezban Hitay Sarp</u>
Fiyat İstikrarsızlığı ve Derinleşen Yoksulluk	<u>Fehime Günbegi</u>
Kripto Para Ekosistemi ve Bitcoin ile İlgili Yapılan Çalışmaların İçerik Analizi	<u>Derya Seyhan Dikici &amp; Soner Akkoç</u>
Sanayi Firmalarda Mali Tablo Denetiminde Stok ve Mamul Maliyetlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Değerlendirme	<u>İsmail Aydemir</u>
Dünya'da ve Türkiye'de Yenilenebilir Enerji Yatırımlarının Finansman Kaynakları	Hasan Hüseyin Yıldırım & <u>Seher Sezer Türkmen</u>
<b>OTURUM BAŞKANI:</b> Doç. Dr. Gizem ÖZGÜREL	
Enflasyon ve Turizm Sektörü Arasındaki İlişki	<u>Cevriye Yüksel Yıldırım</u>
Jeopolitik Riskin Firma Karlılığına Etkisi: Turizm İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama	M. Oğuzhan İlban, <u>Fatih Çolakoğlu &amp; M. Tahsin Liceli</u>
Alternatif Olarak Eğitim Turizmi: Sabancı Üniversitesi Ayvalık Küçükköy Örneği	<u>Levent Kahraman &amp; Meziyet Narin</u>
Duygusal Yeme ve Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi	<u>Aysu Bayram Saptır &amp; Tuğba Seda Çolak Turan</u>
<b>5. OTURUM</b>	<b>13:45-14:45</b>
<b>OTURUM BAŞKANI:</b> Prof. Dr. Emel MEMİŞ KOCAMAN	
Endüstriyel Kenevirden Sosyo-Ekonomik ve Kültürel Kalkınma Kapsamında Gastronomik Ürün Geliştirme ve Çeşitlendirme	İhsan Kazkondur, Erol Kesgin, <u>Mustafa Gökyar &amp; Emine Yılmaz Can</u>
Yiyecek İçecek İşletmelerinde Çalışanların Yengeç Sepeti Sendromu Hakkında Görüşleri	<u>Serap Ok &amp; Cafer Topaloğlu</u>
Şanlıurfa'nın Gastrogelişim Potansiyeli SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi	<u>Gizem Çorman &amp; Bedriye Çilem Soylu</u>
Osmanlı Saray Mutfağı Kavramının Kelime İlişkilendirme Testi ile Değerlendirilmesi	<u>Özkan Demir &amp; Hayriye Duman</u>
Çaykara Yaylalarının Aromatik Bitkisi Zagodanın Gastro-Turizm Potansiyeli: Sıcakoba Yaylası Geleneksel Zagoda Yemekleri	<u>Bilgin Güner, Çağla Özer &amp; Emine Yılmaz</u>



<b>OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. Ali SOLUNOĞLU</b>	
Adramytteion Antik Kenti'nin Kültür Turizmi Kapsamında Swot Analizi	<u>Seznur Avan &amp; Oğuzhan Dülgaroğlu</u>
Konaklama Sektöründe Karlılığı Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Bist Örneği	<u>Ayşegül Yıldırım Kutbay</u>
Turistik Eşya Sektöründe Çalışan Kadınların Çalışan Kadınların Karşılaştıkları Sosyo-Psikolojik Zorluklar ve Baş Etme Stratejileri	<u>Hasan Can Korkmaz &amp; Gizem Özgürel</u>
Turizmin Sosyo Kültürel Etkilerine Yönelik Kavramsal Bir Çalışma	<u>Sevcan Solunoğlu &amp; Ali Solunoğlu</u>
Türkiye'de Belediyeler Akıllı Turizm Konusunda Yeterli Çalışma Yapıyor Mu?	<u>Onur Kemal Yılmaz</u>
<b>OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. Hasan Hüseyin YILDIRIM</b>	
Yenilenebilir Enerji Üretimine Döviz Kuru ve Dış Ticaret Üzerine Etkisi	<u>Hasan Hüseyin Yıldırım &amp; Batuhan Kürşad Akgül</u>
Ekonomik Özgürlük ve Finansal Derinleşme Arasındaki İlişki	<u>Cevriye Yüksel Yıldırım</u>
Geniş Tanımlı İşsizlik, Güçlenmiş İşgücü: Türkiye Emek Piyasasından Yatay Kesit Kanıtlar	<u>Sabriye Çelik Uğuz &amp; Ferhat Topbaş</u>
İkiz Dönüşüm: Bibliyometrik Analiz	<u>Ayşe Nur Buyruk Akbaba</u>
Balıkesir İlinin Türkiye E-Ticaret, İhracat ve E-İhracatındaki Payı	<u>Sevgi Sezer &amp; Tezcan Abasız</u>
<b>6. OTURUM</b>	
<b>15:00-16:00</b>	
<b>OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. Ferhat TOPBAŞ</b>	
Yönetim Kurulu Üyelerinin Eğitim Düzeylerinin Firma Performansına Etkisi: BIST Turizm İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama	<u>M. Oğuzhan İlban, M. Tahsin Liceli &amp; Çağla Topcuoğlu</u>
Konaklama İşletmelerinde Kamu ve Özel Sektör İşletmelerine Yönelik Müşteri Şikayetlerinin Değerlendirilmesi: Edremit Körfezi Örneği	<u>Nur Yıldız &amp; Fatih Çolakoğlu</u>
Askeri Olmayan Taktikler Çerçevesinde Nato'nun Güvenlik Stratejileri	<u>Gülşah Özdemir &amp; Elçin Mürseloğlu</u>
Sürdürülebilirlik Kapsamında Gastronomi Öğrencilerinin Sıfır Atık Konusundaki Bilgileri ve Tutumları	<u>Merve Olcay &amp; Şefik Okan Mercan</u>
Mutfak Şeflerinin Stajyer Seçim Kriterleri	<u>Özkan Demir</u>
<b>OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. Onur Kemal YILMAZ</b>	
Atlantis Animasyon Filmlerindeki Oryantalist Göstergeler	<u>Sercan Kule</u>
İnovasyon Yönetiminin Önemi	<u>Emin Ergun Selçuk</u>
Küresel Sıcaklık	<u>Emin Ergun Selçuk</u>
Stratejik İnsan Kaynaklarının Yönetiminin Etkileri	<u>Emin Ergun Selçuk</u>
<b>OTURUM BAŞKANI: Doç. Dr. Sevgi SEZER</b>	
Türkiye Ekonomisinin Büyüme Kompozisyonu	<u>İpek Kurt &amp; Yusuf Yalçınkaya</u>
Sürdürülebilir Turizmin Köşe Taşları Olan Rekreasyon Turizmi ve Eko Turizmin Yaşanabilir Toplum Anlayışıyla İrdelenmesi	<u>Serap İnceöz</u>
Rekreasyon Turizmi ve Eğlence İlişkisi	<u>Serap İnceöz</u>

# **KONGRE YÜRÜTME KURULU BAŞKANI**

## **SUNUŞ**

I. Uluslararası Balıkesir Uygulamalı Bilimler Kongresi (International Balıkesir Applied Sciences Congress-IBAS-CON), Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi'nin ev sahipliğinde, 13-15 Eylül 2024 tarihleri arasında düzenlenmiştir. Kongremiz, alanlarında uzmanlaşmış akademisyen ve araştırmacıları bir araya getirerek, uygulamalı bilimlere dair geniş bir bilgi paylaşımına sahne olmuştur. Türkiye'den 25 farklı üniversiteden 106 araştırmacının bilgi ve deneyimlerini paylaştığı bu ortamda, 77 özgün araştırma ile zengin bir bilimsel paylaşım gerçekleşmiştir.

Ana teması "Tüm Yönleriyle Uygulamalı Bilimler" olarak belirlenen kongremizde uygulamalı bilimlerin çeşitli yönleriyle ele alındığı çok sayıda başlık yer almıştır. "Sosyal Bilimler, Eğitim Bilimleri, Beşeri Bilimler, Güzel Sanatlar, Antropoloji, Arkeoloji, Coğrafya, Dil, Edebiyat, Eğitim Bilimleri, El Sanatları, Felsefe, Gazetecilik, Halkla İlişkiler, Hukuk, İşletme Bilimleri, İktisat, İktisadi ve İdari Bilimler, İletişim, Kültür, Maliye, Mimarlık, Moda, Müzik, Pazarlama, Psikoloji, Resim, Sanat, Sanat Tarihi, Siyaset Bilimi, Aile Politikası, Sosyoloji, Yerel Yönetimler, Sosyal Hizmet, Spor Bilimi, Turizm, Tarih, Uluslararası İlişkiler, Sağlık Bilimleri" gibi geniş bir konu yelpazesiyile katılımcılar, bilgi ve deneyimlerini paylaşmışlardır.

Bu kapsamda, kongreye sunulan bildiriler %52,5 oranında Turizm, %13,75 oranında Gastronomi, %10 oranında Uluslararası Ticaret, %15 oranında Finans ve Bankacılık, %8,75 oranında ise diğer alanlarda çeşitlenmiştir. Türkiye'nin farklı bölgelerinden ve yurtdışından gelen katılımcıların dağılımına bakıldığında, %65 oranıyla Marmara Bölgesi en yüksek katılımı sağlamıştır. Ege Bölgesi %20,7, Karadeniz %6,3, İç Anadolu ve Güneydoğu Anadolu %1,8 oranlarında katkı sunarken, yurtdışından da %4,5 oranında katılımcı kongremizde yer almıştır. Zengin katılımcı profiliyle uygulamalı bilimlerin tüm yönleriyle ele alındığı interdisipliner bir buluşma noktası olan kongremizin, gelecekte hem ulusal hem de uluslararası düzeyde daha da önemli ve etkin bir platform olmasını hedefliyoruz.

İlk kez düzenlenen Uluslararası Balıkesir Uygulamalı Bilimler Kongresi, uygulamalı bilimlerdeki araştırmaları aynı çatı altında buluşturmuştur. Bu alandaki çalışmalarını teşvik ederek bilgi üretimine katkıda bulunmayı hedeflediğimiz kongrede, farklı perspektifleri bir araya getiren, yeni fikir ve araştırmalarla zenginleşmiş bir paylaşım ortamı oluşturmayı amaçladık. Ele alınan konuların yalnızca akademik alanda değil, sektördeki uygulamalara da yol gösterici nitelikte olmasını umuyoruz.

Son olarak kongrenin gerçekleşmesinde emeği geçen Bilim Kurulu ve Yürütme Kurulu üyelerine, Kongre Sekreteryasına, bildirimlerini sunarak kongremize katkıda bulunan tüm katılımcılara ve kongre sürecine destek veren tüm ekip üyelerine teşekkür ediyorum. Ayrıca, Kongremizin Onur Kurulu'nda yer alan Balıkesir Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Yücel OĞURLU'ya sağladıkları destek ve katkılardan dolayı saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

Prof. Dr. M. Oğuzhan İLBAN  
Kongre Yürütme Kurulu Başkanı

## İÇİNDEKİLER

SÜRDÜRÜLEBİLİR MUTFAK HAREKETİ: LOKANTA BAHAR ÖRNEĞİ .....	17
<i>SUSTAINABLE KITCHEN MOVEMENT: THE EXAMPLE OF LOKANTA BAHAR</i> .....	18
GELENEKTEN GELECEĞE YEREL TÜRLERİN YOLCULUĞU .....	19
<i>THE JOURNEY OF LOCAL SPECIES FROM TRADITION TO THE FUTURE</i> .....	20
TURİZMDE METALAŞMANIN OLUMSUZ ETKİLERİNİN ÇÖZÜMLERİNE YÖNELİK KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME: CITTASLOW SIĞACIK ÖRNEĞİ.....	21
<i>A CONCEPTUAL EVALUATION TOWARDS THE SOLUTIONS TO THE NEGATIVE EFFECTS OF COMMODIFICATION IN TOURISM: CITTASLOW SIĞACIK EXAMPLE</i> .....	22
SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM ARAŞTIRMALARINDAKİ EĞİLİMLER ÜZERİNE BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ .....	23
<i>A BIBLIOMETRIC ANALYSIS ON TRENDS IN SUSTAINABLE TOURISM RESEARCH</i> .....	24
MEDYA OKURYAZARLIĞI VE SİBER ZORBALIKLA MÜCADELE ÇALIŞMALARI .....	25
<i>MEDIA LITERACY AND ANTI-CYBERBULLYING</i> .....	26
INSTAGRAM HESAPLARINDAKİ PAYLAŞIMLARIM GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ: “GO BALIKESİR” ÖRNEĞİ.....	27
<i>SEMIOTIC ANALYSIS OF MY POSTS ON INSTAGRAM ACCOUNTS: THE EXAMPLE OF “GO BALIKESİR”</i> .....	28
OKUL ÖNCESİ ÇOCUKLUK DÖNEMİ BESLENME ALIŞKANLIKLARININ OLUŞUMUNDA EBEVEYNLERİN ROLÜ .....	29
<i>THE ROLE OF PARENTS IN THE FORMATION OF NUTRITIONAL HABITS IN PRESCHOOL CHILDHOOD</i> .....	30
BİSİKLET DOSTU KONAKLAMA TESİSLERİ BELGESİ VE “CYCLING GO TÜRKİYE” KAMPANYASI .....	31
<i>BICYCLE FRIENDLY ACCOMMODATION CERTIFICATE AND “CYCLING GO TÜRKİYE” CAMPAIGN</i> .....	32
<i>FARKLI KÜLTÜREL SERMAYEYE SAHİP İLKÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNDE ÖĞRENME TUTUMLARININ ARAŞTIRILMASI..</i>	33
<i>RESEARCH OF LEARNING ATTITUDES IN PRIMARY SCHOOL STUDENTS WITH DIFFERENT CULTURAL CAPITAL</i> .....	34
DİL EĞİTİMİNDE KÜLTÜREL YETERLİLİK: ÖĞRENCİLERİ KÜRESELLEŞEN DÜNYAYA HAZIRLAMAK .....	35
<i>CULTURAL COMPETENCE IN LANGUAGE EDUCATION: PREPARING STUDENTS FOR A GLOBALIZED WORLD</i> .....	36
ÖZBEKİSTAN'DA DİJİTALLEŞMENİN HANEHALKI FİNANSMANI ÜZERİNDEKİ EKONOMİK ETKİSİ.....	37
<i>ECONOMIC IMPACT OF DIGITALIZATION ON HOUSEHOLD FINANCES IN UZBEKISTAN</i> .....	38
(SENTRUM) AYVALIK KÜÇÜKKÖY MODELİ PROJESİNE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME .....	39
<i>(SENTRUM) A CONCEPTUAL EVALUATION OF AYVALIK KUCUKKOY MODEL PROJECT WITHIN THE SCOPE OF SUSTAINABLE TOURISM</i> .....	40
SANAL TURİZM VE MODA.....	41
<i>VIRTUAL TOURISM AND FASHION</i> .....	42
TÜRKİYE TURİZMİNDE E-TİCARET HACMİNE YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME .....	43
<i>AN EVALUATION OF E-COMMERCE VOLUME IN TURKISH TOURISM</i> .....	44
TURİZMDE DESTİNASYON PAZARLAMASI VE İNOVASYON UYGULAMALARI: AVRUPA VE TÜRKİYE ÖRNEKLERİ .....	45
<i>DESTINATION MARKETING AND INNOVATION PRACTICES IN TOURISM: EUROPEAN AND TÜRKİYE EXAMPLE</i> .....	46

KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN PAZARLANMASINDA ÇEVİRİM İÇİ REZERVASYON KANALLARININ ROLÜ .....	47
<i>THE ROLE OF ONLINE BOOKING CHANNELS IN THE MARKETING OF ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS</i> .....	48
KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE GREENWASHING VE TÜKETİCİ GÜVENİ .....	49
<i>GREENWASHING AND CONSUMER TRUST IN HOSPITALITY BUSINESSES</i> .....	50
EVCİL HAYVAN DOSTU KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN İÇERİK ANALİZİ YÖNTEMİYLE İNCELENMESİ: BALIKESİR ÖRNEĞİ 51	
<i>INVESTIGATION OF PET-FRIENDLY ACCOMMODATION BUSINESSES USING CONTENT ANALYSIS METHOD: BALIKESİR EXAMPLE</i> .....	52
ORMAN YANGINLARI VE TURİZM: EKOLOJİK KAYGILAR VE TURİSTİK BÖLGELERE ETKİLERİ .....	53
<i>FOREST FIRES AND TOURISM: ECOLOGICAL CONCERNS AND IMPACTS ON TOURIST DESTINATIONS</i> .....	54
TARIM İŞLETMELERİNDE KURULUŞ VE ÇALIŞMA SERMAYESİ YÖNETİMİNİN ÖNEMİ VE UŞAK İLİNDE BİR UYGULAMA... 55	
<i>IMPORTANCE OF MANAGEMENT OF ESTABLISHMENT AND WORKING CAPITAL IN AGRICULTURAL ENTERPRISES AND AN APPLICATION IN UŞAK PROVINCE</i> .....	56
OKUL AİLE BİRLİĞİ'NİN OKUL GELİŞİMİNE KATKISI .....	57
<i>THE CONTRIBUTION OF THE PARENT-TEACHER ASSOCIATION TO SCHOOL DEVELOPMENT</i> .....	58
PHUBBING VE YAKIN İLİŞKİLERDE YALNIZLIK ARASINDAKİ İLİŞKİDE SOSYAL BAĞLILIĞIN ARACI ROLÜ..... 59	
<i>THE MEDIATING ROLE OF SOCIAL CONNECTEDNESS IN THE RELATIONSHIP BETWEEN PHUBBING AND LONELINESS IN CLOSE RELATIONSHIPS</i> .....	60
E-YÖNETİŞİM OLGUSU HAKKINDA BİR İNCELEME .....	61
<i>A STUDY ABOUT E-GOVERNANCE PHENOMENON</i> .....	62
DEPREM SONRASI ANTAKYA'DAKİ BUTİK OTELLERİN GELECEĞİ .....	63
<i>THE FUTURE OF BOUTIQUE HOTELS IN ANTAKYA AFTER THE EARTHQUAKE</i> .....	64
YARATICI TURİZMDE YARATICI MODEL, SINDIRGI ÖRNEĞİ..... 65	
<i>CREATIVE MODEL IN CREATIVE TOURISM, THE CASE OF SINDIRGI</i> .....	66
TRABZON'UN SOLAKLI VADİSİ'NDEKİ TURİZM FAALİYETLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ İÇİN DOĞAL ÇEVREYİ KORUMA ÖNERİLERİ .....	67
<i>RECOMMENDATIONS FOR PROTECTING THE NATURAL ENVIRONMENT FOR THE SUSTAINABILITY OF TOURISM ACTIVITIES IN SOLAKLI VALLEY OF TRABZON</i> .....	68
SEYAHAT ACENTALARININ BAKIŞ AÇISIYLA MARMARİS TURİZMİNİN GELECEĞİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ .....	69
<i>THE FUTURE AND SUSTAINABILITY OF MARMARIS TOURISM FROM THE PERSPECTIVE OF TRAVEL AGENCIES</i> .....	70
YAPISALCI BİR FİLM ÇÖZÜMLEMESİ: "MÜKEMMEL GÜNLER" .....	71
<i>A STRUCTURALIST MOVIE ANALYSIS: "GREAT DAYS"</i> .....	72
LOJİSTİK FİRMALARINDA FAALİYETLERİN MALİYETLENDİRİLMESİ VE KARLILIK ANALİZİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME 73	
<i>AN EVALUATION ON COSTING OF ACTIVITIES AND PROFITABILITY ANALYSIS IN LOGISTICS COMPANIES</i> .....	74
YEŞİL HİDROJEN ÜRETİMİ VE İHRACATI AÇISINDAN BALIKESİR'İN POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ .....	75
<i>EVALUATING BALIKESİR'S POTENTIAL FOR GREEN HYDROGEN PRODUCTION AND EXPORT</i> .....	76

FİRMALARIN CRM KAMPANYASI BAŞARISININ TÜKETİCİLERİN YARDIMSEVERLİK DÜZEYLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ	77
<i>EXAMINING THE SUCCESS OF COMPANIES' CRM CAMPAIGNS IN TERMS OF CONSUMERS' PHILANTHROPY LEVELS</i>	78
ULUSLARARASI TİCARET İLE GÖÇ AKIMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ: SEÇİLMİŞ ÜLKELER ÜZERİNE BİR UYGULAMA	79
<i>THE RELATIONSHIP BETWEEN INTERNATIONAL TRADE AND MIGRATION FLOWS: AN APPLICATION ON SELECTED COUNTRIES</i>	80
AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALAR ENDEKSİ YÖNTEMİ İLE TÜRKİYE'NİN PLASTİK SEKTÖRÜ REKABET DURUMU	81
<i>COMPETITIVE SITUATION OF TURKEY'S PLASTIC INDUSTRY BY ANNOUNCED COMPARISONS INDEX METHOD</i>	82
TÜKETİCİLERİN TEPKİSEL SATIN ALMA DAVRANIŞLARININ KITLIK ALGISI DÜZEYLERİ BAKIMINDAN İNCELENMESİ	83
<i>INVESTIGATION OF CONSUMER'S IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR IN TERMS OF SCARCITY PERCEPTION LEVELS</i>	84
SOSYAL DEĞİŞİM TEORİSİNE İLİŞKİN KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE	85
<i>A CONCEPTUAL FRAMEWORK FOR SOCIAL EXCHANGE THEORY</i>	86
EKONOMİK AÇIKLAR VE TÜRKİYE'NİN EKONOMİK ANALİZİ	87
<i>ECONOMIC DEFICITS AND TÜRKİYE'S ECONOMIC ANALYSIS</i>	88
TURİSTLERİN DESTİNASYON SEÇİMİNDE ETKİSİ OLAN ÇEKİCİLİKLERİN TESPİTİ: EDREMİT KÖRFEZİ ÖRNEĞİ	89
<i>DETERMINATION OF ATTRACTIONS AFFECTING TOURISTS' DESTINATION CHOICE: THE SAMPLE OF EDREMIT GULF</i>	90
BUTİK OTELLERDE DİJİTALLEŞME ÜZERİNE BİR ÖRNEK OLAY ARAŞTIRMASI	91
<i>A CASE STUDY ON DIGITALISATION IN BOUTIQUE HOTELS</i>	92
KÜLTÜREL MİRAS KAPSAMINDA ÇANAKKALE İLİNDEKİ GELENEKSEL TÜRK HAMAMLARININ İNCELENMESİ	93
<i>INVESTIGATION OF TRADITIONAL TURKISH BATHS IN ÇANAKKALE PROVINCE WITHIN THE SCOPE OF CULTURAL HERITAGE</i>	94
DUYGUSAL YEME VE DUYGUSAL İŞTAH ARASINDAKİ İLİŞKİDE YEME FARKINDALIĞININ ARACI ROLÜ	95
<i>THE MEDIATING ROLE OF MINDFUL EATING IN THE RELATIONSHIP BETWEEN EMOTIONAL EATING AND EMOTIONAL APPETITE</i>	96
TURİSTİK BÖLGELERDE OLUŞAN GERİ DÖNÜŞÜM VE ATIKLARIN KULLANIMI VE DEĞERLENDİRİLMESİ: BURHANİYE İLÇESİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA	97
<i>RE-USE AND EVALUATION OF RECYCLING AND WASTE IN TOURISTIC AREAS: A STUDY ABOUT BURHANİYE DISTRICT</i>	98
BRICS-T ÜLKELERİNDE DÖVİZ KURU VE KRİPTO VARLIK VOLATİLİTESİ	99
<i>EXCHANGE RATE AND CRYPTO ASSET VOLATILITY IN BRICS-T COUNTRIES</i>	100
FİYAT İSTİKRARSIZLIĞI VE DERİNLEŞEN YOKSULLUK	101
<i>PRICE INSTABILITY AND DEEPENING POVERTY</i>	102
KRİPTO PARA EKOSİSTEMİ VE BITCOİN İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALARIN İÇERİK ANALİZİ	103
<i>CONTENT ANALYSIS OF STUDIES CONDUCTED ON CRYPTO CURRENCY ECOSYSTEM AND BITCOIN</i>	104
SANAYİ FİRMALARDA FİNANSAL TABLO DENETİMİNDE STOK VE MAMÜL MALİYETLERİNİN İNCELENMESİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	105

<i>AN EVALUATION ON THE EXAMINATION OF STOCK AND PRODUCT COSTS IN FINANCIAL STATEMENT AUDITS IN INDUSTRIAL COMPANIES.....</i>	<i>106</i>
DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE YENİLENEBİLİR ENERJİ YATIRIMLARININ FİNANSMAN KAYNAKLARI .....	107
<i>FINANCING SOURCES OF RENEWABLE ENERGY INVESTMENTS IN THE WORLD AND TÜRKİYE.....</i>	<i>108</i>
ENFLASYON VE TURİZM SEKTÖRÜ ARASINDAKİ İLİŞKİ.....	109
<i>THE RELATIONSHIP BETWEEN INFLATION AND TOURISM SECTOR.....</i>	<i>110</i>
JEOPOLİTİK RİSKİN FİRMA KARLILIĞINA ETKİSİ: TURİZM İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA.....	111
<i>THE IMPACT OF GEOPOLITICAL RISK ON COMPANY PROFITABILITY: AN APPLICATION ON TOURISM BUSINESSES..</i>	<i>112</i>
ALTERNATİF OLARAK EĞİTİM TURİZMİ: SABANCI ÜNİVERSİTESİ AYVALIK KÜÇÜKKÖY ÖRNEĞİ .....	113
<i>EDUCATIONAL TOURISM AN ALTARNATIVE: THE CASE OF SABANCI UNIVERSITY AYVALIK KÜÇÜKKÖY.....</i>	<i>114</i>
DUYGUSAL YEME VE KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ.....	115
<i>EXAMINING THE RELATIONSHIP BETWEEN MINDFUL EATING AND PERSONALITY TRAITS IN TERMS OF VARIOUS VARIABLES.....</i>	<i>116</i>
ENDÜSTRİYEL KENEVİRDEN SOSYO-EKONOMİK VE KÜLTÜREL KALKINMA KAPSAMINDA GASTRONOMİK ÜRÜN GELİŞTİRME VE ÇEŞİTLENDİRME .....	117
<i>GASTRONOMIC PRODUCT DEVELEOPMENT AND DIVERSIFICATION FROM INDUSTRIAL HEMPWITHIN THE SCOPE OF SOCIO-ECONOMIC AND CULTURAL DEVELOPMENT.....</i>	<i>118</i>
YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE ÇALIŞANLARIN YENGEÇ SEPETİ SENDROMU HAKKINDA GÖRÜŞLERİ .....	119
<i>THE VIEWS OF EMPLOYEES IN FOOD AND BEVERAGE BUSINESSES ON THE CRAB BUCKET SYNDROME .....</i>	<i>120</i>
ŞANLIURFA'NIN GASTROGELİŞİM POTANSİYELİ: SWOT ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ .....	121
<i>GASTRODEVELOPMENT POTENTIAL OF ŞANLIURFA: EVALUATION WITH SWOT ANALYSIS.....</i>	<i>122</i>
OSMANLI SARAY MUTFAĞI KAVRAMININ KELİME İLİŞKİLENDİRME TESTİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ .....	123
<i>EVALUATION OF THE CONCEPT OF OTTOMAN PALACE CUISINE USING WORD ASSOCIATION TEST .....</i>	<i>124</i>
ÇAYKARA YAYLALARININ AROMATİK BİTKİSİ ZAGODANIN GASTRO-TURİZM POTANSİYELİ: SICAKOBA YAYLASI GELENEKSEL ZAGODA YEMEKLERİ .....	125
<i>GASTRO-TOURISM POTENTIAL OF ZAGODA, THE AROMATIC HERB OF CAYKARA HIGHLANDS: TRADITIONAL ZAGODA FOODS OF SICAKOBA HIGHLANDS.....</i>	<i>126</i>
ADRAMYTTEION ANTİK KENTİ'NİN KÜLTÜR TURİZMİ KAPSAMINDA SWOT ANALİZİ .....	127
<i>SWOT ANALYSIS OF ADRAMYTTEION ANCIENT CITY WITHIN THE SCOPE OF CULTURAL TOURISM .....</i>	<i>128</i>
KONAKLAMA SEKTÖRÜNDE KARLILIĞI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ: BİST ÖRNEĞİ .....	129
<i>DETERMINING FACTORS AFFECTING PROFITABILITY IN THE ACCOMMODATION INDUSTRY: SAMPLE OF BIST .....</i>	<i>130</i>
TURİSTİK EŞYA SEKTÖRÜNDE ÇALIŞAN KADINLARIN ÇALIŞAN KADINLARIN KARŞILAŞTIKLARI SOSYO-PSİKOLOJİK ZORLUKLAR VE BAŞ ETME STRATEJİLERİ.....	131
<i>SOCIO-PSYCHOLOGICALCHALLANGES FACED BY WOMEN WORKING IN THE SOUVENIR INDUSTRY AND COPING STRATEGIES .....</i>	<i>132</i>
TURİZMİN SOSYO KÜLTÜREL ETKİLERİNE YÖNELİK KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA .....	133

<i>A CONCEPTUAL STUDY OF THE SOCIO-CULTURAL EFFECTS OF TOURISM</i> .....	134
TÜRKİYE'DE BELEDİYELER AKILLI TURİZM KONUSUNDA YETERLİ ÇALIŞMA YAPIYOR MU? .....	135
<i>ARE MUNICIPALITIES IN TURKEY DOING ENOUGH WORK ON SMART TOURISM?</i> .....	136
YENİLENEBİLİR ENERJİ ÜRETİMİNİN DÖVİZ KURU VE DIŞ TİCARET ÜZERİNE ETKİSİ .....	137
<i>THE IMPACT OF RENEWABLE ENERGY PRODUCTION ON EXCHANGE RATES AND FOREIGN TRADE</i> .....	138
GENİŞ TANIMLI İŞSİZLİK, GÜCENMİŞ İŞGÜCÜ: TÜRKİYE EMEK PİYASASINDAN YATAY KESİT KANITLAR.....	139
<i>BROAD-DEFINED UNEMPLOYMENT, DISCOURAGED WORK-FORCE: CROSS-SECTION EVIDENCE FROM THE TURKISH LABOR MARKET</i> .....	142
İKİZ DÖNÜŞÜM: BİBLİYOMETRİK ANALİZ.....	143
<i>TWIN TRANSFORMATION: BIBLIOMETRIC ANALYSIS</i> .....	144
BALIKESİR İLİNİN TÜRKİYE E-TİCARET, İHRACAT VE E-İHRACATINDAKİ PAYI .....	145
<i>THE CONTRIBUTION OF BALIKESİR PROVINCE TO TURKEY'S E-COMMERCE, EXPORTS AND E-EXPORTS</i> .....	146
YÖNETİM KURULU ÜYELERİNİN EĞİTİM DÜZEYLERİNİN FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİ: BİST TURİZM İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA.....	147
<i>THE IMPACT OF EDUCATION LEVELS OF BOARD MEMBERS ON COMPANY PERFORMANCE: AN APPLICATION ON BIST TOURISM ENTERPRISES</i> .....	148
KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE KAMU VE ÖZEL SEKTÖR İŞLETMELERİNE YÖNELİK MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: EDREMIT KÖRFEZİ ÖRNEĞİ.....	149
<i>THE EVALUATION OF CUSTOMER COMPLAINTS IN PUBLIC AND PRIVATE SECTOR ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS: AN EXAMPLE OF EDREMIT GULF</i> .....	150
ASKERİ OLMAYAN TAKTİKLER ÇERÇEVESİNDE NATO'NUN GÜVENLİK STRATEJİLERİ.....	151
<i>NATO'S SECURITY STRATEGIES WITHIN THE FRAMEWORK OF NON-MILITARY TACTICS</i> .....	152
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAPSAMINDA GASTRONOMİ ÖĞRENCİLERİNİN SIFIR ATIK KONUSUNDAKİ BİLGİLERİ VE TUTUMLARI.....	153
<i>GASTRONOMY STUDENTS' KNOWLEDGE AND ATTITUDES TOWARDS ZERO WASTE WITHIN THE SCOPE OF SUSTAINABILITY</i> .....	154
MUTFAK ŞEFLERİNİN STAJYER SEÇİM KRİTERLERİ .....	155
<i>KITCHEN CHEFS' TRAINEE SELECTION CRITERIA</i> .....	156
ATLANTİS ANİMASYON FİMLERİNDEKİ ORYANTALİST GÖSTERGELER .....	157
<i>ORIENTALIST SIGNS IN ATLANTIS ANIMATION MOVIES</i> .....	158
İNOVASYON YÖNETİMİNİN ÖNEMİ.....	159
<i>THE IMPORTANCE OF INNOVATION MANAGEMENT</i> .....	160
KÜRESEL SICAKLIK .....	161
<i>GLOBAL TEMPERATURE</i> .....	162
STRATEJİK İNSAN KAYNAKLARININ YÖNETİMİNİN ETKİLERİ .....	163
<i>EFFECTS OF STRATEGIC HUMAN RESOURCES MANAGEMENT</i> .....	164

TÜRKİYE EKONOMİSİNİN BÜYÜME KOMPOZİSYONU .....	165
<i>THE GROWTH COMPOSITION OF TURKISH ECONOMY.....</i>	<i>166</i>
SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMİN KÖŞE TAŞLARI OLAN REKREASYON TURİZMİ VE EKO TURİZMİN YAŞANABİLİR TOPLUM ANLAYIŞIYLA İRDELENMESİ .....	167
<i>EXAMINING RECREATIONAL TOURISM AND ECO-TOURISM, WHICH ARE THE CORNERSTONES OF SUSTAINABLE TOURISM, WITH THE UNDERSTANDING OF LIVABLE SOCIETY .....</i>	<i>168</i>
REKREASYON TURİZMİ VE EĞLENCE İLİŞKİSİ .....	169
<i>RELATIONSHIP BETWEEN RECREATION TOURISM AND ENTERTAINMENT .....</i>	<i>170</i>



# SÜRDÜRÜLEBİLİR MUTFAK HAREKETİ: LOKANTA BAHAR ÖRNEĞİ

Hümevra Demir<sup>1</sup>

## Özet

Gastronomi kavramı, yemek ve kültür arasındaki ilişkiyi, lezzetlerin yaratılma yollarını, sofraya düzenlerinin rolünü, görselliğin önemini ve bu unsurlar arasındaki etkileşimi de kapsayan sanatsal bir etkinliktir. Gastronomi kavramının temel ögesini oluşturan beslenme kültürü hem kültürel hem de fizyolojik uyaranlara yanıt vermektedir. Sonuç olarak yeme eylemi, sürdürülmesi gereken çok sayıda karmaşık ekolojik, ekonomik, politik, sosyal ve kültürel sürecin bağlantı noktasında yer almaktadır. Tüm bu bağlantıları içine alan ve sürdürülebilirlik kavramı, üretimin ve çeşitliliğin sürekliliğini sağlarken, insan yaşamının devamlılığının da güvencesidir. Başka bir deyişle, gelecek nesillerin ihtiyaçlarından ödün vermeden kendi ihtiyaçlarımızı karşılayabilme ve kendi kendine yetebilme kapasitemizdir. Bu bağlamda “sürdürülebilir gastronomi” kavramı, gıdaların hazırlanması sırasında doğal kaynak israfının önlenmesini ön planda tutmaktadır. Bu, odak noktasının lokantadan veya yemeğin kendisinden menşeye kaynağı olarak tarlaya kaymasını gerektirir. Ayrıca üretim süreçlerinin çevreye ve sağlığa duyarlı bir şekilde tasarlanması gerekmektedir. Sürdürülebilir kalkınma hedefleri, tarımsal ilerleme, gıda güvenliği, beslenme uygulamalarının geliştirilmesi, sürdürülebilir gıda üretimi ve biyolojik çeşitliliğe katkılar dahil olmak üzere bir dizi hedefi kapsamaktadır.

Bu çalışmada, sürdürülebilirliğin çeşitli yönlerini ve bunların iş modellerine ve stratejilerine entegrasyonunu tartışılmaktadır. Araştırmanın amacı pratik modelleri ve bunların belirlenmiş standartlar dahilinde uygulanabilirliğini belirlemektir. Yapılan literatür taraması ile sürdürülebilirliğin en önemli üç unsuru olan çevre, toplum ve ekonomi üzerindeki etkisine ilişkin gelişen durum incelenmektedir. Bu bağlamda, 2017 yılında Balıkesir'in Edremit ilçesinde açılan Lokanta Bahar örneğinde olduğu gibi sürdürülebilir bir lokantayı tanımlayan koşulları incelemektedir. Bulgular, sürdürülebilir bir işletmenin çeşitli yöntemlerle kapsamlı bir sürdürülebilirlik konsepti geliştiren bir işletme olduğunu göstermektedir.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. 10 Temmuz - 15 Temmuz 2024 tarihleri arasında restoran personeli ve Lokanta Bahar kurucusunun da aralarında bulunduğu toplam 14 çalışanla mesai saatleri dışında iletişime geçilerek sorular sorulmuştur. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile elde edilen verilerin desteklenmesi amacıyla ek olarak gözlem tekniği de kullanılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilir Gastronomi, Sürdürülebilir Mutfak Uygulamaları, Edremit.

---

<sup>1</sup> Öğr. Gör., İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Meslek Yüksekokulu, İstanbul/Türkiye, [humevra.demir@nisantasi.edu.tr](mailto:humevra.demir@nisantasi.edu.tr)

# SUSTAINABLE KITCHEN MOVEMENT: THE EXAMPLE OF LOKANTA BAHAR

Hümeyra Demir<sup>1</sup>

## Abstract

The concept of gastronomy is an artistic activity that includes the relationship between food and culture, the ways in which flavors are created, the role of table settings, the importance of visuality and the interaction between these elements. The culture of nutrition, which constitutes the basic element of the concept of gastronomy, responds to both cultural and physiological stimuli. As a result, the act of eating is at the nexus of many complex ecological, economic, political, social and cultural processes that need to be sustained. The concept of sustainability, which encompasses all these connections, is the assurance of the continuity of human life while ensuring the continuity of production and diversity. In other words, it is our capacity to meet our own needs and be self-sufficient without compromising the needs of future generations. In this context, the concept of “sustainable gastronomy” prioritizes the prevention of waste of natural resources during the preparation of food. This entails shifting the focus from the restaurant or the food itself to the field as the source of origin. In addition, production processes need to be designed in an environmentally and health-conscious manner. The sustainable development goals cover a range of objectives, including agricultural progress, food security, improving nutrition practices, sustainable food production and contributions to biodiversity.

This study discusses various aspects of sustainability and their integration into business models and strategies. The aim of the research is to identify practical models and their applicability within established standards. With the literature review, the evolving situation regarding the impact on the environment, society and economy, which are the three most important elements of sustainability, is examined. In this context, it examines the conditions that define a sustainable restaurant, as in the case of Lokanta Bahar, which opened in Edremit district of Balıkesir in 2017. The findings show that a sustainable business is one that develops a comprehensive sustainability concept through various methods.

Semi-structured interview technique was used as the data collection method in the research. Between July 10 and July 15, 2024, a total of 14 employees, including restaurant staff and the founder of Lokanta Bahar, were contacted outside working hours and asked questions. In order to support the data obtained with the semi-structured interview technique, observation technique was also used.

**Keywords :** Sustainable Gastronomy, Sustainable Culinary Practices, Edremit.

---

<sup>1</sup> Lecturer, İstanbul Nişantaşı University Vocational School, İstanbul/Türkiye, [humeyra.demir@nisantasi.edu.tr](mailto:humeyra.demir@nisantasi.edu.tr)

# GELENEKTEN GELECEĞE YEREL TÜRLERİN YOLCULUĞU

Meziyet Narin<sup>1</sup>

## Özet

İçinde bulunduğu coğrafyanın biyolojik çeşitliliği ve kültürel mirasın önemli bir bileşeni olan yerel çeşitler, yetiştiği çevre koşullarına adapte olmuş, yetiştiricinin kullanım, bilgi, alışkanlık ve gelenekleri ile yakından ilişkili değişken bir populasyon olarak tanımlanmaktadır. Araştırma alanı olan Balıkesir İli Savaştepe İlçesi Sarıbeyler Mahallesi'nin geçmişte, yerel koyun ırkları ve pamuk çeşitleri üretimi geleneksel el sanatları olan dokumacılık ve keçeciliğin gelişmesinde etkili olarak yerel ekonomiye olumlu yönde ivme kazandırmıştır. Ancak günümüzde kaybolmaya yüz tutmuş sözkonusu yerel türlerin üretim bilgisi yanında mahalle halkı da artık el sanatlarını üreten değil, yerel çeşitliliği ve toplumsal kültürün azaldığı bir topluluk haline gelmeye başlamıştır. Araştırmanın amacı söz konusu yörede geçmişte olduğu gibi yerel koyun ırkları ve pamuk üretiminin keçe ve dokumacılık el sanatının geliştirilerek yaşatılması öngörülmektedir. Bu konuda etnografik bilginin elde edilmesi amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış form tekniği kullanılarak hazırlanmış sorularla gelenek taşıyıcısı yerel halktan 30 kişi ile 2024 yılının şubat ve mart aylarında yüz yüze mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda keçeciliğin ve dokumancılık geleneğinin yok olmaya yüz tutması hammadde kaynağı olan koyun yünlerinin ve yerel pamuk çeşitlerinin de hak ettiği yeri yerel pazarda bulamayarak olumsuz etkilenmesine yol açtığı tespit edilmiştir. Geleneksel el sanatlarının yeniden canlandırılmasıyla yerel pamuk çeşitleri ve yerli koyun ırklarının korunarak yaşatılması sağlanabilecektir. Böylece yörede geçmişin izlerinin takip edilmesi ile yerel kalkınma ve sürdürülebilir turizmin altyapısının oluşturulmasına da katkı sağlanabilecektir.

**Anahtar kelimeler:** Gelenek, sürdürülebilirlik, yerel türler, el sanatları.

---

<sup>1</sup> Öğretim Görevlisi, Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Meslek Yüksekokulu, Balıkesir/Türkiye, [mnarin@balikesir.edu.tr](mailto:mnarin@balikesir.edu.tr)

# THE JOURNEY OF LOCAL SPECIES FROM TRADITION TO THE FUTURE

Meziyet Narin<sup>1</sup>

## Abstract

Local varieties, which are an important component of the biodiversity and cultural heritage of the geography they inhabit, are defined as a variable population closely related to the environmental conditions they are adapted to, as well as the knowledge, habits, and traditions of the growers who cultivate them. The Sarıbeyler Neighborhood of the Savaştepe District in Balıkesir Province, which is the research area, has historically contributed positively to the local economy by influencing the development of traditional handicrafts such as weaving and felting, along with the production of local sheep breeds and cotton varieties. However, today, both the knowledge of production of these local species, which are on the verge of extinction, and the local people themselves have started to transform into a community where traditional handicrafts are no longer produced, and local diversity and social culture are declining. The aim of the research is to revive the production of local sheep breeds and cotton, as well as to develop and sustain traditional handicrafts such as felting and weaving in the region, as was done in the past. To obtain ethnographic information on this subject, face-to-face interviews were conducted with 30 local tradition bearers using semi-structured questionnaires, which is a qualitative research method, during February and March 2024. The research revealed that the decline of the felting and weaving traditions has negatively impacted the local market, as the sheep wool and local cotton varieties, which are the raw materials for these crafts, no longer receive the attention they deserve. Reviving traditional handicrafts could help preserve and sustain local cotton varieties and indigenous sheep breeds. In this way, by following the traces of the past in the region, it could also contribute to local development and the creation of a foundation for sustainable tourism.

**Keywords:** Tradition, sustainability, local species, handicrafts.

---

<sup>1</sup>Lecturer, Balıkesir University Burhaniye Vocational School, Balıkesir/Türkiye, [mnarin@balikesir.edu.tr](mailto:mnarin@balikesir.edu.tr)

# TURİZMDE METALAŞMANIN OLUMSUZ ETKİLERİNİN ÇÖZÜMLERİNE YÖNELİK KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME: CITTASLOW SIĞACIK ÖRNEĞİ

Nur Ertürk<sup>1</sup>

## Özet

Günümüzde kapitalizmin bir boyutu olan küreselleşme, her şeyi meta haline getirebilmekte ve yalnızca kâr amacına yönelik hizmeti teşvik etmektedir. İnsanların ya da nesnelere metaya dönüşmesi kapitalizmin ilerlemesinde önemli bir güç olarak görülmektedir. Meta, bireylerin dışsal ihtiyaçlarını karşılayan bir nesne olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla, doğal alanların ve kültürlerin metalaşmasında rol oynayan sektörlerden birisi de turizm sektörüdür. Özellikle işletmeler, alternatif turizm çeşitleriyle birlikte yerel ve kırsal alanları bireylerin ihtiyaçlarına göre metalaştırmasıyla, yerel kültürü çekici hale getirerek bölgedeki turizmi canlandırmayı hedeflemektedir. Fakat bu durumda yerel alanlar metalaşırken, yöresel değerlerin yok edildiği, bölgenin metalaştırılarak yerel halkın sömürüldüğüne yönelik eleştiriler söz konusu olmaktadır. Dolayısıyla turizmde zaman içerisinde metalaşan faktörlerin (çevre, mekan, kültür ve doğa), eleştirel bir paradigma kapsamında ele alınmasının önemli olduğu düşünülmektedir. 1999’lu yıllarda ortaya çıkan Cittaslow (yavaş şehir) kavramıyla birlikte Türkiye’de bugün 23 adet Cittaslow (yavaş şehir) kapsamına giren il/ilçe bulunmaktadır. Cittaslow, küreselleşmenin getirdiği hızlı yaşam tarzına alternatifler sunarak şehirlerin yerel özelliklerini, kültürlerini ve çevrelerini korumayı amaçlamaktadır. Dolayısıyla bu hareket, turizmde metalaşma karşısında güçlü bir alternatif sunarak yerel kültürün, çevrenin ve ekonominin korunması ve sürdürülebilirliğini geliştirmesiyle metalaşmanın olumsuz etkilerini azaltmak için etkili olabilir. Bu çalışmada ilgili alan yazında görülen boşluktan hareketle, metalaşma, turizmle metalaşma ilişkisi, kültürlerin mekanların ve doğanın metalaşmasında turizmin oynadığı roller, alan yazın taramasıyla kavramsal bir şekilde ele alınarak, olumlu ve olumsuz durumlar ortaya koyulmuş, Cittaslow hareketi kapsamında Seferihisar/Sığacık üzerinden turizmde metalaşmanın azaltılmasına yönelik öneriler geliştirilmiştir. Kavramsal değerlendirme neticesinde, yerel kültürün korunması, doğa ve çevre dostu faaliyetlerle sürdürülebilir turizmin teşviki, küçük ölçekli işletmelerin teşviki ve eğitim ile farkındalıkların artırılmasıyla turizmin yalnızca ekonomik bir faaliyet olmadığı ortaya koyulmuştur. Bu doğrultuda yerel yöneticilere ve turizm literatürüne öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Cittaslow, Metalaşma, Turizm.

---

<sup>1</sup> Dr. Bağımsız Araştırmacı, İzmir/Türkiye, [erturknur35@gmail.com](mailto:erturknur35@gmail.com)

# A CONCEPTUAL EVALUATION TOWARDS THE SOLUTIONS TO THE NEGATIVE EFFECTS OF COMMODIFICATION IN TOURISM: CITTASLOW SIĞACIK EXAMPLE

Nur Ertürk<sup>1</sup>

## Abstract

One aspect of modern capitalism is globalization, which has the power to reduce everything to a commodity and promote services that are solely focused on making money. One key factor in the growth of capitalism is the conversion of individuals or things into commodities. An item that satisfies people's exterior demands is referred to be a commodity. Consequently, the tourist industry is one of the industries that contributes to the commercialization of natural regions and cultures. Businesses specifically want to boost tourism in the area by transforming rural and local regions to meet the demands of travelers seeking other forms of travel and by showcasing the region's rich cultural heritage. Local values are allegedly being destroyed, the region is being commodified, and locals are being exploited in this instance, despite the fact that local regions are being commercialized. As a result, it is seen to be crucial to address the elements of environment, space, culture, and nature that have contributed to the commodification of tourism over time within the framework of a critical paradigm. Since the concept of Cittaslow (slow city) first emerged in the 1990s, 23 provinces and districts in Turkey have been included in the program. Cittaslow provides alternatives to the fast-paced lifestyle that globalization has brought about in an effort to preserve the unique qualities, cultures, and environments of urban areas. Therefore, by providing a strong alternative to tourism-related commodification and by fostering the preservation and sustainability of regional culture, the environment, and the economy, this movement has the potential to effectively lessen the detrimental effects of commodification. In this study, positive and negative circumstances were exposed through a literature review that theoretically addressed the concepts of commodification, the relationship between tourism and commodification, and the roles played by tourism in the commodification of cultures, places, and environment. Within the framework of the Cittaslow movement, recommendations were created to lessen tourism's commercialization through Seferihisar/Sığacık. The conceptual evaluation's findings showed that tourism is more than just an industry; it also plays a role in preserving local culture, promoting environmentally conscious and sustainable travel, supporting small businesses, and raising public awareness through outreach. Proposals were made in this regard to tourism literature and municipal officials.

**Keywords:** Cittaslow, Commodification, Tourism.

---

<sup>1</sup> Dr. Independent Researcher, İzmir/Türkiye, [erturknur35@gmail.com](mailto:erturknur35@gmail.com)

# SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM ARAŞTIRMALARINDAKİ EĞİLİMLER ÜZERİNE BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ

Çağatay Tunçsiper<sup>1</sup>, Çağla Oduncular<sup>2</sup>

## Özet

Turizm, dünyanın en hızlı büyüyen endüstrilerinden biridir. Turizm sektörünün hızlı büyümesinin önemli ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri mevcuttur. Sürdürülebilir kalkınma ilkelerinin turizm sektörüne entegre edilmesi ile başlayan sürdürülebilir turizm kavramı giderek önem kazanmaktadır. Son yıllarda sürdürülebilir turizme ilişkin bilimsel araştırmalara ilgi artmış ve bu durum sürdürülebilir turizm alanındaki araştırmaların mevcut durumunun analizi ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Bu çalışmanın amacı, sürdürülebilir turizmin araştırma durumunu belirlemek ve gelecekteki araştırmalara yön vererek sürdürülebilir turizmle ilgili boşlukları doldurmaya çalışmaktır. Bu amaç doğrultusunda, Scopus veri tabanından alınan sürdürülebilir turizm alanındaki yayınlar bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. 1996'dan 2023'e kadar olan dönemi kapsayan çalışmalar R programında yer alan Biblioshiny paket programı aracılığıyla analiz edilip görselleştirilmiştir. Çalışma dahilinde, başlık, özet veya anahtar kelimelerinde "sürdürülebilir turizm" anahtar kelimesi yer alan çalışmalar aratılmış ve ilgili filtrelemeler sonucunda yazım dili İngilizce olan 1737 araştırma makalesine ulaşılmıştır. Tarama sonuçları, "sosyal bilimler", "işletme, yönetim ve muhasebe", "karar bilimleri" ve "ekonomi, ekonometri ve finans" alanları ile sınırlandırılmıştır. Sürdürülebilir turizm çalışmalarını yıllara göre dağılım, en üretken yazar, kurumlar, temalar, işbirliği ağları analizi, anahtar kelime analizi gibi farklı perspektiflerden analiz eden bu çalışma, akademik literatürü sistematik olarak gözden geçirerek güncel literatürü ortaya koymaktadır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular, sürdürülebilir turizm alanına ilişkin ilginin giderek arttığını göstermektedir. Buna göre, sürdürülebilir turizm alanında yapılan çalışmaların yıllık büyüme oranı %24.15'tir. Çalışmanın bulgularına göre, ekoturizm, turizm gelişimi, sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramları en çok öne çıkan kavramlardır.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilir Turizm, Sürdürülebilirlik, Turizm Ekonomisi, Bibliyometrik Analiz.

---

<sup>1</sup> Doktor, Bağımsız Araştırmacı

<sup>2</sup> Araş. Gör., İzmir Demokrasi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü/İktisat Politikası Anabilim Dalı

# A BIBLIOMETRIC ANALYSIS ON TRENDS IN SUSTAINABLE TOURISM RESEARCH

Çağatay Tunçsiper<sup>1</sup>, Çağla Oduncular<sup>2</sup>

## Abstract

Tourism is one of the fastest growing industries in the world. The rapid growth of the tourism sector has significant economic, social and environmental impacts. The concept of sustainable tourism, which begins with the integration of sustainable development principles into the tourism sector, is gaining increasing importance. In recent years, interest in scientific research on sustainable tourism has increased, and this has revealed the need to analyze the current situation of research in the field of sustainable tourism. The aim of this study is to determine the research status of sustainable tourism and to try to fill the gaps in sustainable tourism by directing future research. For this purpose, publications in the field of sustainable tourism taken from the Scopus database were analyzed using the bibliometric analysis method. Studies covering the period from 1996 to 2023 were analyzed and visualized through the Biblioshiny package program in the R program. Within the scope of the study, studies containing the keyword "sustainable tourism" in their titles, abstracts or keywords were searched and as a result of the relevant filtering, 1737 research articles written in English were reached. The screening results are limited to the fields of "social sciences", "business, management and accounting", "decision sciences" and "economics, econometrics and finance". This study, which analyzes sustainable tourism studies from different perspectives such as distribution by years, most productive authors, institutions, themes, collaboration networks analysis, keyword analysis, systematically reviews the academic literature and reveals the current literature. The findings obtained as a result of the analysis show that interest in the field of sustainable tourism is increasing. Accordingly, the annual growth rate of studies in the field of sustainable tourism is 24.15%. According to the findings of the study, the concepts of ecotourism, tourism development, sustainability and sustainable development are the most prominent concepts.

**Keywords:** Sustainable Tourism, Sustainability, Tourism Economics, Bibliometric Analysis.

---

<sup>1</sup> Dr, Independent Researcher.

<sup>2</sup> Research Assisstant., İzmir Democracy University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economic Policy



# MEDYA OKURYAZARLIĞI VE SİBER ZORBALIKLA MÜCADELE ÇALIŞMALARI

Semra Geçkin Onat<sup>1</sup>

## Özet

Son yıllarda akıllı cep telefon uygulamaları, yeni iletişim platformları ve ortamlarının yaygınlaşması kullanıcılar arasında gelişme, beceri ve alışkanlık kazandırmanın yanı sıra siber trol, siber takip, çevrimiçi taciz, siber zorbalık gibi endişe verici durumlarla karşı karşıya kalınmasına neden olmakta, özellikle çocuklara yönelik siber zorbalık bu tehlikeli pratiklerin arasında çok endişe verici bir olgu olarak dikkat çekmektedir. Çocukları siber zorbalıktan korumak, zorbalığın anonim olmasını önlemek, siber alanda gizliliklerini ve mahremiyetlerini yönetmenin ve başkalarının çevrimiçi içeriğini paylaşma konusunda iyi seçimler yapmanın yollarını öğrenmek, kişisel mesaj, fotoğraf ve video gönderme ve paylaşma ile ilgili temel hukuki yönlerini bilmek, zorbalığın yaratacağı kötü sonuçların ciddiyetini anlamış olmak gerekmektedir. Belirtilen bütün bu durumların üstesinden gelmek, önlemek ve çocukları siber zorbalıktan korumak için medya okuryazarlığına duyulan ihtiyaç büyük önem taşımaktadır. Siber zorbalıkla mücadele edebilmek için hem zorbalığı yapan hem de zorbalığa maruz kalan açısından medya okuryazarlığının önemine dikkat çekilmektedir. Özellikle çocuklar, ebeveynler ve öğretmenlerin yasal düzenlemeler, çevresel faktörler, mahremiyet ve veri gizliliği bilinci, çevrim içi zararlı ve rahatsız edici içerik yapan platformları tanıma, önyargılı veya nefret söylemi içerik içerikleri ve çevrimiçi dolandırıcılık ve aldatmacaları tanıyabilmeleri gerekmektedir. Ayrıca son dönemlerin en çok gündem konusu olan yeni tip beden imajı sorunu yani medyanın cinsiyet normları üzerindeki etkisi siber zorbalığın çocuklar arasında yaygınlaşmasına neden olmaktadır. Diğer bir deyişle, çocukların siber zorbalıkla mücadele edebilmesi için temel medya okuryazarlığı kavramlarını anlamaları çevrimiçi alanlara nasıl uygulamaları gerektiğini avantaj, dezavantaj ve etik boyutuyla öğrenmeleri gerekir.

Bu çalışmada, siber zorbalıkla mücadelede medya okuryazarlığı arasındaki ilişkiyi araştıran alan çalışmaları incelenerek durum analizi yapılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Medya Okuryazarlığı, Siber Zorbalık, Etik.

---

<sup>1</sup> Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Okan Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Yeni Medya B, İstanbul/Türkiye, [Semra.onat@okan.edu.tr](mailto:Semra.onat@okan.edu.tr)

## **MEDIA LITERACY AND ANTI-CYBERBULLYING**

**Semra Geçkin Onat<sup>1</sup>**

### **Abstract**

In recent years, the proliferation of smart mobile phone applications, new communication platforms and environments has led to the development of skills and habits in users, as well as the emergence of worrying situations such as cyber trolling, cyber stalking, online harassment and cyber bullying, and cyber bullying, especially against children, stands out as a very worrying phenomenon among these dangerous practices. To protect children from cyberbullying, it is necessary to prevent bullying from becoming anonymous, to learn how to manage their privacy and confidentiality in cyberspace and make good choices about sharing others' online content, to know the basic legal aspects of sending and sharing personal messages, photos and videos, and to understand the seriousness of the bad consequences of bullying. The need for media literacy to overcome and prevent all these situations and to protect children from cyberbullying is of great importance. In order to combat cyberbullying, the importance of media literacy for both the bully and the bullied is emphasized. In particular, children, parents and teachers need to be able to recognize legal regulations, environmental factors, privacy and data confidentiality awareness, recognizing platforms that produce harmful and disturbing content online, biased or hate speech content, and online scams and hoaxes. In addition, the new type of body image problem, which is the most popular issue of recent times, i.e. the impact of the media on gender norms, causes cyberbullying to become widespread among children. In other words, in order for children to combat cyberbullying, they need to understand basic media literacy concepts and learn how to apply them to online spaces with advantages, disadvantages and ethical dimensions.

In this study, a situational analysis will be made by examining the literature on the relationship between media literacy in combating cyberbullying.

**Keywords:** Media Literacy, Cyberbullying, Ethics.

---

<sup>1</sup> Asst. Prof. Dr., Istanbul Okan University, Faculty of Applied Sciences, Department of New Media, İstanbul/Türkiye, [Semra.onat@okan.edu.tr](mailto:Semra.onat@okan.edu.tr)

# INSTAGRAM HESAPLARINDAKİ PAYLAŞIMLARIM GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ: “GO BALIKESİR” ÖRNEĞİ

Beste Demir<sup>1</sup>, Ahmet Köroğlu<sup>2</sup>

## Özet

Son yıllardaki tüketici tercihlerinde sosyal medya paylaşımları ve yorumlarının etkili olduğu bilinmektedir. Uluslararası rekabetin yoğun olduğu turizm sektöründe destinasyon ya da işletmeler doğrudan tüketiciye ulaşmak için sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır. Sosyal medya platformlarının etkili ve verimli kullanılması önemli bir rekabet gücü yaratmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın amacı, “Go Balıkesir” Instagram hesabında paylaşılan fotoğrafların göstergibilimsel analiz ile çözümlenmesidir. Araştırmaya Go Balıkesir resmi Instagram hesabında paylaşılan fotoğraflardan 1000 ve üzeri beğeni alan 26 paylaşım dahil edilmiştir. Araştırmada Saussure'nin modeli benimsenmiş ve fotoğraflar gösterge, gösteren ve gösterilen bağlamında çözümlenmiştir. Elde edilen çözümle sonucunda, Instagram paylaşımlarında Balıkesir'in doğal ve tarihi güzelliklerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Buna ek olarak paylaşımlarda Balıkesir'in gastronomik unsurlarına da sık sık yer verilmektedir. En çok beğeni alan fotoğraflar incelendiğinde, yeşil ve mavinin yer aldığı doğa temalı paylaşımlar ön plana çıkmaktadır. Ayrıca en çok beğeni alan fotoğrafların genellikle Ayvalık ve Cunda bölgesindeki paylaşımlar olduğu görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Instagram, Göstergibilim, Go Balıkesir.

---

<sup>1</sup> Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, [beste.demir@balikesir.edu.tr](mailto:beste.demir@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir/Türkiye, [akoroglu@balikesir.edu.tr](mailto:akoroglu@balikesir.edu.tr)

# SEMIOTIC ANALYSIS OF MY POSTS ON INSTAGRAM ACCOUNTS: THE EXAMPLE OF “GO BALIKESİR”

Beste Demir<sup>1</sup>, Ahmet Koroğlu<sup>2</sup>

## Abstract

It is known that social media posts and comments are effective in consumer preferences in recent years. In the tourism sector, where international competition is intense, destinations or businesses actively use social media to reach consumers directly. Effective and efficient use of social media platforms creates an important competitive power. In this context, the aim of this study is to analyze the photos shared on the “Go Balıkesir” Instagram account through semiotic analysis. The study included 26 posts with 1000 or more likes among the photos shared on Go Balıkesir official Instagram account. Saussure's model was adopted in the research and the photos were analyzed in the context of signifier, signifier and signified. As a result of the analysis, it is seen that the natural and historical beauties of Balıkesir come to the forefront in Instagram posts. In addition, the gastronomic elements of Balıkesir are also frequently featured in the posts. When the most liked photos are analyzed, nature-themed posts featuring green and blue come to the forefront. It is also observed that the most liked photos are usually the posts from Ayvalık and Cunda regions.

**Keywords:** Tourism, Instagram, Semiotics, Go Balıkesir.

---

<sup>1</sup> Research Assisstant, Balıkesir University, Department of Tourism Guidance, Balıkesir/Türkiye, [beste.demir@balikesir.edu.tr](mailto:beste.demir@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Prof. Dr., Balıkesir University Department of Tourism Management, Balıkesir/Türkiye, [akoroglu@balikesir.edu.tr](mailto:akoroglu@balikesir.edu.tr)

# OKUL ÖNCESİ ÇOCUKLUK DÖNEMİ BESLENME ALIŞKANLIKLARININ OLUŞUMUNDA EBEVEYNLERİN ROLÜ

Mehmet Oğuzhan İlban<sup>1</sup>, Setenay Melek Yurttabir<sup>2</sup>

## Özet

Okul öncesi dönem, çocukların temel yeteneklerini kazandığı, kişilik özelliklerinin şekillendiği, yetişkinlik dönemi davranış kalıplarının ve yaşam boyu beslenme alışkanlıklarının temellerinin atıldığı bir zamandır. Bu dönemde oluşan beslenme alışkanlıkları; bilişsel, sosyal ve motor gelişim aşamaları, sosyokültürel faktörler ve ebeveyn-çocuk etkileşimi gibi çeşitli etmenlerden etkilenmektedir. Ebeveynler, çocuklarının sağlıklı beslenme alışkanlıklarını kazanmalarında ve bu alışkanlıkları sürdürmelerinde anahtar bir rol oynamaktadır. Bu dönemde edinilen kötü beslenme alışkanlıkları yaşam boyu devam etmek ile birlikte hastalıklar ve obezite için önemli bir risk faktörüdür. Ebeveyn davranışları, çocuğun beslenme alışkanlığını ve buna bağlı olarak çocuğun sağlığını doğrudan etkilemektedir. Günümüzde ebeveynlerin çocuklarına sağlıklı beslenme alışkanlıkları kazandırmada zorluklar yaşaması ilgili konunun derinlemesine incelenmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Çalışmanın amacı, çocuklarda istenilen beslenme alışkanlıklarının oluşturulmasına yönelik ebeveyn davranışları ile bunların arkasında yatan motivasyonlar hakkında kapsamlı bir tablo elde ederek beslenme tavsiyelerinin geliştirilmesine katkı sağlamaktır. Bu bağlamda okul öncesi dönem çocuklarının beslenmesi ile ilgili nitel çalışmaların bulguları kullanılarak tematik sentez yöntemi kullanılmıştır. Ebeveyn davranışları için ve bu davranışı etkileyen motivasyonlar için ana temalar bunların alt temaları oluşturulmuştur. Çocuklara yemek yemeleri için uygulanan baskı ve cezalandırma yöntemleri hem fiziksel hem de psikolojik sağlık üzerinde olumsuz etkiler yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. Aile üyeleri arasında açık ve destekleyici iletişim sağlanmalı, çocukları yemek yeme konusunda teşvik etmek için olumlu pekiştirme yöntemleri kullanılmalıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Okul Öncesi Çocukluk Dönemi, Beslenme Alışkanlıkları, Ebeveyn Çocuk Etkileşimi, Tematik Sentez.

---

<sup>1</sup> Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir/Türkiye, [ilban@balikesir.edu.tr](mailto:ilban@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir/Türkiye, [setenay@balikesir.edu.tr](mailto:setenay@balikesir.edu.tr)

# THE ROLE OF PARENTS IN THE FORMATION OF NUTRITIONAL HABITS IN PRESCHOOL CHILDHOOD

Mehmet Oğuzhan İlban<sup>1</sup>, Setenay Melek Yurttabir<sup>2</sup>

## Abstract

The preschool period is a critical time during which children develop fundamental abilities, their personality traits are shaped, and the foundations for adult behavior patterns and lifelong dietary habits are established. The eating habits formed during this period are influenced by various factors such as cognitive, social, and motor development stages, sociocultural elements, and parent-child interactions. Parents play a pivotal role in helping their children adopt and maintain healthy eating habits. Poor dietary habits acquired during this stage not only persist throughout life but also pose a significant risk factor for diseases and obesity. Parental behaviors directly influence children's dietary habits and, consequently, their health. Nowadays, the challenges faced by parents in fostering healthy eating habits in their children highlight the necessity for an in-depth examination of this issue. The aim of this study is to provide a comprehensive overview of parental behaviors and the motivations behind them, with the goal of contributing to the development of nutritional recommendations that promote desired eating habits in children. In this context, a thematic synthesis was conducted using the findings from qualitative studies on the nutrition of preschool-aged children. The main themes and sub-themes were identified for both parental behaviors and the motivations influencing those behaviors. The study concluded that pressure and punitive methods applied to children during mealtimes negatively impact both their physical and psychological health. Open and supportive communication among family members should be ensured, and positive reinforcement methods should be employed to encourage children to eat.

**Keywords:** Preschool Children, Eating Habits, Parent-Child Interaction, Thematic Synthesis.

---

<sup>1</sup> Prof. Dr., Balıkesir University Burhaniye Applied Sciences Faculty, Balıkesir/Türkiye, [ilban@balikesir.edu.tr](mailto:ilban@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Research Assistant., Balıkesir University Burhaniye Applied Sciences Faculty, Balıkesir/Türkiye, [setenay@balikesir.edu.tr](mailto:setenay@balikesir.edu.tr)

# BİSİKLET DOSTU KONAKLAMA TESİSLERİ BELGESİ VE ‘‘CYCLING GO TÜRKİYE’’ KAMPANYASI

Emre Uygun<sup>1</sup>

## Özet

Sürdürülebilir turizm faaliyetleri kapsamında alternatif turizm türlerinden biri olan bisiklet turizmine yönelik her geçen gün giderek artış gösteren turistlerin turistik destinasyonlara varışlarında veya destinasyondaki doğal, kültürel, tarihi, rekreasyonel ve benzeri turizm faaliyetlerinde katılımlarında ulaşım maksatlı bisiklet kullanımları giderek yaygınlaşmaktadır. Turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması amacıyla turistlerin turizm faaliyetlerinde daha fazla bisiklet kullanarak zaman geçirmelerini teşvik edilmesi adına hem kullanmaya ihtiyaç duydukları bisikletlerin temini hem de bu bisikletlerin donanım, ekipman ve muhafazalarına yönelik meydana gelen ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik Resmi Gazete’de yayınlanan tebliğden hareketle Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından turizm işletme belgeli konaklama tesislerine bisiklet dostu konaklama tesisi belgesi verilmeye başlanılmıştır. Bu belgeye sahip olan konaklama tesislerinin bisiklet turizmine katılım sağlayacak yerli ve yabancı turistlere tanıtılması ile bisiklet turizminin Türkiye’de gelişiminin sağlanması adına ‘‘CYCLING GO TÜRKİYE’’ kampanyası hayata geçirilmiştir. Hazırlanan bu çalışma kapsamında ‘‘CYCLING GO TÜRKİYE’’ kampanyası ve bisiklet dostu konaklama tesisleri belgesine sahip olan turizm işletmelerinin internet sayfalarının belirli parametrelerle incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçtan hareketle 01-28 Temmuz 2024 tarihleri arasında kampanya ve bisiklet dostu konaklama tesisleri belgesine sahip olan turizm işletmelerinin internet sayfaları içerik analizi tekniği kullanılarak incelenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda bu belgeye sahip olan işletmelerin bisiklet turizmine yönelik uygulamaları ve ilgili belgeye yönelik sahip oldukları gerekli özellikleri yerli ve yabancı turistlerle nasıl duyurumda buldukları tespit edilmiştir. Elde edilen bulgulardan hareketle çalışma sonunda ilgili paydaşlara yönelik çeşitli öneriler geliştirilerek sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Bisiklet Turizmi, Bisiklet Dostu Konaklama Tesisleri Belgesi, İçerik Analizi.

---

<sup>1</sup> Doktora Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli/Türkiye, [emreygunn95@gmail.com](mailto:emreygunn95@gmail.com)

# BICYCLE FRIENDLY ACCOMMODATION CERTIFICATE AND “CYCLING GO TÜRKİYE” CAMPAIGN

Emre Uygun<sup>1</sup>

## Abstract

Within the framework of sustainable tourism activities, one of the alternative forms of tourism, bicycle tourism is increasingly used by tourists on arrivals to tourist destinations or participation in natural, cultural, historical, recreational and other tourist activities at the destination. In order to ensure sustainability in tourism, in order to encourage tourists to spend more time using bicycles in tourist activities, the Ministry of Culture and Tourism has initiated the certification of bicycle friendly accommodation facilities for tourism operations. The "CYCLING GO TÜRKİYE" campaign was launched in order to promote the development of bicycle tourism in Türkiye and to introduce the accommodation facilities that have this document to domestic and foreign tourists that will enable them to participate in cycling tourism. In the framework of this study, the aim is to examine the web pages of tourist enterprises with the "CYCLING GO TÜRKİYE" campaign and the documentation of bicycle-friendly accommodation facilities with certain parameters. To this end, the websites of tourism enterprises, which were certified as campaign and bicycle friendly accommodation facilities between 01 and 28 July 2024, were examined using content analysis techniques. As a result of the examinations carried out, it has been identified how the that have this document have practices for bicycle tourism and the necessary characteristics they have for the relevant document, and how they communicate with domestic and foreign tourists. As a result of the findings, a number of proposals for the relevant stakeholders have been developed.

**Keywords:** Bicycle Tourism, Bicycle Friendly Accommodation Certificate, Content Analysis.

---

<sup>1</sup> PhD. Student, Kocaeli University Institute of Social Sciences, Kocaeli/Türkiye, [emreygunn95@gmail.com](mailto:emreygunn95@gmail.com)



# FARKLI KÜLTÜREL SERMAYEYE SAHİP İLKÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNDE ÖĞRENME TUTUMLARININ ARAŞTIRILMASI

Almaz Mirzanurovich GALIMOV

## Özet

Aile, çocuğun sosyalleşmesini sağlayan, kültürel sermayesini oluşturan ve okul yıllarında davranış stratejisini etkileyen ilk ve ana kurumdur. Başka bir deyişle çocuğun eğitimsel davranış stratejisi, aile ortamında oluşan eğitimsel tutumlara bağlıdır. Bu bağlamda çalışmamızın amacı çocuğun ailede oluşan kültürel sermayesi ile eğitim tutumları arasında bir ilişki kurmaktır. Araştırmaya Tataristan Cumhuriyeti'ndeki (Rusya) 8 okuldan 286 öğrenci katıldı. Ankete katılanların yaş ortalaması 9,9'dur. Erkekler - 151, kızlar - 135. Sonuç olarak, ilkokul öğrencilerinde kültürel sermaye ile eğitimsel tutumlar arasında doğrudan (pozitif) bir ilişki bulduk ( $r = 0,562$ ). Kültürel sermayenin en belirgin göstergeleri, halk ve dini bayramların kutlanmasına ilişkin aile gelenekleriydi. En zayıf göstergeler ise evdeki kitap sayısı ile müze ve tiyatro ziyareti geleneğiydi. Bu göstergelerin en zayıf hale gelmesi büyük olasılıkla dijital teknolojilerin gelişmesiyle açıklanmaktadır. Eğitimsel tutumların en güçlü şekilde ifade edilen göstergeleri, iyi notlara odaklanmanın yanı sıra eğitilmiş ve iyi huylu olma arzusu idi. Aynı zamanda takım ruhuna (kolektivizm) ve bağımsız olma arzusuna yönelik karşıt tutumlar oldukça güçlü bir şekilde ifade edildi. Bu olgu hâlâ anlamlı bir analiz gerektirmektedir. Aynı zamanda en az ifade edilen kişisel nitelikler yeni tanıdıklardan korkma ve liderlik arzusu idi. Ayrıca hem kültürel sermaye hem de eğitimsel tutum göstergelerinin ifadesinin farklı okullarda oldukça farklı olduğunu bulduk. Görünüşe göre bu, okulların bulunduğu bölgenin sosyo-ekonomik ikliminden kaynaklanıyor.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel sermaye, eğitim tutumları, aile eğitimi.

# RESEARCH OF LEARNING ATTITUDES IN PRIMARY SCHOOL STUDENTS WITH DIFFERENT CULTURAL CAPITAL

Almaz Mirzanurovich GALIMOV

## Abstract

The family is the first and main institution of socialization of the child, forming his cultural capital and influencing his strategy of behavior during school years. In other words, the strategy of educational behavior of the child depends on the educational attitudes formed in the family environment. In this regard, the purpose of our study was to establish a correlation between the cultural capital of the child formed in the family and his educational attitudes. The study involved 286 students from 8 schools of the Republic of Tatarstan (Russia). The average age of respondents was 9.9 years. Boys - 151, girls - 135. As a result, we found a direct (positive) relationship between cultural capital and educational attitudes in primary school students ( $r = 0.562$ ). The most pronounced indicators of cultural capital were family traditions of observing folk and religious holidays. The weakest indicators were the number of books in the house and the tradition of visiting museums and theaters. The fact that these indicators became the weakest is most likely explained by the development of digital technologies. The most strongly expressed indicators of educational attitudes were the desire to be educated and well-mannered, as well as the focus on good grades. At the same time, the opposite attitudes towards team spirit (collectivism) and the desire to be independent were quite strongly expressed. This phenomenon still requires a meaningful analysis. At the same time, the least expressed personal qualities were fear of new acquaintances and the desire for leadership. We also found that the expression of indicators of both cultural capital and educational attitudes differed quite significantly in different schools. Apparently, this is due to the socio-economic climate of the area where these schools are located.

**Keywords:** cultural capital, educational attitudes, family education.

# DİL EĞİTİMİNDE KÜLTÜREL YETERLİLİK: ÖĞRENCİLERİ KÜRESELLEŞEN DÜNYAYA HAZIRLAMAK

Abdurazakova Shakhida<sup>1</sup>

## Özet

Küreselleşen dünyada kültürel yeterlilik, dil eğitiminde giderek daha fazla kritik bir beceri olarak kabul edilmektedir. Bu makale, öğrencileri farklı kültürel bağlamlarda etkili iletişime hazırlamada kültürel yeterliliğin rolünü araştırmaktadır. Kültürel yeterlilik, dil yeterliliğinin ötesine geçerek iletişimdeki kültürel normların, değerlerin ve uygulamaların anlaşılmasını ve uygulanmasını kapsar. Bu makale, kültürel yeterliliğin dil müfredatına dahil edilmesinin, öğrencilerin empatik, bilgili küresel vatandaşlar olarak dünyayla etkileşim kurma becerilerini geliştirdiğini savunmaktadır. Eğitimciler, kültürel içeriği entegre ederek, kültürel alışverişi teşvik ederek ve kültürel stereotipler hakkında eleştirel düşünceyi teşvik ederek, öğrencileri kültürel farklılıklarla başarılı bir şekilde baş edebilmeleri için gereken becerilerle donatabilirler. Makale ayrıca dil yeterliliğinin yanı sıra kültürel yeterliliği de değerlendirmeye yönelik yöntemleri tartışmakta ve öğrencilerin sadece dilsel olarak değil aynı zamanda kültürel olarak da iletişim kurma yetenekleri açısından değerlendirilmesini sağlamaktadır. Bir üniversitenin dil kursundan alınan bir vaka çalışması, bu kavramların pratik uygulamasını göstererek, kültürel yeterliliğin nasıl etkili bir şekilde öğretilip değerlendirilebileceğini göstermektedir. Son olarak bu makale, dil eğitiminde kültürel yeterliliğin önemini vurgulayarak, öğrencileri giderek birbirine bağlanan bir dünyaya güven ve kültürel farkındalıkla katılmaya hazırlamadaki rolünü vurgulamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel Yeterlilik, Dil Eğitimi, Dil Yeterliği.

---

<sup>1</sup> Dr. Öğretim Üyesi, Özbekistan. Gülistan Devlet Üniversitesi Yabancı Diller Bölümü, [abdurazakovashahida46@gmail.com](mailto:abdurazakovashahida46@gmail.com)

# **CULTURAL COMPETENCE IN LANGUAGE EDUCATION: PREPARING STUDENTS FOR A GLOBALIZED WORLD**

**Abdurazakova Shakhida<sup>1</sup>**

## **Abstract**

In a globalized world, cultural competence is increasingly recognized as a critical skill in language education. This paper explores the role of cultural competence in preparing students for effective communication across diverse cultural contexts. Cultural competence goes beyond language proficiency, encompassing the understanding and application of cultural norms, values, and practices in communication. This paper argues that incorporating cultural competence into language curricula enhances students' ability to engage with the world as empathetic, informed global citizens. By integrating cultural content, encouraging cultural exchanges, and promoting critical thinking about cultural stereotypes, educators can equip students with the skills needed to navigate cultural differences successfully. The paper also discusses methods for assessing cultural competence alongside language proficiency, ensuring that students are evaluated on their ability to communicate not just linguistically but also culturally. A case study from a university language course demonstrates the practical application of these concepts, illustrating how cultural competence can be effectively taught and assessed. Ultimately, this paper highlights the importance of cultural competence in language education, emphasizing its role in preparing students to participate in an increasingly interconnected world with confidence and cultural awareness.

**Keywords:** Cultural Competence, Language Education, Language Proficiency.

---

<sup>1</sup> Asst. Prof. Dr., Özbekistan. Gülistan Devlet Üniversitesi Yabancı Diller Bölümü, [abdurazakovashahida46@gmail.com](mailto:abdurazakovashahida46@gmail.com)

# ÖZBEKİSTAN'DA DİJİTALLEŞMENİN HANEHALKI FİNANSMANI ÜZERİNDEKİ EKONOMİK ETKİSİ

Berdiev Gayrat<sup>1</sup>, Eshpolatov Dostonbek<sup>2</sup>

## Özet

Bu araştırma, Özbekistan'da dijitalleşme ile dijitalleşmenin hane halkı finansmanı üzerindeki ekonomik etkisi arasındaki ilişkiyi araştırmaktadır. Çalışmanın amacı, özellikle BİT (Bilgi ve İletişim Teknolojisi) alanındaki teknolojik gelişmelerin, Özbekistan hanelerinde finansal davranışı ve piyasa dinamiklerini nasıl etkilediğini belirlemektir. Araştırma, Uzstat ve Global İnovasyon Endeksi de dahil olmak üzere, çeşitli ulusal veritabanlarından toplanan verileri analiz etmek için Tobit regresyon modelini kullanan niceliksel bir yaklaşım kullanmaktadır. Çalışma, BİT endeksi, hükümetin BİT entegrasyonuna hazır olma durumu ve 10.000 işçi başına robot sayısı ile temsil edilen otomasyon oranı gibi değişkenlere odaklanmaktadır. Veriler, 2011'den 2021'e kadar on yıllık bir süre boyunca toplanmış ve bu değişkenler ile hane halkı tasarruf oranları arasındaki önemli korelasyonları belirlemek için analiz edilmiştir. Bulgular, dijitalleşme ilerledikçe işgücü piyasası ve hane gelirlerinde büyümenin yaşandığını vurgulayarak, BİT endeksi ile işgücü piyasası endeksleri arasında pozitif bir korelasyon olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak çalışma aynı zamanda, yüksek otomasyon oranlarının, yüksek otomasyonlu işlere yönelik kamu yararı üzerindeki olumsuz etkisi ve bunun da finansal istikrarı etkilemesi gibi, bu ilişkilerin karmaşıklıklarını da vurgulamaktadır. Bu sonuçlar, dijitalleşmenin ekonomik davranışı nasıl etkilediğinin daha geniş bir şekilde anlaşılmasına katkıda bulunmakta ve dijital çağda finansal dayanıklılığı artırmayı amaçlayan politika yapıcılara içgörü sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Dijitalleşme, Halkı Finansmanı, BİT Endeksi, Özbekistan.

---

<sup>1</sup> Doç. Dr., Gulistan Devlet Üniversitesi, Muhasebe ve Finans Bölümü, Özbekistan, [gayratbek2207@gmail.com](mailto:gayratbek2207@gmail.com)

<sup>2</sup> Doktora Adayı, Gulistan Devlet Üniversitesi, Muhasebe ve Finans Bölümü, Özbekistan, [eshpolatovdoston@gmail.com](mailto:eshpolatovdoston@gmail.com)

# ECONOMIC IMPACT OF DIGITALIZATION ON HOUSEHOLD FINANCES IN UZBEKISTAN

Berdiev Gayrat<sup>1</sup>, Eshpolatov Dostonbek<sup>2</sup>

## Abstract

This research explores the relationship between digitalization and its economic impact on household finances in Uzbekistan. The study's objective is to determine how technological advancements, particularly in ICT (Information and Communication Technology), influence financial behavior and market dynamics within Uzbekistan households. The research employs a quantitative approach, using a Tobit regression model to analyze data collected from various national databases, including Uzstat and the Global Innovation Index. The study focuses on variables such as the ICT index, government readiness for ICT integration, and the rate of automation, represented by the number of robots per 10,000 workers. Data was collected over a span of ten years, from 2011 to 2021, and analyzed to identify significant correlations between these variables and household savings rates. The findings suggest a positive correlation between the ICT index and labor market indices, indicating that as digitalization advances, the labor market and household incomes experience growth. However, the study also highlights the complexities of these relationships, such as the negative impact of high automation rates on public interest in highly automated jobs, which in turn affects financial stability. These results contribute to the broader understanding of how digitalization impacts economic behavior and provide insights for policymakers aiming to enhance financial resilience in the digital age.

**Keywords:** Digitalization, Household Finances, ICT Index, Uzbekistan.

---

<sup>1</sup> Associate Professor, Gulistan State University, Accounting and Finance Department, Uzbekistan, [gayratbek2207@gmail.com](mailto:gayratbek2207@gmail.com)

<sup>2</sup> PhD Candidate, Gulistan State University, Accounting and Finance Department, Uzbekistan, [eshpolatovdoston@gmail.com](mailto:eshpolatovdoston@gmail.com)

# (SENTRUM) AYVALIK KÜÇÜKKÖY MODELİ PROJESİNE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME

Adnan Burak Acar<sup>1</sup>, Cevdet Avcıkurt<sup>2</sup>

## Özet

Artan turist hareketliliğinin hem destinasyonlar hem de yerel halk için beraberinde getirdiği yıpratıcı etkiler, özel sektör ve kamu kurum kuruluşlarını sürdürülebilir çözümler üretmeye yönlendirmektedir. Turizm sektöründe sürdürülebilirliğin sağlanması, temiz çevre ve temiz enerji gibi çözümlerle beraber doğal-kültürel değerlerin korunması, biyolojik çeşitlilik, yüksek hava-su kalitesi, etkin kaynak kullanımı ve yüksek yaşam kalitesi gibi unsurların da dikkate alınması ile mümkün olabilmektedir. Bu durum destinasyonlar için sürdürülebilir turizm temelli bir destinasyon yönetim modeli olarak “yeşil destinasyon” kavramını ortaya çıkartmıştır. Sürdürülebilir Enerji Temelli Turizm Uygulama Merkezi (SENTRUM) tarafından geliştirilen “Yeşil Destinasyon Küçükköy Modeli Projesi”, sürdürülebilir turizm ve yerel kalkınmayı bir araya getirerek Türkiye’deki küçük ölçekli destinasyonların gereksinimlerini karşılarken aynı zamanda uluslararası standartları da uygulayabilmeyi hedefleyen bir yeşil destinasyon modelidir. Özel sektör ve kamu kuruluşlarının iş birliği ile ortaya çıkan Küçükköy Modeli Projesi sonucunda; sosyal, çevresel, ekonomik bir dönüşümün yaşanması, enerji verimliliğine yönelik farkındalığın artırılması ve standartları belirlenmiş sürdürülebilir yeşil destinasyon sayısının artırılması beklenmektedir. Bu çalışmanın amacı; projesi Ayvalık Küçükköy’de gerçekleştirilen yeşil destinasyon modelinin, sürdürülebilir turizm kapsamında kavramsal açıdan değerlendirilmesidir. Araştırmanın yöntemi doküman taraması olarak belirlenmiştir. Araştırma sonucunda; bir yeşil destinasyon projesi olarak başlatılan Küçükköy modelinin, Türkiye’nin diğer küçük ölçekli destinasyonları için örnek teşkil edebileceği, kaynakların sürdürülebilirliği için diğer ekonomik, sosyal ve kültürel dönüşüm projelerine iyi bir alternatif olabileceği belirlenmiştir. Yeşil destinasyon modelinin diğer küçük ölçekli destinasyonlar için de uygulanabilmesi için; standartların keskin bir şekilde belirlenmesi ve güncellenmesi, etkin bir denetim mekanizması kurulması, yeşil destinasyon modelini benimseyen destinasyonlar için bir “ağ” oluşturulması ve belirli dönemlerde proje dahilindeki destinasyonların yöneticilerin toplanması gibi önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Sentrum, yeşil destinasyon, Ayvalık, turizm, sürdürülebilir turizm, Küçükköy.

<sup>1</sup> Öğretim Görevlisi, Dicle Üniversitesi, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri, Turizm Animasyonu Programı, Diyarbakır/Türkiye, [burak.acar@dicle.edu.tr](mailto:burak.acar@dicle.edu.tr)

<sup>2</sup> Profesör Doktor, Balıkesir Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Balıkesir/Türkiye, [avcikurt@balikesir.edu.tr](mailto:avcikurt@balikesir.edu.tr)

## **(SENTRUM) A CONCEPTUAL EVALUATION OF AYVALIK KUCUKKOY MODEL PROJECT WITHIN THE SCOPE OF SUSTAINABLE TOURISM**

**Adnan Burak Acar<sup>1</sup>, Cevdet Avcikurt<sup>2</sup>**

### **Abstract**

The destructive effects of increasing tourist mobility on both destinations and local people direct the private sector and public institutions and organizations to produce sustainable solutions. Achieving sustainability in the tourism sector is possible by considering factors such as the protection of natural and cultural values, biodiversity, high air and water quality, efficient use of resources and high quality of life along with solutions such as clean environment and clean energy. This has led to the emergence of the concept of “green destination” as a sustainable tourism-based destination management model for destinations. The “Green Destination Küçükköy Model Project” developed by the Sustainable Energy Based Tourism Application Center (SENTRUM) is a green destination model that brings together sustainable tourism and local development while meeting the needs of small-scale destinations in Turkey and aims to apply international standards. As a result of the Küçükköy Model Project, which emerged with the cooperation of the private sector and public institutions, it is expected that a social, environmental and economic transformation will be experienced, awareness will be raised regarding energy efficiency and the number of sustainable green destinations with determined standards will be increased. The aim of this study; project is the conceptual evaluation of the green destination model implemented in Ayvalık Küçükköy within the scope of sustainable tourism. The research method was determined as document review. As a result of the research; it was determined that the Küçükköy model, which was initiated as a green destination project, could be an example for other small-scale destinations in Turkey and could be a good alternative to other economic, social and cultural transformation projects for the sustainability of resources. In order for the green destination model to be applied to other small-scale destinations; recommendations were made such as the strict determination and updating of standards, the establishment of an effective control mechanism, the creation of a “network” for destinations adopting the green destination model and the gathering of managers of the destinations within the scope of the project at certain periods.

**Keywords:** Sentrum, green destination, Ayvalık, tourism, sustainable tourism, Küçükköy.

---

<sup>1</sup> Lecturer, Dicle University, Travel, Tourism and Entertainment Services, Tourism Animation Program, Diyarbakır/Türkiye, [burak.acar@dicle.edu.tr](mailto:burak.acar@dicle.edu.tr)

<sup>2</sup> Prof.Dr., Balıkesir University, Tourism Management Department, Balıkesir/Türkiye, [avcikurt@balikesir.edu.tr](mailto:avcikurt@balikesir.edu.tr)



## SANAL TURİZM VE MODA

Ebru Bağcı<sup>1</sup>, Ece Melek<sup>2</sup>, Nisa Nur Duman<sup>3</sup>

### Özet

Çalışmada sanal turizm ve moda sektörlerinin dijitalleşme süreciyle nasıl keştiği ve birbirlerini nasıl etkilediği incelenmektedir. Sanal turizm, tüketicilere coğrafi sınırları aşarak çeşitli destinasyonları dijital ortamda keşfetme imkanı sunarken, moda sektörü de sanal moda şovları, dijital mağazalar ve metaevren gibi yenilikçi teknolojilerle bu deneyimi zenginleştirmektedir. Sanal turizm ve moda birlikteliği, hem sürdürülebilirlik hem de erişilebilirlik açısından önemli fırsatlar yaratırken, gelecekte metaevren gibi platformların bu etkileşimi daha da derinleştireceği öngörülmektedir. Çalışmada, bu iki alanın gelecekteki potansiyeli ve yaratabileceği yenilikçi fırsatlar değerlendirilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sanal Turizm, Sanal Gerçeklik, Moda.

---

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Beykent Üniversitesi, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü, Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Programı [ebrubagci@beykent.edu.tr](mailto:ebrubagci@beykent.edu.tr)

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi

<sup>3</sup> Öğretim Görevlisi

# VIRTUAL TOURISM AND FASHION

Ebru Bağcı<sup>1</sup>, Ece Melek<sup>2</sup>, Nisa Nur Duman<sup>3</sup>

## Abstract

The study examines how the virtual tourism and fashion sectors intersect with the digitalization process and how they affect each other. While virtual tourism offers consumers the opportunity to explore various destinations digitally across geographical boundaries, the fashion industry enriches this experience with innovative technologies such as virtual fashion shows, digital stores and the metaverse. While the combination of virtual tourism and fashion creates significant opportunities in terms of both sustainability and accessibility, it is predicted that platforms such as the metaverse will further deepen this interaction in the future. This study evaluates the future potential of these two fields and the innovative opportunities they may create.

**Keywords:** Virtual Tourism, Virtual Reality, Fashion.

---

<sup>1</sup> Asst. Prof. Dr., İstanbul Beykent University Transport Services Department, Civil Aviation Cabin Services Program, [ebrubagci@beykent.edu.tr](mailto:ebrubagci@beykent.edu.tr)

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi

<sup>3</sup> Öğretim Görevlisi

# TÜRKİYE TURİZMİNDE E-TİCARET HACMİNE YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME

Muammer Bezirgan<sup>1</sup>, Harun Ataman<sup>2</sup>

## Özet

Teknoloji ile birlikte gelişen internet birçok sektör için üretilen arzın paylaşıldığı, sunulduğu ve tanıtıldığı bir ortam haline gelmiştir. Öyleki gerek sosyal medya gerekse web siteleri aracılığı ile farklı iş kollarındaki birçok işletme mal ve hizmetlerine dair bilgileri internet tabanlı ortamlar ile hedef müşterilerine ulaşmaya çalışmaktadır. Bu nedenle e-ticaret, işletmeler için arz ve talebi yönlendirebilecekleri bir yenilik olarak görülmektedir. E-ticaret faaliyetlerinin yaygınlaşması ile birlikte tüketiciler ihtiyaç ve isteklerini daha geniş bir ölçekte araştırıp yerine getirme imkanına sahip olmaktadır. Temelinde insan ve insanların yer değiştirmesi sonucu ortaya çıkan hareketliliği içeren turizm sektörü de, teknolojik gelişmelerden en fazla etkilenen sektörlerden biri olarak kabul edilmektedir. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte küreselleşmenin önem kazanması, turistik mal ve hizmet üreticilerini teknolojinin getirdiği yeniliklere yöneltmektedir. Bu çalışmada Türkiye turizminde e-ticaretin mevcut durumunun açığa çıkarılması amaçlanmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı tarafından yayımlanan e-ticaret verileri ışığında Türkiye turizminde e-ticaret ile ilgili veriler ele alınarak değerlendirmeler gerçekleştirilmiştir. Söz konusu veriler Türkiye turizminde e-ticaret kullanımının her geçen yıl artış gösterdiğini ortaya çıkarmaktadır. Türkiye genelinde 2023 yılında 559.412 işletmenin e-ticaret yaptığı ve bu işletmelerin %51'inin mal, %49'unun hizmet sektöründe faaliyet gösterdiği görülmektedir. E-ticaret harcamalarının en fazla 25-36 yaş aralığında görülmesinin yanı sıra e-ticaret alışverişlerinde %91'lik oranla genellikle mobil uygulamaların kullanılmaktadır. Sektör bazında sepet büyüklükleri ele alındığında ise en yüksek harcamaların 2.456₺ ile seyahat kategorisinden havayolu seyahatlerinde gerçekleştiği görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Teknoloji, E-ticaret.

---

<sup>1</sup> Doç.Dr., Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Balıkesir / Türkiye, [muammerbezirgan@hotmail.com](mailto:muammerbezirgan@hotmail.com)

<sup>2</sup> Doktora Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Balıkesir / Türkiye, [hrntrzc@hotmail.com](mailto:hrntrzc@hotmail.com)

## AN EVALUATION OF E-COMMERCE VOLUME IN TURKISH TOURISM

Muammer Bezirgan<sup>1</sup>, Harun Ataman<sup>2</sup>

### Abstract

Developing with technology, the internet has become an environment where the supply produced for many sectors is shared, presented and promoted. So much so that many businesses in different business lines try to reach their target customers with information about their goods and services through internet-based environments, both through social media and websites. For this reason, e-commerce is seen as an innovation for businesses that can direct supply and demand. With the spread of e-commerce activities, consumers have the opportunity to research and fulfill their needs and desires on a larger scale. The tourism sector, which basically includes mobility resulting from the displacement of people and people, is considered to be one of the sectors most affected by technological developments. The importance of globalization along with the development of technology directs tourist goods and service producers to the innovations brought by technology. This study aims to reveal the current situation of e-commerce in Turkish tourism. In the light of e-commerce data published by the Ministry of Commerce of the Republic of Turkey, evaluations were made by considering data related to e-commerce in Turkish tourism. The data in question reveals that the use of e-commerce in Turkish tourism is increasing every year. It is seen that 559,412 businesses engaged in e-commerce in 2023 across Turkey, and 51% of these businesses operate in the goods sector and 49% in the service sector. In addition to the fact that e-commerce expenditures are mostly seen in the 25-36 age group, mobile applications are generally used in e-commerce shopping with a rate of 91%. When basket sizes are considered on a sector basis, it is seen that the highest expenditures are in airline travel from the travel category, with 2,456€.

**Keywords:** Tourism, Technology, E-commerce.

---

<sup>1</sup> Assoc. Prof. Dr., Balıkesir University Burhaniye Applied Sciences Faculty Department of Gastronomy and Culinary Arts, Balıkesir / Türkiye, [muammerbezigar@hotmail.com](mailto:muammerbezigar@hotmail.com)

<sup>2</sup> PhD Student, Balıkesir University Institute of Social Sciences Department of Tourism Management, Balıkesir / Türkiye, [hmrz@hotmail.com](mailto:hmrz@hotmail.com)

# TURİZMDE DESTİNASYON PAZARLAMASI VE İNOVASYON UYGULAMALARI: AVRUPA VE TÜRKİYE ÖRNEKLERİ

Afitap Bulut<sup>1</sup>

## Özet

Turizm sektöründe yer alan tüm aktörlerin istek ve ihtiyaçları ile turizmi etkileyen tüm çevre faktörleri sürekli değişmektedir. Bu değişim, turizm işletmelerini ve turizmle ilgili karar vericileri değişimi dikkate alarak yeni stratejiler, politikalar, planlar ve uygulamalar geliştirmeye yani yenilik (inovasyon) yönetimine yönlendirmektedir. Destinasyon pazarlama süreçlerinin inovasyon ile güncellenmesi turizm işletmelerini ve destinasyonlarının rekabet gücünü, pazar payını, sürdürülebilirliğini ve gelişimini olumlu yönde etkilemektedir. Dünya genelinde destinasyon pazarlamasında inovasyonla ilgili uygulamalar ve akademik çalışmalar incelendiğinde inovasyonun önemi daha iyi anlaşılmaktadır. Bu çalışmanın amacı, turizmde destinasyon pazarlaması ve inovasyon uygulamaları hakkında kapsamlı bilgi vererek, Avrupa ve Türkiye'den uygulama örnekleri sunarak inovasyonun turistik destinasyonların pazarlama çalışmaları açısından önemine dikkat çekmek ve özellikle Türkiye turizmi için öneriler ile katkı sağlamaktır. Nitel araştırma türünde olan çalışma kapsamında detaylı literatür araştırması yapılarak, Türkiye ve Avrupa'da turizm destinasyonları örneklem olarak seçilmiş ve destinasyon pazarlamasında geliştirdikleri inovasyon uygulamaları tablolar ile belirtilerek, bulgulardan yola çıkarak Türkiye turizmi için öneriler sunulmuştur. Çalışma Türkiye ile Avrupa turizm destinasyonlarının pazarlanması sürecindeki inovasyon uygulamalarını ve etkilerini karşılaştırmalı olarak sunması bakımından hem literatüre hem de sektöre katkı sağlayabilmesi ve inovasyonu desteklemesi bakımından önem taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, inovasyon, destinasyon pazarlaması.

---

<sup>1</sup> Dr.Öğr.Üyesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Devrek MYO, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Zonguldak, Türkiye, [afitapbulut@beun.edu.tr](mailto:afitapbulut@beun.edu.tr)

# DESTINATION MARKETING AND INNOVATION PRACTICES IN TOURISM: EUROPEAN AND TÜRKİYE EXAMPLE

Afitap Bulut<sup>1</sup>

## Abstract

The demands and needs of all actors in the tourism sector and all environmental factors affecting tourism are constantly changing. This change directs tourism businesses and tourism-related decision makers to develop new strategies, policies, plans and practices by taking the change into account, that is, innovation management. Updating destination marketing processes with innovation positively affects the competitiveness, market share, sustainability and development of tourism businesses and destinations. The importance of innovation is better understood when the practices and academic studies on innovation in destination marketing around the world are examined. The aim of this study is to draw attention to the importance of innovation in terms of marketing activities of tourist destinations by providing comprehensive information about destination marketing and innovation practices in tourism, by presenting application examples from Europe and Turkey, and to contribute with suggestions especially for Turkish tourism. Within the scope of the study, which is a qualitative research type, a detailed literature research was conducted, tourism destinations in Turkey and Europe were selected as a sample, and the innovation practices they developed in destination marketing were indicated with tables, and suggestions for Turkish tourism were presented based on the findings. The study is important in terms of contributing to both the literature and the sector and supporting innovation, as it comparatively presents innovation practices and their effects in the marketing process of Turkish and European tourism destinations.

**Keywords:** Tourism, innovation, destination marketing.

---

<sup>1</sup> Asst. Prof. Dr., Zonguldak Bülent Ecevit University, Devrek Vocational School Department of Hotel, Restaurant and Catering, Zonguldak, Türkiye, [afitapbulut@beun.edu.tr](mailto:afitapbulut@beun.edu.tr)

# KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN PAZARLANMASINDA ÇEVİRİM İÇİ REZERVASYON KANALLARININ ROLÜ

Hanife Özcan<sup>1</sup>, Şefik Okan Mercan<sup>2</sup>

## Özet

Teknolojinin gelişmesiyle, internet kullanımı hızla artmaktadır. Son yıllarda insanların interneti yaşamlarının bir parçası olarak aktif şekilde kullanmaları, tüm sektörlerdeki işletmelerin yeni pazarlama teknikleri arayışına girmelerine neden olmuştur. Teknolojide ve internet kullanımında yaşanan gelişmelerden en çok etkilenen sektör turizm sektörüdür. Turizm sektörü en yüksek gelirini konaklama işletmelerinden, konaklama işletmeleri ise en yüksek geliri oda satışlarından sağlamaktadır. Yani oda satışlarından elde edilen gelir işletmenin ve turizm sektörünün gelir artışını doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle konaklama işletmeleri oda satışlarındaki gelirlerini arttırabilmek için maliyeti düşük, rekabet gücü yüksek, daha az aracı yeni pazarlama tekniklerine yönelmektedir. Bu pazarlama tekniklerinin başında çevrim içi rezervasyon kanalları gelmektedir. Çevrim içi rezervasyon kanalları hem tüketici hem de işletme için farklı avantajlar sağlamaktadır. Tüketici için; işletme hakkında tüm bilgilere kolay erişim, tek tuşla rezervasyon ve ödeme, farklı işletmeler ile kıyaslama olanakları sunmaktadır. İşleme açısından ise çevrim içi rezervasyon kanalları; maliyeti düşük pazarlama ve reklam avantajı, ulusal ve uluslararası pazarda rakip işletmeler ile rekabet avantajı, müşteri devamlılığı ve yeni müşteri kazanma avantajı, yüksek kârlılık avantajı sunmaktadır. Hazırlanmakta olan bir yüksek lisans tezine kaynaklık teşkil eden bu çalışmada konaklama işletmeleri için çevrim içi rezervasyon kanallarının önemine değinilmiştir. Aynı zamanda çalışmada çevrim içi rezervasyon kanallarının tüketiciler ve konaklama işletmeleri açısından avantaj ve dezavantajları ile oda satışlarına olan etkisi incelenmiştir. Çalışmanın verileri nitel araştırma kapsamında görüşme tekniği kullanılarak elde edilecektir. Söz konusu veriler Çanakkale ili merkez ilçesindeki 3, 4 ve 5 yıldızlı otel yöneticileri ile görüşülerek elde edilmeye çalışılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Konaklama işletmeleri, pazarlama, çevrim içi.

---

<sup>1</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale, Türkiye, [hanfe\\_94@hotmail.com](mailto:hanfe_94@hotmail.com)

<sup>2</sup> Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Çanakkale, Türkiye, [okanmercan@comu.edu.tr](mailto:okanmercan@comu.edu.tr)

# THE ROLE OF ONLINE BOOKING CHANNELS IN THE MARKETING OF ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS

Hanife Özcan<sup>1</sup>, Şefik Okan Mercan<sup>2</sup>

## Abstract

With the development of technology, internet usage is increasing rapidly. In recent years, people's active use of the Internet as a part of their lives has caused businesses in all sectors to seek new marketing techniques. The sector most affected by the developments in technology and internet usage is the tourism sector. The tourism sector derives its highest income from accommodation businesses and accommodation businesses derive their highest income from room sales. In other words, the income obtained from room sales directly affects the income increase of the enterprise and the tourism sector. For this reason, in order to increase their revenues from room sales, accommodation businesses are turning to new marketing techniques with low cost, high competitiveness and fewer intermediaries. One of these marketing techniques is online reservation channels. Online reservation channels provide different advantages for both the consumer and the business. For the consumer; it offers easy access to all information about the business, one-click booking and payment, and comparison with different businesses. For the business, online reservation channels offer low-cost marketing and advertising advantage, competitive advantage with rival businesses in national and international markets, customer continuity and new customer acquisition advantage, high profitability advantage. In this study, which is the source of a master's thesis being prepared, the importance of online reservation channels for accommodation businesses is mentioned. At the same time, the advantages and disadvantages of online reservation channels in terms of consumers and accommodation businesses and their effect on room sales were examined in the study. The data of the study will be made by using the interview technique within the content of qualitative research. These data will be made by interviewing 3, 4 and 5 star hotel managers in the central district of Çanakkale province.

**Keywords:** Accommodation businesses, marketing, online.

---

<sup>1</sup> Graduate Student, Çanakkale Onsekiz Mart University, School of Graduate Studies, Çanakkale/ Türkiye, [hanfe\\_94@hotmail.com](mailto:hanfe_94@hotmail.com)

<sup>2</sup> Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart University, Tourism Faculty, Çanakkale /Türkiye, [okanmercan@comu.edu.tr](mailto:okanmercan@comu.edu.tr)



# KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE GREENWASHING VE TÜKETİCİ GÜVENİ

Fatih Koç<sup>1</sup>, Büşra Nükyen<sup>2</sup>

## Özet

Greenwashing, şirketlerin çevre dostu olduklarını abartılı veya yanıltıcı bir şekilde pazarlamaları anlamına gelmektedir. Bu durum, özellikle çevre konularına duyarlı tüketiciler arasında güven kaybına yol açabilmektedir. Bu araştırmanın amacı çevre dostu olarak bilinen otellerde greenwashing uygulamaları sonucunda tüketici güveninde ortaya çıkabilecek olası etkileri belirlemektir. Bu amaca ek olarak, tüketicilerin yaşayacağı güven kaybının otel işletmelerince nasıl geri kazanılacağı konusunda yapılması gerekenlerin belirlenmesi, bu çalışmanın bir diğer amacıdır. Bu amaçlara ulaşmak için, greenwashing uygulaması içeren bir örnek olay kullanılmıştır. Örnek olaydan sonra greenwashing ve tüketici güvenini ölçmek amacıyla iki farklı ölçek kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak online anket uygulaması tercih edilmiştir. Araştırmaya katılacak kişilerde en az bir kere bir otelde konaklama şartı aranmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi kullanarak toplam 163 kişiye ulaşılmıştır. Elde edilen veriler Smart PLS4 yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, çevreci olduğunu iddia eden konaklama işletmelerinin greenwashing uygulaması sonucu ciddi bir güven kaybı yaşadığı tespit edilmiştir. Katılımcılar, kaybolan güvenin yeniden inşa edilmesi için, sertifika alınması, devlet denetlemesi, bağımsız dış denetçi, karbon ayak izini küçültme gibi çalışmaların önemli olduğunu ifade etmiştir.

**Anahtar Kelime:** Greenwashing, Tüketici Güveni, Çevre Dostu Otel.

---

<sup>1</sup> Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Kocaeli/Türkiye, [fatih.koc@kocaeli.edu.tr](mailto:fatih.koc@kocaeli.edu.tr)

<sup>2</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli/Türkiye, [besura8@gmail.com](mailto:besura8@gmail.com)

# GREENWASHING AND CONSUMER TRUST IN HOSPITALITY BUSINESSES

Fatih Koç<sup>1</sup>, Büşra Nükyen<sup>2</sup>

## Abstract

Greenwashing is the practice of companies marketing themselves as being environmentally friendly in an exaggerated or misleading way. Such actions may result in a loss of trust, particularly among consumers who are attuned to environmental concerns. The objective of this study is to ascertain the potential impact of greenwashing practices on consumer trust in environmentally friendly hotels. In addition to this objective, another purpose of this study is to determine what needs to be done about how to recover the loss of trust that consumers will experience by hotel businesses. In order to achieve these objectives, a case study involving greenwashing was used. Following the case study, two distinct scales were employed to assess greenwashing and consumer trust. Online survey was preferred as the data collection method in the research. The study required that participants reside at a hotel on at least one occasion. A total of 163 individuals were surveyed using the convenience sampling method. The data were subjected to analysis using the Smart PLS4 method. The results of the analysis indicate that accommodation businesses that claim to be environmentally friendly have experienced a significant decline in trust as a consequence of greenwashing. Participants stated that practices such as certification, state auditing, independent external auditor, minimising carbon footprint are important for rebuilding lost trust.

**Keywords:** Greenwashing, Consumer Trust, Eco-friendly Hotel.

---

<sup>1</sup> Assoc. Prof. Dr., Kocaeli University Business Faculty, Kocaeli/Türkiye, [fatih.koc@kocaeli.edu.tr](mailto:fatih.koc@kocaeli.edu.tr)

<sup>2</sup> Graduate Student, Kocaeli University Institute of Social Sciences, Kocaeli/Türkiye, [besura8@gmail.com](mailto:besura8@gmail.com)

# EVCİL HAYVAN DOSTU KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN İÇERİK ANALİZİ YÖNTEMİYLE İNCELENMESİ: BALIKESİR ÖRNEĞİ

Bilge Villi<sup>1</sup> , Melike Gül<sup>2</sup>

## Özet

Turizm sektörünün büyük oranda gelişim ve değişim gösterdiği çağımızda insanların tatil alışkanlıkları da değişmiş ve yaşadıkları bölgeden uzaklaşarak yılda en az bir kez tatile çıkmak önemli bir ihtiyaç haline almıştır. Tatilleri esnasında otellerde konaklamak isteyen insanlar sahip oldukları evcil hayvanlarını da yanlarında götürmek istemekte, fakat otellerin “evcil hayvan kabul edilmez” politikalarıyla karşılaştıklarında büyük sorunlar yaşayabilmektedirler. Bu çalışmanın amacı, Balıkesir ilindeki evcil hayvan dostu olup tatile gelen konuklarının yanlarında evcil hayvanlarını getirmelerine politikalarında yer veren işletmelerin internet sitelerini incelemektir. Araştırma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Balıkesir ilinde evcil hayvan kabul eden işletmelere “patilioteller.com” sitesinden ulaşılmıştır. Ulaşılan 28 işletmeye ait verilerin analizi için bazı kriterler belirlenmiştir. Araştırma sonucunda evcil hayvan kabul eden işletmelerin büyük çoğunluğunun butik otel olduğu, genellikle kedi-köpek türü hayvanları kabul ettikleri, çoğu işletmenin odada bir hayvanın bulunmasına izin verdiği, çoğunluğunun kemik puanına sahip olmadığı, çoğu işletmenin internet ve Instagram sayfalarında evcil hayvan dostu otel bilgisine yer vermediği ve Tripadvisor puanlarının ortalama dört civarında olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları ile evcil hayvan dostu konaklama işletmelerinin politika oluşturma süreçlerine rehberlik edilmesi amaçlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Evcil Hayvan Dostu Oteller, Konaklama İşletmeleri, Evcil Hayvanlar, İçerik Analizi.

---

<sup>1</sup> Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi Sındırgı Meslek Yüksekokulu, Balıkesir/Türkiye, [bilgevilli@balikesir.edu.tr](mailto:bilgevilli@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi Sındırgı Meslek Yüksekokulu, Balıkesir/Türkiye, [melikegul@balikesir.edu.tr](mailto:melikegul@balikesir.edu.tr)

# INVESTIGATION OF PET-FRIENDLY ACCOMMODATION BUSINESSES USING CONTENT ANALYSIS METHOD: BALIKESİR EXAMPLE

Bilge Villi<sup>1</sup> , Melike Gül<sup>2</sup>

## Abstract

In our age, where the tourism sector is developing and changing to a great extent, people's holiday habits have also changed and it has become an important need to move away from the region they live in and go on holiday at least once a year. People who want to stay in hotels during their holidays want to take their pets with them, but they may experience major problems when they encounter the "pets are not accepted" policies of the hotels. The purpose of this study is to examine the websites of pet-friendly businesses in Balıkesir province that allow their guests to bring their pets with them in their policies. Within the scope of the research, content analysis, one of the qualitative research methods, was used. Businesses that accept pets in Balıkesir province were accessed through the website "patilioteller.com". Some criteria were determined for the analysis of the data of the 28 businesses reached. As a result of the research, the majority of businesses that accept pets are boutique hotels, they generally accept animals such as cats and dogs, most businesses allow a pet to be in the room, the majority do not have a bone score, and most businesses do not include pet-friendly hotel information on their internet and instagram pages and Tripadvisor scores were found to be around four on average. The research results are aimed to guide the policy-making processes of pet-friendly accomodaiton businesses.

**Keywords:** Pet Friendly Hotels, Accomodation Businesses, Pets, Content Analysis.

---

<sup>1</sup> Assoc.Prof. Dr., Balıkesir University Sındırğı Vocational School, Balıkesir/Türkiye, [bilgevilli@balikesir.edu.tr](mailto:bilgevilli@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Prof. Dr., Balıkesir University Sındırğı Vocational School, Balıkesir/Türkiye, [melikegul@balikesir.edu.tr](mailto:melikegul@balikesir.edu.tr)

# ORMAN YANGINLARI VE TURİZM: EKOLOJİK KAYGILAR VE TURİSTİK BÖLGELERE ETKİLERİ

Ebru BAĞCI<sup>1</sup>

## Özet

Orman yangınları, son yıllarda giderek artan bir çevresel tehdit haline gelmiş ve turizm sektörü üzerinde önemli etkiler yaratmıştır. Bu çalışmada, orman yangınlarının turistik bölgelerdeki ekosistemlere ve ekonomik faaliyetlere olan etkileri incelenmektedir. Öncelikle, yangınların doğal çevre üzerindeki tahribatı ve bu durumun turistik cazibe merkezlerine yansımaları ele alınmaktadır. Ekolojik kaygıların artışı, sürdürülebilir turizm stratejilerinin önemini vurgularken, bölgesel ekonomik kayıplar ve turizmde yaşanan azalmalar da detaylandırılmaktadır. Bunun yanı sıra, orman yangınlarına karşı alınması gereken önlemler ve yangın sonrası toparlanma süreçleri tartışılmaktadır. Bu çalışma, turistik destinasyonların yangınlardan nasıl etkilendiğini ve bu etkilerin nasıl minimize edilebileceğini anlamak için bir rehber niteliği taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilir Turizm, Kriz Yönetimi, Ekolojik Etkiler.

---

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Beykent Üniversitesi, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü, Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Programı [ebrubagci@beykent.edu.tr](mailto:ebrubagci@beykent.edu.tr)

# FOREST FIRES AND TOURISM: ECOLOGICAL CONCERNS AND IMPACTS ON TOURIST DESTINATIONS

Ebru Bağcı<sup>1</sup>

## Abstract

Forest fires have become an increasing environmental threat in recent years and have significant impacts on the tourism sector. In this study, the effects of forest fires on ecosystems and economic activities in touristic regions are analyzed. First of all, the destruction of the natural environment and its reflections on touristic attractions are discussed. While increasing ecological concerns emphasize the importance of sustainable tourism strategies, regional economic losses and declines in tourism are also detailed. In addition, measures to be taken against forest fires and post-fire recovery processes are discussed. This study serves as a guide to understand how tourist destinations are affected by wildfires and how these impacts can be minimized.

**Keywords:** Sustainable Tourism, Crisis Management, Ecological Impacts.

---

<sup>1</sup> Asst. Prof. Dr., İstanbul Beykent University Transport Services Department, Civil Aviation Cabin Services Program, [ebrubagci@beykent.edu.tr](mailto:ebrubagci@beykent.edu.tr)

# TARIM İŞLETMELERİNDE KURULUŞ VE ÇALIŞMA SERMAYESİ YÖNETİMİNİN ÖNEMİ VE UŞAK İLİNDE BİR UYGULAMA

İsmail Aydemir<sup>1</sup>

## Özet

Malum olduğu üzere işletmeler insanların ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri üreten ve bunları müşterilerine sunup, karşılığında para kazanıp varlıklarını devam ettirmeye çalışan kuruluşlardır. İşletmeler tür olarak sınıflandırıldığında; ticari, sanayi, hizmet işletmeleri ve de tarım işletmeleri diye sınıflandırılabilir. Tarım işletmelerini diğer işletmelerden ayıran birkaç husus vardır. Bunların başında tarım işletmeleri daha çok mevsimsel olarak üretim imkanlarına sahiptir. Satış imkanları da üretim şartlarına bağlı olarak ancak belli aylarda yapılabilmektedir. İşletmenin ayakta kalabilmesi için ise belli giderlerin dikkatli bir şekilde yılın bir çok ayında yapılmasını gerektirir.

Tarım işletmelerinin kurulabilmesi ve verimli bir şekilde varlığını devam ettirebilmesi için temelde iki tür sermayeye ihtiyaç vardır. Yatırımcıların çoğu bunu göz ardı edip, sadece yeterli kuruluş sermayesi olunca işin tamam olduğu zannına kapılabilmektedirler. Bir işletmeyi kurmak kadar, onu yaşatmak ta çok önemlidir. Hatta onu yaşatmak daha önemlidir. İşletmeler kurulduktan sonra finansal bir sıkıntı çekmeden varlıklarını sürdürebilmeleri için lüzum duyulan sermayeye çalışma (işletme) sermayesi denir. Bu nedenle yatırımcılar için kuruluş ve çalışma sermayesinin planlanması ve başarılı yönetilebilmesi önem arz eder. Zira kıt olan kaynakların başında gelen kuruluş ve çalışma sermayesinin çok iyi planlanması ve organizesi gerekir. Aksi takdirde yılların birikimi olan kıt sermaye, ölü bir yatırıma dönüşür ve bunun sonucunda yatırımcı ve çevresi ve milli ekonomi ile birlikte sonuçta ülkemizde bundan zarar görür.

Bu çalışmanın amacı tarım işletmelerinin faaliyetlerini verimli bir şekilde sürdürülebilmesi için; kuruluş ve çalışma sermayesi planlanması ve yönetimin nasıl yapılması gerektiği üzerinde durulacaktır. Bu planlamanın etkin bir şekilde icrası için; hangi süreçlerin izlenmesi gerektiği, bu süreçlerde daha çok nelerin önemli olduğu üzerinde durulacaktır. Konu Uşak'ta 2015'de kurulmuş olan ve halen faaliyetlerini geliştirme çabalarını sürdüren bir tarım işletmesinin elde ettiği pratik verilerle desteklenecektir. İşletmenin en başta kuruluş planı; yaşadığı süreçler, hedefleri ve geldiği noktalar swot analizi yöntemiyle ele alınıp değerlendirilecektir. Çalışmanın sonucunda ulaşılan veriler, konuyla ilgili olanlar için yarar umulan öneriler okuyucu ile paylaşılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Tarım işletmesi, kuruluş sermayesi, çalışma sermayesi, sermayenin etkin yönetimi.

---

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fak. Bir Eylül Kampüsü, İzmir Yolu, Uşak, [ismail.aydemir@usak.edu.tr](mailto:ismail.aydemir@usak.edu.tr)

# IMPORTANCE OF MANAGEMENT OF ESTABLISHMENT AND WORKING CAPITAL IN AGRICULTURAL ENTERPRISES AND AN APPLICATION IN UŞAK PROVINCE

İsmail Aydemir<sup>1</sup>

## Abstract

As is known, businesses are organizations that produce goods and services that people need, offer them to their customers, earn money in return and try to continue their existence. When businesses are classified as types; they can be classified as commercial, industrial, service businesses and agricultural businesses. There are a few things that distinguish agricultural businesses from other businesses. First of all, agricultural businesses have more seasonal production opportunities. Sales opportunities can only be made in certain months depending on production conditions. In order for the business to survive, it is necessary to make certain expenses carefully in many months of the year.

There are basically two types of capital needed for agricultural businesses to be established and to continue their existence efficiently. Most investors ignore this and think that the job is done only when there is sufficient establishment capital. It is as important to keep a business alive as it is to establish it. In fact, it is more important to keep it alive. The capital required for businesses to continue their existence without experiencing financial difficulties after they are established is called working (operating) capital. For this reason, it is important for investors to plan and successfully manage the establishment and working capital. Because the establishment and working capital, which are among the scarce resources, must be planned and organized very well. Otherwise, the scarce capital accumulated over the years turns into a dead investment and as a result, the investor, his environment and the national economy, as well as our country, suffer from this.

The purpose of this study will be to focus on how establishment and working capital planning and management should be done in order for agricultural enterprises to continue their activities efficiently. In order for this planning to be carried out effectively; the processes to be followed and what is more important in these processes will be emphasized. The subject will be supported with practical data obtained from an agricultural enterprise established in Uşak in 2015 and still continuing its efforts to develop its activities. First of all, the establishment plan of the enterprise; the processes it has experienced, its goals and the points it has reached will be addressed and evaluated with the SWOT analysis method. The data obtained as a result of the study and the suggestions that are expected to be beneficial for those interested in the subject will be shared with the reader.

**Keywords:** Agricultural enterprise, establishment capital, working capital, effective management of capital.

---

<sup>1</sup> Asst.Prof. Dr., Uşak University Faculty of Applied Sciences, Bireylül Campus, İzmir Road, Uşak, E-mail: [ismail.aydemir@usak.edu.tr](mailto:ismail.aydemir@usak.edu.tr)



# OKUL AİLE BİRLİĞİ'NİN OKUL GELİŞİMİNE KATKISI

Damla Yöndemli<sup>1</sup>, Ayşegül Kantarcı Uludağ<sup>2</sup>, Levent Kahraman<sup>3</sup>

## Özet

Bu bildiri, Necmi Komili İlköğretim Okulu Aile Birliği'nin, okulun; akademik, sosyal ve fiziksel gelişimine olan katkılarını incelemektedir. Bildiride aynı zamanda Okul Aile Birliği'nin çalışma sistemi, rolü, okul yönetimi ile olan işbirliği, öğrencilerin akademik başarılarına etkisi ve okulun genel gelişimine olan katkıları değerlendirilmektedir. Okul yalnızca fiziki bir mekan değildir, dersliklerin ötesinde bütüncül eğitimi kapsayan bir kavramdır.

Necmi Komili Okul Aile Birliği, çocukların; okul koşullarını iyileştirmek başta olmak üzere, doğada vakit geçirebilme, kültürel faaliyetlere katılabilmek, yeni teknolojilere şahit olabilmek gibi hayata katılım fırsatlarını artırma odaklı bir sistem oluşturmuştur. Bu sistemi inceleyen çalışma, nitel veri toplama yöntemleri kullanılarak yürütülmüştür. Sonuçlar, okul gelişiminde aile birliğinin önemli rol oynadığını göstermektedir. Okul Aile Birliği, okulun ihtiyaçlarını belirleme, kaynak yaratma ve çeşitli projeler aracılığıyla okula destek olma konularında aktif rol oynamaktadır. Ana hedef, dayanışma ilkesi etrafında öğrenciler için, okullarında hem eğitsel hem de mekansal olarak iyileştirilmiş ve sürdürülebilir ortamlar yaratmaktır. Bu doğrultuda, izlediğimiz yol ihtiyaca yönelik konularda, idare ve öğretmenler iş birliğinde başlıklar belirleyip, projeler üretmektedir.

Aile birliği okulun akademik programlarını desteklemek için fonlar sağlamış, öğretmenlerin mesleki gelişimini desteklemiş ve öğrencilerin akademik başarılarını artırmak amacıyla ek kaynaklar sunmuştur. Öğrencilerin sosyal becerilerini geliştirmek için etkinlikler düzenlemiş, sosyal sorumluluk projelerine destek olmuştur. Okulun fiziki şartlarının iyileştirilmesi için çeşitli projeler yürütmüş, okulun bakım-onarım çalışmalarına maddi destek sağlamıştır.

Necmi Komili Okulu Aile Birliği, okulun gelişimine çok yönlü katkılar sağlamaktadır. Bu nedenle, okul aile birliklerinin, okul yönetimleri tarafından stratejik bir ortak olarak değerlendirilmesi önemlidir.

**Anahtar Kelimeler:** Okul, Okul Aile Birliği, Okul Yönetimi.

<sup>1</sup> Necmi Komili Okul Aile Birliği, Balıkesir, Türkiye / [damla.yondemli@gmail.com](mailto:damla.yondemli@gmail.com)

<sup>2</sup> Necmi Komili Okul Aile Birliği, Balıkesir, Türkiye / [kantarciaysegul@gmail.com](mailto:kantarciaysegul@gmail.com)

<sup>3</sup> Necmi Komili Okul Aile Birliği, Balıkesir, Türkiye / [levent.kahraman@sabanciuniv.edu.tr](mailto:levent.kahraman@sabanciuniv.edu.tr)

# THE CONTRIBUTION OF THE PARENT-TEACHER ASSOCIATION TO SCHOOL DEVELOPMENT

Damla Yöndemli<sup>1</sup>, Ayşegül Kantarcı Uludağ<sup>2</sup>, Levent Kahraman<sup>3</sup>

## Abstract

This paper examines the contributions of the Necmi Komili Primary School Parent-Teacher Association (PTA) to the academic, social, and physical development of the school. The study also evaluates the working system of the PTA, its role, its collaboration with the school administration, its impact on students' academic achievements, and its contributions to the overall development of the school. A school is not merely a physical space; it is a concept encompassing holistic education beyond classrooms.

The Necmi Komili PTA has established a system focused on improving school conditions and enhancing opportunities for children to engage in nature, participate in cultural activities, and experience new technologies. This study, which examines this system, was conducted using qualitative data collection methods. The results indicate that the PTA plays a significant role in school development.

The PTA actively participates in identifying the school's needs, generating resources, and supporting the school through various projects. To achieve this, the PTA collaborates with the administration and teachers to identify needs and develop projects accordingly.

The PTA has provided funds to support the school's academic programs, supported the professional development of teachers, and offered additional resources to enhance students' academic success. It has organized activities to develop students' social skills and supported social responsibility projects.

The Necmi Komili PTA makes multifaceted contributions to the development of the school. Therefore, it is important that PTAs are considered strategic partners by school administrations.

**Keywords:** School, Parent-Teacher Association, School Administration.

---

<sup>1</sup> Necmi Komili Parent-Teacher Association, Balıkesir, Türkiye / [damla.yondemli@gmail.com](mailto:damla.yondemli@gmail.com)

<sup>2</sup> Necmi Komili Parent-Teacher Association, Balıkesir, Türkiye / [kantarciaysel@gmail.com](mailto:kantarciaysel@gmail.com)

<sup>3</sup> Necmi Komili Parent-Teacher Association, Balıkesir, Türkiye / [levent.kahraman@sabanciuniv.edu.tr](mailto:levent.kahraman@sabanciuniv.edu.tr)

# PHUBBING VE YAKIN İLİŞKİLERDE YALNIZLIK ARASINDAKİ İLİŞKİDE SOSYAL BAĞLILIĞIN ARACI ROLÜ

Aysu Bayram Saptır<sup>1</sup>

## Özet

Phubbing'in (yani, yüz yüze etkileşimlerde birisini görmezden gelmek, orada bulunanlar yerine telefonuna odaklanmak) son yıllarda hızla arttığı ve giderek yaygınlaştığı söylenebilir. Bu durumun ise toplum ve kişi üzerinde olumsuz etkileri olabileceği düşünülmektedir. Artan phubbing davranışının kişilerin sosyal çevrelerindeki bağlarda zayıflamaya hatta bu bağlarda kopmalara neden olabileceği öngörülebilir. Bu bağlardaki zayıflamaların ise zamanla kişilerin yalnızlaşmalarına neden olabileceği söylenebilir. Özellikle telefonların insanoğlunun hayatının önemli bir parçasını oluşturduğu ve neredeyse sosyal medya aracılığı ile ilişki ihtiyacına bile yanıt verdiği düşünüldüğünde bu kavramlar arasındaki ilişkilerin literatüre ışık tutacağı düşünülmektedir. Bu araştırmada sosyal bağlılığın, phubbing ve yakın ilişkilerde yalnızlık arasındaki ilişkideki aracı rolünü görünür kılmak amaçlanmıştır. Veriler uygun örnekleme yöntemi kullanılarak online olarak toplanmıştır. Araştırmaya Türkiye genelinden yaşları 18 ile 48 arasında değişen 218'i kadın 188'i erkek toplamda 406 kişi katılmıştır. Araştırma verileri araştırmacının oluşturduğu kişisel bilgi formu, Sosyal Bağlılık Ölçeği, Yakın İlişkilerde Yalnızlık Ölçeği ve Genel Phubbing Ölçeği aracılığı ile toplanmıştır. Veriler SPSS 24.0 paket programında analiz edilmiştir. Verilerin analizinde Bağımsız Örneklemler T-testi, Tek Yönlü Varyans Analizi, Pearson Korelasyon Analizi ve Hiyerarşik Regresyon Analizi yapılmıştır. Bulgular incelendiğinde sosyal bağlılık, yakın ilişkilerde yalnızlık ve phubbing değişkenlerinin bazı demografik değişkenlere (cinsiyet, medeni durum, telefon kullanım süresi vb.) göre anlamlı bir biçimde farklılaştığı bulunmuştur. Regresyon analizi sonuçlarına göre sosyal bağlılığın phubbing ve yakın ilişkilerde yalnızlığı anlamlı ve negatif, aynı şekilde phubbingin yakın ilişkilerde yalnızlığı anlamlı ve pozitif olarak yordadığı görülmüştür. Ek olarak sosyal bağlılığın phubbing ve yakın ilişkilerde yalnızlık arasında kısmi aracı rol oynadığı bulunmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Phubbing, Yalnızlık, Sosyal Bağlılık, Yakın İlişkiler.

---

<sup>1</sup> Dr. ,Düzce Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Düzce/Türkiye, [aysubayrams@gmail.com](mailto:aysubayrams@gmail.com)

# THE MEDIATING ROLE OF SOCIAL CONNECTEDNESS IN THE RELATIONSHIP BETWEEN PHUBBING AND LONELINESS IN CLOSE RELATIONSHIPS

Aysu Bayram Saptır<sup>1</sup>

## Abstract

It can be said that phubbing (i.e. ignoring someone in face-to-face interactions, focusing on their phone instead of those present) has increased rapidly and become increasingly common in recent years. It is thought that this situation can have negative effects on society and the individual. It can be predicted that increasing phubbing behavior can cause weakening of ties in people's social circles or even the rupture of these ties. It can be said that weakening of these ties may cause people to become lonely over time. Especially considering that phones constitute an important part of human life and almost meet the need for relationship through social media, it is thought that the relationships between these concepts will shed light on the literature. This study aims to make visible the mediating role of social connectedness in the relationship between phubbing and loneliness in close relationships. Data were collected online using the convenience sampling method. A total of 406 people, 218 female and 188 male, aged between 18 and 48, participated in the study from across Turkey. Data were collected using a personal information form developed by the researcher, the Social Connectedness Scale, the Loneliness in Close Relationships Scale, and the General Phubbing Scale. Data were analyzed using SPSS 24.0 package program. Independent Samples T-test, One-Way Analysis of Variance, Pearson Correlation Analysis and Hierarchical Regression Analysis were used in the analysis of data. When the findings were examined, it was found that social connectedness, loneliness in close relationships and phubbing variables differed significantly according to some demographic variables (gender, marital status, phone usage time, etc.). According to the regression analysis results, social connectedness significantly and negatively predicted phubbing and loneliness in close relationships, and likewise, phubbing significantly and positively predicted loneliness in close relationships. In addition, social connectedness was found to play a partial mediating role between phubbing and loneliness in close relationships.

**Keywords:** Phubbing, Loneliness, Social Connectedness, Close Relationships.

---

<sup>1</sup> Dr. , Düzce University Education Faculty, Düzce/Türkiye, [aysubayrams@gmail.com](mailto:aysubayrams@gmail.com)

# E-YÖNETİŞİM OLGUSU HAKKINDA BİR İNCELEME

Sertaç Kırac<sup>1</sup>

## Özet

Yönetişim kavramı özellikle 1990'lı yıllardan sonra literatüre girmiştir. Birçok farklı kullanımı olsa da üzerine varılmış net bir tanım yoktur. Klasik kamu yönetimi ya da klasik kurama nazaran yönetişim kavramı, devlet ile vatandaş ilişkisine yeni bir boyut kazandırmıştır. Yönetişim, klasik yönetim anlayışının tek taraflı yönetim anlayışı yerine katılımcılığı esas alan bir yönetim modelini benimsemektedir. Kavram ilk kez 1989 yılında yayınlanan Dünya Bankası'na ait bir raporda kullanılmıştır. Yönetişim esasen yönetsel sürece sivil toplumu ve özel sektörü de dahil etmeyi hedeflemektedir. Kavram kamu-özel sektör ortaklığına işaret eden bir anlayışı da benimsemektedir. Yönetişim uygulamalarının temel noktası ise herhangi bir bölgedeki insanların kendileriyle ilgili konularda alınacak kararlara ve karar alma süreçlerine onların da katılmasını, yani birlikte yönetim temelinde bir anlayışı benimsemesidir. Birlikte yönetme anlayışı olarak da söylenebilecek bu anlayışın temel çıktıları; hesap verilebilirlik, şeffaflık, katılımcılık ve hukukun üstünlüğü gibi çıktılardır. Bunun yanı sıra içinde bulunduğumuz çağ çok ciddi değişim ve dönüşümün yaşandığı bir dönemdir. Özellikle teknolojik alandaki çok ciddi değişim süreci ve dijitalleşme süreci kamu yönetimi alanına da etki etmiştir. Bunun en ciddi yansıması e-devlet süreci denilen olgudur. E-Devlet süreci ile devlet hizmetlerinin dijital ortam üzerinden sunulması hedeflenmiştir. Elektronik yönetişim anlamına gelen e-yönetişim ise vatandaşlık olgusunun yeniden tanımlanarak, vatandaşın devletle olan ilişkilerini yeniden tanımlamak, vatandaşların karar verme mekanizmasında daha aktif rol oynamasını sağlamak olarak tanımlanabilmektedir. Çalışmada literatür tarama yöntemi kullanılmış olup farklı kaynaklardan elde edilen bilgilerle e-yönetişim kavramının gelişimi açıklanmaya çalışılmıştır. Elde edilen bilgiler ışığında kamu idarelerinin yönetişim ve e-yönetişim hattında mevcut bünyelerini güncellemeleri ve hatta geliştirmeleri günümüz kamu idarelerinin geleceği açısından hayati öneme sahiptir.

**Anahtar kelimeler:** Yönetişim, e-devlet, e-yönetişim.

---

<sup>1</sup> Öğretim Görevlisi, Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Balıkesir Türkiye, [sertac.kirac@balikesir.edu.tr](mailto:sertac.kirac@balikesir.edu.tr)

## A STUDY ABOUT E-GOVERNANCE PHENOMENON

Sertaç Kırac<sup>1</sup>

### Abstract

The concept of governance entered the literature especially after the 1990s. Although it has many different uses, there is no clear definition. Compared to classical public administration or classical theory, the concept of governance has added a new dimension to the relationship between the state and the citizen. Governance adopts a management model based on participation instead of the unilateral management approach of the classical management approach. The concept was used for the first time in a World Bank report published in 1989. Governance essentially aims to include civil society and the private sector in the administrative process. The concept also adopts an understanding that points to public-private partnership. The basic point of governance practices is that people in any region should participate in the decisions and decision-making processes regarding their issues, that is, they should adopt an understanding based on joint management. The main outcomes of this understanding, which can also be said as the understanding of co-management; outputs such as accountability, transparency, participation and rule of law. In addition, the age we live in is a period of serious change and transformation. Especially the very serious change process and digitalization process in the technological field has also affected the field of public administration. The most serious reflection of this is the phenomenon called e-government process. With the e-Government process, it is aimed to provide government services via digital environment. E-governance, which means electronic governance, can be defined as redefining the phenomenon of citizenship, redefining citizens' relations with the state, and ensuring that citizens play a more active role in the decision-making mechanism. The literature review method was used in the study and the development of the concept of e-governance was tried to be explained with the information obtained from different sources. In the light of the information obtained, it is vital for the future of today's public administrations that public administrations update and even improve their existing structures in the field of governance and e-governance.

**Keywords:** Management, e-government, e-governance.

---

<sup>1</sup> Lecturer, Balıkesir University Burhaniye Vocational School Department of Marketing and Advertising, Balıkesir/Türkiye, [sertac.kirac@balikesir.edu.tr](mailto:sertac.kirac@balikesir.edu.tr)

# DEPREM SONRASI ANTAKYA'DAKİ BUTİK OTELLERİN GELECEĞİ

Belma Suna<sup>1</sup>, Eren Yeşildağ<sup>2</sup>, Ecem Küçüküney Muca<sup>3</sup>

## Özet

21. yüzyılın başında yeni nesil konaklama ile varlık göstermeye başlayan butik otel yaklaşımı, zamanla standartlaşan turizm hareketlerine karşı olarak ortaya çıkmış ve hızla yayılım göstermiştir. Butik oteller, genellikle küçük ölçekli konaklama tesisleridir ve daha çok kişiselleştirilmiş hizmetleri ile ön plandadır. Bu tür oteller, genellikle yerel kültürü yansıtan veya belirli bir temayı işleyen tasarımlara sahip olup, misafirlerine daha özel ve samimi bir konaklama deneyimi sunmayı hedefler. Antakya, ülkemizin önemli yerel kültürünü yansıtan önemli turistik noktalarından birisi olarak dikkat çekmektedir. 6 Şubat 2023 tarihinde yaşanan deprem felaketi sonrası kültürel miras değerlerinde kayıplar yaşanmış ve buradaki birçok butik otel binası da zarar görmüştür. Kurtuluş Caddesi tarihin aydınlatılan ilk caddesi olması bakımından ve dolayısıyla Antakya turizmi açısından büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, Antakya Kurtuluş Caddesi ve çevresinde aktif olarak faaliyet gösteren butik otellerin deprem sonrasında yaşadıkları sıkıntıları oraya koymak ve Antakya turizminin geleceğine yönelik beklentilerini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda, Kurtuluş Caddesi ve çevresinde yer alan 7 butik otelin yöneticileri (7) ve çalışanları (7) ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler MAXQDA veri analiz programı ile değerlendirilmiş ve içerik analizi yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen verilerden “kültürel mirasın korunması”, “inovasyon”, “iyileşme” ve “destek” olma üzere 4 temel tema elde edilmiştir. Araştırma, afetlerin butik otel sektörü üzerinde olumsuz etkileri olduğunu, ancak bazı işletmelerin hızlı adaptasyon ve inovasyon yoluyla bu zorlukların üstesinden gelmeye çalıştığını ortaya koymaktadır. Yapılan görüşmelerde kentin yaralarının sarılması için gerekli adımların atıldığı ifade edilmektedir. Özellikle yerel kültürel mirasın korunması ve yenilikçi pazarlama stratejileri, butik otellerin rekabet avantajlarını korumada kritik öneme sahiptir. Bu noktada, afet sonrası iyileşme sürecinde devletin ve yerel yönetimlerin destekleyici politikalarının artması gerektiği önerilir. Butik otellerin sürdürülebilir bir şekilde faaliyetlerine devam edebilmesi için bütüncül bir yaklaşımın varlığı oldukça önemlidir.

**Anahtar kelimeler:** Antakya, Butik Oteller, Deprem, Turizm.

---

<sup>1</sup> Doç. Dr. Belma Suna,

<sup>2</sup> [erenyesildag@outlook.com](mailto:erenyesildag@outlook.com)

<sup>3</sup> Doktorant, Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi, Aydın, [ecemmuca@outlook.com](mailto:ecemmuca@outlook.com)

# THE FUTURE OF BOUTIQUE HOTELS IN ANTAKYA AFTER THE EARTHQUAKE

Belma Suna<sup>1</sup>, Eren Yeşildağ<sup>2</sup>, Ecem Küçükgüney Muca<sup>3</sup>

## Abstract

The boutique hotel approach, which started to exist with the new generation of accommodation at the beginning of the 21st century, emerged against the standardized tourism movements over time and spread rapidly. Boutique hotels are generally small-scale accommodation facilities and are at the forefront with their personalized services. These types of hotels usually have designs that reflect local culture or a specific theme, and aim to offer a more private and intimate accommodation experience to their guests. Antakya draws attention as one of the important touristic spots reflecting the important local culture of our country. On February 6, 2023, after the earthquake disaster, cultural heritage values were lost and many boutique hotel buildings were damaged. Kurtuluş Street is of great importance in terms of being the first street in history to be illuminated and therefore for Antakya tourism. The aim of this study is to reveal the post-earthquake problems of boutique hotels actively operating in and around Kurtuluş Street in Antakya and to determine their expectations for the future of Antakya tourism. For this purpose, face-to-face interviews were conducted with the managers (7) and employees (7) of 7 boutique hotels located in and around Kurtuluş Street. The data obtained from the interviews were evaluated with MAXQDA data analysis program and content analysis was performed. Four main themes were obtained from the data obtained from the interviews: "protection of cultural heritage", "innovation", "recovery" and "support". The research reveals that disasters have had negative impacts on the boutique hotel sector, but some businesses have tried to overcome these challenges through rapid adaptation and innovation. In the interviews, it is stated that necessary steps have been taken to heal the wounds of the city. In particular, preservation of local cultural heritage and innovative marketing strategies are critical for boutique hotels to maintain their competitive advantage. At this point, it is recommended that the supportive policies of the state and local governments should increase in the post-disaster recovery process. A holistic approach is crucial for boutique hotels to continue their operations in a sustainable manner.

**Keywords:** Antakya, Boutique Hotels, Tourism, Earthquake.

---

<sup>1</sup> Assoc. Prof. Dr. Belma Suna,

<sup>2</sup> [erenyesildag@outlook.com](mailto:erenyesildag@outlook.com)

<sup>3</sup> Phd. Student, Adnan Menderes University Tourism Faculty, Aydın, [ecemmuca@outlook.com](mailto:ecemmuca@outlook.com)



# YARATICI TURİZMDE YARATICI MODEL, SINDIRGI ÖRNEĞİ

Fusun Esenkal<sup>1</sup>

## Özet

Sıra dışı olmak; sıradanlıktan farklılaşmak ve benzersiz olabilmektir. Sıra dışı olmak, turizm destinasyonları için önemli bir güçtür. Çünkü, insanların ilgisini çeken, fark edilen ve hatırlanan olgular, alışılmışın dışında olanlardır. Nitekim, küreselleşen dünyamızda gittikçe aynılanan destinasyonların ne kadar yoğun olduğu düşünülürse; sıra dışı bir turizm destinasyonu olmanın, rekabette ne denli önemli olduğu rahatlıkla görülebilecektir.

Turizm destinasyonlarında sıra dışı olmak, destinasyona özgü yetenek ve değerleri doğalarına zarar vermeden modern dünyaya taşıyabilmek ile ilgilidir. Bunun yolu ise yaratıcılıktan geçer. Sözlük anlamı ile yaratıcılık; olmayan bir şeyi hayal edebilmek, bir şeyi herkesten farklı yollarla yapabilmek ve yeni fikirler geliştirebilmektir. Yaratıcı turizm, destinasyonları alışılmışın dışına taşımakta önemli bir araçtır. Zira yaratıcı turizmle bir turiste, bir yerin tarihi ve kültürel mirasını, sanatını, yöresel karakterlerini öğrenme ve deneyimleme fırsatı sunulmaktadır.

Balıkesir'in Sındırgı ilçesi köklü bir tarihsel geçmişe sahip, kültürel zenginliği yüksek bir ilçedir. İlçe özellikle, yaklaşık 25 yıldır gerçekleştirilen "Uluslararası Sındırgı Yağcıbedir Halı-Kültür ve Sanat Festivali" ile öne çıkmaktadır. Bu kapsamda bu çalışmada, Sındırgı'da gerçekleştirilen festival, yaratıcı turizm kapsamında incelenmektedir. Yöntem olarak, örnek olay incelemesinin ve odak grup görüşme tekniğinin kullanıldığı çalışmada, festivalin düzenlenmesinde emeği geçen 8 Kişilik bir grup ile görüşülmüştür. Görüşmeler sonrasında yöreye özgü değerlerin yaratıcılıkla festivale uyarlandığı görülmüştür. Elde edilen bulguların başında, özellikle Yağcıbedir halılarındaki desenlerin kıyafetlere uygulanması ve bu kıyafetlerin defile ile tanıtılması gelmektedir. Yine yöresel kıyafetlerin giydirilmesi ile üretilen ve hediyelik olarak sunulan el emeği bez bebeklerde dikkat çekici başka bir bulgu olmuştur. Ayrıca "Saraylı", "Tarhana bezdirmesi" gibi yöreye has yemeklerin özgünlüklerini bozmadan modern bir tarzda pişirilmesi ve sunulması ise başka önemli bir bulgudur. Bir diğer bulgu ise yöreye has düğün geleneklerinin temsili bir şekilde canlandırılmasıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Yaratıcı Turizm, Sındırgı.

---

<sup>1</sup> Dr. Öğretim Üyesi /Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi/Erdek MYO./Yönetim ve Organizasyon Bölümü/Sağlık Turizmi İşletmeciliği Programı/Balıkesir/Türkiye, [fusunesenkal@yahoo.com](mailto:fusunesenkal@yahoo.com).

# CREATIVE MODEL IN CREATIVE TOURISM, THE CASE OF SINDIRGI

Fusun Esenkal<sup>1</sup>

## Abstract

Being extraordinary is to differentiate from the ordinary and to be unique. Being extraordinary is an important power for tourism destinations. Because, the phenomena that attract people's attention, are noticed and remembered are the ones that are out of the ordinary. Indeed, considering how dense the destinations that are becoming more and more the same in our globalizing world are; it can be easily seen how important being an extraordinary tourism destination is in competition.

Being extraordinary in tourism destinations is about being able to carry the talents and values specific to the destination to the modern world without harming their nature. The way to do this is through creativity. In the dictionary meaning, creativity is to be able to imagine something that is not, to be able to do something in different ways than everyone else and to develop new ideas. Creative tourism is an important tool in taking destinations out of the ordinary. Because with creative tourism, a tourist is offered the opportunity to learn and experience the historical and cultural heritage, art and local characters of a place.

Balıkesir's Sındırgı district is a district with a deep-rooted historical past and high cultural richness. The district stands out especially with the "International Sındırgı Yağcıbedir Carpet-Culture and Art Festival" which has been held for about 25 years. In this context, In this context, in this study, the festival held in Sındırgı is examined within the scope of creative tourism. In the study where case study and focus group interview technique were used as methods, a group of 8 people who contributed to the organization of the festival were interviewed. After the interviews, it was seen that the values specific to the region were adapted to the festival with creativity. The most important findings obtained are the application of the patterns on Yağcıbedir carpets to clothes and the introduction of these clothes with a fashion show. Another remarkable finding was the handmade rag dolls that were produced by dressing them in local clothes and presented as gifts. Another important finding was that regional dishes such as "Saraylı" and "Tarhana bezdirmesi" were cooked and presented in a modern style without spoiling their originality. Another finding was the representative revival of regional wedding traditions.

**Keywords:** Tourism, Creative Tourism, Sındırgı.

---

<sup>1</sup> Asst.Prof.Dr., Bandırma Onyedi Eylül University Erdek Vocational School Department of Management and Organization Health Tourism Management, Balıkesir/Türkiye, [fusunesenkal@yahoo.com](mailto:fusunesenkal@yahoo.com).

# TRABZON'UN SOLAKLI VADİSİ'NDEKİ TURİZM FAALİYETLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ İÇİN DOĞAL ÇEVREYİ KORUMA ÖNERİLERİ

Bilgin Güner<sup>1</sup>, Emrah Kara<sup>2</sup>, Taner Dalgın<sup>3</sup>, Hüseyin Çeken<sup>4</sup>

## Özet

Trabzon vadileri içerisinde son dönemlerde doğaya yönelik turizm faaliyetleri gelişme göstermektedir. Bu vadiler içerisinde 'Solaklı Vadisi' turizm açısından önde gelen yerlerden birisidir. Solaklı Vadisi iç içe geçmiş 'V şekilli vadiler diyarı'dır. Bu vadideki turizm faaliyetlerinin yoğunlaşmaya başlamasıyla doğal çevre üzerindeki baskılar da artış göstermiştir. Solaklı Vadisi'ndeki en önemli turistik destinasyon, yayla olarak da kullanılan 'Uzungöl'dür. Uzungöl 'Koruma Amaçlı İmar Planı', 'Özel Çevre Koruma Bölgesi Çevre Düzeni Planı' ve 'Tabiat Parkı' ile nispeten özellikleri ve değerleri açısından koruma altına alınmış, turizm açısından doğal çevre özelinde sürdürülebilirliği sağlanmaya çalışılmıştır. Benzer şekilde aynı vadinin batısında yer alan Barma Yaylası ve Ağaçbaşı Yaylası turbalıkları da 2019 yılında 'Doğal Sit' alanları ve Görnek Tabiat Parkı ilan edilerek ve inşaatı tamamlanan Doğa Müzesi ve Doğa Eğitim Merkezi ile önemli oranda koruma altına alınmaya çalışılmıştır. Diğer taraftan bu yörede yer alan Sıcakoba, Hanırmak, Sarıkaya, Eğrisu, Sultanmurat ve Cerah yayla yerleşmelerini, yörede yoğunlaşmaya başlayan turizm faaliyetlerinin olumsuz etkilerinden koruyacak benzer bir önlem mevcut değildir. Bu çalışmanın amacı belirtilen yerleşmelerin turizm açısından sürdürülebilirliğinin en önemli ayağı olan doğal çevrenin korunmasına yönelik alınabilecek önlemler açısından öneriler geliştirmektir. Çalışmada yerinde sistematik olmayan gözlem, yapılmış çalışmaların derlenmesi ile elde edilen verilerin yorumlanması tekniklerinden yararlanılmıştır. Yörede herhangi bir yasal koruması olmayan yerleşmelerin eşsiz flora ve faunasının korunması için doğal sit alanı ilan edilmesi, turizm faaliyetlerinden kaynaklanacak olumsuz etkileri azaltabilecek önemli bir önlem olacaktır. Diğer taraftan koruma için belirtilen önlemlerin sürdürülebilirlik için tek başına yeterli olamayacağı söylenebilir. Uzungöl, Ağaçbaşı ve Barma Turbalıkları, Sıcakoba, Hanırmak, Sarıkaya, Eğrisu, Sultanmurat ve Cerah yaylalarının koruma imar planları ile yönetim planlarının ivedilikle hazırlanması önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Solaklı Vadisi, Doğal Çevre, Sürdürülebilirlik, Trabzon Yaylaları.

<sup>1</sup> Öğr. Gör, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Milas Meslek Yüksekokulu, Muğla/Türkiye, [bilginguner@gmail.com](mailto:bilginguner@gmail.com)

<sup>2</sup> Doktorant, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla/Türkiye, [emrahkara4852@gmail.com](mailto:emrahkara4852@gmail.com)

<sup>3</sup> Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla Meslek Yüksekokulu, Muğla/Türkiye, [tanerdalgın@mu.edu.tr](mailto:tanerdalgın@mu.edu.tr)

<sup>4</sup> Prof.Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Muğla/Türkiye, [hceken@mu.edu.tr](mailto:hceken@mu.edu.tr)

# RECOMMENDATIONS FOR PROTECTING THE NATURAL ENVIRONMENT FOR THE SUSTAINABILITY OF TOURISM ACTIVITIES IN SOLAKLI VALLEY OF TRABZON

Bilgin Güner<sup>1</sup>, Emrah Kara<sup>2</sup>, Taner Dalgın<sup>3</sup>, Hüseyin Çeken<sup>4</sup>

## Abstract

In the valleys of Trabzon, nature-oriented tourism activities have been developing recently. Among these valleys, 'Solakli Valley' is one of the leading places in terms of tourism. Solaklı Valley is a 'land of V-shaped valleys' that are nested within each other. With the intensification of tourism activities in this valley, the pressure on the natural environment has also increased. The most important touristic destination in Solaklı Valley is 'Uzungöl', which is also used as a plateau. Uzungöl has been protected in terms of its features and values with the 'Conservation Purpose Zoning Plan', 'Special Environmental Protection Area Environmental Plan' and 'Nature Park', and its sustainability has been tried to be ensured in terms of tourism, especially in terms of the natural environment. Similarly, the Barma Plateau and Ağaçaşası Plateau peatlands located in the west of the same valley were declared as 'Natural Protected Areas' and Görnek Nature Park in 2019, and the construction of the Nature Museum and Nature Education Center was completed, and efforts were made to protect them to a significant extent. On the other hand, there is no similar measure to protect Sıcakoba, Hanırmak, Sarıkaya, Eğrisu, Sultanmurat and Cerah plateau settlements located in this region from the negative effects of tourism activities that have started to intensify in the region. The aim of this study is to develop suggestions in terms of measures that can be taken for the protection of the natural environment, which is the most important pillar of the sustainability of the mentioned settlements in terms of tourism. In the study, on-site non-systematic observation, compilation of studies and interpretation of the obtained data techniques were used. Declaring natural protected areas for the protection of the unique flora and fauna of settlements that do not have any legal protection in the region will be an important measure that will reduce the negative effects that will arise from tourism activities. On the other hand, it can be said that the measures specified for protection alone will not be sufficient for sustainability. It is recommended that the conservation zoning plans and management plans of Uzungöl, Ağaçaşası and Barma Peatlands, Sıcakoba, Hanırmak, Sarıkaya, Eğrisu, Sultanmurat and Cerah plateaus be prepared urgently.

**Keywords:** Solaklı Valley, Natural Environment, Sustainability, Trabzon Plateaus.

---

<sup>1</sup> Lecturer, Muğla Sıtkı Koçman University, Milas Vocational School, Muğla/Türkiye, [bilginguner@gmail.com](mailto:bilginguner@gmail.com)

<sup>2</sup> PhD Student, Muğla Sıtkı Koçman University, Institute of Social Sciences, Muğla/Türkiye, [emrahkara4852@gmail.com](mailto:emrahkara4852@gmail.com)

<sup>3</sup> Assoc.Prof.Dr., Muğla Sıtkı Koçman University, Muğla Vocational School, Muğla/Türkiye, [tanerdalgın@mu.edu.tr](mailto:tanerdalgın@mu.edu.tr)

<sup>4</sup> Prof.Dr., Muğla Sıtkı Koçman University, Tourism Faculty, Muğla/Türkiye, [hceken@mu.edu.tr](mailto:hceken@mu.edu.tr)

# SEYAHAT ACENTALARININ BAKIŞ AÇISIYLA MARMARIS TURİZMİNİN GELECEĞİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ

Esra Cesur<sup>1</sup>, Özge Alkan<sup>2</sup>

## Özet

Doğal güzellikleri, tarihi zenginlikleri ve çeşitli turistik faaliyetleriyle Türkiye'nin önemli turizm destinasyonlarından biri olan Marmaris, uluslararası turizm hareketlerinde önemli bir potansiyele sahiptir. Turizm potansiyelinin yüksek olması nedeniyle artan turist sayısı ve çevresel baskılar, bu destinasyonun geleceğini tehlikeye atmakta ve sürdürülebilir uygulamaların geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Sürdürülebilirlik uygulamaları, Marmaris'in turizm potansiyelini korurken, turizmde sürdürülebilir bir büyümenin sağlanmasında ve turizmin uzun vadeli başarısında, destinasyonun geleceğini şekillendirecek önemli bir faktördür. Dolayısıyla, bu destinasyonun turizm stratejilerinde çevresel, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik ilkelerinin benimsenmesi büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda seyahat acentaları turizm faaliyetlerinin organizasyonunda ve yönlendirilmesinde aktif rol oynayan, müşteri taleplerini ve pazar dinamiklerini yakından takip eden ve yönlendiren önemli paydaşlardır. Turizmin sürdürülebilir geleceği için önemli bir paydaş olan seyahat acentalarının, bu konudaki görüş ve önerilerinin ortaya çıkarılması önem arz etmektedir. Seyahat acentalarının bakış açısıyla Marmaris turizminin mevcut durumu değerlendirilerek, geleceğine ve sürdürülebilirliğine yönelik çıkarımlar yapmak bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Çalışmanın amacına ulaşabilmek ve derinlemesine bilgiler elde edebilmek için nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla Marmaris'te faaliyet gösteren seyahat acentaları ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilecektir. Elde edilen veriler MAXQDA programı kullanılarak analiz edilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Seyahat Acentası, Turizm, Sürdürülebilirlik, Marmaris.

---

<sup>1</sup> Öğretim Görevlisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu, Muğla/Türkiye, [esracesur@mu.edu.tr](mailto:esracesur@mu.edu.tr)

<sup>2</sup> Öğretim Görevlisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu, Muğla/Türkiye [ozgealkan@mu.edu.tr](mailto:ozgealkan@mu.edu.tr)

# THE FUTURE AND SUSTAINABILITY OF MARMARIS TOURISM FROM THE PERSPECTIVE OF TRAVEL AGENCIES

Esra Cesur<sup>1</sup>, Özge Alkan<sup>2</sup>

## Abstract

Marmaris, one of Turkey's important tourism destinations with its natural beauties, historical riches and various touristic activities, has a significant potential in international tourism movements. The increasing number of tourists and environmental pressures due to its high tourism potential endanger the future of this destination and require the development of sustainable practices. Sustainability practices are an important factor that will shape the future of the destination, while preserving the tourism potential of Marmaris, ensuring sustainable growth in tourism and the long-term success of tourism. Therefore, it is of great importance to adopt environmental, economic and social sustainability principles in the tourism strategies of this destination. In this context, travel agencies are important stakeholders that play an active role in the organization and direction of tourism activities and closely follow and direct customer demands and market dynamics. It is important to reveal the opinions and suggestions of travel agencies, which are important stakeholders for the sustainable future of tourism, on this subject. The main purpose of this study is to evaluate the current situation of Marmaris tourism from the perspective of travel agencies and make inferences about its future and sustainability. Qualitative research method was preferred in order to achieve the purpose of the study and obtain in-depth information. Face-to-face interviews will be held with travel agencies operating in Marmaris through a semi-structured interview form. The data obtained will be analyzed using the MAXQDA program.

**Keywords:** Travel Agency, Tourism, Sustainability, Marmaris.

---

<sup>1</sup> Lecturer, Muğla Sıtkı Koçman University Marmaris Tourism Vocational School, Muğla/Türkiye, [esrasesur@mu.edu.tr](mailto:esrasesur@mu.edu.tr)

<sup>2</sup> Lecturer, Muğla Sıtkı Koçman University Marmaris Tourism Vocational School, Muğla/Türkiye [ozgealkan@mu.edu.tr](mailto:ozgealkan@mu.edu.tr)

# YAPISALCI BİR FİLM ÇÖZÜMLEMESİ: “MÜKEMMEL GÜNLER”

Serra Orkan<sup>1</sup>

## Özet

Wim Weners'ın "Great Days" filmi bir birey üzerinden yaşamı sorguluyor. Ana karakterin tercih ettiği yaşam tarzı ve filmin tamamını kaplayan rutinleri, hayatta neyin gerçekten önemli olduğunun yeniden düşünülmesine yol açıyor. Bunu yaparken sınıf ve yabancılaşma kavramlarını da hatırlatarak ilerliyor. Teknolojiyi kibarca reddeden ana karakter, hem kendi kişiliğinin hem de toplumun dayattıkları karşısında kendi yolunu çizmeyi başarıyor. Çalışmada yapısalci yöntemden yararlanılarak, filmdeki belirleyici kareler çözümlenerek modern çağın marjinal insanının filmde yansımaları ele alınacaktır. Filmin seçilmesinin en önemli nedeni; ana karakterin genel olarak hem insanlardan uzak durmayı tercih etmiş olması, hem de bunu yaparken doğaya, çevreye ve son olarak da insanlara iyilik ile dokunmaya devam ediyor olmasıdır. Yapısalci yöntem de bu noktada, içerisinde yer alan kavramlarla filmin analizini derinleştirmekte; birey, yabancılaşma, izolasyon, sınıf unsurlarıyla nasıl ilişki kurulduğunun anlaşılmasını sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Yapısalci, film analizi, medya.

---

<sup>1</sup> Dr., İstanbul Okan Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi, İstanbul/Türkiye, [serraorkan@gmail.com](mailto:serraorkan@gmail.com)

## A STRUCTURALIST MOVIE ANALYSIS: “GREAT DAYS”

Serra Orkan<sup>1</sup>

### Abstract

Wim Weners' film "Great Days" makes us question life through an individual. The main character's chosen lifestyle and the routines that cover the entire film lead one to question what is really important in life. In this way, the film also reminds us of the concepts of class and isolation. The main character, who politely rejects technology, manages to draw his own path in the face of both his own personality and the impositions of society. In this study, the reflections of the marginal people of the modern era will be discussed by making use of the structuralist method and analysing the key frames in the film. The most important reason for the selection of the film is that the main character prefers to stay away from people in his own way, and while he is doing this, continues to touch nature, the environment and finally people with goodness. At this point, the method of structuralism allows the film to be analysed with the concepts it involves, and how they relate to elements such as the individual, estrangement, isolation, class.

**Keywords:** Structuralism, movie analysis, media.

---

<sup>1</sup> Dr., İstanbul Okan University Applied Sciences Faculty, İstanbul/Türkiye, [serraorkan@gmail.com](mailto:serraorkan@gmail.com)



# LOJİSTİK FİRMALARINDA FAALİYETLERİN MALİYETLENDİRİLMESİ VE KARLILIK ANALİZİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

İsmail Aydemir<sup>1</sup>

## Özet

2000’li yıllardan itibaren Ülkemizde birçok sektörle birlikte Lojistik alanında da önemli gelişmeler yaşanmıştır. Ülkemizde karayolu, Havayolu, Demiryolu alanında yapılan yenilikler, limanlarımızın kapasitelerinin artırılması çalışmaları ile birlikte bu alanda faaliyet gösteren firmaların da her geçen gün arttığını ve de ülkemiz ekonomisine ve istihdamına önemli katkılar sağlamaya devam ettiğini görüyoruz. Bu gelişmelere bağlı olarak, Yükseköğretimde doğrudan lojistikle ilgili fakültelerde, Yüksekokullarda ve Meslek Yüksekokullarında hızla bölümler açıldığını görüyoruz. Hammadde tedarikinden, nihai müşteriye mal ve hizmetlerin ulaştırılmasına kadar tüm süreçlerde görev alan lojistik firmalarında faaliyetlerin maliyetlendirilmesi ve analizi önem arz etmektedir. Çünkü yerli ve yabancı yüzlerce lojistik firmasının rekabet ortamında çalışmaktadırlar.

Lojistik firmalarının işlerini istikrarla yürütmesi ve ayakta kalabilmesi için; icra ettikleri lojistik faaliyetlerin doğru maliyetlendirilmesi ve firmayı ayakta tutabilecek bir kâr marjı ile işlerini döndürülebilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada lojistik firmalarının icra ettiği ana faaliyetler kısaca anlatılacak. Ardından bu faaliyetlerin önce ana birimler bazında maliyetlendirilmesinin nasıl yapılacağı rakamsal örneklerle gösterilecektir. Daha sonra, lojistik firması bir bütün olarak ele alınacak ve firma faaliyetlerinin toplam maliyetlendirilmesi sağlanacaktır. Firma maliyetlerinin ölçülmesinde ilk işlem oluşan giderlerin maliyetin üç unsuruna dönüştürülmesi işlemidir. Maliyetin üç unsuru; direkt hammadde giderleri, direkt işçilik giderleri ve genel üretim giderleridir. Bir dönemde lojistik firmasının ana faaliyet merkezlerinde tüketilen onlarca giderin bu merkezlerde toplanması, hesaplanması ve buralarda üretilen hizmetlere yüklenmesi sonucu her bir ana faaliyetin toplam ve birim maliyetlerinin ölçülmesi sağlanabilir. Ayrıca lojistik firmalarında; maliyet ölçümlerinin yanında, karlılık analizlerinin doğru bir şekilde yapılabilmesi önem arz etmektedir. Bu nedenle maliyetleme çalışmalarıyla birlikte karlılık analizlerinin de titizlikle yapılması gerekir. Çalışmada ayrıca lojistik firmalarında ticari ve faaliyet karlılığının etkin bir şekilde nasıl ölçümlenirileceği üzerinde de durulacaktır. Bu yapılırken, sektörden bir firmanın belli bir aya ait verileri örnek olarak alınıp, konunun uygula boyutuna da ışık tutmaya çalışılacaktır.

Çalışmanın sonucunda konu özetlenip, bu alanda çalışmak isteyenlere de öneriler yapılabilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Lojistik, Lojistik Faaliyetler, lojistik faaliyetlerin maliyetlendirilmesi, karlılık analizi.

---

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fak. Bir Eylül Kampüsü, İzmir Yolu, Uşak, [ismail.aydemir@usak.edu.tr](mailto:ismail.aydemir@usak.edu.tr)

# AN EVALUATION ON COSTING OF ACTIVITIES AND PROFITABILITY ANALYSIS IN LOGISTICS COMPANIES

İsmail Aydemir<sup>1</sup>

## Abstract

Since the 2000s, there have been significant developments in the field of Logistics along with many other sectors in our country. With the innovations made in the fields of highway, airway and railway in our country and the efforts to increase the capacities of our ports, we see that the number of companies operating in this field is increasing day by day and continues to make significant contributions to our country's economy and employment. Depending on these developments, we see that departments directly related to logistics are rapidly being opened in faculties, colleges and vocational schools in higher education. Costing and analysis of activities are important in logistics companies that take part in all processes from raw material supply to the delivery of goods and services to the final customer. Because they work in a competitive environment with hundreds of domestic and foreign logistics companies.

In order for logistics companies to carry out their business steadily and to survive; the logistics activities they perform must be costed correctly and their business must be turned around with a profit margin that can keep the company afloat.

In this study, the main activities performed by logistics companies will be briefly explained. Then, how company will be considered as a whole and the total costing of the company's activities will be provided. The first process in measuring company costs is the conversion of the expenses incurred into three elements of the cost. The three elements of the cost are; direct raw material expenses, direct labor expenses and general these activities will be costed based on main units will be shown with numerical examples. Then, the logistics production expenses. As a result of collecting, calculating and loading dozens of expenses consumed in the main activity centers of the logistics company in a period to these centers, the total and unit costs of each main activity can be measured. In addition, in logistics companies; in addition to cost measurements, it is important to be able to make profitability analyzes correctly. For this reason, profitability analyzes should be done meticulously along with costing studies. The study will also focus on how to effectively measure commercial and operational profitability in logistics companies. While doing this, the data of a company from a certain month will be taken as an example and an attempt will be made to shed light on the practical aspect of the subject.

As a result of the study, the subject will be summarized and suggestions will be made to those who want to work in this field.

**Keywords:** Logistics, Logistics Activities, costing of logistics activities, profitability analysis..

---

<sup>1</sup> Asst. Prof. Dr., Uşak University Faculty of Applied Sciences, Bireylül Campus, İzmir Road, Uşak, E-mail: [ismail.aydemir@usak.edu.tr](mailto:ismail.aydemir@usak.edu.tr)

# YEŞİL HİDROJEN ÜRETİMİ VE İHRACATI AÇISINDAN BALIKESİR'İN POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Sevgi Sezer<sup>1</sup>, Tezcan Abasız<sup>2</sup>

## Özet

Bu çalışma, Balıkesir İli'nin yeşil hidrojen üretimi ve ihracatı için bir merkez olma potansiyelini değerlendirerek, onu Türkiye'nin yenilenebilir enerjide lider olma yönündeki daha geniş stratejisi içerisine yerleştirmektedir. Coğrafi, ekonomik ve teknolojik analizlerden yararlanan bu çalışma, Balıkesir'i yeşil hidrojen tesislerinin, özellikle de rüzgâr ve güneş enerjisi gibi bol yenilenebilir enerji kaynaklarının geliştirilmesi için uygun bir yer haline getiren temel faktörleri belirlemektedir. Araştırma, bölgedeki yeşil hidrojen projelerinin fizibilitesini etkileyen altyapıyı, politika ortamını ve yatırım eğilimlerini değerlendirmek için veri analizini paydaş görüşmeleri ile birleştiren karma yöntem yaklaşımını kullanacaktır.

Bulgular, Balıkesir'in hem yerel hem de küresel olarak hidrojen dağıtımını kolaylaştıran önemli endüstriyel pazarlara ve ihracat limanlarına yakınlığı da dâhil olmak üzere stratejik faydalarını vurgulamaktadır. Ancak yapılan literatür taramasında, bu faydaların gerçekleşmesi için önemli miktarda mali harcama gerekliliği ve özel teknoloji ve yeteneklerin geliştirilmesi gibi önemli engelleri tespit etmiştir. Ayrıca büyüyen hidrojen ekonomisini desteklemek için gereken düzenleyici değişiklikleri analiz etmiştir.

Bu çalışma, Balıkesir'in yeşil hidrojene geçişi için düzenleyici öneriler ve işbirliği modelleri de dâhil olmak üzere bir yol önererek sürdürülebilir enerji üretimine ilişkin bilimsel söyleme katkıda bulunmaktadır. Aynı zamanda yatırımcılara ve düzenleyicilere hidrojen teknolojisinin bölgesel bağlamlarda ölçeklenebilirliği konusunda faydalı bilgiler de sağlayacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Yeşil hidrojen, yenilenebilir enerji, ihracat potansiyeli, sürdürülebilir kalkınma.

---

<sup>1</sup> Doç.Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, Balıkesir/Türkiye, [sevgi.sezer@balikesir.edu.tr](mailto:sevgi.sezer@balikesir.edu.tr),

<sup>2</sup> Doç.Dr., Bülent Ecevit Üniversitesi, İİBF. İktisat Politikası Bölümü, Zonguldak/ Türkiye, [tezcan.abasiz@beun.edu.tr](mailto:tezcan.abasiz@beun.edu.tr),

# EVALUATING BALIKESIR'S POTENTIAL FOR GREEN HYDROGEN PRODUCTION AND EXPORT

Sevgi Sezer<sup>1</sup>, Tezcan Abasız<sup>2</sup>

## Abstract

This research evaluates Balıkesir Province's potential for producing and exporting green hydrogen, aligning with Turkey's renewable energy plan. This research examines the fundamental variables that make Balıkesir a favorable site for green hydrogen facilities, notably the development of plentiful renewable energy sources such as wind and solar power. The study takes a mixed-methods approach, combining data analysis with stakeholder interviews to assess the infrastructure, policy environment, and investment patterns influencing the viability of green hydrogen projects in the region.

The findings emphasize Balıkesir's strategic benefits, including its closeness to key industrial markets and export ports, facilitating local and worldwide hydrogen distribution. However, the literature study revealed considerable impediments to attaining these benefits, such as the requirement for large financial investment and the development of specialized technologies and expertise. The report also examines the regulatory adjustments required to enable an expanding hydrogen economy.

This study offers regulatory suggestions and collaborative models for Balıkesir's transition to green hydrogen, adding to the scientific discussion on sustainable energy generation. It also offers vital information for investors and regulators about the scalability of hydrogen technology in regional contexts.

**Keywords:** Green hydrogen, renewable energy, export potential, sustainable development.

---

<sup>1</sup> Assoc. Prof. Dr., Balıkesir University, Burhaniye Faculty of Applied Sciences, Finance and Banking Department, Balıkesir/ Türkiye, [sevgi.sezer@balikesir.edu.tr](mailto:sevgi.sezer@balikesir.edu.tr).

<sup>2</sup> Assoc. Prof. Dr., Bulent Ecevit University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economic Policy, Zonguldak, Türkiye, [tezcan.abasiz@beun.edu.tr](mailto:tezcan.abasiz@beun.edu.tr).

# FİRMALARIN CRM KAMPANYASI BAŞARISININ TÜKETİCİLERİN YARDIMSEVERLİK DÜZEYLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ

Nida Gülhan<sup>1</sup>, M. Emin Akkılıç<sup>2</sup>, M. Selim Dikici<sup>3</sup>

## Özet

Kurumsal sosyal sorumluluk türlerinden birisi olan amaca yönelik pazarlama (CrM), ürün satış tutarının bir bölümünün firma tarafından bir hayır kurumuna bağışlanması olarak ifade edilebilir. Bir CrM kampanyası, markaya yönelik olumlu tutum geliştirilmesi, marka imajının güçlendirilmesi, tüketicilerin satın alma niyetlerinin ve daha fazla ödeme isteklerinin artırılması ile başarılı sayılabilir. Tüketicilerin yardımseverlik düzeyleri de bu başarıda önemli bir faktördür. Zira daha yüksek yardımseverlik düzeyine sahip tüketicilerin, yardımseverlik düzeyi düşük tüketicilere göre CrM kampanyasına yüksek düzeyde ilgi duyması düşünülmektedir. Bu bağlamda, daha yüksek ilgi duyulan CrM kampanyasının başarılı olma ihtimalini arttırabilir. Bu noktadan hareketle çalışmada, CrM başarısına etki eden faktörlerden markaya yönelik tutum ve satın alma niyetinin tüketicilerin yardımseverlik düzeylerine göre değişip değişmediğinin tespiti amaçlanmıştır.

Araştırma için gerekli olan verilerin toplanmasında kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu bağlamda, 289 öğrenciden yüz yüze anket yöntemiyle toplanan veriler SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma değişkenleri Beş noktalı Likert ölçeği ile ölçülmüştür. Ölçümlerin ardından yardımseverlik değişkeni düşük-yüksek olmak üzere iki düzey haline getirilmiştir. Hipotezlerin test edilmesinde bağımsız örneklem t-testi kullanılarak yüksek ve düşük yardımseverlik düzeylerinde markaya yönelik tutum ve satın alma niyetinin değişip değişmediği incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre, yardımseverlik düzeyi yüksek tüketicilerin CrM kampanyası yapan markaya yönelik tutumlarının ve bu markanın ürünlerini satın alma niyetlerinin yardımseverlik düzeyi düşük olanlara kıyasla daha yüksek olduğu ve aralarındaki farkın istatistikî olarak anlamlı bulunduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, araştırma bulguları irdelenmiş, firmalara ve araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar kelimeler:** Amaca yönelik pazarlama; yardımseverlik; markaya yönelik tutum; satın alma niyeti.

<sup>1</sup>Yüksek Lisans Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası Ticaret ve Pazarlama Bölümü, Balıkesir/Türkiye, [nidakesen@gmail.com](mailto:nidakesen@gmail.com)

<sup>2</sup>Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi Uluslararası Ticaret Bölümü, Balıkesir/Türkiye, [eakkilic@balikesir.edu.tr](mailto:eakkilic@balikesir.edu.tr)

<sup>3</sup>Öğr. Gör. Dr., Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Meslek Yüksekokulu Pazarlama Bölümü, Balıkesir/Türkiye, [msdikici@balikesir.edu.tr](mailto:msdikici@balikesir.edu.tr)

# EXAMINING THE SUCCESS OF COMPANIES' CRM CAMPAIGNS IN TERMS OF CONSUMERS' PHILANTHROPY LEVELS

Nida Gülhan<sup>1</sup>, M. Emin Akkılıç<sup>2</sup>, M. Selim Dikici<sup>3</sup>

## Abstract

One of the types of corporate social responsibility, cause-related marketing (CrM), can be defined as the donation of a portion of the product sales amount to a charity by the company. A CrM campaign can be considered successful by developing a positive attitude towards the brand, strengthening the brand image, and increasing consumers' purchase intentions and willingness to pay more. The level of charitableness of consumers is also an important factor in this success. Because it is thought that consumers with higher levels of charitableness are more interested in the CrM campaign than consumers with lower levels of charitableness. In this context, the higher level of interest can increase the probability of a CrM campaign being successful. From this point of view, the study aimed to determine whether the factors affecting CrM success, such as attitudes towards the brand and purchase intentions, change according to consumers' levels of charitableness.

Convenience sampling method was used to collect the data required for the research. In this context, the data collected from 289 students via face-to-face survey method were analyzed using the SPSS package program. The research variables were measured with a five-point Likert scale. After the measurements, the helpfulness variable was converted into two levels as low and high. In testing the hypotheses, independent sample t-test was used to examine whether the attitude towards the brand and purchase intention changed at high and low helpfulness levels. According to the research findings, it was determined that the attitudes of consumers with high helpfulness levels towards the brand that carried out the CrM campaign and their purchase intentions of this brand were higher than those with low helpfulness levels and the difference between them was found to be statistically significant. In this context, the research findings were examined and suggestions were made to companies and researchers.

**Keywords:** Cause-related marketing; philanthropy; attitude toward the brand; purchase intention.

---

<sup>1</sup>Graduate Student, Balıkesir University Institute of Social Sciences International Trade and Marketing Department, Balıkesir/Türkiye, [nidakesen@gmail.com](mailto:nidakesen@gmail.com)

<sup>2</sup>Prof. Dr., Balıkesir University Burhaniye Applied Sciences School, International Trade Department, Balıkesir/Türkiye, [eakkilic@balikesir.edu.tr](mailto:eakkilic@balikesir.edu.tr)

<sup>3</sup>Lecturer Dr., Balıkesir University Burhaniye Vocational School Marketing Department, Balıkesir/Türkiye, [msdikici@balikesir.edu.tr](mailto:msdikici@balikesir.edu.tr)

# ULUSLARARASI TİCARET İLE GÖÇ AKIMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ: SEÇİLMİŞ ÜLKELER ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Bedriye Tunçsiper<sup>1</sup>, Menekşe Çiçek<sup>2</sup>

## Özet

Uluslararası ticaret ve göç, küreselleşme süreciyle birlikte giderek önemini daha da artıran bir konu haline gelmiş ve birbirleriyle sıkı bir ilişki içerisinde. 1980 sonrası dönemde, teknolojik gelişmelerin etkisiyle ulaşım ve iletişim maliyetlerinin düşmesi gibi çeşitli faktörler, uluslararası ticaret hacminde büyük bir artışa neden olmuştur. Bu süreçte, göç hareketleri küreselleşmenin hem sebebi hem de sonucu olarak karşımıza çıkmıştır. İki faktörün birbiri ile olan ilişkisinin daha net anlaşılması için öncelikle uluslararası ticaretin ekonomik büyüme ve kalkınma üzerindeki etkisi incelenmelidir. Buna göre uluslararası ticaretin artması ekonomik büyümeyi teşvik etmekte ve ülkeler arasındaki ekonomik bağları güçlendirebilmektedir. Uluslararası göç hareketlerinin artmasıyla göçmenler, kaynakları etkin bir şekilde kullanarak ekonomilere katkıda bulunabilmekte ve işgücü piyasalarında yeni fırsatlar yaratabilmektedir. Uluslararası ticaret ile göç arasındaki karşılıklı etkileşim ise uluslararası ticaretin, üretim faktörlerinin (sermaye ve emek) hareketini kolaylaştırarak göçmenlerin iş bulma fırsatlarını artırabilmesiyle açıklanabilmektedir. Bir başka açıdan, uluslararası göç ile göçmenler, buldukları ülkede çalışmalarını sonucunda evlerine para göndererek ve ticaret ilişkileri kurarak ülkeler arası bağlantıları güçlendirebilmektedir. Bu çalışmanın amacı uluslararası ticaret ile göç arasındaki ilişkiyi incelemektir. Çalışmanın veri seti 2000-2021 yılları arasında 2021 yılında en çok göç alan ve tam verilerine ulaşılmış olan 7 ülkenin (Amerika, Almanya, Avustralya, İspanya, Avrupa, Fransa, Kanada) panel verilerinden oluşmaktadır. Amaç, ilgilenilen değişkenler arasındaki bağlantıyı tahmin etmek için doğru bir model geliştirmektir. Bu doğrultuda literatürde sıklıkla yer alan panel çekim modelinden farklı olarak bir regresyon analizi ile değişkenler arasındaki ilişki test edilmiş ve değişkenler arasındaki ilişki pozitif olarak bulunmuştur. Sonuçlar, göçmenlerin ticaret üzerindeki olumlu etkilerini vurgulamakta ve politika yapıcıların göç politikalarını şekillendirirken bu dinamikleri dikkate almaları gerektiğini önermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Uluslararası Ticaret, Uluslararası Göç, Panel veri analizi.

<sup>1</sup> Prof Dr., İzmir Demokrasi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İzmir/Türkiye, [bedriye.tuncsiper@idu.edu.tr](mailto:bedriye.tuncsiper@idu.edu.tr)

<sup>2</sup> Araş. Gör., İzmir Demokrasi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü/İktisat Teorisi Anabilim Dalı, [menekse.cicek@idu.edu.tr](mailto:menekse.cicek@idu.edu.tr)

# THE RELATIONSHIP BETWEEN INTERNATIONAL TRADE AND MIGRATION FLOWS: AN APPLICATION ON SELECTED COUNTRIES

Bedriye Tunçsiper<sup>1</sup>, Menekşe Çiçek<sup>2</sup>

## Abstract

International trade and migration have become increasingly important topics within the context of globalization, exhibiting a close relationship with one another. Following the 1980s, various factors such as the reduction in transportation and communication costs driven by technological advancements have led to a significant increase in international trade volume. In this context, migration flows have emerged both as a cause and a consequence of globalization. To better understand the relationship between these two factors, it is essential first to examine the impact of international trade on economic growth and development. Accordingly, an increase in international trade can stimulate economic growth and strengthen economic ties between countries. As international migration flows increase, migrants can contribute to economies by utilizing resources efficiently and creating new opportunities in labor markets. The mutual interaction between international trade and migration can be explained by the facilitation of the movement of production factors (capital and labor) by international trade, which can enhance migrants' job opportunities. From another perspective, migrants can strengthen inter-country connections by sending remittances home and establishing trade relationships as a result of their work in the host country. The aim of this study is to examine the relationship between international trade and migration. The dataset of the study consists of panel data from seven countries (the United States, Germany, Australia, Spain, Europe, France, and Canada) that received the most immigrants in 2021 and for which complete data is available, covering the years 2000-2021. The objective is to develop an appropriate model to estimate the connection between the variables of interest. In this regard, unlike the commonly used panel gravity model in the literature, a regression analysis was conducted to test the relationship between the variables, which was found to be positive. The results highlight the positive impacts of migrants on trade and suggest that policymakers should consider these dynamics when shaping migration policies.

**Keywords:** International Trade, International Migration, Panel data analysis.

---

<sup>1</sup> Prof Dr., İzmir Democracy University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, İzmir/Türkiye, [bedriye.tuncsiper@idu.edu.tr](mailto:bedriye.tuncsiper@idu.edu.tr)

<sup>2</sup> Research Assistant, İzmir Democracy University, Faculty of Economics and Administrative Sciences Department of Economic Theory, [menekse.cicek@idu.edu.tr](mailto:menekse.cicek@idu.edu.tr)



# AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALAR ENDEKSİ YÖNTEMİ İLE TÜRKİYE’NİN PLASTİK SEKTÖRÜ REKABET DURUMU

Özlem Tan<sup>1</sup>

## Özet

Günümüzde dünyada plastiğin geleneksel malzemeler olan demir, cam, kâğıt, tahta gibi malzemelere alternatif olması ve hemen hemen tüm sektörlerde kullanılması plastik tüketimini arttırmıştır. Geçmiş 1960’lara uzanan Türk plastik sektörü genç ve hızlı gelişen bir sektördür. Sektör, hem kendi hem de alt dalları ile ulaştığı üretim kapasitesi sayesinde dünya ve Avrupa pazarında önemli aktör haline gelmiştir. Bu çalışmada, Türkiye’nin dünya plastik pazarındaki rekabet gücünün belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada 2013-2023 dönemine ilişkin makroekonomik veriler kullanılmış ve analizde Balassa’ın “Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler”(AKÜ) indeksinden yararlanılmıştır. Veriler Uluslararası Ticaret Sınıflandırılması, Trademap veri tabanından elde edilmiştir. Hesaplamalar sonucunda Türkiye’nin dünya plastik sektöründe zayıf derece rekabet avantajına sahip olduğu görülmüştür. Özellikle 2013 -2023 döneminde indeks değerlerinin sürekli artış göstermesi dikkat çekicidir. Bu çerçevede, ülkemizde plastik sektörünün daha rekabetçi olabilmesi için geleneksel mamullerin yerine daha fazla katma değer yaratan mamullerin ihraç edilmesi, üretimde verimliliği arttırmak için kümelenme faaliyetlerine önem verilmesi, satış ağlarının genişletilmesi, üniversite-sanayi işbirliğinin artırılması gibi stratejilerin benimsenmesi uygun olacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Plastik sektörü, rekabet gücü, Türkiye, Balassa İndeksi.

---

<sup>1</sup> Öğretim Görevlisi, Namık Kemal Üniversitesi, Saray Meslek Yüksek Okulu, Saray/Tekirdağ, [otan@nku.edu.tr](mailto:otan@nku.edu.tr)

# COMPETITIVE SITUATION OF TURKEY'S PLASTIC INDUSTRY BY ANNOUNCED COMPARISONS INDEX METHOD

Özlem Tan<sup>1</sup>

## Abstract

Nowadays, the fact that plastic is an alternative to traditional materials such as iron, glass, paper and wood and is used in almost all sectors in the world has increased plastic consumption. The Turkish plastics industry, which dates back to 1960s, is a young and rapidly developing sector. The sector has become an important actor in the world and European markets thanks to the production capacity it has achieved both within itself and with its sub-branches. In this study, it is aimed to determine Turkey's competitiveness in the world plastic market. In the study was used macro-economic data for the period 2013-2023 and Balassa's "Revealed Comparative Advantages (AKU) Index was used in the analysis. Data were obtained from the International Trade Classification, Tredemap database. As a result of the calculations, it was seen that Turkey has a weak competitive advantage in the world plastic industry. It is noteworthy that the index values constantly increase, especially in the 2013-2023. In this context, in order for the plastic industry in our country to be more competitive, it would be appropriate to adopt strategies such as exporting products that create more added value instead of traditional products, giving importance to clustering activities to increase efficiency in production, expanding sales networks and increasing university-industry cooperation.

**Keywords:** Plastic industry, competitiveness, Turkey, Balassa Index.

---

<sup>1</sup> Lecturer, Namik Kemal University, Saray Vocational School, Saray/Tekirdağ, [otan@nku.edu.tr](mailto:otan@nku.edu.tr)

# TÜKETİCİLERİN TEPKİSEL SATIN ALMA DAVRANIŞLARININ KİTLİK ALGISI DÜZEYLERİ BAKIMINDAN İNCELENMESİ

Kübra Akar<sup>1</sup>, Volkan Özbek<sup>2</sup>

## Özet

Tepkisel satın alma davranışı, tüketicilerin ihtiyaç duyulmayan bir ürünü düşünmeden ve ani bir kararla satın alma eğilimi şeklinde tanımlanabilir. Bu tanımdan hareketle, tepkisel satın alma davranışının rasyonel olmaktan ziyade duygusal bir eylem olduğu söylenebilir. Tüketicilerin bir ürünün piyasada yeterli düzeyde bulunmadığına yönelik algısı olarak tanımlanan kıtlık algısı kavramının tepkisel satın alma üzerinde etkili olabileceği düşünülmektedir. Zira ürünün yeterli arzı sahip olmadığını ya da fırsatın sınırlı olduğunu düşünen bir tüketicinin ürünü satış noktasında görmesi halinde ihtiyaç duymasa ve planlamasa bile satın alması mümkün olabilmektedir.

Araştırmanın amacına ulaşmak için yapılan saha çalışmasında mesleğe dayalı kota örnekleme kullanılmıştır. Bunun nedeni, farklı mesleklere sahip tüketicilerin örnekleme katılımının sağlanması ile araştırma geçerliliğinin artırılmaya çalışılmasıdır. Altı farklı meslek grubundan oluşan toplam 403 tüketiciden yüz yüze ve çevrimiçi anket yöntemiyle toplanan veriler SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Tepkisel satın alma davranışı ve kıtlık algısı değişkenlerinin ölçümünde beş puanlı Likert ölçeği kullanılmıştır. Ardından kıtlık algısı değişkeni düşük-yüksek olmak üzere iki düzey haline getirilmiştir. Hipotezlerin testinde bağımsız örneklem t-testi kullanılarak yüksek ve düşük kıtlık algısı düzeylerinde tüketicilerin tepkisel satın alma davranışlarının değişip değişmediği incelenmiştir. Araştırma bulguları, yüksek kıtlık algısına sahip tüketicilerin tepkisel satın alma davranışlarının düşük kıtlık algısına sahip tüketicilere göre daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgu, kıtlık algısı ile tepkisel satın alma davranışı arasında önemli bir etkileşim olduğunu; daha düşük kıtlık algısına sahip tüketicilerin daha rasyonel satın alma kararları alabileceğini ortaya koymasından önemlidir.

**Anahtar kelimeler:** Tepkisel satın alma, Kıtlık algısı; Tüketici davranışları.

<sup>1</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi., Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası Ticaret ve Pazarlama Anabilim Dalı, Balıkesir/Türkiye, [kubrao1gun121@gmail.com](mailto:kubrao1gun121@gmail.com)

<sup>2</sup> Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret Bölümü, Balıkesir/Türkiye, [vozbek@balikesir.edu.tr](mailto:vozbek@balikesir.edu.tr).

# INVESTIGATION OF CONSUMER'S IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR IN TERMS OF SCARCITY PERCEPTION LEVELS

Kübra Akar<sup>1</sup>, Volkan Özbek<sup>2</sup>

## Abstract

Impulsive buying behavior can be defined as the tendency of consumers to make a purchase of a product that is not needed without sufficient deliberation and to do so without a well-considered decision-making process. In light of this definition, it can be stated that reactive purchasing behavior is an emotional action rather than a rational one. The concept of scarcity perception, defined as consumers' perception that a product is not available in sufficient quantities in the market, is believed to influence impulsive buying behavior. In the event that a consumer believes that the product in question lacks sufficient supply or that the opportunity for acquisition is limited, it is possible for them to purchase the product at the point of sale, even if they do not require it or do not intend to make use of it. The aim of this study is to determine whether there is a difference in impulsive buying behavior between consumers with a high perception of scarcity and those with a low perception of scarcity.

In order to achieve the research objectives, occupation-based quota sampling was employed in the field study. This approach was adopted to enhance the validity of the research by ensuring the inclusion of consumers from diverse professional affiliations in the sampling frame. The data were collected via face-to-face and online survey methods from a total of 403 consumers from six different professional groups and analyzed using the SPSS package program. The variables of impulsive buying behavior and scarcity perception were measured using a five-point Likert scale. Then, the scarcity perception variable was divided into two levels: low and high. In testing the hypotheses, independent sample t-test was used to examine whether consumers' reactive purchasing behavior changed at high and low scarcity levels. Research findings revealed that consumers with high scarcity perceptions have higher impulsive buying behavior than consumers with low scarcity perceptions. The results reveal a significant interaction between scarcity perception and impulsive buying behavior. It is crucial to highlight that consumers with lower scarcity perception are capable of making more rational purchasing decisions.

**Keywords:** Impulsive buying behavior, Scarcity perception, Consumer behavior.

---

<sup>1</sup> Postgraduate Student, Balıkesir University Social Sciences Institute, International Trade and Marketing Department, Balıkesir/Türkiye, [kubraolgun121@gmail.com](mailto:kubraolgun121@gmail.com)

<sup>2</sup> Assoc.Prof.Dr., Balıkesir University, Burhaniye Applied Sciences Faculty, International Trade Department, Balıkesir/Türkiye, [vozbek@balikesir.edu.tr](mailto:vozbek@balikesir.edu.tr).

# SOSYAL DEĞİŞİM TEORİSİNE İLİŞKİN KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE

Sevcan Solunoğlu<sup>1</sup>

## Özet

Günümüzde turizm, ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerin bir arada görüldüğü karmaşık bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu olgunun etkileri, turistlerden turizm işletmelerine ve yöre halkına kadar tüm paydaşlar üzerinde çeşitli şekillerde hissedilmektedir. Özellikle her 10 yılda bir değişim gösteren sosyo-demografik yapı, turizm destinasyonlarına olan beklenti ve talepleri önemli ölçüde etkilemektedir. Bu değişimler, turizm yönetimi yaklaşımlarının esnek ve adaptif olmasını zorunlu kılmakta, paydaşların süreçteki önemi daha da artmaktadır. Yöre halkının turizm süreçlerine aktif katılımı, destinasyonların kültürel değerlerinin korunması ve doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı açısından büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, her destinasyonun kendine özgü yapısı dikkate alınarak, yöre halkının ihtiyaçları, beklentileri ve sosyo-demografik değişimleri doğrultusunda şekillenen turizm talepleri göz önünde bulundurulmalı ve destinasyona özel gelişim politikaları takip edilmelidir. Bu süreçler sosyal değişim teorisi ile değerlendirilebilmektedir. Bu çalışmanın amacı pandemi sonrasını kapsayacak şekilde 2021-2024 yılları arasında TR-Dizinde taranan dergilerde bulunan makalelerde sosyal değişim teorisine ilişkin literatürün incelenmesi ve sosyal değişim teorisine ilişkin araştırmacılara kavramsal bir çerçeve sunulmasıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Değişim Teorisi, Yöre Halkı, Turizm.

---

<sup>1</sup> Doktora öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Rekreasyon Yönetimi Ana Bilim Dalı, Ankara/ Türkiye

# A CONCEPTUAL FRAMEWORK FOR SOCIAL EXCHANGE THEORY

Sevcan Solunoğlu<sup>1</sup>

## Abstract

Today, tourism is a complex phenomenon where economic, socio-cultural and environmental effects are seen together. The effects of this phenomenon are felt in various ways by all stakeholders, from tourists to tourism businesses and local people. The socio-demographic structure, which changes every 10 years in particular, significantly affects the expectations and demands for tourism destinations. These changes necessitate flexible and adaptive tourism management approaches, and the importance of stakeholders in the process increases even more. The active participation of local people in tourism processes is of great importance in terms of preserving the cultural values of destinations and sustainable use of natural resources. In this context, considering the unique structure of each destination, tourism demands shaped in line with the needs, expectations and socio-demographic changes of local people should be taken into consideration and destination-specific development policies should be followed. These processes can be evaluated with social change theory. The aim of this study is to examine the literature on social change theory in articles in journals scanned in the TR-Index between 2021-2024, covering the post-pandemic period, and to provide a conceptual framework for researchers on social change theory.

**Keywords:** Social Change Theory, Local People, Tourism.

---

<sup>1</sup> PhD Student, Ankara Hacı Bayram Veli University, School of Graduate Studies, Department of Recreation Management, Ankara/ Türkiye

# EKONOMİK AÇIKLAR VE TÜRKİYE’NİN EKONOMİK ANALİZİ

Levent Aksu<sup>1</sup>

## Özet

Ekonomik krizlerin ve açıkların ne olduğunu somut olarak yöntemleriyle belirlemek ve kriz hastalığının emarelerini ortaya koymak gerekir. Böyle bir durumda izlenecek makro ekonomi politikaları oluşturulmalı, krizin ayak sesleri duyulduğunda bunu önlemeye yönelik yöntemler dizisi, araçları, politikaları ve metotlar belirlenmelidir. Batılı merkez ülkelerden başlayarak, dünyaya yayılan pek çok kriz ve kaos sürecinin arka planında “ekonomik açıklar” önemli bir yere sahiptir. Literatürde “**ikiz açık**”, “**üçüz açık**” veya “**dördüz açık**” denilen ekonomik açıklar günümüzde çok tartışılan konuların başında gelmektedir. Türkiye ekonomisi gelişmekte olan bir ülke konumundadır. Ragnar Nurkse'nin bizim gibi ülkeler için ifade ettiği, bir facit-kısır döngü (vicious circle) içinde bulunmaktadır. Her 7-8 yılda bir Türkiye ekonomisi dengesizlikler yüzünden ciddi ekonomik krizlerle karşılaşmaktadır. İktisadi açıklar, krizleri besleyen ve ortaya çıkmasını sağlayan en temel unsurdur. İktisadi krizin dört temel açığı bulunmaktadır. İlki kamu açıklarıdır. İkincisi tasarruf açığıdır. Üçüncüsü dış açık veya döviz açığıdır. Dördüncüsü de sermaye stoğu açığıdır. Bu açıkların ortaya çıkması milli gelir üzerinde düşüş yaratmasıdır. Bu dört açık arasında kesin sonuçlu darbeyi vuran dış açıklardır yani ödemeler dengesindeki açıklardır. Açıkların hacmi ve yaygınlığı ekonomik krizin şiddetinin ve finansman gereğinin bir ölçüsü olarak kabul edilir. Devlet bütçesinin gelir-giderinde meydana gelecek bir açık, dış ticaret açığına yol açacağından, bu duruma literatürde “**ikiz açıklar**” (**Twin Deficit**) olarak adlandırılır. İç ekonomik dengenin her ikisi de açık verirken cari dengenin de bunlar kadar açık vermesi beklenmektedir. Buna “**üçüz açık**” adı verilir. **Dördüz açık** olarak ifade ettiğimiz, **GSMH boşluğu** ya da **çıkıtı açığı (gap output)** kavramını büyüme analizi açısından açıklamak önem arz etmektedir. Üretim-çıkıtı açığı, ekonomik yapıdaki aktivitenin görece yansıması olan talep ve arz bileşenlerinin özet bir göstergesi olarak belirtmek mümkündür. **Dördüz Açık Hipotezi, 4 açığın bir arada olup olmamasına göre**; GSMH (çıkıtı) açığı, tasarruf açığı, bütçe açığı ve cari açık arasındaki ilişkilerin ele alındığı 4’lü açık sistemidir. Bu dört açığın birbirini tetiklediğini veya ilgisinin olmadığı konusunda iktisat literatüründe yeni tartışmalar ortaya çıkmıştır. Özellikle GSMH açığının diğer açıkları tetiklediği veya nedensellik ilişkisinin olduğunu öne süren önemli bir hipotezdir. Türkiye ekonomisinin üretmemesi ve verimsizlik sorunu ciddi boyutlardadır. Bu durum GSMH açığına (çıkıtı açığına) sebep olmaktadır. Sonuçta, etkin olmayan ve verimsiz bir üretim tarzı, ekonomisinde krizler ve açıklar yaşaması normaldir. Tüm açıkların iktisadi büyüme üzerindeki etkisi negatiftir. Yani iktisadi büyümeyi yavaşlatan veya düşüren etki yapmaktadırlar. İktisaden küçülme yaşanırken, mutlaka bir krizin emareleri ve süreçlerini toplum olarak yaşıyoruz. Bunun için, büyüme gerçekleşirken, kriz etkisi nispeten düşmektedir. Büyüme ile kriz şekli olarak birbirinin tersidir.

**Anahtar Kelimeler:** Ekonomik Krizler, İktisadi Büyüme, İktisadi Açıklar, İkiz Açık, Üçüz Açık, Dördüz Açık, Makro Ekonomik Denge, Konjonktürel Süreç.

<sup>1</sup> Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye MYO, İşletme Yönetimi Bölüm Başkanı., [leventaksu71@hotmail.com](mailto:leventaksu71@hotmail.com)

Not: Bu çalışma; Doç. Dr. LEVENT AKSU'nun **EKONOMİK KRİZLER VE AÇIKLAR (2020)**. İKSAD International Publishing House, 1. Baskı, Ankara **adlı çalışmasının belli bölümlerinden alınmıştır.**

# ECONOMIC DEFICITS AND TÜRKIYE'S ECONOMIC ANALYSIS

Levent Aksu<sup>1</sup>

## Abstract

It is necessary to concretely determine what economic crises and deficits are and to reveal the symptoms of crisis disease. In such a situation, macroeconomic policies to be followed should be established, and a series of methods, tools, policies and methods should be determined to prevent this when the footsteps of the crisis are heard. "Economic deficits" have an important place in the background of many crises and chaos processes that spread around the world, starting from the Western core countries. Economic deficits, called "twin deficit", "triplet deficit" or "quadruple deficit" in the literature, are one of the most discussed topics today. Türkiye's economy is a developing country. What Ragnar Nurkse described for countries like us is in a vicious circle. Every 7-8 years, the Turkish economy faces serious economic crises due to imbalances. Economic deficits are the most fundamental element that feeds crises and causes them to occur. The economic crisis has four basic flaws. The first is public deficits. The second is the savings gap. The third is the external deficit or foreign exchange deficit. The fourth is the capital stock deficit. The emergence of these deficits creates a decrease in national income. Among these four deficits, it is the external deficits that deal the decisive blow, that is, the deficits in the balance of payments. The volume and prevalence of deficits are considered a measure of the severity of the economic crisis and the need for financing. Since a deficit in the income and expenditure of the state budget will lead to a foreign trade deficit, this situation is called "twin deficit" in the literature. While both domestic economic balances give deficits, the current account balance is expected to have as much deficit. This is called the "triple gap". It is important to explain the concept of GNP gap or output gap (gap output), which we call the quadruple gap, in terms of growth analysis. The production-output gap is a summary of the demand and supply components, which are the relative reflection of the activity in the economic structure. It is possible to specify it as an indicator. Quadruple Deficit Hypothesis, depending on whether 4 deficits occur together or not; It is a quadruple deficit system in which the relations between GNP (output) deficit, savings deficit, budget deficit and current account deficit are discussed. New discussions have emerged in the economic literature about whether these four deficits trigger each other or are unrelated. It is an important hypothesis that suggests that the GNP deficit triggers other deficits or has a causal relationship. The problem of inability to produce and inefficiency in the Turkish economy is serious. This situation causes GNP deficit (output gap). After all, it is normal for an inefficient and inefficient mode of production to experience crises and deficits in its economy. The effect of all deficits on economic growth is negative. In other words, they have the effect of slowing down or reducing economic growth. While economic contraction is taking place, we are definitely experiencing the signs and processes of a crisis as a society. Therefore, while growth is taking place, the impact of the crisis is relatively decreasing. Growth and crisis are opposites in form.

**Keywords:** Economic Crises, Economic Growth, Economic Deficits, Twin Deficit, Triple Deficit, Quadruple Deficit, Macro Economic Balance, Conjunctural Process.

---

<sup>1</sup> Assoc.Prof.Dr., Bahkesir University, Burhaniye Vocational School, Head of Department of Business Management., [leventaksu71@hotmail.com](mailto:leventaksu71@hotmail.com)



# TURİSTLERİN DESTİNASYON SEÇİMİNDE ETKİSİ OLAN ÇEKİCİLİKLERİN TESPİTİ: EDREMIT KÖRFEZİ ÖRNEĞİ

Azra Selin Güler<sup>1</sup>, Oğuzhan Dülgeroğlu<sup>2</sup>

## Özet

Türkiye'deki sosyal ekonomik farklılıklar ve yenilikler turistlerin destinasyon seçimlerinde büyük rol oynamaktadır. Edremit Körfezi yerli ve yabancı turistler tarafından son zamanlarda tercih edilen oldukça popüler destinasyonlardan biri olmuş durumdadır. Bu çalışmada Edremit Körfezi'nde Haziran ve Ağustos ayları arasında konaklama yapmış olan turistlerin destinasyon seçimlerinde etkili olan çekicilikler incelenmiştir. Çalışmada destinasyonu tercih eden turistlerin yapmış oldukları bu tercihlerinde etkili olan çekiciliklerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada toplanan veriler mülakat yöntemi ile toplanmıştır. Mülakat görüşme formu hazırlanırken Ünal (2020) ve Ekici ve Özcan (2020) çalışmalarında kullanılan araştırma sorularından yararlanılmıştır. Mülakat verileri tesadüfi olarak seçilmiş 18-35 yaş ve üstü bireylerden oluşan 50 kişilik bir topluluktan toplanmıştır. Toplanan veriler nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Gerçekleştirilen analizler neticesinde destinasyon seçiminde en etkili unsurların doğal unsurlar, kültürel unsurlar, konaklama tesisleri, gastronomik yapı ve arkeolojik bulgular gibi unsurlar olduğu tespit edilmiştir. Son olarak, araştırmada destinasyondaki turizm paydaşları için turistlerin destinasyon tercihlerinin Edremit Körfezi'ne yöneltilmesi adına faydalı olabilecek yeni kriterler önerilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, motivasyon, destinasyon pazarlaması, Edremit Körfezi.

---

<sup>1</sup> Lisans Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir / Türkiye, [gazraselin@gmail.com](mailto:gazraselin@gmail.com)

<sup>2</sup> Doç. Dr. , Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir / Türkiye, [Oguzhan@balikesir.edu.tr](mailto:Oguzhan@balikesir.edu.tr)

# DETERMINATION OF ATTRACTIONS AFFECTING TOURISTS' DESTINATION CHOICE: THE SAMPLE OF EDREMIT GULF

Azra Selin Güler<sup>1</sup>, Oğuzhan Dülgeroğlu<sup>2</sup>

## Abstract

Social economic differences and innovations in Turkey play a major role in tourists' destination choices. Edremit Gulf has recently become one of the most popular destinations preferred by local and foreign tourists. This study examined the attractions that effect in the destination choices of tourists who stayed in Edremit Bay between June and August. The study aimed to determine the attractions in the preferences of tourists who preferred the destination. The data collected in the study has been collected by interview method. The research questions used in the studies of Ünal (2020) and Ekici and Özcan (2020) have been used while preparing the interview form. The interview data has been collected from a randomly selected group of 50 individuals aged 18-35 and over. The collected data have been analyzed by content analysis method, which is one of the qualitative research methods. As a result of the analyzes performed, it has been determined that the most effective elements such as natural elements, cultural elements, accommodation facilities, gastronomic structure and archaeological findings in destination selection process. Finally, suggestions have been suggested in the research that could be useful for tourism stakeholders in the destination in order to direct tourists' destination preferences to Edremit Gulf.

**Keywords:** Tourism, tourism motivation, destination marketing, Edremit Gulf.

---

<sup>1</sup> Undergraduate Student , Balıkesir University Burhaniye Applied Sciences Faculty Tourism Management Department, Balıkesir / Türkiye, [gazraselin@gmail.com](mailto:gazraselin@gmail.com)

<sup>2</sup> Assoc.Prof.Dr. , Balıkesir University Burhaniye Applied Sciences Faculty Tourism Management Department, Balıkesir / Türkiye, [Oguzhan@balikesir.edu.tr](mailto:Oguzhan@balikesir.edu.tr)

# BUTİK OTELLERDE DİJİTALLEŞME ÜZERİNE BİR ÖRNEK OLAY ARAŞTIRMASI

Seznur Avan<sup>1</sup>, Gizem Özgürel<sup>2</sup>

## Özet

19. yüzyıldan itibaren artan tatil talepleri, konaklama işletmelerinde çeşitliliğin ve konforun giderek artmasına yol açmıştır. Yapılan çalışmada butik otellere odaklanılarak dijitalleşmeye yönelik durum tespiti yapılması amaçlanmıştır. Daha açık bir ifadeyle araştırma, butik otellerde dijitalleşmeye yönelik pratikte var olan uygulamaların ve gelecekteki uygulama hedeflerinin ortaya çıkarılması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada; “Butik Oteller”, “Butik Otel Girişimciliği” ve “Butik Otellerde Dijital Uygulamalar” başlıklarına değinilmiştir. Nitel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada örnekleme yöntemi olarak vaka analizi (örnek olay) araştırması gerçekleştirilmiştir. Balıkesir’in Burhaniye ilçesinde bulunan butik oteller evren olarak belirlenirken bu kapsamda Burhaniye Marina Boutique Hotel araştırma örneklemini oluşturmuştur. Çalışmada 09.06.2024 tarihinde, Burhaniye Marina Boutique Hotel’in müdüründen randevu alınarak, 10.06.2024 tarihinde yarı yapılandırılmış soru formu kullanılarak yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmeden elde edilen veriler içerik analizi yapılmıştır. 24 kod 6 ana tema altında toplanmıştır. Ana temalar; “Teknoloji Kullanımı”, “Dijitalleşme Anlayışı”, Dijital Trendler ve Uygulamalar”, “Dijital Stratejiler ve Uygulamalar”, “Teknoloji ve Operasyonel Altyapılar” ile “İnsan Kaynağı ve Eğitim” olarak ortaya çıkmıştır. Araştırmada dijital alanda otelin; bilgisayar sistemleri, otomasyon, mobil uygulamalar ve ödeme sistemleriyle online satış yaptığı bunun yanı sıra dijital trendleri takip ederek operasyonlarını güçlendirmeye yönelik girişimlerde bulunduğu tespit edilmiştir. Ek olarak butik otelin müşterileriyle erişimini ve satışlarını artırmak adına ürün ve hizmetlerini tüketim satış kanallarında sunabildiği omnichannel deneyime ve yapay zekâ gibi ileri teknolojilere odaklanmayı da stratejik hedefleri arasına aldığı ortaya çıkarılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Butik Otel, Girişimcilik, Otel Girişimciliği, Dijitalleşme, Vaka Analizi.

<sup>1</sup>Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konaklama İşletmeciliği, Balıkesir/Türkiye, [seznuravan72@gmail.com](mailto:seznuravan72@gmail.com)

<sup>2</sup>Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir/Türkiye, [gizem.ozgurel@balikesir.edu.tr](mailto:gizem.ozgurel@balikesir.edu.tr)

## A CASE STUDY ON DIGITALISATION IN BOUTIQUE HOTELS

Seznur Avan<sup>1</sup>, Gizem Özgürel<sup>2</sup>

### Abstract

Since the 19th century, increasing holiday demands have led to an increase in diversity and comfort in accommodation businesses. In this study, it is aimed to determine the situation regarding digitalisation by focusing on boutique hotels. More precisely, the research was carried out to reveal the existing practices and future implementation targets for digitalisation in boutique hotels. In the study; 'Boutique Hotels', 'Boutique Hotel Entrepreneurship' and 'Digital Applications in Boutique Hotels' were mentioned. In the study where qualitative research method was adopted, case study research was carried out as a sampling method. While boutique hotels in Burhaniye district of Balıkesir were determined as the universe, Burhaniye Marina Boutique Hotel constituted the research sample. In the study, an appointment was made with the manager of Burhaniye Marina Boutique Hotel on 09.06.2024 and a face-to-face interview was conducted on 10.06.2024 using a semi-structured questionnaire. The data obtained from the interview were content analysed. 24 codes were grouped under 6 main themes. The main themes are; 'Technology Use', 'Digitalisation Approach', 'Digital Trends and Practices', 'Digital Strategies and Practices', 'Technology and Operational Infrastructures' and 'Human Resources and Training'. In the digital field, it was determined in the research that the hotel makes online sales with computer systems, automation, mobile applications and payment systems, as well as initiatives to strengthen its operations by following digital trends. In addition, it has been revealed that the boutique hotel focuses on omnichannel experience and advanced technologies such as artificial intelligence, where it can offer its products and services through consumption sales channels in order to increase its access to customers and sales.

**Keywords:** Boutique Hotel, Entrepreneurship, Hotel Entrepreneurship, Digitalisation, Case Study.

---

<sup>1</sup>Balıkesir University Institute of Social Sciences, Accommodation Management, Balıkesir/Türkiye, [seznuravan72@gmail.com](mailto:seznuravan72@gmail.com)

<sup>2</sup> Assoc. Prof.Dr., Balıkesir University Burhaniye Applied Sciences Faculty, Balıkesir/Türkiye, [gizem.ozgurel@balikesir.edu.tr](mailto:gizem.ozgurel@balikesir.edu.tr)

# KÜLTÜREL MİRAS KAPSAMINDA ÇANAKKALE İLİNDEKİ GELENEKSEL TÜRK HAMAMLARININ İNCELENMESİ

Lokman GÜZEL, Mutlu CAN, Bahattin HAMARAT, Erol DURAN, Fulya GÜMÜŞDAL

## Özet

İnsanların yiyecek ve içecek ihtiyaçları gibi temizlenme ihtiyacı da temel ihtiyaç olarak nitelendirilebilir. Bu durum geçmişten günümüze kadar birçok medeniyetin su kıyısına yerleşim kurduğu ve belirli kutsallıklar atfederek su ile bütünleştiği görülmektedir. Literatür incelendiğinde hamam külürünün 6 bin yıl öncesine Sümerlere dayandığı gözlemlenmektedir. Tarihte topluluklar temizlenmek için farklı metodlar deneseler de su ile temizlenme günümüze kadar ulaşmıştır. Mahremiyet ve iklimsel koşullar sebebi ile insanların temizlenmek için kapalı alanlara ihtiyaç duyması hamamı ortaya çıkarmıştır. Roma ve Bizans' ın etkisiyle Anadolu topraklarında varlık gösteren hamamlar Osmanlı Hükümeti' nin etkisiyle Türklerin gelenekleri ve sosyo-kültürel yapısıyla harmanlanarak hamamlar önemli bir yer edinmiştir. Bu durum Türk turizmde "Türk Hamamı" olarak yerini almıştır. İnsanların bu mekanlarda bir araya gelerek sosyal etkileşimlerde bulunduğu ve kültürel akış içerisine girdiği bilinmektedir. Bu duruma ek olarak hamamlar dönemin tarihi dokusunu yansıtmaktadır. Somut veya somut olmayan kültürel miras kapsamında gerçekleştirilen bu çalışmanın amacı Türk tarihinde önemli yere sahip olan geleneksel Türk hamamlarının incelenmesi ve turizme kazandırılarak tekrar yaşatılmasıdır. Türk hamam kültürünün bir sonra ki nesile aktararak sürdürülmesi ve korunma altına alınması araştırmanın alt amacını oluşturmaktadır. Çanakkale ilindeki hamamlar bazı çalışmalarda konu olarak ele alınmıştır. Fakat bilimsel açıdan tanıtılmadığı ve tartışılmadığı gözlemlenmektedir. Çanakkale ilindeki tarihi hamamlar ile ilgili alan yazınları, tarihi dökümanlar ve edebi eserler betimsel analiz metodundan yararlanılarak değerlendirilmiştir. Araştırma literatür taraması olarak yapılsa da bireysel olarak gözlemler, görüşmeler ve görüntüler ile zenginleştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Somut ve Somut Olmayan Kültürel Miras, Kültürel Miras, Hamam Kültürü, Geleneksel Türk Hamamı, Çanakkale İli Tarihi Hamamlar.

# INVESTIGATION OF TRADITIONAL TURKISH BATHS IN ÇANAKKALE PROVINCE WITHIN THE SCOPE OF CULTURAL HERITAGE

Lokman GÜZEL, Mutlu CAN, Bahattin HAMARAT, Erol DURAN, Fulya GÜMÜŞDAL

## Abstract

The need for cleansing, like people's food and drink needs, can also be described as a basic need. This situation is seen that many civilizations have settled on the waterfront and integrated with water by attributing certain sanctities to it from the past to the present. When the literature is examined, it is observed that the bath culture dates back to the Sumerians 6 thousand years ago. Although communities have tried different methods to cleanse themselves throughout history, cleaning with water has survived to the present day. The need for closed areas to cleanse people due to privacy and climatic conditions has led to the emergence of the bath. Baths, which existed in Anatolian lands under the influence of Rome and Byzantium, have gained an important place by blending with the traditions and socio-cultural structure of the Turks under the influence of the Ottoman Government. This situation has taken its place in Turkish tourism as the "Turkish Bath". It is known that people come together in these places, engage in social interactions and enter into a cultural flow. In addition to this situation, baths reflect the historical texture of the period. The aim of this study, which is carried out within the scope of tangible or intangible cultural heritage, is to examine traditional Turkish baths, which have an important place in Turkish history, and to revive them by bringing them to tourism. The sub-objective of the research is to continue and protect the Turkish bath culture by transferring it to the next generation. Baths in Çanakkale province have been addressed as a subject in some studies. However, it is observed that they have not been introduced or discussed scientifically. Literature, historical documents and literary works related to historical baths in Çanakkale province have been evaluated using the descriptive analysis method. Although the research was conducted as a literature review, it has been enriched with individual observations, interviews and images.

**Keywords:** Tangible and Intangible Cultural Heritage, Cultural Heritage, Hammam Culture, Traditional Turkish Bath, Historical Hammams of Çanakkale Province.

# DUYGUSAL YEME VE DUYGUSAL İŞTAH ARASINDAKİ İLİŞKİDE YEME FARKINDALIĞININ ARACI ROLÜ

Aysu Bayram Saptır<sup>1</sup>

## Özet

Duyguların yeme davranışını etkileyerek ortaya çıkardığı duygusal yeme kavramı son zamanlarda yeme bozukluklarının en temel sebeplerinden biri olabilir. Duygusal iştah ise duygusal yemenin eyleme geçmeden önceki yeme isteği ve arzularını ifade etmektedir. Yeme farkındalığı ise bu kavramların aksine bilinçli farkındalığın yeme davranışına entegre edilmesiyle ortaya çıkmış ve son zamanlarda dünyada oldukça popüler bir hale gelmiştir. Yemeğin en bilinçli hali olan ve duygusal yeme ve duygusal iştah kavramları ile oldukça zıt içerikler barındıran bu kavramın bu iki değişken arasındaki ilişkideki etkisini görünür kılmak literatüre ışık tutacağı düşünülmektedir. Tüm bunlardan yola çıkarak duygusal yeme ile duygusal iştah arasındaki ilişkide yeme farkındalığının aracı rolünü ortaya koymak amaçlanmıştır. Ayrıca bu değişkenlerin çeşitli demografik değişkenler (cinsiyet, yaş, medeni durum) ile ilişkileri incelenmiştir. Veriler uygun örnekleme yöntemi kullanılarak online olarak toplanmıştır. Araştırmaya Türkiye genelinden yaşları 18 ile 56 arasında değişen 279'u kadın 201'i erkek toplamda 480 kişi katılmıştır. Araştırmada verileri araştırmacının oluşturduğu kişisel bilgi formu, Duygusal Yeme Ölçeği, Duygusal İştah Anketi ve Yeme Farkındalığı Ölçeği aracılığı ile toplanmıştır. Veriler SPSS 24.0 paket programın analiz edilmiştir. Verilerin analizinde Bağımsız Örneklem T-testi, Tek Yönlü Varyans Analizi, Pearson Korelasyon Analizi ve Hiyerarşik Regresyon Analizi yapılmıştır. Bulgular incelendiğinde duygusal yeme, yeme farkındalığı ve duygusal iştah değişkenlerinin bazı demografik değişkenlere göre anlamlı farklılaştığı bulunmuştur. Regresyon analizi sonuçlarına göre yeme farkındalığının duygusal yeme ve duygusal iştahı anlamlı ve negatif, aynı şekilde duygusal iştahın duygusal yemeyi anlamlı ve pozitif olarak yordadığı görülmüştür. Ek olarak yeme farkındalığının duygusal iştah ve duygusal yeme arasında kısmi aracı rol oynadığı bulunmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Duygusal Yeme, Duygusal İştah, Yeme Farkındalığı.

---

<sup>1</sup> Dr. , Düzce Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Düzce/Türkiye, [aysubayrams@gmail.com](mailto:aysubayrams@gmail.com)

# THE MEDIATING ROLE OF MINDFUL EATING IN THE RELATIONSHIP BETWEEN EMOTIONAL EATING AND EMOTIONAL APPETITE

Aysu Bayram Saptır<sup>1</sup>

## Abstract

The concept of mindful eating, which arises from the influence of emotions on eating behavior, has recently become one of the primary causes of eating disorders. Emotional appetite, on the other hand, refers to the desires and cravings related to eating before the act of mindful eating takes place. In contrast to these concepts, mindful eating involves the integration of mindful awareness into eating behavior, and has become increasingly popular worldwide in recent years. It is thought that making visible the effect of this concept, which is the most conscious form of eating and contains very opposite contents to the concepts of emotional eating and emotional appetite, on the relationship between these two variables will shed light on the literature. Based on all these, it was aimed to reveal the mediating role of mindful eating in the relationship between emotional eating and emotional appetite. In addition, the relationships of these variables with various demographic variables (gender, age, marital status) were examined. Data were collected online using the convenience sampling method. A total of 480 people, 279 female and 201 male, aged between 18 and 56, participated in the study from across Turkey. Data were collected using a personal information form created by the researcher, the Mindful Eating Scale, the Emotional Appetite Questionnaire, and the Emotional Eating Scale. Data were analyzed using SPSS 24.0 package program. Independent Samples T-test, One-Way Variance Analysis, Pearson Correlation Analysis and Hierarchical Regression Analysis were used in the analysis of data. When the findings were examined, it was found that emotional eating, mindful eating and emotional appetite variables differed significantly according to some demographic variables. According to the regression analysis results, Mindful eating significantly and negatively predicted emotional eating and emotional appetite, and similarly, emotional appetite significantly and positively predicted emotional eating. In addition, mindful eating was found to play a partial mediating role between emotional appetite and emotional eating.

**Keywords:** Emotional Eating, Mindful eating, Emotional Appetite, Mindfulness.

---

<sup>1</sup> Dr. ,Düzce University Education Faculty, Düzce/Türkiye, [aysubayrams@gmail.com](mailto:aysubayrams@gmail.com)



# TURİSTİK BÖLGELERDE OLUŞAN GERİ DÖNÜŞÜM VE ATIKLARIN KULLANIMI VE DEĞERLENDİRİLMESİ: BURHANIYE İLÇESİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Hasan Can Korkmaz<sup>1</sup>, Ali Solunoğlu<sup>2</sup>

## Özet

Turistik bölgelerde oluşan geri dönüşüm ve atıkların nasıl kontrol edildiği çok önemlidir. Özellikle gelişmiş veya gelişmekte olan turistik bölgelerde çevresel kirliliğe yol açan atık sorunları oldukça fazladır. Bu sebeple atıkların kontrolü ve geri dönüş uygulamaları düzenli kullanılması sonucu çevresel kirliliğin en aza indirilmesi amaçlanmıştır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Burhaniye ilçesi evren olarak belirlenip restoranlar cafeler barlar oteller ise örneklem olarak belirlenmiştir. Kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak birden fazla kişiyle yüz yüze soru cevap şeklinde araştırma yapılmıştır. Gerçekleştirilen bu çalışmada geri dönüşüm ve atıklar sorunu turistik bölge için önemi çok fazladır. Gerek alt yapı sistemleri, Gerek üst yapı sistemleriyle de sorunun çözülmesine yardımcı olunabilir. Bu çalışmada ise turistik bölgede geri dönüşüm ve atıklar sorunu için turistik bölgenin hangi sistemleri kullandığı, bu sorunlara çözüm olarak hangi projelerin gerçekleştirildiği ve hangi çözüm önerilerinin bulunduğu ve bu çözüm önerilerinin geliştirilmesi amaçlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Geri dönüşüm ve Atık, Turizmde Geri Dönüşüm, Turizmde Atık.

---

<sup>1</sup> Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Konaklama İşletmeciliği Balıkesir/Türkiye [hasancan.korkmazz@hotmail.com](mailto:hasancan.korkmazz@hotmail.com)

<sup>2</sup> Doçent, Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir/Türkiye, [alisolunoğlu@balikesir.edu.tr](mailto:alisolunoğlu@balikesir.edu.tr)

# RE-USE AND EVALUATION OF RECYCLING AND WASTE IN TOURISTIC AREAS: A STUDY ABOUT BURHANIYE DISTRICT

Hasan Can Korkmaz<sup>1</sup>, Ali Solunoğlu<sup>2</sup>

## Abstract

The management of recycling and waste in tourist areas is crucial. Especially in developed or developing tourist regions, waste issues that lead to environmental pollution are quite prevalent. Therefore, regular implementation of waste control and recycling practices aims to minimize environmental pollution. This study employed a qualitative research method. Burhaniye district was chosen as the area of interest, with restaurants, cafes, bars, and hotels selected as the sample. The snowball sampling method was used to conduct face-to-face interviews with multiple participants. This research highlights the significant importance of recycling and waste management issues in tourist areas. Solutions can be aided by both infrastructure and superstructure systems. This study aims to explore the systems used in the tourist region for recycling and waste management, the projects implemented to address these issues, the proposed solutions, and the development of these solutions.

**Keywords:** Tourism, Recycling and Waste, Recycling in Tourism, Waste in Tourism.

---

<sup>1</sup> Balıkesir University Institute of Social Sciences, Accommodation Management, Balıkesir/Türkiye [hasancan.korkmazz@hotmail.com](mailto:hasancan.korkmazz@hotmail.com)

<sup>2</sup> Assoc. Prof. Dr Balıkesir University Burhaniye Applied Sciences Faculty, Balıkesir/Türkiye, [alisolunoğlu@balikesir.edu.tr](mailto:alisolunoğlu@balikesir.edu.tr)

# BRICS-T ÜLKELERİNDE DÖVİZ KURU VE KRİPTO VARLIK VOLATİLİTESİ

Kezban Hitay Sarp<sup>1</sup>

## Özet

Günümüzde artan küresel ekonomik entegrasyon, finansal piyasalardaki birbirini etkileme oranını önemli ölçüde artırmıştır. Bu bağlamda, yatırımcıların yalnızca yerel ekonomik koşulları göz önünde bulundurarak portföy kararları vermeleri, günümüzün karmaşık ve birbirine bağlı finansal dünyasında yetersiz kalmaktadır. Özellikle, Türkiye gibi gelişmekte olan ekonomilerin, BRICS ülkeleri başta olmak üzere küresel ekonomik gelişmelerden önemli ölçüde etkilendiği göz önüne alındığında, yatırımcıların portföylerinde önemli bir yer tutan döviz ve kripto varlıklar arasındaki getiri ve volatilitenin incelenmesi büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye ile yakın ekonomik ilişkileri bulunan BRICS ülkeleri dahilinde, yatırımcıların portföylerinde önemli bir paya sahip olan döviz ve kripto varlıklar arasındaki getiri ve volatilitenin yayılımlarını ampirik olarak belirlemektir. Çalışma kapsamında, söz konusu piyasalar arasındaki volatil yapının tespiti ve bu yapının altında yatan nedenlerin analiz edilmesi hedeflenmektedir. Elde edilen bulgular, hem piyasa yapıcılara hem de bireysel yatırımcılara daha bilinçli kararlar verme imkanı sunarak, risk yönetimi ve portföy çeşitlendirmesi stratejilerinin geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Çalışma amacı doğrultusunda açık erişim kaynaklarından toplanan veriler ARCH/GARCH modelleriyle analiz edilmiştir. Analiz neticesinde her bir ülke açısından farklı derecelerde etkileşimlerin var olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** BRICS-T, Volatilitenin, Döviz Kuru, Kripto Varlık.

---

<sup>1</sup> Öğretim Görevlisi, Balıkesir Üniversitesi Bigadiç MYO, Balıkesir, [kezban.hitay@balikesir.edu.tr](mailto:kezban.hitay@balikesir.edu.tr)

# EXCHANGE RATE AND CRYPTO ASSET VOLATILITY IN BRICS-T COUNTRIES

Kezban Hitay Sarp<sup>1</sup>

## Abstract

The increasing global economic integration in today's world has significantly heightened the degree of interdependence among financial markets. In this context, making portfolio decisions based solely on local economic conditions is inadequate in the complex and interconnected financial landscape of our time. Notably, considering the significant impact of global economic developments, particularly from BRICS countries, on emerging economies like Turkey, it is crucial to examine the return and volatility relationships between foreign exchange and crypto assets, which hold a significant place in investors' portfolios.

The primary objective of this study is to empirically determine the return and volatility spillovers between foreign exchange and crypto assets within the context of BRICS countries, which have close economic ties with Turkey. The study aims to identify the volatile structure among these markets and analyze the underlying causes of this structure. The findings will contribute to the development of risk management and portfolio diversification strategies by providing market makers and individual investors with the tools to make more informed decisions.

In line with the study's objective, data collected from open-access sources were analyzed using ARCH/GARCH models. The analysis concluded that varying degrees of interaction exist for each country.

**Keywords:** BRICS-T, Volatility, Exchange Rate, Crypto Asset.

---

<sup>1</sup> Lecturer, Balıkesir University Bigadiç Vocational School, Balıkesir, [kezban.hitay@balikesir.edu.tr](mailto:kezban.hitay@balikesir.edu.tr)

# FIYAT İSTİKRARSIZLIĞI VE DERİNLEŞEN YOKSULLUK

Fehime Günbegi<sup>1</sup>

## Özet

Yoksulluk etik aynı zamanda ahlaki bir durumu da ifade eden bir kavramdır. Yoksulluğun ortadan kaldırılması, tüm insanlığın ortak hedefidir. Bu hedefe ulaşmak için ulusal, bölgesel ve uluslararası düzeylerde kapsamlı ve koordineli bir çaba gereklidir. Fiyat istikrarsızlığı ise genel fiyat seviyesinin beklenmedik ve hızlı bir şekilde yükselmesi veya düşmesi durumudur. Başka bir deyişle, enflasyonun yüksek ve değişken olmasını ifade eder. Bu durum, ekonomide belirsizliği artırır, yatırımları düşürür ve tüketici güvenini sarsar. Sonuçta toplumda gelir eşitsizliği yani gelir dağılımının dengesiz olduğu durum ortaya çıkar. Bu bağlamda, yoksulların lehine ve toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlı kalkınma stratejilerine dayalı sağlam politika altyapılarının oluşturulması kritik önem taşımaktadır. Çalışmamızda ki amaç son dönemlerde yaşanan yüksek enflasyon ve halkın büyük kısmının gelirlerinde meydana gelen azalmayla beraber yoksullaşma olgusunun derinleşmesi ve bu durumu düzeltebilecek mekanizmaların ortaya koyulmasına dikkat çekmektir. Yoksulluğun ortadan kaldırılması için sağlam politika altyapılarının oluşturulması gerekmektedir. Bu altyapılar, şeffaf, hesap verebilir ve katılımcı olmalıdır. Ayrıca, yoksulların ve dezavantajlı grupların ihtiyaçlarını ve önceliklerini dikkate almalıdır. Bu çerçevede yoksullukla mücadele stratejilerinin geliştirilmesi gerekliliği açıktır. Her ülke, kendi dinamiklerine ve önceliklerine uygun yoksullukla mücadele stratejileri geliştirmelidir. Bu hedefler, ulusal, bölgesel ve uluslararası düzeyde kapsamlı ve koordineli bir çabayla gerçekleştirilebilir. Toplumsal cinsiyet eşitliği, yoksulluğun ortadan kaldırılması için kritik önem taşımaktadır. Kadınların ve kızların eğitim, sağlık, istihdam ve siyasi katılıma erişimi sağlanmalıdır. Çalışmamız 2018-2024 tarihlerini kapsayacaktır. Söz konusu tarihlere yapılan çalışmalardan elde edilen verilerle durum analizinin yapılması sağlanacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Fiyat İstikrarsızlığı, Yoksulluk, Yoksullukla Mücadele.

---

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr. Balıkesir Üniversitesi Bigadiç Meslek Yüksekokulu, Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Balıkesir/Türkiye, [fehimegunbegi@balikesir.edu.tr](mailto:fehimegunbegi@balikesir.edu.tr)

# PRICE INSTABILITY AND DEEPENING POVERTY

Fehime Gnbeği<sup>1</sup>

## Abstract

Poverty is an ethical concept that also expresses a moral situation. Eradicating poverty is the common goal of all humanity. A comprehensive and coordinated effort at national, regional and international levels is required to achieve this goal. Price instability is a situation where the general price level rises or falls unexpectedly and rapidly. In other words, it means that inflation is high and variable. This situation increases uncertainty in the economy, reduces investments and undermines consumer confidence. As a result, income inequality occurs in society, that is, a situation in which income distribution is unbalanced. In this context, it is critical to establish solid policy infrastructures based on development strategies that favor the poor and are sensitive to gender equality. The aim of our study is to draw attention to the deepening of the phenomenon of impoverishment with the recent high inflation and the decrease in the incomes of the majority of the people and to reveal the mechanisms that can correct this situation. In order to eliminate poverty, solid policy infrastructures need to be established. These infrastructures must be transparent, accountable and participatory. It should also take into account the needs and priorities of the poor and disadvantaged groups. In this context, it is clear that strategies to fight against poverty need to be developed. Each country should develop poverty alleviation strategies appropriate to its own dynamics and priorities. These goals can be achieved through a comprehensive and coordinated effort at the national, regional and international levels. Gender equality is critical to eradicating poverty. Women and girls must have access to education, health, employment and political participation. Our study will cover the periods 2018-2024. Situation analysis will be made with the data obtained from the studies carried out on the mentioned dates.

**Keywords:** Price Instability, Poverty, Fight Against Poverty.

---

<sup>1</sup>Lecturer Dr. Balıkesir University Bigadiç Vocational School Department of Finance Banking and Insurance, Balıkesir/Türkiye, [fehimegunbegi@balikesir.edu.tr](mailto:fehimegunbegi@balikesir.edu.tr)

# KRİPTO PARA EKOSİSTEMİ VE BİTCOİN İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALARIN İÇERİK ANALİZİ

Derya Seyhan Dikici<sup>1</sup>, Soner Akkoç<sup>2</sup>

## Özet

2009 yılında ilk defa ortaya çıkarılan Bitcoin, blok zincir teknolojisine dayanmaktadır. Elektronik para bir dijital imza olarak tanımlanmaktadır. İlk kripto para olma özelliği taşıması ve piyasa değerinin en yüksek kripto para olması Bitcoin'i diğer kripto paralardan farklılaştırmaktadır. Kripto piyasasının en büyük hacmine sahip olan Bitcoin'in piyasa hakimiyeti %57 civarındadır. Bu çalışmada, kripto paralar ve Bitcoin konusuyla ilgili yapılan çalışmaların hangi alana evrildiğinin tespiti amaçlanmıştır.

Araştırma için gerekli olan verilerin toplanmasında belgesel tarama yöntemi kullanılmıştır. Bu bağlamda, Sciencedirect ve Ulusal literatürden kripto para ve Bitcoin ile ilgili çalışmalar incelenmiştir. Literatür incelendiğinde karbon emisyonu ve enerji tüketimi, veri madenciliği, merkeziyetsizlik, Bitcoin'in para sistemi olarak kabul edilebilirliği, ülkelerin Bitcoin'e bakış açısı, alternatif para birimi, ekonomik göstergelerle olan ilişkisi, vergilendirme ve muhasebeleştirilmesi, kara para aklama yöntemi olup olmadığı gibi konularda bilimsel çalışmalar yapıldığı tespit edilmiştir. Bu başlıklar dışında ağırlıklı olarak çalışılan alan kripto paralar ve Bitcoin fiyatının yönü ve fiyatının tahmin edilmesi üzerinedir. Bu bağlamda, araştırma bulguları irdelenmiş, fiyat tahmini veya fiyat yönü tespit etme çalışmaları geleneksel ve modern yöntemler kullanılarak yapılmıştır. Öngörü çalışmalarının modern öngörü yöntemleri olan yapay sinir ağları, hibrit yapay zekâ modelleri ve genetik algoritmalar üzerine yoğunlaştığı saptanmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Kripto para, Bitcoin, Yapay sinir ağları, Fiyat tahmini.

---

<sup>1</sup>Bilim Uzmanı, Balıkesir/Türkiye, [deryaseyhan8@gmail.com](mailto:deryaseyhan8@gmail.com)

<sup>2</sup>Doç. Dr. Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, Balıkesir/Türkiye  
[soner.akkoc@balikesir.edu.tr](mailto:soner.akkoc@balikesir.edu.tr)

# CONTENT ANALYSIS OF STUDIES CONDUCTED ON CRYPTO CURRENCY ECOSYSTEM AND BITCOIN

Derya Seyhan Dikici<sup>1</sup>, Soner Akkoç<sup>2</sup>

## Abstract

Bitcoin, which was first revealed in 2009, is based on blockchain technology. Electronic money is defined as a digital signature. Being the first cryptocurrency and having the highest market value differentiates Bitcoin from other cryptocurrencies. Bitcoin, which has the largest volume in the crypto market, has a market dominance of around %57. In this study, it is aimed to determine the field in which the studies on cryptocurrencies and Bitcoin have evolved.

Documentary screening method was used to collect the data necessary for the research. In this context, studies on cryptocurrency and Bitcoin from Sciencedirect and National literature were examined. When the literature is examined, issues such as carbon emissions and energy consumption, data mining, decentralization, the acceptability of Bitcoin as a monetary system, countries' perspective on Bitcoin, alternative currency, its relationship with economic indicators, taxation and accounting, whether it is a money laundering method or not, it has been determined that scientific studies have been carried out. Apart from these topics, the main area of study is on the direction and price prediction of cryptocurrencies and Bitcoin. In this context, research findings were examined and price prediction or price direction determination studies were carried out using traditional and modern methods. It has been determined that prediction studies focus on modern prediction methods such as artificial neural networks, hybrid artificial intelligence models and genetic algorithms.

**Keywords:** Cryptocurrency, Bitcoin, Artificial neural networks, price prediction.

---

<sup>1</sup>Master of Science, Balıkesir/Türkiye, [deryaseyhan8@gmail.com](mailto:deryaseyhan8@gmail.com)

<sup>2</sup>Assoc. Prof. Dr., Balıkesir University Burhaniye Applied Sciences Faculty, Department of Finance and Banking, Balıkesir/Türkiye  
[soner.akkoc@balikesir.edu.tr](mailto:soner.akkoc@balikesir.edu.tr)



# SANAYİ FİRMALARDA FİNANSAL TABLO DENETİMİNDE STOK VE MAMÜL MALİYETLERİNİN İNCELENMESİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

İsmail Aydemir<sup>1</sup>

## Özet

Sanayi firmalarında ekonomik faaliyetlerin bir yıllık sürece ait durumlarını finansal tablo raporlarında görebiliriz. Bu raporlar özet şeklinde ve detaylı bir şekilde düzenlenebilmektedir. Finansal tabloların başında Bilanço ve Gelir tablosu gelir. Bu tablolarda yer alan bilgiler, başta firma sahiplerini, ortakları, çalışanları, yöneticileri, finans kurumlarını ve kamuyu etkiler. Finansal tablo verilerine güvenle bakılabilmesi ve doğru kararlar verilebilmesi için; bu tabloların denetimi önem arz eder. Sanayi firmalarında belli bir tarihte firmanın sahip olduğu kaynakları ve bu kaynakların yatırıldığı varlıkları gösteren Bilançonun ve firmanın bir dönemine ait toplam dönem kar ya da zararını gösteren Gelir tablosunun denetlenmesi son derece önemlidir.

Bilanço denetiminde esaslı bir yeri olan stok kalemleri, bilançonun varlıklar tarafında yer alır ve firmanın o tarihte sahip olduğu tüm hammadde, yarı mamul, mamul ve ticari malların tamamını ifade eder. Bu stok kaleminin doğru tespit edilmesi firmanın ticari ve mamul maliyetlerine ait maliyet bilgilerini doğrudan etkiler. Diğer Yandan Gelir Tablosunun önemli kalemi olan mamul maliyetleri ise tüm üretilen ve satılan mamullerin maliyetinin hesaplanmasına tesir eder. Bu nedenle Bilanço ve Gelir tablosu denetiminde Stokların ve Mamul Maliyetlerinin incelenmesi önemlidir.

Bu çalışmada Bilanço ve Gelir Tablosu denetiminin esasını oluşturan Stoklar ve Mamul Maliyetlerinin incelenmesi üzerine yoğunlaşılacaktır. Bilanço ve Gelir tablosu denetiminde; bu iki kalemin kilit rolü üstlendiği örneklerle açıklanacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Mali Tablo Denetimi, Stok Kalemleri, Mamul Maliyetleri, Sanayi Firmaları.

---

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fak. Bir Eylül Kampüsü, İzmir Yolu, Uşak, [ismail.aydemir@usak.edu.tr](mailto:ismail.aydemir@usak.edu.tr)

# AN EVALUATION ON THE EXAMINATION OF STOCK AND PRODUCT COSTS IN FINANCIAL STATEMENT AUDITS IN INDUSTRIAL COMPANIES

İsmail Aydemir<sup>1</sup>

## Abstract

We can see the status of economic activities in industrial companies for a year in financial statement reports. These reports can be prepared in summary form and in detail. The balance sheet and income statement come first among financial statements. The information in these statements primarily affects company owners, partners, employees, managers, financial institutions and the public. In order to be able to look at financial statement data safely and make the right decisions; auditing these statements is important. In industrial companies, it is extremely important to audit the balance sheet, which shows the resources the company has on a certain date and the assets in which these resources are invested, and the income statement, which shows the total profit or loss of the company for a period.

Stock items, which have an essential place in the balance sheet audit, are located on the assets side of the balance sheet and represent all raw materials, semi-finished products, finished products and commercial goods that the company has at that date. The correct determination of this stock item directly affects the cost information of the company's commercial and finished products. On the other hand, the finished products costs, which are an important item in the Income Statement, affect the calculation of the cost of all manufactured and sold products. For this reason, it is important to examine the Inventory and Finished Products Costs in the Balance Sheet and Income Statement audit.

This study will focus on the examination of Inventory and Finished Products Costs, which form the basis of the Balance Sheet and Income Statement audit. The key roles played by these two items in the Balance Sheet and Income Statement audit will be explained with examples.

**Keywords:** Financial Statement Audit, Stock Items, Finished Products Costs, Industrial Companies.

---

<sup>1</sup> Asst. Prof. Dr., Uşak University Faculty of Applied Sciences, Bireylül Campus, İzmir Road, Uşak, E-mail: [ismail.aydemir@usak.edu.tr](mailto:ismail.aydemir@usak.edu.tr)

# DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE YENİLENEBİLİR ENERJİ YATIRIMLARININ FİNANSMAN KAYNAKLARI

Hasan Hüseyin Yıldırım<sup>1</sup>, Seher Sezer Türkmen<sup>2</sup>

## Özet

Yenilenebilir enerji, dünya genelinde sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmanın anahtarlarından biridir. Bu bağlamda, yenilenebilir enerji projelerinin finansmanı, hem küresel hem de yerel düzeyde önemli bir konu haline gelmiştir. Dünya genelinde, yenilenebilir enerji yatırımlarının finansmanı, çeşitli kaynaklardan sağlanmaktadır. Bu kaynaklar arasında özel sektör yatırımları, devlet destekli teşvikler, yeşil tahviller ve uluslararası finans kurumları bulunmaktadır. Örneğin, Avrupa Birliği ve Dünya Bankası gibi kuruluşlar, yenilenebilir enerji projelerine düşük faizli krediler ve hibeler sunarak bu alandaki yatırımları teşvik etmektedir. Ayrıca, yeşil tahviller ve çevresel, sosyal ve yönetim (ESG) kriterlerine uygun yatırımlar da popüler finansman araçları arasındadır. Türkiye'de ise, yenilenebilir enerji sektörü son yıllarda hızla büyümekte ve finansman kaynakları çeşitlenmektedir. Devlet destekli teşvikler, özellikle yenilenebilir enerji kaynaklarından elektrik üretimini teşvik etmek amacıyla kullanılan Yenilenebilir Enerji Kaynakları Destekleme Mekanizması (YEKDEM) ve yenilenebilir enerji yatırımlarını destekleyen vergi indirimleri, bu alandaki yatırımları artırmıştır. Ayrıca, Türkiye'de de yeşil tahvil piyasası gelişmekte ve özel sektör bankaları ile uluslararası finans kuruluşlarının katkılarıyla yenilenebilir enerji projelerine yönelik finansman sağlanmaktadır. Türkiye'nin yenilenebilir enerji hedeflerine ulaşabilmesi için, bu finansman kaynaklarının etkin kullanımı ve yatırım ortamının iyileştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Hem dünya genelinde hem de Türkiye'de yenilenebilir enerji yatırımlarının finansmanı, çeşitli kaynaklardan sağlanmakta ve sürdürülebilir enerji dönüşümünü destekleyen önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmada yenilenebilir enerji yatırımlarının finansman kaynaklarının neler olduğu karşılaştırmaları ortaya konulacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Enerji Yatırımları, Yenilenebilir Enerji, Finansman.

---

<sup>1</sup> Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, [hhyildirim@balikesir.edu.tr](mailto:hhyildirim@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Uluslararası Ticaret ve Pazarlama ABD Yüksek Lisans Öğrencisi, [sehersturkmen@gmail.com](mailto:sehersturkmen@gmail.com)

# FINANCING SOURCES OF RENEWABLE ENERGY INVESTMENTS IN THE WORLD AND TÜRKİYE

Hasan Hüseyin Yıldırım<sup>1</sup>, Seher Sezer Türkmen<sup>2</sup>

## Abstract

Renewable energy is one of the keys to achieving sustainable development goals worldwide. In this context, financing of renewable energy projects has become an important issue both globally and locally. Financing of renewable energy investments worldwide is provided from various sources. These sources include private sector investments, state-supported incentives, green bonds and international financial institutions. For example, institutions such as the European Union and the World Bank encourage investments in this field by offering low-interest loans and grants to renewable energy projects. In addition, green bonds and investments in line with environmental, social and governance (ESG) criteria are also among the popular financing instruments. In Turkey, the renewable energy sector has been growing rapidly in recent years and financing sources are diversifying. State-supported incentives, especially the Renewable Energy Resources Support Mechanism (YEKDEM) used to encourage electricity production from renewable energy sources and tax reductions supporting renewable energy investments, have increased investments in this area. In addition, the green bond market is developing in Turkey and financing is provided for renewable energy projects with the contributions of private sector banks and international financial institutions. In order for Turkey to achieve its renewable energy targets, the effective use of these financing sources and the improvement of the investment environment are of great importance. Both in Turkey and around the world, financing of renewable energy investments is provided from various sources and plays an important role in supporting the sustainable energy transformation. In this study, comparisons of financing sources for renewable energy investments will be presented.

**Keywords:** Energy Investments, Renewable Energy, Financing.

---

<sup>1</sup> Assoc.Prof. Dr., Balıkesir University Burhaniye Applied Sciences Faculty, Finance and Banking Department, [hyildirim@balikesir.edu.tr](mailto:hyildirim@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Graduate Student, International Trade and Marketing Department, [sehersturkmen@gmail.com](mailto:sehersturkmen@gmail.com)

# ENFLASYON VE TURİZM SEKTÖRÜ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Cevriye Yüksel Yıldırım<sup>1</sup>

## Özet

Enflasyon ülkelerin ekonomik istikrarını olumsuz yönde etkileyen önemli bir faktördür. Enflasyonun etkileri ise sektörler üzerinde farklı şekillerde olmaktadır. Bu sektörlerden birini de turizm sektörü oluşturmaktadır. Enflasyonun, turizm sektörü üzerinde etkileri ise maliyetler ve talep hususunda olabilmektedir. Yüksek enflasyon oranları, fiyatlar genel seviyelerinde artışlara neden olarak turizm maliyetlerini artırabilmektedir. Artan fiyatlar genel seviyesi sonucunda otelcilik, restoran, ulaşım gibi sektörlerin maliyetlerinde artışlara neden olmaktadır. Ayrıca fiyatlar genel seviyesinde artışlar nedeniyle bireylerin turizm taleplerinde de olumsuz etki yaratabilmektedir. Zira turizm sektöründe maliyetlerde oluşan artışlar, genellikle tüketici fiyatlarına yansıtılmaktadır. Bu durum ise düşük ve orta gelirli bütçelere sahip turistlerin tatil bütçelerini daraltabilir ve turizm taleplerini düşürebilir. Aynı zamanda yüksek enflasyonun olduğu dönemlerde döviz kurlarında da dalgalanmalar olabilmektedir. Döviz kurundaki dalgalanmalar ise yerel para biriminde değer kayıplarına neden olabilmektedir. Bu durum yabancı turistler açısından ülke turizminin cazip hale getirirken, yerel turistlerin turizm talebinde düşüşe neden olabilmektedir. Bu çalışmada, Türkiye ve seçili ülkeler için enflasyon ve turizm sektörü arasındaki ilişki ele alınmıştır. Çalışmanın uygulama kısmında yıllık bazda elde edilen turizm verileri ile enflasyon arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için kısa ve uzun dönemli eş-bütünleşme analizleri yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Enflasyon, Turizm Sektörü, Eş-bütünleşme Analizi.

---

<sup>1</sup> Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü, Balıkesir / Türkiye, [cyildirim@balikesir.edu.tr](mailto:cyildirim@balikesir.edu.tr)

# THE RELATIONSHIP BETWEEN INFLATION AND TOURISM SECTOR

Cevriye Yüksel Yıldırım<sup>1</sup>

## Abstract

Inflation is an important factor that negatively affects the economic stability of countries. The effects of inflation occur in different ways across sectors. One of these sectors is the tourism sector. The effects of inflation on the tourism sector may be related to costs and demand. High inflation rates can increase tourism costs by causing increases in general price levels. As a result of the increasing general level of prices, it causes increases in the costs of sectors such as hotel management, restaurants and transportation. In addition, due to increases in the general level of prices, it may also have a negative impact on individuals' tourism demands. Because increases in costs in the tourism sector are generally reflected in consumer prices. This situation may narrow the holiday budgets of tourists with low- and middle-income budgets and reduce their tourism demands. At the same time, there may be fluctuations in exchange rates during periods of high inflation. Fluctuations in foreign exchange rates may cause depreciation in the local currency. While this situation makes the country's tourism attractive for foreign tourists, it may cause a decrease in tourism demand of local tourists. In this study, the relationship between inflation and tourism sector for Turkey and selected countries is discussed. In the application part of the study, short- and long-term co-integration analyses were conducted to reveal the relationship between tourism data obtained on an annual basis and inflation.

**Keywords:** Inflation, Tourism Sector, Co-integration Analyses.

---

<sup>1</sup> Lecturer, Balıkesir University Burhaniye Vocational School, Department of accounting and Taxation, Balıkesir / Türkiye, [cyildirim@balikesir.edu.tr](mailto:cyildirim@balikesir.edu.tr)

# JEOPOLİTİK RİSKİN FİRMA KARLILIĞINA ETKİSİ: TURİZM İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Mehmet Oğuzhan İlban<sup>1</sup>, Fatih Çolakoğlu<sup>2</sup>, Mehmet Tahsin Liceli<sup>3</sup>

## Özet

Jeopolitik riskler hem küresel hem de bölgesel ölçekte firmalar için önemli belirsizlik kaynakları arasında yer almaktadır. Firmaların faaliyet gösterdiği coğrafik bölgelerde meydana gelen jeopolitik risk kaynakları satışların azalması, üretim maliyetlerinin artması, pazar erişiminin kısıtlanması gibi birçok olumsuz sonuç ortaya çıkarabilir. Ortaya çıkan bu olumsuzluklar firmaların hem verimliliğini hem de stratejik kararlarını etkileyebilir ve bu durumda firmanın karlılığını doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyebilir. Buradan hareketle çalışmanın temel amacı jeopolitik riskin firma karlılığı üzerine etkisini incelemektir. Karlılık ölçütü olarak ölçütü olarak aktif karlılık oranı (ROA) ve özkaynak karlılık oranı (ROE) bağımlı değişken olarak kullanılacaktır. Jeopolitik risk bağımsız değişken; firma yaşı ve firma büyüklüğü değişkenleri de kontrol değişkeni olarak çalışmaya dahil edilecektir. Veri setinde yer alan karlılık ölçütleri ve kontrol değişkenleri BIST turizm işletmelerinin bilanço ve gelir tablolarından, bağımsız değişken ise jeopolitik risk endeksinden elde edilecektir. Çalışmada jeopolitik risklerin firma karlılığına etkisi incelenerek, bu risklerin yönetimine yönelik stratejik öneriler sunulacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Firma Karlılığı, Jeopolitik Risk, Turizm İşletmeleri.

---

<sup>1</sup> Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir/Türkiye, [ilban@balikesir.edu.tr](mailto:ilban@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Öğr. Gör. Dr., Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir/Türkiye, [fatih.colakoglu@balikesir.edu.tr](mailto:fatih.colakoglu@balikesir.edu.tr)

<sup>3</sup> Arş. Gör. Dr., Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir/Türkiye, [liceli@balikesir.edu.tr](mailto:liceli@balikesir.edu.tr)

# THE IMPACT OF GEOPOLITICAL RISK ON COMPANY PROFITABILITY: AN APPLICATION ON TOURISM BUSINESSES

Mehmet Oğuzhan İlban<sup>1</sup>, Fatih Çolakoğlu<sup>2</sup>, Mehmet Tahsin Liceli<sup>3</sup>

## Abstract

Geopolitical risks are among the important sources of uncertainty for companies both globally and regionally. Geopolitical risk sources occurring in the geographical regions where companies operate can lead to many negative outcomes such as decreased sales, increased production costs, and restricted market access. These emerging negativities can affect both the productivity and strategic decisions of companies, and in this case, they can directly or indirectly affect the profitability of the company. Based on this, the main purpose of the study is to examine the effect of geopolitical risk on company profitability. As profitability criteria, return on assets (ROA) and return on equity (ROE) will be used as dependent variables. Geopolitical risk is the independent variable; firm age and firm size variables will also be included in the study as control variables. Profitability criteria and control variables in the data set will be obtained from the balance sheets and income statements of BIST tourism enterprises, and the independent variable will be obtained from the geopolitical risk index. In the study, the effect of geopolitical risks on company profitability will be examined, and strategic suggestions for the management of these risks will be presented.

**Keywords:** Company Profitability, Geopolitical Risk, Tourism Enterprises.

---

<sup>1</sup> Prof. Dr., Balıkesir University Burhaniye Applied Sciences Faculty, Balıkesir/Türkiye, [ilban@balikesir.edu.tr](mailto:ilban@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Lecturer Dr., Balıkesir University, Burhaniye Applied Sciences Faculty, Balıkesir/Burhaniye, [fatih.colakoglu@balikesir.edu.tr](mailto:fatih.colakoglu@balikesir.edu.tr)

<sup>3</sup> Research Assistant Dr., Balıkesir University Burhaniye Applied Sciences Faculty, Balıkesir/Türkiye, [liceli@balikesir.edu.tr](mailto:liceli@balikesir.edu.tr)



# ALTERNATİF OLARAK EĞİTİM TURİZMİ: SABANCI ÜNİVERSİTESİ AYVALIK KÜÇÜKKÖY ÖRNEĞİ

Levent Kahraman<sup>1</sup>, Meziyet Narin<sup>2</sup>

## Özet

İnsanların kendilerini belli bir alanda geliştirmek, farklı şeyler öğrenmek ve kariyer yapmak vb. nedenlerle bir bölgeye veya ülkeye gidiş nedeni olarak kabul edilen eğitim turizminin son yıllarda alternatif turizm çeşitleri arasında önemli bir yeri bulunmaktadır. Bu uygulama alanlarından biri olarak Ayvalık Küçükköy’de Sabancı Üniversitesi’nin 2019 yılından beri faaliyet gösteren “Küçükköy Yaratıcı Teknolojiler Atölyesi”, tüm paydaşlarına etkileşim içinde öncü ve sürdürülebilir çalışmalar ile fayda üreterek, bilimden, teknolojiye ve eğitimi, öncelikle 7-17 yaş grubundaki çocukların, gençlerin ve kadınların yararlanması amacıyla. Kampüs ortamında yıl boyu düzenlenen eğitimlere katılmak için gelen öğrenciler ve ebeveynleri Küçükköy’de konaklama, yeme-içme, lojistik ihtiyaçlarını karşılamakta bu sayede gelişmekte olan kültür turizmini eğitim turizmiyle de destekleyerek Küçükköy’ü yöredeki eğitim aktivitelerinin de merkezi haline getirmektedir. Yıl boyunca başta Ayvalık ve çevresinde yaşayanlar olmak üzere yurtiçi ve yurtdışından birçok çocuk ve genç çeşitli başlıklarda hazırlanan programlar, eğitimler ve atölyeler yanında, konser, tiyatro, şenlik ve festivaller de düzenlenmektedir. Bu çalışmada Ayvalık Küçükköy’ün önemli bir coğrafyada bulunmasına rağmen deniz kum güneş endeksli kısa turizm sezonunun uzatılmasında Sabancı Üniversitesi “Küçükköy Yaratıcı Teknolojiler Atölyesi” eğitim faaliyetlerinin yöre turizmine olan etkilerinin ortaya konulması öngörülmektedir. Bu amaçla yörede faaliyet gösteren işletmelere nitel araştırma yöntemi kapsamında yarı yapılandırılmış form tekniğine göre hazırlanmış sorular yöneltilmesi ile elde edilen bilgiler turizm sezonunun uzaması ile ekonomik olarak daha istikrarlı bir işletmecilik başarısı gösterebildikleri sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Alternatif Turizm, Eğitim turizmi, Ayvalık Küçükköy.

---

<sup>1</sup> Sabancı Üniversitesi Yaratıcı Teknolojiler Atölyesi, Ayvalık, Balıkesir, Türkiye / [levent.kahraman@sabanciuniv.edu.tr](mailto:levent.kahraman@sabanciuniv.edu.tr)

<sup>2</sup> Öğretim Görevlisi, Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Meslek Yüksekokulu, Balıkesir/Türkiye, [mnarin@balikesir.edu.tr](mailto:mnarin@balikesir.edu.tr)

# EDUCATIONAL TOURISM AN ALTERNATIVE: THE CASE OF SABANCI UNIVERSITY AYVALIK KÜÇÜKKÖY

Levent Kahraman<sup>1</sup>, Meziyet Narin<sup>2</sup>

## Abstract

Educational tourism, which is defined as the reason for individuals to travel to a region or country to develop themselves in a particular field, learn new things, or advance their careers, has gained significant importance among alternative types of tourism in recent years. One such example is the "Küçükköy Creative Technologies Workshop," operated by Sabancı University since 2019 in Ayvalık Küçükköy. This workshop aims to benefit all its stakeholders through pioneering and sustainable projects, focusing on providing access to science, technology, and education primarily for children, young people, and women aged 7-17. Students and their parents who participate in the year-round educational programs held in the campus environment meet their accommodation, dining, and logistical needs in Küçükköy, thereby supporting the development of cultural tourism alongside educational tourism and turning Küçükköy into a hub for educational activities in the region. Throughout the year, various programs, trainings, and workshops are organized for students, particularly those from Ayvalık and its surroundings, as well as children and young people from across the country and abroad. Additionally, concerts, theater performances, festivals, and other events are held. This study aims to examine the impact of Sabancı University's "Küçükköy Creative Technologies Workshop" educational activities on local tourism, especially in extending the short tourism season that traditionally relies on sun-sea-sand tourism, despite Ayvalık Küçükköy's significant geographical location. For this purpose, semi-structured interviews were conducted with local businesses using qualitative research methods, and the findings indicate that the extension of the tourism season has led to more stable economic success for these enterprises.

**Keywords:** Alternative Tourism, Educational Tourism, Ayvalık Küçükköy.

---

<sup>1</sup> Sabancı University Creative Technologies Workshop, Ayvalık, Balıkesir/Türkiye, [levent.kahraman@sabanciuniv.edu.tr](mailto:levent.kahraman@sabanciuniv.edu.tr)

<sup>2</sup> Lecturer, Balıkesir University Burhaniye Vocational School, Balıkesir/Türkiye, [mnarin@balikesir.edu.tr](mailto:mnarin@balikesir.edu.tr)

# DUYGUSAL YEME VE KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Aysu Bayram Saptır<sup>1</sup>, Tuğba Seda Çolak Turan<sup>2</sup>

## Özet

Kişilik ve kişilik özellikleri insan davranışlarının önemli belirleyicileri arasındadır. Kişilik özelliklerinin insanın yeme davranışı üzerine olan etkisi çeşitli araştırmalara konu olmaktadır. Bunun yanın da yeme davranışları yalnızca kişilik özelliklerinden değil aynı zamanda kişinin duygu ve düşüncelerinden de etkilenerek son zamanlarda oldukça popüler olan duygusal yeme kavramını gündeme getirmektedir. Duygusal yeme oldukça yeni bir alan ve hangi kişilik özelliklerinin duygusal yeme üzerinde nasıl bir etkisi olduğunun literatüre ışık tutacağı düşünülmektedir. Tüm bunlardan yola çıkarak duygusal yeme ve kişilik özellikleri arasındaki ilişki çeşitli değişkenler açısından incelenmiştir. Araştırmaya 323'ü kadın 256'sı erkek toplamda 579 kişi katılmıştır. Araştırmada verileri araştırmacıların oluşturduğu kişisel bilgi formu, Duygusal Yeme Ölçeği ve Büyük Beşli-Kısa Versiyon Ölçeği aracılığı ile toplanmıştır. Araştırma verileri SPSS 24.0 paket programında analiz edilmiştir. Verilerin analizinde Pearson Korelasyon Analizi, Bağımsız Örneklem T-Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Duygusal yeme ile Büyük Beşli-Kısa Versiyon ölçeğinin alt boyutlarından olan dışadönüklük, sorumluluk, duygusal denge ve deneyime açıklık arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu görülmüştür. Cinsiyet değişkeni açısından farklılaşmaya bakıldığında ise duygusal yeme ve dışadönüklük alt boyutunda kadınların aleyhine sonuçlar bulunmuştur. Medeni durum değişkeni incelendiğinde ise duygusal yeme ve büyük beşli- kısa versiyonunun dört alt boyutunda (sorumluluk, uyumluluk, duygusal denge ve deneyime açıklık) anlamlı farklılaşma olduğu bulunmuştur. Son olarak katılımcıların küçükken yiyeceklerle ödüllendirilme değişkeni incelendiğinde ise duygusal yeme ve büyük beşli- kısa versiyonunun üç alt boyutunda (uyumluluk, duygusal denge ve deneyime açıklık) anlamlı farklılaşma olduğu görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Duygusal Yeme, Kişilik, Kişilik Özellikleri.

---

<sup>1</sup> Dr. ,Düzce Üniversitesi Eğitim Fakültesi , Düzce/Türkiye, [aysubayrams@gmail.com](mailto:aysubayrams@gmail.com)

<sup>2</sup> Doç. Dr. ,Düzce Üniversitesi Eğitim Fakültesi , Düzce/Türkiye, [tugbacolak@duzce.edu.tr](mailto:tugbacolak@duzce.edu.tr)

# EXAMINING THE RELATIONSHIP BETWEEN MINDFUL EATING AND PERSONALITY TRAITS IN TERMS OF VARIOUS VARIABLES

Aysu Bayram Saptır<sup>1</sup>, Tuğba Seda Çolak Turan<sup>2</sup>

## Abstract

Personality and personality traits are among the important determinants of human behavior. The effect of personality traits on human eating behavior is the subject of various studies. In addition, eating behaviors are affected not only by personality traits but also by the person's feelings and thoughts, bringing the concept of emotional eating, which has become quite popular recently, to the agenda. Emotional eating is a relatively new field and it is thought that which personality traits have what effect on emotional eating will shed light on the literature. Based on all these, the relationship between emotional eating and personality traits has been examined in terms of various variables. A total of 579 people, 323 women and 256 men, participated in the study. Data were collected using a personal information form developed by the researchers, the Emotional Eating Scale, and the Big Five-Short Version Scale. The research data were analyzed using the SPSS 24.0 package program. Pearson Correlation Analysis, Independent Sample T-Test and One-Way Analysis of Variance (ANOVA) were used in the analysis of the data. A positive and significant relationship was found between emotional eating and the sub-dimensions of the Big Five-Short Version scale, which are extraversion, conscientiousness, emotional balance and openness to experience. When the differences in terms of gender variable are examined, results were found to be against women in the emotional eating and extraversion sub-dimensions. When the marital status variable is examined, it is found that there is a significant difference in emotional eating and four sub-dimensions of the big five-short version (conscientiousness, agreeableness, emotional balance and openness to experience). Finally, when the variable of participants being rewarded with food when they were young is examined, it is seen that there is a significant difference in emotional eating and three sub-dimensions of the big five-short version (agreeableness, emotional balance and openness to experience).

**Keywords:** Emotional Eating, Personality, Personality Traits.

---

<sup>1</sup> Dr. Düzce University Education Faculty, Düzce/Türkiye, [aysubayrams@gmail.com](mailto:aysubayrams@gmail.com)

<sup>2</sup> Assoc. Prof. Dr., Düzce University Education Faculty, Düzce/Türkiye, [tugbacolak@duzce.edu.tr](mailto:tugbacolak@duzce.edu.tr)

# ENDÜSTRİYEL KENEVİRDEN SOSYO-EKONOMİK VE KÜLTÜREL KALKINMA KAPSAMINDA GASTRONOMİK ÜRÜN GELİŞTİRME VE ÇEŞİTLENDİRME

İhsan Kazkondur<sup>1</sup>, Erol Kesgin<sup>2</sup>, Mustafa Gökyar<sup>3</sup>, Emine Yılmaz Can<sup>4</sup>

## Özet

Uyuşturucu madde özelliği bulunan tıbbi kenevir ile karıştırılan ve ön yargılı yaklaşılan endüstriyel kenevir, politik, stratejik, birçok sektöre faydalı olabilecek katma değeri yüksek olan bir bitkidir. Tekstil, inşaat, otomotiv sanayi, sağlık gibi birçok alanda kullanım alanı bulunan endüstriyel kenevirin en önemli kullanım alanlarından biri de gıda sektörüdür. Tohumu, yağı, unu ve kalbi gıda sektöründe kullanılabilen endüstriyel kenevir, yüksek kalite protein ve esansiyel yağ asidi değerlerine sahip olması, bileşiminde gluten bulunmadığı için çölyak hastalarının tüketimine ve vegan tüketime uygun olması, yapılan bilimsel çalışmalarda kanser hastalığı vb. ciddi rahatsızlıklara karşı olumlu etkileri bulunması gibi özelliklerinden dolayı fonksiyonel gıdalar arasında sayılabilir. Birçok efektif özelliklerine karşın Türkiye’de endüstriyel kenevirin ekimime 1937 kısıtlama getirilmiş ve gereken değeri bulamamıştır. Endüstriyel kenevirin 2016 yılında Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından yürürlüğe konulan yönetmelik ile 19 ilde ekim ekimine izin verilmiş olup ekimi ve yetiştirilmesine izin verilen illerden biri de Zonguldak ili olmuştur. Bu çalışmada ekim izni bulunan Zonguldak’ta endüstriyel kenevirin yağı, unu, kalbi ve tohumu kullanılarak sosyo-ekonomik ve kültürel gelişmeye katkı sağlayacak gastronomik ürünler geliştirmek ve çeşitlendirmek amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında endüstriyel kenevirten farklı tüketim alanları için 10 çeşit gastronomik ürün geliştirilmiştir. Geliştirilen gastronomik ürünlerin beğeni düzeylerini ortaya koymak için deneysel analiz yöntemine başvurularak eğitim almış olan 40 kişilik panelist grup tarafından Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Farabi kampüsü akademik personel yemekhanesinde duyu analizler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen duyu verileri SPSS 22.0 programında analiz edilerek geliştirilen gastronomik ürünlerin beğeni düzeyi ortalamaları ve beğeni yüzde frekansları saptanmıştır. Sonuç olarak panelistler tarafından en çok beğenilen ilk üç gastronomik ürün sırasıyla; kenevir vinaigrette soslu domatesli kenevir bruschetta, kenevir kalpli fırınlanmış helva ve kenevir kalpli çikolata olmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Endüstriyel kenevir, gastronomik ürün, ürün geliştirme, Kırsal kalkınma.

<sup>1</sup> Dr.Öğr.Üyesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniv. Devrek Meslek Yüksekokulu Aşçılık Programı, Zonguldak/Türkiye, [ihsan.kazkondur@beun.edu.tr](mailto:ihsan.kazkondur@beun.edu.tr)

<sup>2</sup> Öğr.Gör., Zonguldak Bülent Ecevit Üniv. Devrek Meslek Yüksekokulu Aşçılık Programı, Zonguldak/Türkiye, [erolkesgin@beun.edu.tr](mailto:erolkesgin@beun.edu.tr)

<sup>3</sup> Öğr.Gör., Zonguldak Bülent Ecevit Üniv. Devrek Meslek Yüksekokulu Aşçılık Programı, Zonguldak/Türkiye, [mustafa.gokyar@beun.edu.tr](mailto:mustafa.gokyar@beun.edu.tr)

<sup>4</sup> Prof.Dr., Zonguldak Bülent Ecevit Üniv. Tıp Fakültesi Tıbbi Farmakoloji Bölümü, Zonguldak/Türkiye, [emine.yisipahi@beun.edu.tr](mailto:emine.yisipahi@beun.edu.tr)

# GASTRONOMIC PRODUCT DEVELOPMENT AND DIVERSIFICATION FROM INDUSTRIAL HEMP WITHIN THE SCOPE OF SOCIO-ECONOMIC AND CULTURAL DEVELOPMENT

İhsan Kazkondur<sup>1</sup>, Erol Kesgin<sup>2</sup>, Mustafa Gökkyar<sup>3</sup>, Emine Yılmaz Can<sup>4</sup>

## Abstract

Industrial hemp, which is confused with medical hemp, which has narcotic properties, and is approached with prejudice, is a plant with high added value that can be beneficial to many sectors, politically, strategically. Industrial hemp, which has many areas of use such as textile, construction, automotive industry, and health, is one of the most important areas of use in the food sector. Industrial hemp, whose seed, oil, flour and heart can be used in the food sector, can be counted among functional foods due to its features such as having high quality protein and essential fatty acid values, being suitable for consumption by celiac patients and vegan consumption since it does not contain gluten in its composition, and having positive effects against serious diseases such as cancer in scientific studies. Despite its many effective properties, industrial hemp, which has been banned from cultivation in Turkey since 1937, was allowed to be planted in 19 provinces with the regulation put into effect by the Ministry of Food, Agriculture and Livestock in 2016, and one of the provinces where its cultivation and cultivation is permitted is Zonguldak. In this study, it was aimed to develop and diversify gastronomic products that will contribute to socio-economic and cultural development by using industrial hemp oil, flour, heart and seed in Zonguldak, where planting permits are available. Within the scope of the research, 10 types of gastronomic products were developed from industrial hemp for different consumption areas. In order to reveal the appreciation levels of the developed gastronomic products, sensory analyses were carried out by a group of 40 panelists who were trained by applying the experimental analysis method in the academic staff cafeteria of Zonguldak Bülent Ecevit University Farabi campus. The sensory data obtained were analyzed in the SPSS 22.0 program and the appreciation level averages and appreciation percentage frequencies of the developed gastronomic products were determined. As a result, the first three gastronomic products that were liked the most by the panelists were; tomato bruschetta with hemp vinaigrette sauce, baked halva with hemp hearts and chocolate with hemp hearts.

**Keywords:** Industrial hemp, gastronomic product, product development, rural development.

---

<sup>1</sup> Asst.Prof.Dr., Zonguldak Bülent Ecevit University, Devrek Vocational School Cookery Program, Zonguldak/Türkiye, [ihsan.kazkondur@beun.edu.tr](mailto:ihsan.kazkondur@beun.edu.tr)

<sup>2</sup> Lecturer, Zonguldak Bülent Ecevit University Devrek Vocational School Cookery Program, Zonguldak/Türkiye, [erolkesgin@beun.edu.tr](mailto:erolkesgin@beun.edu.tr)

<sup>3</sup> Lecturer, Zonguldak Bülent Ecevit University Devrek Vocational School Cookery Program, Zonguldak/Türkiye, [mustafa.gokkyar@beun.edu.tr](mailto:mustafa.gokkyar@beun.edu.tr)

<sup>4</sup> Prof.Dr., Zonguldak Bülent Ecevit University, Medical Faculty Medical Pharmacology Department, Zonguldak/Türkiye, [emine.ysipahi@beun.edu.tr](mailto:emine.ysipahi@beun.edu.tr)

# YIYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE ÇALIŞANLARIN YENGEÇ SEPETİ SENDROMU HAKKINDA GÖRÜŞLERİ

Serap Ok<sup>1</sup>, Cafer Topaloğlu<sup>2</sup>

## Özet

Yiyecek içecek işletmeleri rekabet ortamında hayatta kalabilmek için bütün kaynaklarını verimli ve etkili bir şekilde kullanmak durumundadır. Bu kaynaklar içinde insan kaynağının tartışılmaz önemli bir yeri vardır. Bu nedenle işletmelerde çalışan davranışları, bu davranışların sebepleri ve sonuçları ile ilgili gün geçtikçe daha derinlemesine araştırmalar ve incelemeler yapılmaktadır. İnsanların kendilerinden daha başarılı olanları görmek istemedikleri ve onların yükselmesini engellemeye çalıştıkları bir durumu ifade eden yengeç sepeti sendromu, çalışanlar arasında sıklıkla karşılaşılan bir durum olup işletmelerin verimliliğini ve rekabet edilebilirliğini olumsuz yönde etkileyen önemli bir konudur. Bu çalışma, yiyecek içecek işletmelerinde çalışanların yengeç sepeti sendromu hakkındaki görüşlerini belirlemek, sendromun sebepleri ve sonuçlarını anlamak ve bu süreci çözümlenmeleri için tavsiye ve öneriler geliştirmek amacıyla yapılmıştır. Nitel araştırma deseninin kullanıldığı bu araştırmada, araştırmaya katılmayı kabul eden Datça'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde çalışan 15 kişi ile yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yiyecek içecek işletmelerinde çalışanların görüşlerine göre, kıskançlık, dedikodu, saygısızlık, kötü niyet, açık arama gibi sorunlar başta olmak üzere yengeç sepeti sendromunun yaygın olduğunu ve bu nedenle çalışanların iş ortamında gerginlik, moral bozukluğu, motivasyon düşüklüğü, iş birliği ve dayanışma eksikliği yaratma, yeni fikirlerin ortaya çıkmasını engelleme, gelişim fırsatlarının kaybolması, iş akışında aksamalar, güven eksikliği ve verimliliğin düşmesi gibi sonuçlar doğurduğunu belirtmişlerdir. Yengeç sepeti sendromu çerçevesinde bu davranışların azaltılması için yiyecek içecek işletmelerinin çalışmalar yapması önerilebilir. Ayrıca bu sektörde çalışanların iş tatmini düzeyinin artırılması, onların iş bağlılıklarını ve örgütsel adalet uygulamalarıyla örgütsel bağlılıklarını artırarak bireysel ve örgütsel performanslarını iyileştirmelerine olanak sağlanmalıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Yengeç Sepeti Sendromu, Yiyecek İçecek İşletmeleri, Datça.

---

<sup>1</sup> Öğr. Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu, Muğla/Türkiye, [serapok@mu.edu.tr](mailto:serapok@mu.edu.tr)

<sup>2</sup> Öğr. Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi, Muğla/Türkiye, [ctopaloglu@mu.edu.tr](mailto:ctopaloglu@mu.edu.tr)

# THE VIEWS OF EMPLOYEES IN FOOD AND BEVERAGE BUSINESSES ON THE CRAB BUCKET SYNDROME

Serap Ok<sup>1</sup>, Cafer Topaloğlu<sup>2</sup>

## Abstract

Food and beverage businesses must use all their resources efficiently and effectively to survive in a competitive environment. Among these resources, human resources hold an irreplaceable place. Therefore, in-depth research and analysis are increasingly being conducted on employee behaviors, the reasons behind these behaviors, and their outcomes in businesses. The crab bucket syndrome, where individuals express that they do not want to see others more successful than themselves and try to prevent their advancement, is a situation frequently encountered among employees and significantly negatively affects the productivity and competitiveness of organizations. This study was conducted to determine the opinions of employees in food and beverage businesses regarding the crab bucket syndrome, understand the reasons and outcomes of the syndrome, and provide recommendations to address this issue. In this qualitative research, using the pattern model, semi-structured interviews were conducted with 15 employees working in food and beverage businesses in Datça who agreed to participate in the study. According to the opinions of employees in food and beverage businesses, factors such as jealousy, resentment, bad intentions, and an overt hostile attitude are among the main reasons behind the crab bucket syndrome. They indicated that this syndrome is common and, as a result, it causes issues such as tension in the workplace, moral decay, decreased motivation, a lack of teamwork and cooperation, hindering the emergence of new ideas, loss of growth opportunities, disruptions in workflow, a lack of trust, and reduced efficiency and productivity. To reduce these behaviors associated with the crab bucket syndrome, it is recommended that food and beverage businesses take measures to address these issues. Additionally, by increasing the satisfaction levels of employees in this sector and enhancing their organizational commitment through organizational justice practices, opportunities should be created to improve both individual and organizational performance.

**Keywords:** Crab Bucket Syndrome, Food and Beverage Businesses, Datça.

---

<sup>1</sup> Lecturer, Muğla Sıtkı Koçman University Marmaris Tourism Vocational School, Muğla/Türkiye, [serapok@mu.edu.tr](mailto:serapok@mu.edu.tr)

<sup>2</sup> Lecturer, Muğla Sıtkı Koçman University Tourism Faculty, Muğla/Türkiye, [ctopaloglu@mu.edu.tr](mailto:ctopaloglu@mu.edu.tr)



# ŞANLIURFA'NIN GASTROGELİŞİM POTANSİYELİ: SWOT ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Gizem Çorman<sup>1</sup>, Bedriye Çilem Soylu<sup>2</sup>

## Özet

Yemek kültürü, turizmden tarıma, eğitimden sosyal bütünleşmeye kadar çeşitli alanlarda sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada önemli bir rol oynamaktadır. Son zamanlarda, yemek kültürü ve kentsel gelişim süreçleri arasındaki artan ilişkiyi tanımlamak için “gastrogelişim” terimi ortaya atılmıştır. Gastrogelişim kavramı ile yemek kültürünün ekonomik kalkınma için bir kaynak ve strateji olarak kullanılması ifade edilmektedir. Bu kapsamda gastrogelişim, gastronomik değerlerin ve uygulamaların, kentlerin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişimine katkıda bulunacak şekilde entegre edilmesini amaçlamaktadır. Tarihi, kültürel ve gastronomik değerleriyle Şanlıurfa, Türkiye'nin gastronomi haritasında özel bir yere sahiptir. Bu çalışmada Şanlıurfa'nın zengin mutfak kültürü ile gastronomi kenti olabirliğine ilişkin kentin gastrogelişim potansiyelinin SWOT (FÜTZ) analizi ile değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden olan görüşme tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırmaya gönüllü katılım sağlayan Harran Üniversitesi turizm akademisyenleri araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Bu doğrultuda elde edilen veriler ile Şanlıurfa'nın gastronomi turizmindeki güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditleri analiz edilerek, kentin gastronomi gelişimine yönelik önerilerine yer verilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Gastrogelişim, Şanlıurfa, SWOT.

---

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul/Türkiye, [gizem.corman@nisantasi.edu.tr](mailto:gizem.corman@nisantasi.edu.tr)

<sup>2</sup> Dr., Bağımsız Araştırmacı, Balıkesir/Türkiye, [bedriyecilemsoylu@gmail.com](mailto:bedriyecilemsoylu@gmail.com)

# GASTRODEVELOPMENT POTENTIAL OF ŞANLIURFA: EVALUATION WITH SWOT ANALYSIS

Gizem Çorman<sup>1</sup>, Bedriye Çilem Soylu<sup>2</sup>

## Abstract

Food culture plays an important role in achieving sustainable development goals in various fields, from tourism to agriculture, from education to social integration. Recently, the term “gastrodevelopment” has been coined to describe the increasing relationship between food culture and urban development processes. The concept of gastrodevelopment refers to the use of food culture as a resource and strategy for economic development. In this context, gastrodevelopment aims to integrate gastronomic values and practices in a way that contributes to the economic, social and cultural development of cities. Şanlıurfa has a special place on the gastronomy map of Türkiye with its historical, cultural and gastronomic values. In this research, it is aimed to evaluate the gastronomy potential of Şanlıurfa with its rich culinary culture and its feasibility as a gastronomy city, with SWOT (FÜTZ) analysis. The interview technique, one of the qualitative research methods, was used in the research. Harran University tourism academicians, who voluntarily participated in the research, formed the sample of the research. In this regard, with the data obtained, Şanlıurfa’s strengths, weaknesses, opportunities and threats in gastronomy tourism will be analyzed and suggestions for the city’s gastronomy development will be included.

**Keywords:** Gastrodevelopment, Şanlıurfa, SWOT.

---

<sup>1</sup> Asst.Prof.Dr., İstanbul Nişantaşı University, Art and Design Faculty, Gastronomy and Culinary Arts Department, İstanbul/Türkiye, [gizem.corman@nisantasi.edu.tr](mailto:gizem.corman@nisantasi.edu.tr)

<sup>2</sup> Dr., Independent Researcher, Balıkesir/Türkiye, [bedriyecilemsoylu@gmail.com](mailto:bedriyecilemsoylu@gmail.com)

# OSMANLI SARAY MUTFAĞI KAVRAMININ KELİME İLİŞKİLENDİRME TESTİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Özkan Demir<sup>1</sup>, Hayriye Duman<sup>2</sup>

## Özet

Bu araştırma otel ve restoranlarda çalışan gastronomi ve mutfak sanatları bölüm öğrencilerinin Osmanlı Saray Mutfağı kavramına yönelik algılarını incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma verileri kelime ilişkilendirme testi yöntemiyle 35'i kadın, 25'i ise erkek olmak üzere toplam 60 katılımcıdan toplanmış olup, katılımcılar Osmanlı Saray Mutfağı kavramını ifade eden 64 farklı kelime sunmuş ve toplamda bu kelimeleri 260 kez tekrar etmiştir. Araştırmada her bir katılımcıdan Osmanlı Saray Mutfağı kavramıyla ilişkilendirdikleri 5 farklı kelime istenmiş fakat katılımcıların tamamı ilk 3 kelimeyi yazmış olsa da 13'ü 4. kelimeyi, 27'si ise 5. kelimeyi belirlenen süre içerisinde yazamamıştır. Araştırma sonucunda, öğrencilerin Osmanlı Saray Mutfağı kavramını en çok gastronomik unsurlar ve tarihi/kültürel unsurlar ile ilişkilendirdikleri, estetik unsurlar ve mutfak ekipmanlarıyla daha sınırlı bir bağlantı kurdukları belirlenmiştir. Araştırmada öğrenciler Osmanlı Saray Mutfağı kavramını en sık şerbet (21 tekrar), zenginlik (11 tekrar), hünkar beğendi (10 tekrar), helva (9 tekrar), çeşitlilik (8 tekrar), ihtişam (8 tekrar), kuru meyve (8 tekrar), mutancana (8 tekrar), çeşmi niğar çorbası (7), baklava (6 tekrar), dolma (6 tekrar), ayran (6 tekrar), lokum (6 tekrar), pilav (6 tekrar) ve Topkapı Sarayı (6 tekrar) ile ilişkilendirdikleri belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Osmanlı Saray Mutfağı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Kelime İlişkilendirme Testi.

---

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Kütahya/Türkiye, [ozkan.demir@dpu.edu.tr](mailto:ozkan.demir@dpu.edu.tr)

<sup>2</sup> Arş. Gör. Dr., Batman Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Batman/Türkiye, [hayriye.duman@batman.edu.tr](mailto:hayriye.duman@batman.edu.tr)

# EVALUATION OF THE CONCEPT OF OTTOMAN PALACE CUISINE USING WORD ASSOCIATION TEST

Özkan Demir<sup>1</sup>, Hayriye Duman<sup>2</sup>

## Abstract

This research was carried out to examine the perceptions of gastronomy and culinary arts department students working in hotels and restaurants towards the concept of Ottoman Palace Cuisine. Research data were collected from a total of 60 participants, 35 of whom were women and 25 of whom were men, using the word association test method, and the participants presented 64 different words expressing the concept of Ottoman Palace Cuisine and repeated these words 260 times in total. In the research, each participant was asked to choose 5 different words that they associated with the concept of Ottoman Palace Cuisine, but although all of the participants wrote the first 3 words, 13 of them could not write the 4th word and 27 of them could not write the 5th word within the specified time. As a result of the research, it was determined that the students mostly associated the concept of Ottoman Palace Cuisine with gastronomic elements and historical/cultural elements, and had a more limited connection with aesthetic elements and kitchen equipment. In the research, the students most frequently used the concept of Ottoman Palace Cuisine as sherbet (21 repetitions), richness (11 repetitions), sultan liked it (10 repetitions), halva (9 repetitions), diversity (8 repetitions), magnificence (8 repetitions), dried fruit (8 repetitions), mutancana (8 reps), çeşmi nigar soup (7 reps), baklava (6 reps), dolma (6 reps), ayran (6 reps), Turkish delight (6 reps), pilaf (6 reps) and Topkapı Palace (6 reps). It was determined that they were associated with ).

**Keywords:** Ottoman Palace Cuisine, Gastronomy and Culinary Arts, Word association test.

---

<sup>1</sup> Asst. Prof. Dr., Kütahya Dumlupınar University Tavşanlı Applied Sciences Faculty Gastronomy and Culinary Arts , Kütahya/Türkiye, [ozkan.demir@dpu.edu.tr](mailto:ozkan.demir@dpu.edu.tr)

<sup>2</sup> Research Assistant Dr., Batman University Tourism Faculty Gastronomy and Culinary Arts, Batman/Türkiye, [hayriye.duman@batman.edu.tr](mailto:hayriye.duman@batman.edu.tr)

# ÇAYKARA YAYLALARININ AROMATİK BİTKİSİ ZAGODANIN GASTRO-TURİZM POTANSİYELİ: SICAKOBA YAYLASI GELENEKSEL ZAGODA YEMEKLERİ

Bilgin Güner<sup>1</sup>, Çağla Özer<sup>2</sup>, Emine Yılmaz<sup>3</sup>

## Özet

Genellikle yaylacılığın ekonomik temeli hayvancılık faaliyetlerine dayanır. Yaylalardaki hayvancılığın daha çok kendiliğinden yetişen bitkilerle sürdürüldüğü söylenebilir. Yaylalarda yetişen bitkilerin bir kısmı tıbbi ve aromatik bitki olarak insanlar tarafından da uzun zamandan bu yana kullanılmaktadır. Çaykara çevresindeki yaylalarda kendiliğinden yetişen tıbbi ve aromatik bitkilerin tür ve miktarı fazladır. Sıcakoba yaylası, Trabzon'un Çaykara ilçesine bağlı beş mahallenin üç asırdan fazla bir süredir kullandığı bir yayladır ve burada tıbbi ve aromatik bitkilerin yayılma alanı geniştir. Doğaya yönelik turizm türlerinin küresel olarak gelişmesine paralel olarak Çaykara çevresinde de yaylalara yönelik turizm faaliyetlerinde son yıllarda önemli bir artış kaydedilmiştir. Sıcakoba yaylasının çevresindeki yerleşim yerlerinin bir kısmında turizm faaliyetleri gelişme göstermektedir. Yapılan araştırmalar yenilebilir yabani bitkilerin yirmi birinci yüzyılın ilk yıllarında beslenme açısından tüketiminin azaldığını göstermiştir. Ancak covid-19 pandemisiyle birlikte yabani bitkilerin sağlık ve beslenme açısından tüketimi küresel olarak artmıştır. Ekonomik olarak bu küresel trendden yaylalardaki yenilebilir bitkileri içeren geleneksel yemeklere dayalı gastro-turizm faaliyetleriyle yararlanılabilir. Bu çalışmanın amacı, Çaykara ilçesi yaylalarında gelişen turizm faaliyetlerini, bölgede yetişen tıbbi ve aromatik bitkileri içeren geleneksel yemeklere dayalı gastro-turizm faaliyetleriyle destekleyecek bir menü önerisi hazırlamaktır. Bu çalışmada Sıcakoba yaylasında kendiliğinden yetişen 34 bitki tespit edilmiştir. Bu bitkilerden geçmişten bu yana kültüre alınmış tek bitki olan "zagoda"nın kullanıldığı geleneksel yemekler ortaya çıkarılmıştır. Zagoda benzeri (frenk soğanı/chives) bitkilerin Avrupa'da mutfaklarında yaygın şekilde kullanıldığı bilinmektedir. Bu yemeklerin yöredeki gastro-turizm faaliyetleri içerisinde turizmin hizmetine sunulması için bir menü hazırlanmıştır. Söz konusu yemeklerden hareketle gastro-turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi için öneriler sunulmuştur. Bu çalışmada saha araştırması, gözlem, görüşme ve literatür taraması tekniklerinden faydalanılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Zagoda, Frenk Soğanı, Sıcakoba Yaylası Yemekleri, Gastro-Tourism.

<sup>1</sup> Öğretim Görevlisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Milas Meslek Yüksekokulu, Muğla/Türkiye, [bilginguner@gmail.com](mailto:bilginguner@gmail.com)

<sup>2</sup> Doç. Dr., İstinye Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, İstanbul/Türkiye, [cozer@istinye.edu.tr](mailto:cozer@istinye.edu.tr)

<sup>3</sup> Araş. Gör. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Muğla/Türkiye, [emineyola@mu.edu.tr](mailto:emineyola@mu.edu.tr)

# GASTRO-TOURISM POTENTIAL OF ZAGODA, THE AROMATIC HERB OF CAYKARA HIGHLANDS: TRADITIONAL ZAGODA FOODS OF SICAKOBA HIGHLANDS

Bilgin Güner<sup>1</sup>, Çağla Özer<sup>2</sup>, Emine Yılmaz<sup>3</sup>

## Abstract

The economic basis of highland farming is generally based on animal husbandry activities. It can be said that animal husbandry in the highlands is mostly carried out with plants that grow naturally. Some of the plants growing in the highlands have been used by people as medicinal and aromatic plants for a long time. There are many types and amounts of medicinal and aromatic plants growing naturally in the highlands around Çaykara. Sıcakoba highland is a highland that has been used by five neighborhoods of Çaykara district of Trabzon for more than three centuries, and the area where medicinal and aromatic plants spread is wide. In parallel with the global development of nature-oriented tourism types, there has been a significant increase in tourism activities in the highlands around Çaykara in recent years. Tourism activities are developing in some of the settlements around Sıcakoba highland. Studies have shown that the consumption of edible wild plants in terms of nutrition has decreased in the early years of the twenty-first century. However, with the covid-19 pandemic, the consumption of wild plants in terms of health and nutrition has increased globally. This global trend can be economically benefited from with gastro-tourism activities based on traditional dishes containing edible plants in the highlands. The aim of this study is to prepare a menu proposal that will support the tourism activities developing in the plateaus of Çaykara district with gastro-tourism activities based on traditional dishes containing medicinal and aromatic plants grown in the region. In this study, 34 plants growing naturally in Sıcakoba Plateau were identified. Traditional dishes using the only plant cultivated since the past, “zagoda”, were created from these plants. It is known that zagoda-like (chives) plants are widely used in European cuisines. A menu was prepared to present these dishes to tourism within the gastro-tourism activities in the region. Based on the dishes in question, suggestions for the development of gastro-tourism activities were presented. Field research, observation, interview and literature review techniques were used in the study.

**Keywords:** Zagoda, Chives, Sıcakoba Plateau Dishes, Gastro-Tourism.

---

<sup>1</sup> Lecturer, Muğla Sıtkı Koçman University, Milas Vocational School, Muğla/Türkiye, [bilginguner@gmail.com](mailto:bilginguner@gmail.com)

<sup>2</sup> Assoc. Dr., İstinye University, Faculty of Fine Arts and Architecture, İstanbul/Türkiye, [cozer@istinye.edu.tr](mailto:cozer@istinye.edu.tr)

<sup>3</sup> Research Assistant Dr., Muğla Sıtkı Koçman University Turizm Faculty, Muğla/Türkiye, [emineyola@mu.edu.tr](mailto:emineyola@mu.edu.tr)

# ADRAMYTEION ANTİK KENTİ'NİN KÜLTÜR TURİZMİ KAPSAMINDA SWOT ANALİZİ

Seznur Avan<sup>1</sup>, Oğuzhan Dülğaroğlu<sup>2</sup>

## Özet

Antik kentler kültür turizmine konu olan önemli turistik ürünlerdir. Balıkesir'in Burhaniye ilçesinde yer alan Adramytteion Antik Kenti de bu turistik ürünlerden biridir. Bu çalışmada Adramytteion Antik Kenti kültür turizmi çerçevesinde incelenmiş ve analiz edilmiştir. Bu çalışmada, Adramytteion Antik Kenti'ne yoğunlaşarak kentin kültür turizmine sağlayabileceği stratejik avantajlar, antik kentin şu an ve ilerideki etkilerini araştırmayı hedeflenmektedir. Araştırmada "kültür turizmi", "turizm ve destinasyon" ve "araştırma alanı: adramytteion antik kenti" gibi konulara değinilmiştir. Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan gözlem tekniğinden yararlanılmıştır. Balıkesir'in Burhaniye ilçesinde Ören Mahallesi'nde yer alan Adramytteion Antik Kenti'nin turizm potansiyeli bu teknik kullanılarak değerlendirilmiş ve durum analizi yapılmıştır. Analiz sırasında antik kentteki tabelalar ve literatür taramasından alınan bilgiler de göz önünde bulundurulmuştur. Araştırmadan elde edilen bulgularda Burhaniye'nin Ören Mahalle'sinde yer alan Adramytteion Antik Kenti'nde ve çevresinde bulunan alanda incelemeler yapılmış ve analiz edilmiştir. Yapılan analizlerde öne çıkan bulgularda, antik kentin bölgenin turizm potansiyeline katkı sağlaması açısından "çevre düzenlemesinin daha özenli ve dikkat çekici olması gerektiği ve antik kenti öne çıkaracak tabela sayısının artırılması gerektiği tespit edilmiştir. Bu çalışmada ele alınan Adramytteion Antik Kenti, 17.07.2024 ile 21.07.2024 tarihleri arasında yazarlar tarafından çekilen fotoğraflarla güçlendirilmiştir. Çalışmada antik kent çevresi incelendiğinde birden fazla arkeolojik bulgular ile antik yerleşim kalıntıları yer almaktadır. Araştırmada bölgeye tanıtım ve pazarlama açısından yatırımlar yapması ve antik kente giden yolun çevresinin düzenlenmesi için turizm paydaşları için birçok öneri geliştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel Miras, Kültür Turizmi, Adramytteion Antik Kenti.

<sup>1</sup> Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konaklama İşletmeciliği, Balıkesir/Türkiye, [seznuravan72@gmail.com](mailto:seznuravan72@gmail.com)

<sup>2</sup> Doç.Dr., Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir/Türkiye, [Oguzhan@balikesir.edu.tr](mailto:Oguzhan@balikesir.edu.tr)

# SWOT ANALYSIS OF ADRAMYTTEION ANCIENT CITY WITHIN THE SCOPE OF CULTURAL TOURISM

Seznur Avan<sup>1</sup>, Oğuzhan Dülğaroğlu<sup>2</sup>

## Abstract

Ancient cities are important touristic products that are subject to cultural tourism. Adramytteion Ancient City located in Burhaniye district of Balıkesir is one of these touristic products. In this study, Adramytteion Ancient City has been examined and analyzed within the framework of cultural tourism. In this study, it is aimed to investigate the strategic advantages that the city could provide to cultural tourism and the current and future effects of the ancient city by focusing on Adramytteion Ancient City. The research touched on topics such as “cultural tourism”, “tourism and destination” and “research area: Adramytteion ancient city”. In the study, observation technique, one of the qualitative research methods, has been used. The tourism potential of Adramytteion Ancient City located in Ören Neighborhood in Burhaniye district of Balıkesir has been evaluated using this technique and a situation analysis was conducted. During the analysis, the signs in the ancient city and the information obtained from the literature review have been also taken into consideration. In the findings obtained from the research, examinations have been carried out and analyzed in the area located in the Adramytteion Ancient City and its surroundings in the Ören Neighborhood of Burhaniye. In the findings that stood out in the analyses, it has been determined that in order for the ancient city to contribute to the tourism potential of the region, “the landscaping should be more meticulous and eye-catching and the number of signs that will highlight the ancient city should be increased. The Adramytteion Ancient City discussed in this study has been reinforced with photographs taken by the authors between 17.07.2024 and 21.07.2024. There have been multiple archaeological findings and ancient settlement ruins when the ancient city surroundings have been examined in the study, In the research, many suggestions have been developed for tourism stakeholders to make investments in the region in terms of promotion and marketing and to organize the surroundings of the road leading to the ancient city.

**Keywords:** Cultural Heritage, Culture Tourism, Adramytteion Ancient City.

---

<sup>1</sup> Graduate Student, Balıkesir University Institute of Social Sciences, Accommodation Management, Balıkesir/Türkiye, [seznuravan72@gmail.com](mailto:seznuravan72@gmail.com)

<sup>2</sup> Assoc. Prof. Dr., Balıkesir University Burhaniye Applied Sciences Faculty, Balıkesir/Türkiye, [Oguzhan@balikesir.edu.tr](mailto:Oguzhan@balikesir.edu.tr)



# KONAKLAMA SEKTÖRÜNDE KARLILIĞI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ: BİST ÖRNEĞİ

Ayşegül Yıldırım Kutbay<sup>1</sup>

## Özet

Çalışmanın amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren ve borsaya kote olmuş turizm sektöründeki şirketlerin performansını kârlılık göstergelerine göre incelemek ve aralarındaki olası ilişkiyi vurgulamaktır. Çalışmada 2012-2022 yılları arasında Borsa İstanbul’da Turizm endeksinde faaliyet gösteren sekiz konaklama sektörü firmasının yıllık bilançolarından elde edilen veriler kullanılmıştır. Çalışmanın bağımlı değişkenleri Özsermaye Kârlılığı ve Aktif Kârlılığı iken bağımsız değişkenler Finansal Kaldıraç Oranları ve Likidite Oranları kullanılmıştır. Ayrıca kontrol değişkeni olarak Duran Varlık/ Toplam Aktif ve Kısa Vadeli Yabancı Kaynak/ Toplam Aktif kullanılmıştır. Araştırmada dengeli panel veri kullanılmıştır. Durağanlık için birim kök testleri yapılmış ve tüm değişkenlerin aynı düzeyde durağan oldukları bulgulanmıştır. Durağanlık sağlandıktan sonra regresyon modeli belirleme testleri yapılmış ve geliştirilen altı modelden beşinin sabit etkiler modeline göre bir modelinde tesadüfi etkiler modeline göre tahminlenmesi gerektiği tespit edilmiştir. Bu doğrultuda regresyon modelleri çalıştırılmış ve arkasından varsayımlardan sapma testleri yapılmıştır. Sabit etkiler regresyon modeli ile tahminlenen modellerde heterokedasite ve otokorelasyon sorunları bulgulanırken yatay kesit bağımlılığına rastlanmamıştır. Tesadüfi regresyon modeli ile tahminlenen modellerde heterokedasite ve yatay kesit bağımlılığına rastlanmaz iken otokorelasyon sorunları bulgulanmıştır. Sabit etkiler modelindeki sorunları kaldırmak için Driscoll-Kraay dirençli tahmincisi kullanılmış, tesadüfi etkiler modelindeki sorunları kaldırmak Huber, Eicker ve White tahmincisi kullanılmıştır. Bulgulara göre; ROA üzerinde Uzun Vadeli Yabancı Kaynak/öz sermaye negatif etkisine rastlanırken Likidite Oranlarından nakit oranının bir etkisinin olmadığı görülmüştür. ROE değişkeni üzerinde de Uzun Vadeli Yabancı Kaynak/öz sermaye negatif etkisine rastlanırken Likidite Oranlarının bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Özsermaye Kârlılığı, Aktif Kârlılığı, Firma Performansı, Turizm.

---

<sup>1</sup> Doktor, Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, Türkiye, [aysegulyildirim@balikesir.edu.tr](mailto:aysegulyildirim@balikesir.edu.tr).

# DETERMINING FACTORS AFFECTING PROFITABILITY IN THE ACCOMMODATION INDUSTRY: SAMPLE OF BIST

Ayşegül Yıldırım Kutbay<sup>1</sup>

## Abstract

The aim of the study is to evaluate the exporters in the tourism sector, which are listed on the stock exchange and operating in Turkey, according to their profitability planning and to emphasize the probable ones between them. The study used data obtained from the annual reports of the series of eight accommodation sectors operating in the Tourism calendar on Borsa Istanbul between the years 2012-2022. The independent variables of the study were Return on Equity and Return on Assets, while the independent variables Financial Leverage Ratios and Liquidity Ratios were used. In addition, Fixed Assets/Total Assets and Short-Term Foreign Resources/Total Assets were used as control variables. The panel used in the study was verified. Unit root tests were performed for stationarity and it was found that all variables were stationary at the same level. After stationarity was achieved, regression modeled determination tests were determined appropriately according to the effects model of five of the six fixed and detailed models, according to the random effects model in a model. In this direction, regression models were run and deviation tests were performed from distances along. While heteroskedasticity and autocorrelation problems were detected in the models estimated with the fixed effects regression model, no extreme cross-sectional fit was found. While heteroskedasticity and extreme cross-section deletion were not found in the models estimated with the random regression model, autocorrelation problems were detected. In order to overcome the problems in the fixed effects model, the Driscoll-Kraay robust estimator was used, and in order to eliminate the problems in the random effects model, the Huber, Eicker and White estimator was used. According to the findings; While a negative effect of Long-Term Foreign Resource/Equity on ROA was found, no effect was seen from the Liquidity Ratios of cash ratio. While a negative effect of Long-Term Foreign Resource/Equity was found, no effect of Liquidity Ratios on the ROE variable was seen.

**Keywords:** Return on Equity, Return on Assets, Firm Performance, Tourism.

---

<sup>1</sup> Doktor, Balıkesir University, Burhaniye Applied Sciences Faculty, Department of Finance and Banking, Türkiye, [aysegulyildirim@balikesir.edu.tr](mailto:aysegulyildirim@balikesir.edu.tr).

# TURİSTİK EŞYA SEKTÖRÜNDE ÇALIŞAN KADINLARIN ÇALIŞAN KADINLARIN KARŞILAŞTIKLARI SOSYO-PSİKOLOJİK ZORLUKLAR VE BAŞ ETME STRATEJİLERİ

Hasan Can Korkmaz<sup>1</sup>, Gizem Özgürel<sup>2</sup>

## Özet

Turistik hediyelik eşya sektöründe çalışan kadınlar, iş yerlerinde çeşitli sosyo-psikolojik zorluklarla karşılaşmaktadır. Bu zorluklar genellikle düşük ücretler, uzun çalışma saatleri ve sosyal destek eksikliği gibi faktörlerden kaynaklanabilmektedir. Kadınlar, müşteri memnuniyetini sağlama baskısı ve iş güvencesizliği nedeniyle yüksek stres seviyelerine ulaşabilmektedirler. Yapılan çalışma, turistik eşya sektöründe kadınların karşılaştıkları zorlukları ve baş etme stratejilerini derinlemesine inceleyerek, iş ortamlarının iyileştirilmesine yönelik öneriler sunmayı amaçlamaktadır. Bu çalışmada nitel araştırma yönetimi benimsenmiştir.. Araştırma evrenini Balıkesir ili Burhaniye ilçesi ve İzmir ili Çeşme ilçesi hatıra-hediyelik eşya sektöründeki kadın girişimciler oluşturmaktadır. Araştırma verileri kartopu örnekleme yönteminden yararlanılarak toplanmıştır. Burhaniye ve Çeşme ilçelerinden 16 katılımcı ile yarı yapılandırılmış soru formu kullanılarak yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularının doğrudan okuyucuya aktarıldığı çalışmada dikkat çekici bulgulardan bazıları şunlardır: Cinsiyet ayrımcılığı, müşteri tacizi, iş-yaşam dengesi ve düşük ücret ve iş güvencesizliği olarak öne çıkmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Girişimcilik, Turizmde Girişimcilik ve Kadın Girişimciliği.

---

<sup>1</sup> Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konaklama İşletmeciliği Balıkesir/Türkiye [hasancan.korkmaz@hotmail.com](mailto:hasancan.korkmaz@hotmail.com)

<sup>2</sup> Doçent, Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir/Türkiye, [gizem.ozgurel@balikesir.edu.tr](mailto:gizem.ozgurel@balikesir.edu.tr)

# **SOCIO-PSYCHOLOGICAL CHALLENGES FACED BY WOMEN WORKING IN THE SOUVENIR INDUSTRY AND COPING STRATEGIES**

**Hasan Can Korkmaz<sup>1</sup>, Gizem Özgürel<sup>2</sup>**

## **Özet**

Women working in the tourism souvenir sector face various socio-psychological challenges in their workplaces. These challenges are often attributed to factors such as low wages, long working hours, and lack of social support. Due to the pressure to ensure customer satisfaction and job insecurity, women can experience high levels of stress. This study aims to investigate the difficulties faced by women in the tourism souvenir sector and their coping strategies in depth, and to offer suggestions for improving work environments. A qualitative research approach has been adopted in this study. The research population consists of female entrepreneurs in the souvenir sector in Burhaniye, Balıkesir, and Çeşme, İzmir. Data for the research were collected using the snowball sampling method. Face-to-face interviews were conducted with sixteen participants from Burhaniye and Çeşme using a semi-structured questionnaire. The study presents findings directly to the reader, with notable results including gender discrimination, customer harassment, work-life balance, and low wages and job insecurity.

**Keywords:** Tourism, Entrepreneurship, Entrepreneurship in tourism and Women Entrepreneurship.

---

<sup>1</sup> Balıkesir University Institute of Social Sciences, Accommodation Management, Balıkesir/Türkiye [hasancan.korkmaz@hotmail.com](mailto:hasancan.korkmaz@hotmail.com)

<sup>2</sup> Assoc. Prof. Dr., Balıkesir University Burhaniye Applied Sciences Faculty, Balıkesir/Türkiye, [gizem.ozgurel@balikesir.edu.tr](mailto:gizem.ozgurel@balikesir.edu.tr)

# TURİZMİN SOSYO KÜLTÜREL ETKİLERİNE YÖNELİK KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA

Sevcan Solunoğlu<sup>1</sup>, Ali Solunoğlu<sup>2</sup>

## Özet

Günümüzde turizm, küresel çapta giderek artan bir hareketliliği yansıtan ve sadece ekonomik bir olgu olmanın ötesine geçerek yerel ve küresel sosyal dokuları derinden etkileyen önemli bir fenomen haline gelmiştir. Turizm, seyahat edenlerin sadece coğrafi bölgeleri keşfetmekle kalmayıp aynı zamanda farklı kültürlerle etkileşimde bulunmalarına olanak tanırken, ziyaret ettikleri yerlerdeki yerel toplumlar üzerinde çeşitli sosyo-kültürel değişikliklere de yol açmaktadır. Bu nedenle turizmin, turistlerin seyahat deneyimlerinin ötesine geçerek, yerel toplumların, kültürel değerlerinden toplumsal dinamiklerine kadar geniş bir yelpazede etkilediği sosyo-kültürel etkileri ayrıntılı bir şekilde incelenmesi gerekmektedir. Turizmin bu etkileri hem olumlu katkılar hem de potansiyel zorluklar içermektedir, bu nedenle turizmin sosyo-kültürel boyutunu anlamak, sürdürülebilir turizm politikaları ve yerel toplumların refahını artırmak için kritik bir öneme sahiptir. Bu çalışmada Covid-19 pandemisi sonrası turizmin sosyo kültürel etkilerini ortaya koymak amacıyla 2021-2024 yılları arasında TRDizin’de taranan dergilerde yer alan çalışmalar taranmış ve kavramsal çerçeve oluşturulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Sosyo Kültürel Etki, Kültür.

---

<sup>1</sup> PhD Student, Ankara Hacı Bayram Veli University, School of Graduate Studies, Department of Recreation Management, Ankara/ Türkiye

<sup>2</sup> Doç.Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Balıkesir/Türkiye

# A CONCEPTUAL STUDY OF THE SOCIO-CULTURAL EFFECTS OF TOURISM

Sevcan Solunoğlu<sup>1</sup>, Ali Solunoğlu<sup>2</sup>

## Abstract

Today, tourism has become an important phenomenon that reflects an increasing mobility on a global scale and goes beyond being just an economic phenomenon and deeply affects local and global social fabrics. While tourism allows travelers to not only explore geographical regions but also interact with different cultures, it also leads to various socio-cultural changes on the local societies in the places they visit. Therefore, it is necessary to examine in detail the socio-cultural effects of tourism that go beyond the travel experiences of tourists and affect local societies in a wide range from cultural values to social dynamics. These effects of tourism include both positive contributions and potential challenges, therefore, understanding the socio-cultural dimension of tourism is of critical importance for sustainable tourism policies and increasing the well-being of local societies. In this study, in order to reveal the socio-cultural effects of tourism after the Covid-19 pandemic, the studies in the journals scanned in TRDizin between 2021-2024 were scanned and a conceptual framework was created.

**Keywords:** Tourism, Socio Cultural Impact, Culture.

---

<sup>1</sup> PhD Student, Ankara Hacı Bayram Veli University, School of Graduate Studies, Department of Recreation Management, Ankara/ Türkiye

<sup>2</sup> Assoc.Prof. Dr., Balıkesir University, Burhaniye Applied Sciences Faculty, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Balıkesir/Türkiye

# TÜRKİYE'DE BELEDİYELER AKILLI TURİZM KONUSUNDA YETERLİ ÇALIŞMA YAPIYOR MU?

Onur Kemal Yılmaz<sup>1</sup>

## Özet

Akıllı turizm uygulamaları, dünya genelinde ülkelerin turizm sektöründeki paylarını artırmak için yöneldikleri bir alandır. Akıllı şehir vizyonundan kaynaklanan akıllı turizm yaklaşımı, turizm sektöründe büyük paya sahip ülkelerin gelecekte daha fazla odaklanacağı bir konudur. Türkiye'de de akıllı turizm uygulamaları dikkat çekmektedir. Son yıllarda bu alandaki uygulamalar dikkat çekici olmuştur. Türkiye'de belediyeler bu alanda çalışma yapma yetkisi, bütçesi ve personeli olan kurumlardır. Şehrin gelişimi ve turizm yapısının iyileştirilmesi, doğrudan belediyelerin yetki ve sorumluluğundadır. Tüm bu teorik çerçeve göz önünde bulundurularak, bu çalışmanın amacı Türkiye'deki belediyelerin akıllı turizm konusunda yeterince aktif olup olmadığını belirlemektir. Bu amaçla, Türkiye'de turizmin en yoğun olduğu bölgelerden biri olan Ege Bölgesi'ndeki kent belediyeleri incelenmiştir. Bu amaçla, belediyelerin stratejik planları belgesel tarama yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmada, belediyelerin akıllı turizm konusunda henüz sistematik bir çalışma yapmadıkları ve bu alandaki farkındalıklarının düşük olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Akıllı turizm, akıllı şehir, turizm, belediye.

---

<sup>1</sup> Doçent Doktor, Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir/ Türkiye, [yilmazonurkemal@gmail.com](mailto:yilmazonurkemal@gmail.com)

# ARE MUNICIPALITIES IN TURKEY DOING ENOUGH WORK ON SMART TOURISM?

Onur Kemal Yılmaz<sup>1</sup>

## Abstract

Smart tourism applications are an area that countries around the world are turning to in order to increase their share in the tourism sector. The smart tourism approach, which stems from the smart city vision, is an issue that countries with a large share in the tourism sector will focus on more in the future. Smart tourism applications are also drawing attention in Turkey. In recent years, applications in this area have been striking. Regarding this issue, municipalities in Turkey are institutions that have the authority, budget and personnel to work in this field. The development of the city and the improvement of its tourism structure are the direct authority and responsibility of the municipalities. Considering all this theoretical framework, the aim of this study is to determine whether municipalities in Turkey are sufficiently active in smart tourism. For this purpose, the urban municipalities of the Aegean region, one of the regions where tourism is most intense in Turkey, were examined. For this purpose, the strategic plans of the municipalities were examined by documentary scanning method. In the research, it was determined that the municipalities had not yet conducted a systematic study on smart tourism and that their awareness in this area is low.

**Keywords:** Smart tourism, smart city, tourism, municipality.

---

<sup>1</sup> Assoc. Prof. Dr., Balıkesir University, Burhaniye Applied Sciences Faculty, Balıkesir/ Türkiye, [yilmazonurkemal@gmail.com](mailto:yilmazonurkemal@gmail.com)



# YENİLENEBİLİR ENERJİ ÜRETİMİNİN DÖVİZ KURU VE DIŞ TİCARET ÜZERİNE ETKİSİ

Hasan Hüseyin Yıldırım<sup>1</sup>, Batuhan Kürşad AKGÜL<sup>2</sup>

## Özet

Yenilenebilir enerji üretiminin döviz kuru ve dış ticaret üzerindeki etkileri, ekonomik ve çevresel açıdan önemli sonuçlar doğurmaktadır. Yenilenebilir enerji kaynakları, özellikle güneş ve rüzgar enerjisi, fosil yakıtlara bağımlılığı azaltarak enerji güvenliğini artırır ve sürdürülebilir kalkınmayı destekler. Ancak, bu geçiş sürecinin döviz kurları ve dış ticaret dengesi üzerindeki etkileri karmaşık bir yapıya sahiptir. Yenilenebilir enerji yatırımları, genellikle yüksek başlangıç maliyetleri ve teknolojiye olan bağımlılık nedeniyle döviz kuru üzerinde doğrudan bir etki yapabilir. Enerji teknolojilerinin büyük bir kısmı yurtdışından ithal edildiğinden, döviz kuru dalgalanmaları, yenilenebilir enerji projelerinin maliyetlerini etkileyebilir. Özellikle döviz kuru düşüşleri, ithalat maliyetlerini artırarak proje bütçelerini zorlarken, döviz kuru artışları ise maliyetleri azaltabilir. Dış ticaret açısından, yenilenebilir enerji üretiminin artışı, enerji ithalatını azaltarak ticaret açığını daraltabilir. Enerji ithalatının azalması, ülkenin dış ticaret dengesi üzerinde olumlu bir etki yaparak ekonomik istikrarı destekleyebilir. Ayrıca, yenilenebilir enerji teknolojileri ihracatı, ülkenin uluslararası ticarete rekabet avantajı elde etmesini sağlayabilir. Özellikle yenilenebilir enerji ekipmanlarının ihracatı, döviz girdilerini artırarak ekonomik büyümeye katkıda bulunabilir. Sonuç olarak, yenilenebilir enerji üretiminin döviz kuru ve dış ticaret üzerindeki etkileri, hem kısa vadeli maliyet değişiklikleri hem de uzun vadeli ekonomik faydalar açısından dikkate alınmalıdır. Bu etkiler, enerji politikalarının ve ekonomik stratejilerin şekillendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmada Türkiye 2014 yılından 2024 yılına kadarki yenilenebilir enerjiden sağladığı aylık bazdaki enerji üretimi ile dış ticaret ve döviz kuru arasındaki ilişki incelenecektir. Çalışmanın uygulama kısmında ise zaman serisi analizlerinden regresyon analizi ve korelasyon analizleri yapılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Bank Yenilenebilir Enerji, Döviz kuru, Dış Ticaret, Zaman Serisi Analizi.

<sup>1</sup> Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, [hh yıldırım@balikesir.edu.tr](mailto:hh yıldırım@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Uluslararası Ticaret ve Pazarlama ABD Yüksek Lisans Öğrencisi, [bthnkrsd@gmail.com](mailto:bthnkrsd@gmail.com)

# THE IMPACT OF RENEWABLE ENERGY PRODUCTION ON EXCHANGE RATES AND FOREIGN TRADE

Hasan Hüseyin Yıldırım<sup>1</sup>, Batuhan Kürşad AKGÜL<sup>2</sup>

## Abstract

The effects of renewable energy production on exchange rate and foreign trade have important economic and environmental consequences. Renewable energy sources, especially solar and wind energy, reduce dependence on fossil fuels, increase energy security and support sustainable development. However, the effects of this transition process on exchange rates and foreign trade balance are complex. Renewable energy investments can have a direct effect on the exchange rate due to their generally high initial costs and dependence on technology. Since a large part of energy technologies are imported from abroad, exchange rate fluctuations can affect the costs of renewable energy projects. While decreases in exchange rates, in particular, increase import costs and strain project budgets, exchange rate increases can reduce costs. In terms of foreign trade, the increase in renewable energy production can narrow the trade deficit by reducing energy imports. The decrease in energy imports can have a positive effect on the country's foreign trade balance and support economic stability. In addition, exports of renewable energy technologies can provide a country with a competitive advantage in international trade. Exports of renewable energy equipment in particular can contribute to economic growth by increasing foreign exchange inflows. As a result, the effects of renewable energy production on foreign exchange and foreign trade should be taken into account in terms of both short-term cost changes and long-term economic benefits. These effects play an important role in shaping energy policies and economic strategies. In this study, the relationship between Turkey's monthly renewable energy production from 2014 to 2024, foreign trade and foreign exchange rates will be examined. In the application part of the study, regression analysis and correlation analyses from time series analyses will be conducted.

**Keywords:** Bank Renewable Energy, Foreign Exchange, Foreign Trade, Time Series Analysis.

---

<sup>1</sup> Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, [hh yıldırım@balikesir.edu.tr](mailto:hh yıldırım@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Uluslararası Ticaret ve Pazarlama ABD Yüksek Lisans Öğrencisi, [bthnkrşd@gmail.com](mailto:bthnkrşd@gmail.com)

# EKONOMİK ÖZGÜRLÜK VE FİNANSAL DERİNLEŞME ARASINDAKİ İLİŞKİ

Cevriye Yüksel Yıldırım<sup>1</sup>

## Özet

Ekonomik özgürlük ve finansal derinleşme arasındaki ilişki, ülkelerin ekonomik büyümesi ve kalkınması bakımından önemli bir konudur. Finansal derinleşme kavramı ülkelerin finansal sisteminin genişlemesi ve derinleşmesi anlamına gelmektedir. Söz konusu bu kavram kredi ve sermaye piyasalarının erişilebilirliğinin artırılması, finansal araçların çeşitlenmesi ve finansal hizmetlerin yaygınlaşmasını içermektedir. Ekonomik özgürlük kavramı ise kişilerin ekonomik faaliyetlerde bulunma özgürlüğünü, mülkiyet haklarının güvenliğini, ticaret özgürlüğünü ve devlet müdahalesinin derecesini ölçen bir göstergelyi ifade etmektedir. Bu bağlamda iki kavram arasındaki ilişki, ekonomik kalkınma ve istikrar için önem arz etmektedir. Zira; finansal derinleşme, ekonomik özgürlüğün bir yansıması olarak değerlendirilebilir çünkü daha derin ve gelişmiş finansal sistemler, ekonomik faaliyetlerin daha etkin ve verimli bir şekilde yürütülmesine olanak sağlamaktadır. Bu açıdan finansal derinleşme, bireylerin girişimcilik fırsatlarına erişimini kolaylaştırarak ve yatırım yapma olanaklarını artırarak ekonomik özgürlüğü güçlendirebilmektedir. Aynı zamanda, daha iyi işleyen bir finansal sistem, piyasaların şeffaflığını ve rekabetçiliğini artırarak ekonomik özgürlüğü olumlu yönde etkileyebilir. Ekonomik özgürlük endeksi yüksek olan ülkelerde, finansal sistemlerin daha derin ve erişilebilir olması daha olasıdır. Bu çalışmada Türkiye ve seçili ülkelerin finansal derinleşme ile ekonomik özgürlük endeksi değişkenlerinin 1995-2024 yılları arasındaki oluşturulan yıllık veri setiyle korelasyon, eş bütünleşme ilişkisi ve nedensellik analizleri yapılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Finansal Derinleşme, Ekonomik Özgürlük Endeksi, Eş Bütünleşme, Nedensellik Analizleri, Korelasyon

---

<sup>1</sup> Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü, Balıkesir / Türkiye, [cyildirim@balikesir.edu.tr](mailto:cyildirim@balikesir.edu.tr)

# THE RELATIONSHIP BETWEEN ECONOMIC FREEDOM AND FINANCIAL DEEPENING

Cevriye Yüksel Yıldırım<sup>1</sup>

## Abstract

The relationship between economic freedom and financial deepening is an important issue for the economic growth and development of countries. The concept of financial deepening means the expansion and deepening of the financial system of countries. This concept includes increasing the accessibility of credit and capital markets, diversifying financial instruments and expanding financial services. The concept of economic freedom refers to an indicator that measures the freedom of individuals to engage in economic activities, the security of property rights, freedom of trade and the degree of state intervention. In this context, the relationship between the two concepts is important for economic development and stability. For Financial deepening can be considered a reflection of economic freedom because deeper and more developed financial systems allow economic activities to be carried out more effectively and efficiently. In this respect, financial deepening can strengthen economic freedom by facilitating individuals' access to entrepreneurial opportunities and increasing investment opportunities. At the same time, a better functioning financial system can positively impact economic freedom by increasing the transparency and competitiveness of markets. In countries with a high index of economic freedom, financial systems are more likely to be deeper and more accessible. In this study, correlation, cointegration relationship and causality analyzes will be conducted on the financial deepening and economic freedom index variables of Turkey and selected countries with the annual data set created between 1995-2024.

**Keywords:** Financial Deepening, Economic Freedom Index, Co-Integration, Causality Analyses, Correlation

---

<sup>1</sup> Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü, Balıkesir / Türkiye, [cyildirim@balikesir.edu.tr](mailto:cyildirim@balikesir.edu.tr)

# GENİŞ TANIMLI İŞSİZLİK, GÜCENMİŞ İŞGÜCÜ: TÜRKİYE EMEK PİYASASINDAN YATAY KESİT KANITLAR

Sabriye Çelik Uğuz<sup>1</sup>, Ferhat Topbaş<sup>2</sup>

## Özet

Ülkelerin makroekonomik performansı açısından en önemli göstergelerden birinin işsizlik oranları olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), işsizliğin ölçümünde Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) tanımını referans almaktadır. Buna göre işsiz; “Referans haftasında istihdamda olmayan, son dört hafta içerisinde aktif olarak iş arayan, iş bulduğu takdirde 2 hafta içinde işbaşı yapabilecek durumda olan kişi” olarak tanımlanmaktadır. Ancak son dönemde ilgili alanyazında bu tanımlamanın yetersiz olduğu konusunda tartışmalar mevcuttur. Çünkü ILO tanımında olduğu gibi TÜİK tanımında da bir süre iş aramış, işsizlik tanımına girmiş kişiler, iş aramayı bıraktıkları zaman işsiz sayılmamakta ve işsizlik oranına dâhil edilmemektedir. TÜİK tarafından gerçekleştirilen Hanehalkı İşgücü Anketi soru kağıdı incelendiğinde, kişinin iş aramama nedenine ilişkin soru “Çalışmak istemenize rağmen, belirtilen dönemde (iş aramamanızın/ iş arama kanallarını kullanmamanızın) esas nedeni nedir?” biçimindedir ve cevaplar arasında, “Daha önce çok iş aramasına rağmen bulamaması”, “Kendi vasıflarına uygun bir iş bulamayacağını düşünmesi” ve “Yaşadığı bölgede iş bulamayacağını düşünmesi” gibi cevaplar yer almaktadır. Literatürde güceniş işgücü olarak tanımlanan ve kişinin aslında çalışmak istek ve iradesinde olması ancak daha önce çok iş aradığı ve bulamadığı için artık iş aramayı bırakması durumunu tanımlamaktadır. Dolayısıyla son dört hafta içerisinde iş aramadığı için işsiz olarak sayılmamaktadır. Özellikle ekonomik daralma dönemlerinde daha baskın şekilde kendini gösteren güceniş işgücü etkisi, işsizliğin gerçek boyutları ile ortaya konulamamasına neden olmaktadır. Çalışmada ekonomik daralmanın yoğun şekilde yaşandığı dolayısıyla güceniş işgücü etkisinin arttığı 2018-2021 dönemi hanehalkı işgücü anketi verileri kullanılarak, geçmişte Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması (NACE Rev. 2)’ye göre “Toptan ve perakende ticaret, ulaştırma ve depolama, konaklama ve yiyecek hizmeti” işinde çalışmış fakat cari dönemde istihdamda olmayan kişilerin iş arama/aramama kararını (gücenişlik) belirleyen değişkenlerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bahsi geçen 4 yıla ait toplamda 32503 bireye ait veriler kullanılarak yapılan “Binary Lojistik Regresyon” tahminlerinden yola çıkılarak, cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi, medeni durum, işsizlik süresi gibi unsurların kişilerin iş arama kararı üzerindeki etkisi ortaya koyulmuştur. Ayrıca, güncel işsizlik tanımının, işsizliğin gerçek boyutlarını ortaya koymadaki yetersizliği üzerine yapılan tartışmalardan yola çıkarak, söz konusu meslek grubu işin geniş tanımlı işsizlik hesaplamaları da yapılarak, ilgili meslekte 2018-2021 döneminde yaşanan işsizliğin gerçek etkileri ortaya konulmaya çalışılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** İşsizlik Oranı, Geniş Tanımlı İşsizlik, Güceniş İşgücü, Lojistik Regresyon Analizi.

<sup>1</sup> Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, [sabriyecelik@balikesir.edu.tr](mailto:sabriyecelik@balikesir.edu.tr),

<sup>2</sup> Doç. Dr., İzmir Demokrasi Üniversitesi, [ferhat.topbas@idu.edu.tr](mailto:ferhat.topbas@idu.edu.tr)

# **BROAD-DEFINED UNEMPLOYMENT, DISCOURAGED WORK-FORCE: CROSS-SECTION EVIDENCE FROM THE TURKISH LABOR MARKET**

**Sabriye Çelik Uğuz<sup>1</sup>, Ferhat Topbaş<sup>2</sup>**

## **Abstract**

It is an indisputable fact that one of the most important indicators in terms of the macroeconomic performance of countries is unemployment rates. Turkish Statistical Institute (TUIK) uses the International Labor Organization (ILO) definition as reference in measuring unemployment. Accordingly, unemployed; It is defined as "a person who is not employed during the reference week, is actively looking for a job in the last four weeks, and is able to start work within 2 weeks if he finds a job." However, there have been recent discussions in the relevant literature about the inadequacy of this definition. Because, as in the ILO definition, in the TUIK definition, people who have looked for a job for a while and are included in the definition of unemployment are not considered unemployed when they stop looking for a job and are not included in the unemployment rate. When the Household Labor Force Survey questionnaire conducted by TUIK is examined, the question regarding the reason for not looking for a job is "Although you want to work, what is the main reason for not looking for a job / not using job search channels) in the specified period?" It is in the form of answers such as "He has been looking for a job for a long time but could not find one", "He thinks he cannot find a job suitable for his qualifications" and "He thinks he cannot find a job in the region he lives in". It is defined as resentful workforce in the literature and describes the situation where the person actually has the desire and will to work, but has stopped looking for a job because he/she has searched for a job a lot before and could not find it. Therefore, is not counted as unemployed because has not looked for a job in the last four weeks. The resentful workforce effect, which manifests itself more dominantly especially during periods of economic contraction, causes unemployment to be unable to be revealed in its true dimensions. In the study, using household labor force survey data for the 2018-2021 period, when the economic contraction was intense and the effect of resentful labor increased, according to the Statistical Classification of Economic Activities in the European Community (NACE Rev. 2) in the past, "Wholesale and retail trade, transportation and storage, accommodation and food It was aimed to determine the variables that determine the decision (resentment) of looking for a job or not looking for a job of people who worked in "service" jobs but were not employed in the current period. Based on the "Binary Logistic Regression" estimates made using data from a total of 32503 individuals for the mentioned 4 years, the effect of factors such as gender, age, education level, marital status, unemployment period on people's job search decision was revealed. In addition, based on the discussions on the inadequacy of the current definition of unemployment in revealing the real dimensions of unemployment, the broad definition unemployment calculations of the profession in question will be made and the real effects of unemployment experienced in the relevant profession in the 2018-2021 period will be tried to be revealed.

**Keywords:** Unemployment Rate, Broad-Defined of Unemployment, Discouraged Work-force, Logistics Regression Analysis.

---

<sup>1</sup> Prof. Dr., Balıkesir University, Burhaniye Applied Sciences Faculty, [sabriyecelik@balikesir.edu.tr](mailto:sabriyecelik@balikesir.edu.tr),

<sup>2</sup> Assoc. Prof. Dr., İzmir Democracy University, [ferhat.topbas@idu.edu.tr](mailto:ferhat.topbas@idu.edu.tr)

# İKİZ DÖNÜŞÜM: BİBLİYOMETRİK ANALİZ

Ayşe Nur Buyruk Akbaba<sup>1</sup>

## Özet

İkiz dönüşüm, dijital ve yeşil dönüşüm süreçlerinin entegrasyonudur. İşletmelerde, dijital ve sürdürülebilirlik hedeflerinin eş zamanlı olarak gerçekleştirilme boyutunu gösterir. Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler ve çevresel sorunlara yönelik daha fazla duyarlılık ile ikiz dönüşümle ilgili çalışmalarda artış yaşanmaya başlanmıştır. Sektörel açıdan birçok alanda ikiz dönüşüme ilişkin çalışmalar yapılmış, işletmeler dönemseller olarak hedefledikleri stratejileri gerçekleştirmek adına projeler hayata geçirmişlerdir. Yaşanan tüm gelişimler esas alınarak bu çalışmada, işletmeler açısından ikiz dönüşüm kavramının ne olduğu, gelişim süreci ve bu konudaki literatürde yapılan çalışmalar incelenmiştir. Scopus'ta yayımlanmış bilimsel nitelikteki çalışmalara yönelik bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, doküman incelemesi yoluyla elde edilen verilerle nitel araştırma yöntemlerinden bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde MAXQDA programı kullanılmıştır. Yapılan araştırmaya göre ikiz dönüşüme yönelik işletme, finans, muhasebe alanında çok fazla çalışma yapılmadığı, dijital dönüşüm ve yeşil dönüşüm konularına yönelik daha fazla çalışma yapıldığı görülmüştür. Çalışmaların çoğunlukla İngilizce dilinde olduğu, diğer dillere ait çalışmaların sayıca az olduğu belirlenmiştir. Son dönemlere yönelik yapılan çalışmaların daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Analize dahil edilen çalışmalara yönelik detaylı değerlendirmelere çalışmada yer verilmiştir. Bu çalışma ile ikiz dönüşüm konusuna yönelik işletmelerin yaptığı çalışmalar ve yayımlanan bilimsel nitelikteki çalışmalar hakkında bilgiler sunularak, bilimsel açıdan bilgi kullanıcılarına destek sağlanması amaçlanmış ve yol gösterici olması adına öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Dönüşüm, İkiz Dönüşüm, Bibliyometrik.

---

<sup>1</sup> Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, Balıkesir/Türkiye, [aysenur.akbaba@balikesir.edu.tr](mailto:aysenur.akbaba@balikesir.edu.tr)

# TWIN TRANSFORMATION: BIBLIOMETRIC ANALYSIS

Ayşe Nur Buyruk Akbaba<sup>1</sup>

## Abstract

Twin transformation is the integration of digital and green transformation processes. It shows the simultaneous realization of digital and sustainability goals in businesses. With the increasing technological developments and sensitivity towards environmental issues today, there has been an increase in studies on twin transformation. Studies on twin transformation have been conducted in many areas from a sectoral perspective. Businesses have implemented projects periodically to realize their targeted strategies. In the study have examined the concept of twin transformation in businesses, its development process and the studies conducted in the literature on this subject. A research has been conducted on the scientific studies published in Scopus. This research has conducted a document review. The data has used with bibliometric analysis method. In the analysis of research data has used in MAXQDA program. According to the research, there are not many studies on twin transformation in the fields of business, finance and accounting and more studies have conducted on digital transformation and green transformation. It has determined that most of the studies are in English. Studies in other languages are less. There are more studies done in recent times. It is included in detailed information about the studies. This study provides information on the work done by businesses and published scientific studies on the subject of twin transformation. It is aimed to provide support to information users from a scientific perspective and suggestions are presented to guide.

**Keywords:** Transformation, Twin Transformation, Bibliometric.

---

<sup>1</sup> Assoc.Prof.Dr., Balıkesir University Burhaniye Applied Sciences Faculty, Finance and Banking Department, Balıkesir/Türkiye, [aysenur.akbaba@balikesir.edu.tr](mailto:aysenur.akbaba@balikesir.edu.tr)



# BALIKESİR İLİNİN TÜRKİYE E-TİCARET, İHRACAT VE E-İHRACATINDAKİ PAYI

Sevgi Sezer<sup>1</sup>, Tezcan Abasız<sup>2</sup>

## Özet

Bu çalışma, Balıkesir ilinin Türkiye'nin e-ticareti, ihracatı ve e-ihracatı üzerindeki etkisini incelemekte ve ülke ekonomisindeki artan önemini vurgulamaktadır. Balıkesir'i e-ticarette önemli bir katılımcı haline getiren coğrafi dinamikleri anlamak için beş yıllık bir zaman aralığındaki verileri kullanarak gerçekleştirilecek nicel analiz, tarım ürünleri, tekstil ve yenilenebilir enerji bileşenleri ağırlıklı olmak üzere Balıkesir'in e-ticaret ve ihracat açısından önde gelen sektörlerini belirleyecektir. Altyapı ve devlet teşviklerinin Balıkesir'in dijital satış ve uluslararası ticaret yeteneklerini nasıl geliştirdiği incelenecektir.

Balıkesir'in avantajlı konumu ve etkin lojistik ağları, e-ihracatın büyüme oranlarının komşu illere kıyasla daha yüksek olmasını sağlamıştır. Balıkesir'deki yerel KOBİ'ler, pazar erişim alanlarını genişletmek için dijital platformları benimseyerek, Türkiye'nin e-ihracat istatistiklerine önemli katkı vermiştir. Çalışmada ayrıca bu işletmelerin karşılaştığı dijital okuryazarlık ve pazar rekabeti gibi sorunlar da tartışılacaktır.

Araştırma çalışması sonucunda, Balıkesir'in dijital çağdaki ekonomik potansiyelini vurgulayarak, e-ticaret ve ihracat sektörlerini geliştirmeye yönelik sorunların çözümü için politika önerilerinde bulunulacaktır. Böylece çalışma, internet ticaretindeki bölgesel farklılıkların daha iyi anlaşılmasına katkı sağlamayacaktır ancak politika yapıcılara Türkiye genelinde dengeli ekonomik büyümeyi teşvik etmeye yönelik fikirler sunacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Balıkesir, e-ticaret, ihracat ve e-ihracat, dijital dönüşüm.

---

<sup>1</sup> Doç.Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, Balıkesir/Türkiye, [sevgi.sezer@balikesir.edu.tr](mailto:sevgi.sezer@balikesir.edu.tr),

<sup>2</sup> Doç.Dr., Bülent Ecevit Üniversitesi, İİBF. İktisat Politikası Bölümü, Zonguldak/ Türkiye, [tezcan.abasiz@beun.edu.tr](mailto:tezcan.abasiz@beun.edu.tr),

# THE CONTRIBUTION OF BALIKESIR PROVINCE TO TURKEY'S E-COMMERCE, EXPORTS AND E-EXPORTS

Sevgi Sezer<sup>1</sup>, Tezcan Abasiz<sup>2</sup>

## Abstract

This study analyzes the influence of Balıkesir Province on Turkey's e-commerce, exports, and e-exports, emphasizing its rising importance in the national economy. A five-year quantitative investigation will identify the regional factors that have made Balıkesir a prominent e-commerce player. This investigation will highlight key industries in Balıkesir's e-commerce and exports, including agricultural products, textiles, and renewable energy components. The research will look into how infrastructure and government incentives improved Balıkesir's digital sales and international trade capacities.

Balıkesir's excellent location and strong logistical networks have led to higher growth rates in e-exports than adjacent provinces. Local SMEs in Balıkesir have made major contributions to Turkey's e-export statistics by using digital platforms to increase their market reach. The research will also address difficulties that small firms confront, such as digital literacy and market rivalry.

The research will highlight Balıkesir's economic potential in the digital era and offer policy ideas to tackle issues in e-commerce and exports. Thus, the study will not help to a better understanding of regional discrepancies in online commerce, but it will give policymakers with insights into how to encourage balanced economic growth throughout Turkey.

**Keywords:** Balıkesir, e-commerce, exports, e-exports, digital transformation.

---

<sup>1</sup> Assoc. Prof. Dr., Balıkesir University, Burhaniye Faculty of Applied Sciences, Finance and Banking Department, Balıkesir/ Türkiye, [sevgi.sezer@balikesir.edu.tr](mailto:sevgi.sezer@balikesir.edu.tr).

<sup>2</sup> Assoc. Prof. Dr., Bulent Ecevit University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economic Policy, Zonguldak, Türkiye, [tezcan.abasiz@beun.edu.tr](mailto:tezcan.abasiz@beun.edu.tr).

# YÖNETİM KURULU ÜYELERİNİN EĞİTİM DÜZEYLERİNİN FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİ: BİST TURİZM İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Mehmet Oğuzhan İlban<sup>1</sup>, Mehmet Tahsin Liceli<sup>2</sup>, Çağla Topcuoğlu<sup>3</sup>

## Özet

Yönetim kurulları, işletmelerin stratejik kararlarının alındığı ve işletme performansını doğrudan etkileyen önemli bir organdır. Yönetim kurulu üyelerinin sahip olduğu eğitim düzeyleri, bilgi birikimleri ve sahip olduğu bu bilgileri karar alma sürecinde kullanabilmesi de, işletmenin hem rekabet gücünü hem de firma performansını artırabilir. Bu doğrultuda çalışmanın temel amacı yönetim kurulu üyelerinin eğitim düzeylerinin firma performansına etkisini incelemektir. Bu kapsamda firma performansı ölçütü olarak aktif karlılık oranı (ROA) ve özkaynak karlılık oranı (ROE) bağımlı değişken olarak kullanılacaktır. Yönetim kurulu üyelerinin lisansüstü eğitimi alıp almaması, yurtdışı eğitimi alıp almaması, turizm eğitimi alıp almaması, turizm dışında alınan eğitim alanları değişkenleri bağımsız değişken olarak kullanılacaktır. Veri seti BİST turizm işletmelerinin faaliyet raporlarından toplanacaktır. Çalışma sonucunda yönetim kurullarının oluşturulmasında eğitim düzeyinin dikkate alınmasının gerekliliğine dair önemli bilgiler sunulacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Firma Performansı, Turizm İşletmeleri, Yönetim Kurulları.

---

<sup>1</sup> Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir/Türkiye, [ilban@balikesir.edu.tr](mailto:ilban@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Arş. Gör. Dr., Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir/Türkiye, [liceli@balikesir.edu.tr](mailto:liceli@balikesir.edu.tr)

<sup>3</sup> Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir/Türkiye, [cgltopcuoglu@gmail.com](mailto:cgltopcuoglu@gmail.com)

# THE IMPACT OF EDUCATION LEVELS OF BOARD MEMBERS ON COMPANY PERFORMANCE: AN APPLICATION ON BIST TOURISM ENTERPRISES

Mehmet Oğuzhan İlban<sup>1</sup>, Mehmet Tahsin Liceli<sup>2</sup>, Çağla Topcuoğlu<sup>3</sup>

## Abstract

Boards of directors are an important body where strategic decisions of businesses are made and directly affect the performance of the business. The education levels, knowledge accumulations of the board members and their ability to use this information in the decision-making process can increase both the competitive power of the business and the performance of the company. In this context, the main purpose of the study is to determine the effect of the education levels of the board members on the performance of the company. In this context, the return on assets ratio (ROA) and return on equity ratio (ROE) will be used as dependent variables as firm performance measures. The variables such as whether the board members have a postgraduate education, whether they have received education abroad, whether they have received tourism education, and the fields of education received outside of tourism will be used as independent variables. The data set will be collected from the activity reports of BIST tourism businesses. As a result of the study, important information will be presented regarding the necessity of considering the level of education in the formation of boards of directors.

**Keywords:** Boards of Directors, Firm Performance, Tourism Enterprises.

---

<sup>1</sup> Prof. Dr., Balıkesir University Burhaniye Applied Sciences Faculty, Balıkesir/Türkiye, [ilban@balikesir.edu.tr](mailto:ilban@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Research Assistant Dr., Balıkesir University Burhaniye Applied Sciences Faculty, Balıkesir/Türkiye, [liceli@balikesir.edu.tr](mailto:liceli@balikesir.edu.tr)

<sup>3</sup> Master of Science, Balıkesir University Institute of Social Sciences, Balıkesir/Türkiye, [cgltopcuoglu@gmail.com](mailto:cgltopcuoglu@gmail.com)

# KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE KAMU VE ÖZEL SEKTÖR İŞLETMELERİNE YÖNELİK MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: EDREMİT KÖRFEZİ ÖRNEĞİ

Nur Yıldız<sup>1</sup>, Fatih Çolakoğlu<sup>2</sup>

## Özet

Turizm sektörünün en önemli unsurlarından biri, hiç şüphesiz konaklama işletmeleridir. Bu işletmeler, sektörün taşıma kapasitesini oluşturmaları ve turizme önemli finansal katkılar sağlamaları açısından özellikle incelenmesi gereken yapı taşlarıdır. Konaklama işletmeleri farklı kriterlere göre sınıflandırılabilir; bunlar arasında, kamu sektörü tarafından desteklenen eğitim ve uygulama tesisleri ile özel sektör işletmeleri de yer almaktadır. Her iki işletme türü birçok açıdan benzerlik gösterse de, yönetim, pazarlama ve müşteri ilişkileri gibi alanlarda birbirinden ayrılabilir. Özellikle müşteri şikayetlerinin değerlendirilmesi ve bu geri bildirimlerle işletmenin yaşam döngüsünü uzatma çabaları, bu farklılıkların belirginleştiği noktalardan biridir. Bu çalışmanın amacı, kamu ve özel sektör konaklama işletmelerinde müşteri şikayetlerinin hangi alanlarda yoğunlaştığını tespit etmek ve bu iki işletme türü arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koymaktır. Araştırma kapsamında, oda sayısı ve hizmet standartları bakımından birbirine benzer iki kamu eğitim ve uygulama tesisi ile iki özel konaklama işletmesi seçilmiştir. Müşteri şikayetlerini belirlemek amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan veriler, dört işletme için de Google yorumlarından elde edilmiştir. Dört işletme için de 2021, 2022, 2023 yıllarındaki yorumlar değerlendirmeye alınmıştır. Bu yorumlar değerlendirilerek, ana ve alt temalar oluşturulmuştur. Sonuç olarak, her işletmede benzer müşteri şikayetleri bulunmakla birlikte, temizlik, yiyecek-içecek kalitesi ve personel tutumu gibi ana temalarda farklılaşmalar gözlemlenmiştir. Araştırmada akademisyenler ve sektör paydaşları için de öneriler geliştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Konaklama İşletmeleri, Müşteri Şikâyeti, Kamu İşletmeleri, Özel Sektör İşletmeleri.

<sup>1</sup> Bilim Uzmanı, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir/Türkiye, [nur.yildiz@balikesir.edu.tr](mailto:nur.yildiz@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Öğretim Görevlisi Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir/Burhaniye, [fatih.colakoglu@balikesir.edu.tr](mailto:fatih.colakoglu@balikesir.edu.tr)

# THE EVALUATION OF CUSTOMER COMPLAINTS IN PUBLIC AND PRIVATE SECTOR ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS: AN EXAMPLE OF EDREMIT GULF

Nur Yıldız<sup>1</sup>, Fatih Çolakoğlu<sup>2</sup>

## Abstract

One of the most important elements of the tourism sector is undoubtedly accommodation establishments. These establishments are essential components that should be closely examined due to their role in shaping the sector's carrying capacity and their significant financial contributions to tourism. Accommodation establishments can be classified according to various criteria, including those supported by the public sector, such as training and practice facilities, as well as those operated by the private sector. Although both types of establishments share many similarities, they can differ in areas such as management, marketing, and customer relations. The evaluation of customer complaints and efforts to extend the life cycle of the business through customer feedback are among the aspects where these differences become apparent. The purpose of this study is to identify the areas in which customer complaints are concentrated in public and private sector accommodation establishments and to reveal the similarities and differences between these two types of businesses. For this research, two public training and practice facilities and two private accommodation establishments with similar room numbers and service standards were selected. Content analysis, one of the qualitative research methods, was used to determine customer complaints. The data used in the research was obtained from Google reviews for all four establishments. Comments for the years 2021, 2022 and 2023 were taken into consideration for all four businesses. These reviews were evaluated, and main and sub-themes were established. As a result, while there are similar customer complaints across all establishments, differences were observed in the main themes of cleanliness, food and beverage quality, and staff attitude. In the research, recommendations were also developed for academics and industry stakeholders.

**Keywords:** Accommodation Establishments, Customer Complaint, Public Sector Establishments, Private Sector Establishments.

---

<sup>1</sup> Master of Science, Balıkesir University Institute of Social Sciences, Balıkesir/Türkiye, , [nur.yildiz@balikesir.edu.tr](mailto:nur.yildiz@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Lecturer Dr., Balıkesir University, Burhaniye Applied Sciences Faculty, Balıkesir/Burhaniye, [fatih.colakoglu@balikesir.edu.tr](mailto:fatih.colakoglu@balikesir.edu.tr)

# ASKERİ OLMAYAN TAKTİKLER ÇERÇEVESİNDE NATO'NUN GÜVENLİK STRATEJİLERİ

Gülşah Özdemir<sup>1</sup>, Elçin Mürseloğlu<sup>2</sup>

## Özet

NATO'nun askeri olmayan stratejileri, doğrudan askeri müdahale olmaksızın güvenlik sorunlarını ele almayı amaçlayan çok çeşitli yaklaşımları kapsar. Bu stratejiler, tarafsız devletlerle işbirliğini güçlendirmeyi ve onları güvenlik tüketicilerinden güvenlik sağlayıcılarına dönüştürmeyi ve böylece bölgesel istikrarı güçlendirmeyi hedeflemektedir. Hibrit tehditlere karşı askeri ve askeri olmayan güçlerin entegrasyonu da önemli bir bileşendir ve politik, ekonomik ve sosyal boyutları içeren kapsamlı bir yaklaşıma duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır.

Bu kapsamda, NATO tarafından tanıtılan 2010 ve 2022 Stratejik Konsepti, terörizm, siber tehditler ve enerji güvenliği gibi sorunlarla mücadele için bir dizi askeri olmayan yaklaşımı ortaya koymuştur. Bu stratejik değişim, geleneksel askeri metodolojilerin ötesine uzanan daha kapsamlı bir stratejinin gerekliliğinin altını çizmekte ve ittifakın çerçevesinde askeri olmayan taktiklerin günümüz güvenlik endişelerini ele almak için artan önemini kabul etmektedir.

NATO'nun dinamik ve gelişen stratejisi, modern güvenlik tehditlerini etkili bir şekilde ele almak için yönetim, siyasi uyum ve teknolojik ilerlemelere öncelik veren çeşitli askeri olmayan taktikleri entegre etmektedir. Yalnızca yukarıdan aşağıya yönergelere güvenmek yerine, aşağıdan yukarıya stratejiler yoluyla meşru karar verme süreçlerinde taban düzeyini içeren yaklaşımlara vurgu yapılmaktadır. Bu kapsayıcı metodoloji, NATO'nun çatışmaları azaltmak ve sürdürülebilir yönetim çerçeveleri oluşturmak için askeri olmayan önlemleri kapsayan stratejik yaklaşımlarında oldukça belirgindir. Geleneksel askeri kısıtlamaların ötesine geçerek NATO, bölgesel istikrar ve güvenlik, siber savunma ve enerji güvenliği ile ilgili tehditleri bütünsel olarak ele almayı amaçlayan diplomatik, yasal, ekonomik ve taban girişimleri aktif olarak desteklemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Uluslararası Güvenlik, NATO, Stratejik Konsept, Bölgesel istikrar.

---

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üy., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir/Türkiye., [gulsah.ozdemir@balikesir.edu.tr](mailto:gulsah.ozdemir@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üy., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir/Türkiye,

# NATO'S SECURITY STRATEGIES WITHIN THE FRAMEWORK OF NON-MILITARY TACTICS

Gülşah Özdemir<sup>1</sup>, Elçin Mürseloğlu<sup>2</sup>

## Abstract

NATO's non-military strategies encompass various approaches to address security challenges without direct military intervention. These comprehensive strategies aim to strengthen cooperation with neutral states and transform them from security consumers to providers, thereby strengthening regional stability. The integration of military and non-military forces against hybrid threats is also an important component, emphasizing the need for a comprehensive approach that includes political, economic and social dimensions. This comprehensive approach instills confidence in NATO's ability to address a wide range of security challenges.

In this context, NATO's 2010 and 2022 Strategic Concepts introduced a range of non-military approaches to combating challenges such as terrorism, cyber threats, and energy security. This shift underscores the need for a more comprehensive strategy beyond traditional military methodologies. It recognizes the increasing importance of non-military tactics within the alliance's framework to address contemporary security concerns.

NATO's dynamic and evolving strategy integrates a variety of non-military tactics that prioritize governance, political cohesion and technological advances to address modern security threats effectively. Instead of relying solely on top-down directives, there is an emphasis on approaches that involve the grassroots level in legitimate decision-making processes through bottom-up strategies. This inclusive methodology is evident in NATO's strategic approaches, including non-military measures to reduce conflicts and create sustainable governance frameworks. Beyond traditional military constraints, NATO actively supports diplomatic, legal, economic, and grassroots initiatives that aim to holistically address threats to regional stability and security, cyber defense, and energy security.

**Keywords:** International Security, NATO, Strategic Concept, Regional Stability

---

<sup>1</sup> Asst. Prof. Dr., Balıkesir University, Burhaniye Applied Sciences Faculty, Balıkesir/Türkiye,, [gulsah.ozdemir@balikesir.edu.tr](mailto:gulsah.ozdemir@balikesir.edu.tr)

<sup>2</sup> Asst. Prof. Dr., Balıkesir University, Burhaniye Applied Sciences Faculty, Balıkesir/Türkiye



# SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAPSAMINDA GASTRONOMİ ÖĞRENCİLERİNİN SIFIR ATIK KONUSUNDAKİ BİLGİLERİ VE TUTUMLARI

Merve Olcay<sup>1</sup>, Şefik Okan Mercan<sup>2</sup>

## Özet

Bu araştırmada sürdürülebilirlik kapsamında, gastronomi öğrencilerinin, “sıfır atık” kavramı üstüne bilgi ve tutumlarının incelenmesi amaçlanmaktadır. Çağımızın majör sorunlarından biri haline gelen yetersiz beslenme ve açlığın, gıda israfından kaynaklandığı savından yola çıkan birçok çalışma üzerinde odaklanılması sonucunda, israf minimizasyonu; bu sorunun önüne geçilmesi açısından önemli bir girdi olarak değerlendirilebilir. Bu nedenle gıda israfı ve gıdanın sürdürülebilirliğine ilişkin çalışmalar önem kazanmaktadır. Gıda israfının olumsuz etkileri sadece insan yaşamını değil, aynı zamanda canlı yaşamın tümünü tehdit etmektedir. Gıda atıklarının, atık yönetiminin bir parçası olarak ele alınmadan doğrudan çöp kutusuna atılması, sera gazı emisyonunu arttırmakta dolayısıyla küresel ısınmaya katkıda bulunmaktadır. Bu artış ve gıda atıklarına yönelik gerekli tedbirlerin alınmaması, insan hayatı başta olmak üzere, tüm canlılık için büyük bir risk teşkil etmektedir. Bu nedenle gıda israfının önlenmesi ve etkili gıda atık yönetimi bir zorunluluktur. Hem global hem de ülkeler açısından gıda israfının önlenmesi ve gıda atıkların çevresel problemlerine yönelik olarak gerekli önlemlerin alınması önemli bir unsur olarak ifade edilmektedir. Etkili bir atık yönetim sisteminin oluşturulması kapsamında ülkelerin birlikte hareket etmeleri beklenmektedir. Ülkelerin sahip oldukları kaynaklar çerçevesinde gıda israfını önlemeye yönelik olarak yaratmış oldukları faktörler, gıda atıklarının önlenmesinde önemlidir. İnsanların gıda israfının boyutunun farkında olmaması ve özellikle gıda şirketlerinin etkili atık yönetimine aşına olmaması gıda israfına katkıda bulunmaktadır. Bu çalışmada gastronomi öğrencileri ile görüşmeler yapıp, sıfır atık konusundaki bilgi ve tutumları değerlendirilerek, bu bağlamda gıda israfı konusunda farkındalık yaratması, tüketici davranışları üzerinde olumlu etki yaratması ve sürdürülebilir gastronomiye önemli ölçüde katkı sağlaması beklenmektedir. Araştırmada 10 gastronomi öğrencisi ile görüşme yapılarak elde edilen bulgular değerlendirilecektir. Görüşme formu araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilirlik, Gastronomi, Sıfır Atık.

---

<sup>1</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Çanakkale/Türkiye, [merveolcay91@hotmail.com](mailto:merveolcay91@hotmail.com)

<sup>2</sup> Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, Çanakkale/Türkiye, [okanmercan@comu.edu.tr](mailto:okanmercan@comu.edu.tr)

# GASTRONOMY STUDENTS' KNOWLEDGE AND ATTITUDES TOWARDS ZERO WASTE WITHIN THE SCOPE OF SUSTAINABILITY

Merve Olcay<sup>1</sup>, Şefik Okan Mercan<sup>2</sup>

## Abstract

This study aims to examine the knowledge and attitudes of gastronomy students on the concept of “zero waste” within the scope of sustainability. As a result of focusing on many studies based on the argument that malnutrition and hunger, which have become one of the major problems of our age, are caused by food waste, waste minimization can be considered as an important input in terms of preventing this problem. For this reason, studies on food waste and food sustainability are gaining importance. The negative effects of food waste threaten not only human life but also all living things. Throwing food waste directly into the trash without considering it as a part of waste management increases greenhouse gas emissions and thus contributes to global warming. This increase and the failure to take the necessary precautions for food waste pose a great risk to all living things, especially human life. Therefore, preventing food waste and effective food waste management is a necessity. Preventing food waste and taking necessary precautions against environmental problems of food waste are expressed as an important element both globally and in terms of countries. It is expected that countries will act together within the scope of creating an effective waste management system. The factors that countries create to prevent food waste within the framework of their resources are important in preventing food waste. People's unawareness of the extent of food waste and especially the unfamiliarity of food companies with effective waste management contribute to food waste. In this study, interviews were conducted with gastronomy students and their knowledge and attitudes on zero waste were evaluated. In this context, it is expected to raise awareness on food waste, create a positive effect on consumer behavior and contribute significantly to sustainable gastronomy. The findings obtained by interviewing 10 gastronomy students in the study will be evaluated. The interview form was prepared by the researcher.

**Keywords:** Sustainability, gastronomy, zero waste.

---

<sup>1</sup> Postgraduate Student, Çanakkale Onsekiz Mart University Tourism Management Department, Çanakkale/Türkiye, [merveolcay91@hotmail.com](mailto:merveolcay91@hotmail.com)

<sup>2</sup> Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart University Tourism Faculty Tourism Management Department, Çanakkale/Türkiye, [okanmercan@comu.edu.tr](mailto:okanmercan@comu.edu.tr)

# MUTFAK ŞEFLERİNİN STAJYER SEÇİM KRİTERLERİ

Özkan Demir<sup>1</sup>

## Özet

Türkiye’de örgün bir şekilde ortaöğretim, ön lisans ve lisans düzeyinde aşçılık eğitiminin verildiği kurumların birçoğunda staj zorunluluğu olduğu gibi yaygın aşçılık eğitiminin verildiği bazı kurumlarda da zorunlu staj uygulaması bulunmaktadır. Söz konusu kurumlardaki aşçılık eğitimi alan öğrenciler İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyükşehirlerde staj yapabildikleri gibi aynı zamanda turizm sezonunun yoğun geçtiği Antalya ve Bodrum gibi sahil kentlerinde de staj yapabilmektedirler. Otel ve restoran mutfak şeflerinin stajyer seçim kriterlerinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu araştırmada nitel araştırma desenlerinden durum çalışması deseninden faydalanılmıştır. Araştırma katılımcıları yaz aylarında yoğun olan dolayısıyla yaz aylarında daha çok stajyer alımı yapan Antalya ve Bodrum’da yer alan otel ve restoran şefleri arasından ölçüt örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Araştırma örnekleminde aranan ölçüt ise görüşülen mutfak şefinin stajyer alımında söz sahibi olması ölçütüdür. Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak, hazırlanan sorularla ilgili uzman görüşü alınmış ve katılımcılarla yüz yüze veya çevrim içi bir şekilde görüşülerek görüşmeler kayıt altına alınmıştır. Araştırma katılımcılarının 7’si erkek, 2’si kadın olup, 6’sı restoranda, 3’ü ise otelde mutfak şefliği yapmaktadır. İçerik analizi yöntemiyle analiz edilen veriler sonucunda staj tarihleri, stajyer özellikleri ve çalışma deneyimleri şeklinde 3 tema ortaya çıkmıştır. Staj tarihleri teması, staj süreleri, staj başlama tarihi ve staj bitiş tarihi kodlarından oluşurken, stajyer özellikleri teması ise eğitilmiş, sabırlı, işini seven, şeflere saygılı, hızlı ve terminolojiyi bilen kodlarından oluşmuştur. Araştırmada çalışma deneyimleri teması olumlu ve olumsuz kategorilerinden oluşuyor olup, olumlu kategorisi disiplinli, teorik bilgi düzeyi, iletişim becerisi iyi, terminolojiyi bilen kodlarından oluşurken, olumsuz kategorisi ise staj süreleri, sabırsızlık, stajı yarıda bırakmak ve yüksek beklenti kodlarından oluşmuştur.

**Anahtar kelimeler:** Mutfak Şefleri, Aşçılık, Stajyer.

---

<sup>1</sup>Doktor Öğretim Üyesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Kütahya/Türkiye, [ozkan.demir@dpu.edu.tr](mailto:ozkan.demir@dpu.edu.tr)

## KITCHEN CHEFS' TRAINEE SELECTION CRITERIA

Özkan Demir<sup>1</sup>

### Abstract

In Türkiye, most institutions that offer formal cookery education at the secondary, associate, and undergraduate levels require students to complete an internship. Additionally, internships are mandatory in some institutions providing non-formal cookery education. Students from these institutions can undertake their internships in major cities like Istanbul, Ankara, and Izmir, as well as in popular coastal destinations such as Antalya and Bodrum, which experience a peak tourism season. This research aims to identify the criteria used by hotel and restaurant kitchen chefs for selecting interns. A case study design was employed, utilizing qualitative research methods. The participants in this research were selected through criterion sampling from among the hotel and restaurant chefs in Antalya and Bodrum, known for their high intern recruitment during the summer months. The criterion for inclusion was that the kitchen chef must have a role in the intern recruitment process. In this research, data was collected using a semi-structured interview form, with questions reviewed by experts. The interviews were recorded either face-to-face or online. Of the nine participants, seven were male, and two were female. Six participants worked as kitchen chefs in restaurants, while the other three worked in hotels. Analysis of the data using content analysis revealed three main themes: internship dates, intern characteristics, and working experiences. The theme of internship dates included the duration of the internship, start date, and end date. Intern characteristics were described through codes such as education level, patience, passion for the job, respect for chefs, speed, and knowledge of culinary terminology. The theme of working experiences was categorized into positive and negative aspects. Positive aspects included discipline, theoretical knowledge, good communication skills, and knowledge of culinary terminology. Negative aspects included issues with internship duration, impatience, incomplete internships, and high expectations.

**Keywords:** Kitchen Chefs, Cookery, Intern.

---

<sup>1</sup>Asst. Prof. Dr., Kütahya Dumlupınar University, Tavşanlı Applied Sciences Faculty, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Kütahya/Türkiye, [ozkan.demir@dpu.edu.tr](mailto:ozkan.demir@dpu.edu.tr)

# ATLANTİS ANİMASYON FİLMLERİNDEKİ ORYANTALİST GÖSTERGELER

Sercan Kule<sup>1</sup>

## Özet

Her icat zaman içinde kötüyü kullanımını beraberinde getirmektedir. Bu durumu insanın doğasına bağlamakla birlikte, başlı başına insandır demek yanlış olacaktır. Gücü elinde bulunduranın olaylara yön vermesi ön plana çıkmaktadır. Gazete, radyo ve fotoğraftaki dış müdahalenin etkisi sinemada da görülmektedir. Batı'nın Doğu hakkında hakimiyet arayışında oryantalizm aracılık etmektedir. Bu uğurda konumlandırma, biçimlendirme ve silip baştan yapma şeklindeki davranışları kendinde hak görmektedir.

Oryantalizmin animasyon sinemasıyla olan etkileşimini odağına alan bu çalışmada, sinema ve özellikle animasyon sinemasının nasıl oryantalizm aracına dönüştürüldüğü incelenmektedir. Oryantalizm ve araçlarının belirlenip sinemayla olan bağlantısı ortaya koyulmaktadır. Bu yolla animasyon sinemasında ve çalışma özelinde incelenen filmlerde çıkarımlar yapılmaktadır. Atlantis çizgi film serisinin (2001 ve 2003) karşılaştırmalı şekilde göstergebilim temelinde çözümlenmesi yoluyla oryantalist söylemlerin filmlerdeki konumlandırmaları ortaya koyulmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Oryantalizm, Oryantalizm ve sinema, Göstergebilim, Animasyon.

---

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Üsküdar Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Çizgi Film ve Animasyon, İstanbul/Türkiye, [sercan.kule@uskudar.edu.tr](mailto:sercan.kule@uskudar.edu.tr)

## ORIENTALIST SIGNS IN ATLANTIS ANIMATION MOVIES

Sercan Kule<sup>1</sup>

### Abstract

Every invention brings with its bad use over time. Although it would be wrong to attribute this situation to the nature of human, it would be wrong to say that they are human in their own right. It comes to the fore that the one who has the power directs the events. The effect of foreign intervention in newspapers, radio and photography is also seen in cinema. Orientalism mediates the West's quest for dominance over the East. To this end, it feels entitled to position, shape, delete and redo.

Focusing on the interaction of orientalism with animation cinema, this study examines how cinema, and especially animation cinema, has been transformed into a tool of orientalism. Orientalism and its tools are determined and its connection with cinema is revealed. In this way, inferences are made in animation cinema and in the films examined specifically for the study. By comparatively analyzing the Atlantis animation series (2001 and 2003) on the basis of semiotics, the positioning of orientalist discourses in the films is revealed.

**Keywords:** Orientalism, Orientalism and cinema, Semiotics, Animation.

---

<sup>1</sup> Asst.Prof.Dr., Üsküdar University Communication Faculty, Cartoon and Animation, İstanbul/Türkiye, [sercan.kule@uskudar.edu.tr](mailto:sercan.kule@uskudar.edu.tr)

# İNOVASYON YÖNETİMİNİN ÖNEMİ

Emin Ergun Selçuk<sup>1</sup>

## Özet

İnovasyon yönetimi kaliteyi artırmakta, maliyeti azaltmakta, esneklik düzeyini ve hızı artırmaktadır. Ayrıca sürekli iyileştirmeyi sağlar, tam katılımı artırır, amaçlara ulaşmamızı sağlar, pazar payımızı ve satışları artırır, karlılığımızı artırır. Bununla birlikte müşteri memnuniyetini artırır. Çeşitlilik artırır. Verimlilik artırır ve rekabet üstünlüğü yaratır. Sosyal sorumluluk bilincinin gelişimini sağlar. Kurumsallaşma ve markalaşmayı sağlar. Ödemeler dengesizliğinin giderilmesini sağlar. Sadık müşteri bilinci oluşturur. Araştırma ve geliştirmeye yöneltilir. Ayrıca inovasyon yönetiminin işletme performansı için işletmemizde kısa, orta ve uzun vadeli yenilikçi planların belirlenmesini sağlar. Yöneticilerin yeniliği etkinleştirici liderlik anlayışıyla hareket etmesini sağlar. Yenilik süresince çalışanların yaratıcı düşüncelerini yansıtabilecekleri bir örgüt kültürüne sahip olmalarını sağlar. Yenilik süresince fikirlerin paylaşımında bölümler arasında etkili iletişimin sağlanması mümkün olur. Gerçekleşen yeniliklerle ilgili çalışanların kendini geliştirebilmesi için çalışanlara eğitimler verilmesi gerçekleşir. Müşterinin değişen görüş ve ihtiyaçlarına cevap verecek yeniliklerin gerçekleştirilmesi sağlanır. Yenilik fikrinde bulunanların ödüllendirilmesi gerçekleşir. İnovasyon için çalışanları işe alırken yaratıcılık kabiliyetlerini göz önünde bulundurmalıyız. İşletmemiz rakip işletmelerden farklı olarak bir değişim göstermesi gerekir. İşletmemizde yenilik için bir buluş gerçekleştirilmelidir ayrıca yenilik için bir icat gerçekleştirilmelidir. İşletmemizde dünyada olmayan bir teknolojiyi kullanmalıyız. İşletmemizde çalışanlar düşüncelerini dile getirmek ve öneri getirmek konusunda girişimci olması gerekir. İşletmemizde bir Ar-Ge departmanımız bulunmalıdır. İşletmemizde Ar-Ge çalışmaları gerçekleştirilmelidir. İşletmemizde her geçen gün Ar-Ge harcamalarımız artmalıdır.

**Anahtar Kelimeler:** İnovasyon, İnovasyon Yönetimi, Yenilik, Değişim.

---

<sup>1</sup>Öğretim Görevlisi, Doktora Öğrencisi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Turhal Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü, Turhal/ Tokat, [eminergun.selcuk@gop.edu.tr](mailto:eminergun.selcuk@gop.edu.tr)

# THE IMPORTANCE OF INNOVATION MANAGEMENT

Emin Ergun Selçuk<sup>1</sup>

## Abstract

Innovation management increases quality, reduces costs, increases the level of flexibility and speed. It also ensures continuous improvement, increases full participation, enables us to achieve our goals, increases our market share and sales, and increases our profitability. However, customer satisfaction increases. Diversity increases. Productivity increases and creates competitive advantage. It ensures the development of social responsibility awareness. It provides institutionalization and branding. It ensures that the imbalance of payments is eliminated. Creates loyal customer awareness. It directs research and development. In addition, innovation management enables the determination of short, medium and long-term innovative plans in our business for business performance. It enables managers to act with a leadership approach that enables innovation. It ensures that employees have an organizational culture where they can reflect their creative thoughts during innovation. It is possible to ensure effective communication between departments in sharing ideas during innovation. Training is provided to employees so that they can improve themselves regarding the innovations. Innovations are made to meet the changing views and needs of the customer. Those who come up with innovation ideas are rewarded. When hiring employees for innovation, we should consider their creativity abilities. Our business must change differently than competing businesses. In our business, an invention must be made for innovation, and an invention must be made for innovation. We must use a technology that does not exist in the world in our business. Employees in our business must be enterprising in expressing their opinions and making suggestions. We must have an R&D department in our business. R&D studies should be carried out in our business. Our R&D expenditures in our business should increase day by day.

**Keywords:** Innovation, Innovation Management, Innovation, Change.

---

<sup>1</sup>Lecturer, PhD Student, Tokat Gaziosmanpaşa University Turhal Vocational School, Department of Accounting and Taxation, Turhal/Tokat, [eminergun.selcuk@gop.edu.tr](mailto:eminergun.selcuk@gop.edu.tr)



# KÜRESEL SICAKLIK

Emin Ergun Selçuk<sup>1</sup>

## Özet

Bilim adamları küresel sıcaklığın geleceğimiz açısından ne denli büyük bir tehdit olduğuna dikkat çekmektedir. Küresel sıcaklık, bugün neredeyse bütün gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin hükümetleri tarafından tartışılmakta, dünyadaki birçok iklim bilimcinin, ortak çalışma konusunu oluşturmaktadır. Küresel sıcaklığın sebep, sonuç ve çözümleri için dünya çapında hükümetler arası konferanslar organize edilmektedir. Ayrıca dünyamız zaten küresel iklim değişimlerinin muhtemel sonuçlarını yaşamakta, çok büyük can ve mal kaybına neden olan sellerle, kasırgalarla, kuraklıklarla boğuşmakta, buzullar her geçen gün erimekte, canlıların yaşam alanları değişmekte, değişen iklim koşulları biyolojik çeşitlilik, tarımı ve insanların sosyal ekonomik hayatını olumsuz yönde etkilemektedir. Küresel sıcaklık ve iklim değişikliği yer yüzeyindeki yaşamı tehdit eden en büyük tehlikelerdendir. Bu nedenle de, şüphesiz son zamanların en popüler gündem maddelerinden birisidir. Bu tehlikeye karşı insanoğlunun duyarsız kalması beklenemez.

**Anahtar Kelimeler:** Küresel, Sıcaklık, Tehlike, Sonuç.

---

<sup>1</sup>Öğretim Görevlisi, Doktora Öğrencisi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Turhal Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü, Turhal/ Tokat, [eminergun.selcuk@gop.edu.tr](mailto:eminergun.selcuk@gop.edu.tr)

# GLOBAL TEMPERATURE

Emin Ergun Selçuk<sup>1</sup>

## Abstract

Scientists point out how big a threat global temperature is to our future. Today, global temperature is discussed by the governments of almost all developed and developing countries and is the subject of common study of many climate scientists around the world. Intergovernmental conferences are organized around the world to discuss the causes, consequences and solutions of global temperature. In addition, our world is already experiencing the possible consequences of global climate changes, it is struggling with floods, hurricanes and droughts that cause great loss of life and property, glaciers are melting day by day, living spaces are changing, changing climate conditions negatively affect biodiversity, agriculture and people's social and economic life. It affects. Global temperature and climate change are among the biggest threats to life on earth. For this reason, it is undoubtedly one of the most popular agenda items of recent times. Human beings cannot be expected to remain insensitive to this danger.

**Keywords:** Global, Temperature, Danger, Consequence.

---

<sup>1</sup>Lecturer, PhD Student, Tokat Gaziosmanpaşa UniversityTurhal Vocational School, Department of Accounting and Taxation, Turhal/Tokat, [eminergun.selcuk@gop.edu.tr](mailto:eminergun.selcuk@gop.edu.tr)

# STRATEJİK İNSAN KAYNAKLARININ YÖNETİMİNİN ETKİLERİ

Emin Ergun Selçuk<sup>1</sup>

## Özet

Hayatta kalmak, rekabet üstünlüğü sağlamak, sürdürülebilir avantajları devam ettirmek, uzun vadeli düşünmek için gerekli unsurlardan biri stratejik insan kaynakları yönetimidir. Burada öncelikle vizyon ve misyonumuzu belirlemek, sonra bunu uygulamak gerekir. Uygulamamız bizi beklediğimiz sonuçlara götürdü mü bunu kontrol etmemiz gerekir. Tüm yöneticiler bu işin içinde yer alarak onlarında yönetilmesiyle ilgili çalışmaların yapılmasıyla bütüncül makro bakış açısının ortaya konması gerekir. Stratejik insan kaynakları yönetimi, esneklik ve çevikliği ön plana çıkaracak kurum kültürünü geliştirmek ve kurumsal performansı olumlu düzeye çıkartmak için önemlidir. Stratejik insan kaynakları uygulamalarında dikey boyut yani dışsal uyum ve yatay boyut yani içsel uyum ile firmanın rekabet stratejini sağlayıp ayrıca sürdürerek yönetimin katılımıyla çevresel değişimlere uyum sağlayarak stratejik planları eyleme dönüştürmek çok önemlidir. İnsan kaynaklarının dönüşümü sonucu ortaya çıkan "stratejik insan kaynakları yönetimi" düşüncesi, insan kaynaklarının ne denli etkin bir faktör olduğunu göstermektedir. Buna göre stratejik insan kaynakları yönetimi, bilindik ve alışlagelmiş olan insan kaynakları sisteminin daha gelişmiş ve daha geniş yetkilerle donatılmış halini temsil etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Stratejik, İnsan, Yönetim, Eylem.

---

<sup>1</sup>Öğretim Görevlisi, Doktora Öğrencisi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Turhal Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü, Turhal/ Tokat, [eminergun.selcuk@gop.edu.tr](mailto:eminergun.selcuk@gop.edu.tr)

# EFFECTS OF STRATEGIC HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

Emin Ergun Selçuk<sup>1</sup>

## Abstract

Strategic human resources management is one of the necessary elements to survive, achieve competitive advantage, maintain sustainable advantages and think long term. Here, it is necessary to first determine our vision and mission, and then implement it. We need to check whether our application has led us to the results we expected. All managers should be involved in this business and a holistic macro perspective should be put forward by working on their management. Strategic human resources management is important to develop a corporate culture that will highlight flexibility and agility and to increase corporate performance to a positive level. In strategic human resources practices, it is very important to turn strategic plans into action by ensuring and maintaining the company's competitive strategy with the vertical dimension, that is, external harmony and the horizontal dimension, that is, internal harmony, and by adapting to environmental changes with the participation of management. The idea of "strategic human resources management", which emerged as a result of the transformation of human resources, shows how effective a factor human resources are. Accordingly, strategic human resources management represents a more developed and equipped with broader powers of the familiar and customary human resources system.

**Keywords:** Strategic, Human, Management, Action.

---

<sup>1</sup>Lecturer, PhD Student, Tokat Gaziosmanpaşa University Turhal Vocational School, Department of Accounting and Taxation, Turhal/Tokat, [eminergun.selcuk@gop.edu.tr](mailto:eminergun.selcuk@gop.edu.tr)

# TÜRKİYE EKONOMİSİNİN BÜYÜME KOMPOZİSYONU

İpek Kurt<sup>1</sup>, Yusuf Yalçınkaya<sup>2</sup>

## Özet

Ekonomik büyüme bir ülke ekonomisinin iktisadi gelişimine yönelik önemli bir bilgi kaynağıdır. Gayrisafi yurtiçi hasılanın büyüme oranı uygulanan politikalar hakkında özet bir bilgi sunmakla birlikte büyüme kompozisyonu izlenecek olan politikalar için detaylı bilgiler içermektedir. Sürekli ve istikrarlı bir büyüme için, büyümeyi oluşturan kompozisyondan elde edilecek bilgi, gelecekte uygulanabilecek makroihtiyadi politikaların yapısal temelini oluşturmaktadır. İktisat literatüründe gayrisafi yurtiçi hasıla hesaplamaları üç farklı yöntemle gerçekleştirilir. Bunlar; harcama yöntemi, üretim yöntemi ve gelir yöntemidir. Bu çalışmada harcama yöntemi dikkate alınarak mevcut durum analiz edilecek ve sürdürülebilir istikrarlı büyüme için nasıl bir makroihtiyadi politika sepeti uygulanmalıdır sorusu cevaplanmaya çalışılacaktır. Bu amaçla harcamalar yöntemiyle gayrisafi yurtiçi hasıla hesaplamasında kullanılan, hane halkı tüketimi, hane halkına hizmet eden kar amacı olmayan kuruluşların tüketimi, devletin nihai tüketim harcamaları, gayrisafi sabit sermaye oluşumu, mal ve hizmet ihracatı ve mal ve hizmet ithalatı değişkenleriyle 2004 -2024 dönemi için Türkiye ekonomisi büyüme kompozisyonu Türkiye İstatistik Kurumu'ndan derlenen çeyreklik frekansta verilerle analiz edilecektir. Analiz dönemi, küresel ve yerel, reel ve finansal krizleri içerdiğinden elde edilecek bulgular dönemsel karşılaştırmalara imkân sunacaktır.

**Anahtar kelimeler:** Ekonomik büyüme, Tüketim harcamaları, İhracat, İthalat.

---

<sup>1</sup> Dr., Artvin Çoruh Üniversitesi, Arhavi Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret Programı, Artvin/Türkiye, [ipekkurt@artvin.edu.tr](mailto:ipekkurt@artvin.edu.tr)

<sup>2</sup> Dr., Artvin Çoruh Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Artvin/Türkiye, [yalcinkaya@artvin.edu.tr](mailto:yalcinkaya@artvin.edu.tr)

# THE GROWTH COMPOSITION OF TURKISH ECONOMY

İpek Kurt<sup>1</sup>, Yusuf Yalçınkaya<sup>2</sup>

## Abstract

Economic growth is an important source of information regarding the economic development of a country's economy. While the growth rate of gross domestic product provides summary information about the implemented policies, the growth composition contains detailed information about the policies to be followed. For continuous and stable growth, the information obtained from the composition that creates growth forms the structural basis of the macroprudential policies that can be implemented in the future. In economic literature, gross domestic product calculations are carried out with three different methods. These are; the expenditure method, production method, and income method. In this study, the current situation will be analyzed by considering the expenditure method and the question of what kind of macroprudential policy basket should be implemented for sustainable stable growth will be tried to be answered. For this purpose, the growth composition of the Turkish economy for the period of 2004 - 2024 with the variables of household consumption expenditure, consumption expenditure of non-profit organizations serving households, government consumption expenditure, gross fixed capital formation, exports of goods and services, and imports of goods and services used in the calculation of gross domestic product with the expenditure method will be analyzed with quarterly data compiled from the Turkish Statistical Institute. Since the analysis period includes global and local, real, and financial crises, the findings to be obtained will allow for periodic comparisons.

**Keywords:** Economic growth, Consumption expenditure, Export, Import.

---

<sup>1</sup> Dr., Artvin Çoruh University, Arhavi Vocational School, Foreign Trade Program, Artvin/Türkiye, [ipekkurt@artvin.edu.tr](mailto:ipekkurt@artvin.edu.tr)

<sup>2</sup> Dr., Artvin Çoruh University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics, Artvin/Türkiye, [yalcinkaya@artvin.edu.tr](mailto:yalcinkaya@artvin.edu.tr)

# SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMİN KÖŞE TAŞLARI OLAN REKREASYON TURİZMİ VE EKO TURİZMİN YAŞANABİLİR TOPLUM ANLAYIŞIYLA İRDELENMESİ

Serap İnceöz<sup>1</sup>

## Özet

Rekreasyon ve eko turizm aktiviteleri bireysel hareketlilikten toplu faaliyetlere dönüştürücü etki yaratan en önemli iki turizm çeşididir. Bunun yanı sıra doğa eğitimi, spor turizmi ve sportif etkinlikler, ilgi turizmi gibi yer zaman kısıtları düşünmeksizin gerçekleştirilen her türlü aktivitelerle beslenirler. Sürdürülebilir turizm kapsamında gelir getirici özelliklerinin olması turizm çekicilikleri bakımından da önemli olmaktadır. Özellikle Türkiye'nin iş yükü potansiyeli göz önüne alındığında büyük şehirlerin gürültülü yaşamı, iş stresi, ulaşım ve ekonomik gerçeklere dayalı oluşabilen birçok tüketim krizi insanları doğaya ve doğallığa kaçma isteğini ve ihtiyacını zorunlu kılmaktadır. Hızla gelişen teknoloji ve sanayi sektörü alım gücünü de kolaylaştırdığından eğitim destekli seyahatlerle insanları farklı tercihlere yönlendirmektedir. Dolayısıyla çalışmanın amacını, özellikle büyük şehirlerde yaşayanların istek ve ihtiyaçlarının sonucu olarak rekreasyon ve doğa temelli eko turizm ile spora yönelik faaliyetleri kapsayan seyahatler oluşturmaktadır. Çalışma kavramsal derleme yöntemi ile hazırlanacaktır. Literatürdeki rekreasyon turizmi ve eko turizm karşılaştırmalarına yer verilerek, tartışma ve sonuç bölümünde daha iyileştirilebilir rekreasyonl faaliyetler ile eko turizmde toplumsal anlayışa özendirici önerilerde bulunulacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilirlik, Eko Turizm, Rekreasyon, Spor Turizmi.

---

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Cumhuriyet Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otelcilik, [sinceoz@cumhuriyet.edu.tr](mailto:sinceoz@cumhuriyet.edu.tr)

# EXAMINING RECREATIONAL TOURISM AND ECO-TOURISM, WHICH ARE THE CORNERSTONES OF SUSTAINABLE TOURISM, WITH THE UNDERSTANDING OF LIVABLE SOCIETY

Serap İnceöz<sup>1</sup>

## Abstract

Recreation and ecotourism activities are the two most important types of tourism that create a transformative effect from individual mobility to collective activities. In addition, they are nourished by all kinds of activities carried out without considering space and time constraints, such as nature education, sports tourism and sports activities, interest tourism. Having income-generating features within the scope of sustainable tourism is also important in terms of tourism attractions. Especially considering Turkey's workload potential, the noisy life of big cities, work stress, transportation and many consumption crises that may occur based on economic realities necessitate people's desire and need to escape to nature and naturalness. Rapidly developing technology and the industrial sector facilitate purchasing power, thus directing people to different preferences through education-supported travel. Therefore, the purpose of the study is travels that include recreation, nature-based eco-tourism and sports-oriented activities, especially as a result of the wishes and needs of those living in big cities. The study will be prepared by conceptual compilation method. Comparisons between recreational tourism and ecotourism in the literature will be included, and in the discussion and conclusion section, suggestions will be made to encourage social understanding in ecotourism with more improvable recreational activities. The study will be prepared using the comprehensive combination method. In the discussion and conclusion section, comparisons of recreation tourism and ecotourism in the literature will be included, and suggestions will be made to encourage better recreational activities and social understanding in ecotourism.

**Keywords:** Sustainability, Eco-tourism, Recreation, Sport Tourism.

---

<sup>1</sup> Lecturer Dr. Sivas Cumhuriyet University, Cumhuriyet Social Sciences Vocational School, Tourism and Hotel Management, [sinceoz@cumhuriyet.edu.tr](mailto:sinceoz@cumhuriyet.edu.tr)



# REKREASYON TURİZMİ VE EĞLENCE İLİŞKİSİ

Serap İnceöz<sup>1</sup>

## Özet

Özünde her ne kadar insan davranışları, tercihleri, talep ve beklentileri olsa da toplumun değer yargıları, yaşam biçimi, eğlence anlayışı gibi birçok kavram turizmin temel konuları olmuştur. Dolayısıyla turizm kavramı her türlü doğal, iklimsel ve coğrafi şartlardan beslenebiliyorken içerisine insan zihni, hayal gücü ve yeteneğiyle gelişimini de alması turizmde rekreasyon ve boş zaman kavramlarının eğlenceyle ilişkilerini de düşündürür olmuştur. Rekreasyon turizmi salt eğlence anlayışı olmamakla birlikte, birey, grup topluluk aktivitelerini açıklamaya çalışan çok boyutlu bir hareketlilik ve enerji tasarımıdır denilebilir. Dolayısıyla çalışmanın ana konusu rekreasyon turizmi kavram ve özellikleri, rekreasyon turizmi türleri, rekreasyon turizminin ilişkili olduğu sektörler, boş zaman ve özgür zaman kavramları ile rekreasyon eğlence ilişkisi anlatılacaktır. Amacı, bilinen anlamından nispeten biraz daha ileride olmak ve literatür incelemesiyle rekreasyon konusuyla ilgilenen rekreasyon turizm sevdalılarına yol gösterici ve açıklayıcı olmaktır. Çalışmada kavramsal literatür incelemesi düşünülmüştür. Merak ve ilgi ile yola çıkan her insan bir değerdir. Rekreasyon turizmi ise insan merakı ve ilgisiyle doğmuş büyük bir zenginlik ve duygudur.

**Anahtar kelimeler:** Rekreasyon, turizm, eğlence, turizm türleri.

---

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Cumhuriyet Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otelcilik, [sinceoz@cumhuriyet.edu.tr](mailto:sinceoz@cumhuriyet.edu.tr)

# RELATIONSHIP BETWEEN RECREATION TOURISM AND ENTERTAINMENT

Serap İnceöz<sup>1</sup>

## Abstract

Although human behaviours, preferences, demands and expectations are at its core, many concepts such as society's value judgments, lifestyle, entertainment understanding have been the main subjects of tourism. Therefore, while the concept of tourism can be fed by all kinds of natural, climatic and geographical conditions, the fact that it includes the development of the human mind, imagination and talent has also made us think about the relationship between the concepts of recreation and leisure time in tourism and entertainment. It can be said that recreation tourism is not only an understanding of entertainment, but also a multidimensional mobility and energy design that tries to explain individual, group and community activities. Therefore, the main subject of the study is the concept and characteristics of recreation tourism, types of recreation tourism, the sectors related to recreation tourism, the concepts of leisure and free time and the relationship between recreation and entertainment will be explained. Its aim is to be a little further than its known meaning and to be guiding and explanatory to recreation tourism lovers who are interested in recreation through literature review. Conceptual literature review has been applied in our study. Every person who sets out with curiosity and interest is an asset. Recreational tourism is a great wealth and feeling born with human curiosity and interest.

**Keywords:** Recreation, tourism, entertainment, types of tourism.

---

<sup>1</sup> Lecturer Dr. Sivas Cumhuriyet University, Cumhuriyet Social Sciences Vocational School, Tourism and Hotel Management, [sinceoz@cumhuriyet.edu.tr](mailto:sinceoz@cumhuriyet.edu.tr)